



Anteproyecto de ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

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 consultas, quejas, reclamaciones o incidencias 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.

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 no parece haber logrado el resultado perseguido, 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.

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 en ocasiones escasamente formado, 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 una exposición de motivos, cuatro capítulos que agrupan un total de 23 artículos, una disposición transitoria única, una disposición derogatoria única y seis 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 el pago de un precio público.

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 de negocios 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, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. 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.

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, siendo el presente texto de carácter supletorio.

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 realizó el contrato o la oferta comercial dirigida personalmente al consumidor y usuario y, al menos, en castellano a solicitud de la persona consumidora o usuaria.

En el capítulo II de la ley 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.

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.

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.

El capítulo IV de la ley 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 tres disposiciones finales tendentes a modificar 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 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

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.

Se garantiza, con ello, además, que se siga ejerciendo la supervisión sobre las entidades del sector financiero por parte de los supervisores sectoriales, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Banco de España y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

IV

Por último, y con motivo de la crisis sanitaria generada por la Covid-19, se hace necesario modificar, mediante disposición final de esta norma, la actual normativa sobre viajes combinados dentro de



los márgenes permitidos por la Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, por la que se modifican el Reglamento (CE) n° 2006/2004 y la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo y por la que se deroga la Directiva 90/314/CEE del Consejo.

Por una parte, de cara a reforzar la protección de los derechos de los viajeros, se concreta qué tipo de viajes quedan al margen de la normativa sobre viajes combinados. De igual modo, se impone la obligación de informar expresamente a los viajeros sobre los viajes que están excluidos de la presente regulación.

Asimismo, se modifica el régimen de garantías para aunar los distintos intereses de las partes sin menoscabar los derechos de los viajeros. En este sentido, se pasa a un régimen de garantías por el que los operadores económicos responden por los aspectos que estén dentro de su ámbito de gestión. No obstante, cada operador económico ejercerá como punto focal al que el viajero pueda dirigirse de cara a hacer valer sus derechos, de modo que este régimen no le disuada del ejercicio de los mismos.

Los derechos de los viajeros continúan garantizados por la totalidad de los servicios objeto de un viaje combinado, mientras que se eliminan cargas para las pequeñas y medianas empresas que conforman el tejido empresarial en este sector.

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

V

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.

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.

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.

Esta Ley se dicta al amparo del artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 9ª y 13ª 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 para 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.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Consumo y de la Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con la aprobación previa de la Ministra de Hacienda y Función Pública, el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día,

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

Esta ley tiene por objeto la regulación de los servicios de atención a la clientela que tengan por finalidad facilitar información, atender incidencias y resolver las quejas y reclamaciones de su clientela, así como los requisitos y procedimientos que deben cumplir las empresas relacionadas en el artículo siguiente.



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 y energía;
- 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 prestados a través de medios audiovisuales de acceso condicional mediante pago;
- e) Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos los servicios telefónicos; y
- f) Servicios financieros.

Se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley los servicios públicos prestados por las Administraciones Públicas en régimen de gestión indirecta en los sectores citados en este apartado.

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.

2. Esta ley también será de aplicación a las empresas y grupos de sociedades, en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio, publicado por el Real Decreto de 22 de agosto de 1885, establecidas en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la venta bienes o la prestación de servicios diferentes a los recogidos en el apartado anterior en territorio español, siempre y cuando, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte, ocupen a al menos 250 personas trabajadoras, su volumen de negocios anual exceda de 50 millones de euros, o su balance de negocios anual exceda de 43 millones de euros.

3. La ley será de aplicación independientemente del medio de interlocución 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 dispuesto en esta ley será de aplicación a los servicios prestados por las Administraciones Públicas, cuando medie el pago de un precio público; esto es, una contraprestación pecuniaria que se satisfaga por la prestación de servicios o la realización de actividades efectuadas en régimen de Derecho público cuando, prestándose también tales servicios o actividades por el sector privado, sean de solicitud voluntaria por parte de los administrados.

5. Lo establecido en esta ley se aplicará con carácter supletorio respecto de lo dispuesto en otras leyes generales o en la normativa sectorial que regula los servicios de atención a la clientela, considerando siempre de aplicación preferente la normativa sectorial. No obstante, no serán de aplicación al sector financiero la letra d) del apartado 2 y el apartado 6 del artículo 4 y el artículo 17.2.

Artículo 3. Definiciones.

1. Personas consumidoras y usuarias: tienen la consideración de personas consumidoras y usuarias las definidas en el artículo 3.1 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.

2. Personas consumidoras vulnerables: son las definidas en el artículo 3.2 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.

3. 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.

4. Clientela: la persona consumidora o usuaria que haya comprado un bien, al que se le haya dirigido personalmente una oferta comercial o haya celebrado un contrato con una empresa prestadora de servicios, independientemente de su carácter oneroso o gratuito y de que haga 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 dados 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.

5. Empresa o empresario: tienen la consideración de empresa o empresario los definidos 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.

6. Servicios de atención a la clientela: establecimientos y otros medios de interlocución diversos que la empresa pone a disposición de la clientela, cuya finalidad es la emisión de información, 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 medios de interlocución 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, y cualquier forma de comunicación a distancia para la interlocución (correo ordinario, atención telefónica, correo electrónico, formulario web u otras formas de comunicación electrónica).

7. 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.

8. 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.

9. Consulta: solicitud de asesoramiento a la clientela en relación al bien o servicio contratado o que sea ofertado por la empresa. Asimismo, y en el caso de suministros de servicios energéticos,



se incluirán en esta categoría consultas relacionadas con ahorro, eficiencia energética y energía renovable.

10. Soporte duradero: tiene la consideración de soporte duradero el definido como tal en el artículo 59 bis.1.q) 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.

11. 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.

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, 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 a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual;

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

c) Tener constancia de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o a través de medios electrónicos;

d) Cuando resulte legalmente procedente, obtener la devolución equitativa del precio de mercado 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.

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 contratado u ofertado personalmente 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 comprobación fehaciente 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. Los medios de interlocución de atención a la clientela habilitados por la empresa deberán figurar en el propio contrato, en las facturas que emita a los clientes y en su página web. En estos soportes, dicha información deberá ser accesible y contar con un tamaño que permita su fácil lectura por parte del cliente y 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 artículo 80.1 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.

5. Cuando el contrato se formalice en un título de transporte cuyo tamaño imposibilite que figuren en el mismo los medios de interlocución de atención a la clientela habilitados por la empresa, éstos estarán visibles en los lugares de venta de dichos títulos, en las páginas web de las empresas prestadoras de servicios y en el propio medio de transporte.

6. En el supuesto de contratos de servicios de tracto sucesivo, no podrá suspenderse la prestación del servicio con posterioridad a la presentación de la reclamación, si la misma tiene que ver con el motivo de dicha suspensión, 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.

7. Las empresas deberán informar a sus clientes de las incidencias que afecten gravemente 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. 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 contractual y sin necesidad de que le sea requerida expresamente por el usuario.

8. 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. En el ámbito de aplicación de esta ley se tendrán en cuenta los principios de igualdad de trato, no discriminación y accesibilidad universal.

9. 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. Sin perjuicio de las demás obligaciones de información precontractual 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, 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 la siguiente información sobre el servicio de atención a la clientela:

a) Medios de interlocución disponibles, incluyendo, como mínimo, aquel por el que se inició la relación contractual, en el sentido del artículo 4.4 de esta ley.

b) Mecanismo que garantice a la clientela, mediante 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, que ha de ser inteligible, viable, gratuito y fácilmente accesible.

d) Tiempo máximo previsto para la resolución de los distintos tipos de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias posibles.



e) Medios de interlocución disponibles para comunicar la resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que deberá incluir, como mínimo, aquel por el que se inició la relación contractual.

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.

2. 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.

3. En caso de que el medio utilizado sea la atención telefónica, deberá suministrarse la información prevista en el apartado 1 de este artículo y, además, se introducirán locuciones informativas, a la 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 y fácilmente accesible.

4. 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.

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 del cliente.

1. Las empresas deberán admitir para la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, en todo caso, la utilización del mismo canal a través del que se inició la relación contractual.

2. La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá estar debidamente motivada y se realizará 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 consulta, queja, reclamación o incidencia.

3. La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá hacerse en la misma lengua en la que se haya celebrado el contrato o se haya dirigido personalmente la oferta comercial a la persona consumidora y usuaria y, a solicitud de esta, al menos en castellano.

Artículo 8. Atención personalizada.

1. 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.

2. Se considera atención personalizada la ofrecida directamente a través de un operador o agente comercial que contesta en tiempo real a quien inicia la comunicación. El operador o agente comercial deberá identificarse en todo caso al inicio de la conversación.

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

4. En caso de insatisfacción con la atención recibida, quien haya iniciado la comunicación podrá solicitar que se transfiera la comunicación a una persona física supervisora, que deberá atenderle en el transcurso de esa misma comunicación.

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.



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 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. A tal efecto, la empresa será responsable de proporcionar a su personal la formación y capacitación continuada que sea necesaria para adaptar sus conocimientos sobre la actividad a las variaciones tecnológicas y necesidades del mercado.

Artículo 10. Régimen de atención telefónica.

1. Las empresas que 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 la persona consumidora y usuaria un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.

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.

3. 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 a la empresa a costa de la clientela.

4. En el supuesto de personas con discapacidad, el canal telefónico deberá complementarse, a elección de la persona con discapacidad, con un sistema alternativo de mensajería escrita instantánea por aplicación de dispositivo móvil de uso generalizado o bien con un sistema de video interpretación en lengua de signos.

Artículo 11. Implantación de un sistema de gestión unitaria o centralizada del servicio de atención a la clientela.

1. Las empresas deberán implantar un sistema de gestión unitaria o centralizada del servicio de atención a la clientela, mediante la asignación de una clave identificativa a cualquier consulta, queja, reclamación o incidencia comunicada por las personas consumidoras o usuarias.



2. Los servicios de atención comunicarán a la clientela, al inicio de la comunicación de cada consulta, 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, sin necesidad de ser solicitado por la clientela, y por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero, que permita la constancia del contenido, la fecha y la hora de su recepción por el destinatario, en el momento inicial de su presentación, un justificante de la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada.

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. En caso de que la reclamación se presente a través de una llamada telefónica, 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.

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.

2. En ningún caso se podrá cerrar la tramitación de una consulta, queja, reclamación o incidencia por caducidad o prescripción no imputables a la clientela. En aquellos casos en los que alegue caducidad por causas imputables a la clientela, la empresa asumirá la carga de la prueba.

3. 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, 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.

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

1. El horario del servicio atención a la clientela se ajustará al horario comercial de la empresa.

2. En todo caso, para los servicios básicos de interés general previstos en el artículo 2.1 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.

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

Como regla general, 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. No obstante, cuando esto no sea posible, se preverán medios complementarios para garantizar el acceso a los mismos, en igualdad de condiciones, a personas con discapacidad o a personas de edad avanzada.

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 permita a la clientela tener la clara percepción de que este servicio tiene como finalidad facilitar información o resolver consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.

2. En ningún caso se aprovechará la formulación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias por la clientela para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales de la empresa reclamada, salvo que estén directa y claramente 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. Los establecimientos 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.

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



1. Las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias serán resueltas en el plazo más breve posible en función de la naturaleza del problema y, en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde su presentación, salvo que la normativa sectorial establezca un plazo distinto.

2. 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 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.

3. En el caso de que se utilice la atención telefónica, el tiempo máximo que transcurra desde la recepción de la llamada en el servicio de atención a la clientela hasta que este se comunique de forma directa con el operador o agente comercial responsable de la atención personalizada será fijado reglamentariamente.

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 y la profesionalidad del personal que presta el servicio y de los responsables del mismo.

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, interacción y diálogo con las personas consumidoras.

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

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 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 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 de esta ley, 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.

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 por razón de la materia, 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 menos al final del primer trimestre de cada año, 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 de esta ley.

Artículo 22. Auditoría relativa a la calidad del servicio de atención a la clientela.



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 o reportadas a lo largo del año natural correspondiente 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 de esta ley.

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.

2. La auditoría anual indicada en el apartado 1 de este artículo deberá ser realizada por una empresa auditora debidamente acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación.

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, 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 igualdad de trato y no discriminación y el incumplimiento de las exigencias de accesibilidad de las personas con discapacidad se sancionarán conforme a lo dispuesto en el texto refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre.

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

Disposición transitoria única. Régimen transitorio.

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 seis meses desde su entrada en vigor.

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, el apartado 1 y el párrafo primero del apartado segundo del artículo 4, y 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 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.

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, se modifica en los siguientes términos:

Uno. Se modifica el apartado 3 del artículo 21, que queda redactado como sigue:

«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. A tales efectos, el empresario deberá facilitar, cuando proceda, la dirección postal, número de teléfono, número de fax, dirección de correo electrónico o página web. 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 un mes desde la presentación de la reclamación.»

Dos. Se modifica el apartado 2 del artículo 150, que queda redactado como sigue:

«2. La regulación establecida en este libro no será de aplicación a:

a) Los viajes combinados y los servicios de viaje vinculados de duración inferior a veinticuatro horas, a menos que se incluya el alojamiento.

b) Los viajes combinados que se ofrezcan, y los servicios de viaje vinculados que se faciliten, de manera ocasional, sin reiteración en un mismo año y sin ánimo de lucro, siempre que vayan dirigidos única y exclusivamente a los miembros de la entidad que lo organiza y no al público en general y no se utilicen medios publicitarios para su promoción, ni sean de general conocimiento.

c) Los viajes combinados y los servicios de viaje vinculados contratados sobre la base de un convenio general para la organización de viajes de negocios entre un empresario y otra persona física o jurídica que actúe con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión.

En estos supuestos, la no sujeción al régimen legal general previsto en este libro para los viajes combinados ha de ser informada expresamente en la documentación del viaje facilitada a los viajeros.»

Tres. Se modifica la letra k) del apartado 1 del artículo 151, que queda redactada como sigue:

«k) “Falta de conformidad”: la no ejecución o la ejecución incorrecta de los servicios de viaje incluidos en un contrato de viaje combinado.»

Cuatro. Se modifica el apartado 1 del artículo 161, que queda redactado como sigue:



«1. Los organizadores y los minoristas de viajes combinados responderán frente al viajero del correcto cumplimiento de los servicios de viaje incluidos en el contrato en función de las obligaciones que les correspondan por su ámbito de gestión del viaje combinado, con independencia de que estos servicios los deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores.

No obstante lo anterior, el viajero podrá dirigir las reclamaciones por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso de los servicios que integran el viaje combinado indistintamente contra organizadores o minoristas, que quedarán obligados a informar sobre el régimen de responsabilidad existente, tramitar la reclamación de forma directa o mediante remisión a quien corresponda en función del ámbito de gestión, así como a informar de la evolución de la misma al viajero aunque esté fuera de su ámbito de gestión.

La falta de gestión de la reclamación por parte del minorista supondrá que deberá responder de forma solidaria con el organizador frente al viajero del correcto cumplimiento de las obligaciones del viaje combinado que correspondan al organizador por su ámbito de gestión. De igual modo, la falta de gestión de la reclamación por parte del organizador supondrá que deberá responder de forma solidaria con el minorista frente al viajero del correcto cumplimiento de las obligaciones del viaje combinado que correspondan al minorista por su ámbito de gestión.

En estos supuestos, le corresponderá al minorista u organizador, en su caso, la carga de la prueba de que ha actuado diligentemente en la gestión de la reclamación y, en cualquier caso, que ha iniciado la gestión de la misma con carácter inmediato tras su recepción.

Quien responda ante el viajero tendrá el derecho de repetición frente al empresario o al minorista al que le sea imputable el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato en función de su respectivo ámbito de gestión del viaje combinado.

Cuando un organizador o un minorista abone una compensación, en función de su ámbito de gestión, conceda una reducción del precio o cumpla las demás obligaciones que impone esta ley, podrá solicitar el resarcimiento a terceros que hayan contribuido a que se produjera el hecho que dio lugar a la compensación, a la reducción del precio o al cumplimiento de otras obligaciones.»

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

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



Uno. La sección 1ª del título V queda redactada del siguiente modo:

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

1. Las entidades de crédito, las entidades aseguradoras y las empresas de servicios de inversión estarán obligadas a atender y resolver las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones que los usuarios de servicios financieros puedan presentar, relacionados con sus intereses y derechos legalmente reconocidos.

A estos efectos, las entidades deberán contar con un departamento o servicio de atención a la clientela encargado de atender y resolver las quejas, reclamaciones, incidencias o consultas. 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, 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.

Dicho servicio de atención a la clientela, que será gratuito, eficaz, accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable, se prestará de forma continuada las 24 horas del día todos los días del año.

En todo caso, se prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela.

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 consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.

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.

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, 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 incidencias, consultas, 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 a los que se refiere el artículo 69 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, el plazo será de quince días hábiles.

c) Los medios de interlocución disponibles con el departamento de atención a la clientela, así como los mecanismos habilitados para asegurar el registro y constancia de la reclamación, queja, incidencia o consulta presentada, y del contenido de la misma.

d) Mecanismos para facilitar el seguimiento de la tramitación de las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones presentadas por el interesado.

e) Medios elegidos para comunicar la resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que deberá incluir, como mínimo, aquel por el que se inició la relación contractual.

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.

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

1. El presente procedimiento será exigible en la tramitación de las incidencias, consultas, 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. En lo relativo a consultas e incidencias, cuando el cliente muestre su conformidad expresa, estas podrán ser resueltas por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio o celebrado el contrato que las hubiera generado. Al mismo tiempo, se pondrá en conocimiento del servicio de atención a la clientela el registro de la consulta o incidencia, por parte de la oficina o departamento en cuestión.



Igualmente, se notificará al interesado la resolución de la consulta o incidencia, y este podrá, en caso de no estar conforme con la decisión, continuar el procedimiento ante el servicio de atención a la clientela.

El plazo máximo para resolver la incidencia o consulta, inclusive en aquellos casos en que el cliente no este conforme con la resolución y acuda al servicio de atención a la clientela, será de un mes desde la presentación de la incidencia o consulta.

3. Los clientes que presenten incidencias, consultas, 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.

4. En todo caso, las entidades de crédito, las entidades aseguradoras y las empresas de servicios de inversión dispondrán de un plazo de un mes, o, en su caso, quince días hábiles, a contar desde la presentación ante ellas de la incidencia, consulta, queja o reclamación, para dictar un pronunciamiento.

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

1. La presentación de las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones podrá efectuarse, personalmente o mediante representación, en soporte papel o por medios electrónicos y, en todo caso, cuando el interesado lo solicite, a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual.

2. 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 incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación.



d) Que la persona reclamante no tiene conocimiento de que la materia objeto de la incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación.

3. Las incidencias, consultas, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación por la entidad, en el caso de que no hubiese sido resuelta a favor del cliente por la propia oficina o servicio objeto de la incidencia, consulta, queja o reclamación, 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 incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación.

Lo establecido en el párrafo anterior se entenderá sin perjuicio de que el cómputo del plazo máximo de terminación comenzará a contar desde la presentación de la incidencia, consulta, queja o reclamación en el departamento o servicio de atención a la clientela o, en su caso, defensor de la clientela.

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 consulta, queja, reclamación o incidencia o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las legalmente posibles.



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

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

La incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación sin más trámite.

El plazo empleado por la persona reclamante para subsanar los errores a que se refiere el párrafo anterior no se incluirá en el cómputo del plazo de un mes, o, en su caso, quince días hábiles, previsto en el artículo 29 bis anterior.

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

a) Cuando se omitan datos esenciales para la tramitación no subsanables.

b) Cuando se pretendan tramitar como incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación no se refieran a operaciones concretas.

d) Cuando se formulen incidencias, consultas, 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 incidencias, consultas, 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 6 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 incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, 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.

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 incidencia, consulta, 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 incidencia, consulta, queja o reclamación sin más trámite.

2. Los interesados podrán desistir de sus incidencias, consultas, 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, a partir de la fecha en que la incidencia, consulta, queja o reclamación fuera presentada por el cliente ante la entidad.
2. La decisión estará siempre debidamente motivada y contendrá unas conclusiones claras sobre la solicitud planteada en cada incidencia, consulta, queja o reclamación, 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.

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 consulta, queja, reclamación o incidencia.
4. La notificación se realizará en la misma lengua en la que se haya celebrado el contrato o se haya dirigido personalmente la oferta comercial al consumidor y usuario y, a solicitud de este, al menos en castellano.

Artículo 30. Presentación de reclamaciones 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 CNMV y la DGSFP, 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 incidencias, consultas, 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 incidencias, consultas, 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 Asuntos Económicos y Transformación Digital 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.

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 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 Asuntos Económicos y Transformación Digital 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.

Disposición final tercera. Modificación de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

La Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones, se modifica en los siguientes términos:

El apartado 2 del artículo 47 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 resolver 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 55 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 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 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 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 cuarta. Título competencial.

Esta Ley se dicta al amparo del artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 11ª y 13ª 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 para 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 quinta. Habilitación para el desarrollo reglamentario.

Se autoriza al Gobierno a dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley.

Disposición final sexta. Entrada en vigor.

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



Madrid, de noviembre de 2021

EL MINISTRO DE CONSUMO

Alberto Carlos Garzón Espinosa

LA MINISTRA DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Nadia María Calviño Santamaría



MINISTERIO
DE CONSUMO

SECRETARÍA GENERAL
DE CONSUMO Y JUEGO

DIRECCION GENERAL DE CONSUMO

**MEMORIA DEL ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO DEL ANTEPROYECTO DE LEY POR LA
QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y
USUARIAS QUE ACTÚAN EN CALIDAD DE CLIENTELA**



ÍNDICE

I RESUMEN EJECUTIVO.....	3
II. OPORTUNIDAD DEL PROYECTO NORMATIVO.....	9
1. Motivación.....	9
2. Objetivos.....	11
3. Alternativas.....	12
4. Adecuación a los principios de buena regulación.....	13
5. Plan Anual Normativo.....	14
III. CONTENIDO, ANÁLISIS JURÍDICO Y DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN.....	15
1. Contenido del proyecto.....	15
2. Análisis jurídico.....	18
3. Descripción de la tramitación.....	19
IV. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	20
1. Adecuación de la norma al orden de distribución de competencias.....	20
2. Impacto económico y presupuestario.....	20
3. Impacto de género.....	21
4. Otros impactos (impacto en los consumidores)	21



I. RESUMEN EJECUTIVO

Ministerio/Órgano proponente	Ministerio de Consumo Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital	Fecha	11 de noviembre de 2021
Título de la norma	ANTEPROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS QUE ACTÚAN EN CALIDAD DE CLIENTELA		
Tipo de Memoria	<input checked="" type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Abreviada		
OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA			
Situación que se regula	<p>Con este Anteproyecto de 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.</p> <p>Asimismo, y con motivo de la crisis sanitaria derivada del Covid-19 se hace necesario modificar el régimen de garantías de los viajes combinados, dentro de los márgenes permitidos por la Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, por la que se modifican el Reglamento (CE) n° 2006/2004 y la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo y por la que se deroga la Directiva 90/314/CEE del Consejo.</p>		
Objetivos que se persiguen	<p>Este Anteproyecto de Ley tiene por objeto la regulación de los servicios de atención a la clientela que tengan por finalidad facilitar información, atender incidencias y resolver las quejas y reclamaciones de su clientela, así como los requisitos y procedimientos que deben cumplir las empresas.</p> <p>Con este Anteproyecto de Ley se pretende facilitar la protección de los derechos de la clientela en relación con la ejecución de los contratos de consumo, reduciendo con ello la litigación al respecto.</p>		



	<p>Asimismo, se pretende proteger los derechos de los viajeros en contratos de viajes combinados evitando duplicidad de cargas para los prestadores de los servicios.</p>
Principales alternativas consideradas	<p>La alternativa que se había planteado fue la posible modificación del artículo 21 del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, aprobada por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. Dicho artículo regula, con carácter general, el régimen de comprobación y los servicios de atención al cliente. Sin embargo, teniendo en cuenta que este anteproyecto se dirige específicamente a la regulación de los servicios económicos de interés general que se concretan en la norma, y en aras de una mayor claridad y eficacia en los resultados que se quieren obtener, se ha optado por una regulación específica con rango de ley que establezca los principios generales a los que estarán sujetos los servicios de atención al cliente de estas empresas, a la hora de informar y resolver las reclamaciones, quejas e incidencias. Asimismo, en virtud de la potestad legislativa propia de las Comunidades Autónomas, estas podrán desarrollar dichos principios de carácter básico siempre sin afectar a la unidad de mercado.</p>
CONTENIDO Y ANÁLISIS JURÍDICO	
Tipo de norma	Ley ordinaria.
Estructura de la norma	El Anteproyecto de Ley se estructura en una exposición de motivos, cuatro capítulos que agrupan un total de 23 artículos, una disposición transitoria única, una disposición derogatoria única y seis disposiciones finales.
Consulta pública (artículo 26.2 Ley 50/1997)	<p>De conformidad con lo previsto en el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se convocó, con carácter previo a la elaboración del Anteproyecto de Ley de referencia, la preceptiva consulta pública al objeto de recabar la opinión de los sujetos y las organizaciones más representativas potencialmente afectados por la futura norma.</p> <p>La consulta pública previa relativa al Anteproyecto de Ley por el que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarios que actúan en calidad de clientela estuvo abierta desde el 1</p>



	<p>de julio hasta el 18 de julio ambas fechas inclusive, recibándose al respecto, un total de 26 aportaciones.</p>
Informes a recabar (artículo 26.5 Ley 50/1997)	<p>El Anteproyecto de Ley será sometido, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 26.5, párrafo 4º de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, a los informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios coproponentes: del Ministerio de Consumo y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.</p> <p>Asimismo, en virtud del art. 26.5, párrafo 1º de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, se recabarán los informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios de Industria, Comercio y Turismo, de Hacienda y Función Pública, de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, de Sanidad, de Igualdad, de Derechos Sociales y Agenda 2030, y Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.</p> <p>Y se someterá a informe por parte del Ministerio de Política Territorial, en cumplimiento de lo previsto en el artículo 26.5, párrafo 6º de la citada Ley 50/1997, de 27 de noviembre, así como al trámite de aprobación previa por parte de la Ministra de Hacienda y Función Pública, en cumplimiento del párrafo 5º de dicho artículo 26.5 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.</p> <p>También se someterá a informe a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, al amparo del mismo precepto de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.</p> <p>Asimismo, se someterá a informe de la Comisión Sectorial de Consumo, en atención a su vinculación con competencias sectoriales de las Comunidades Autónomas.</p> <p>Y se requerirá informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa, de conformidad con la previsión del artículo 26.9 de la citada Ley.</p> <p>En último lugar, se someterá el texto a dictamen del Consejo de Estado, en atención a lo previsto en el artículo 21.3 de la Ley Orgánica 3/1980, de 22 de abril, del Consejo de Estado.</p>
Audiencia pública sobre el texto articulado (artículo 26.6 Ley 50/1997)	<p>El texto será sometido al trámite de Audiencia pública durante el cuarto trimestre de 2021.</p>



ANÁLISIS DE IMPACTOS

Adecuación al orden de competencias

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



Impacto económico y presupuestario	Efectos sobre la economía en general.	<p>Las medidas recogidas en la norma llevarán aparejado un impacto económico para aquellas empresas incluidas en el ámbito de aplicación del artículo 2 de la norma, ya que la exigencia de disponer de un servicio de atención a la clientela gratuito, eficaz, accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable, lleva aparejado un coste para las mismas.</p> <p>La implantación de un sistema de evaluación (y documentación) de la evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela conseguido, llevará aparejado un impacto para las empresas recogidas en el ámbito de aplicación del Anteproyecto de Ley.</p> <p>Asimismo, la contratación de la realización de una auditoria anual para comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas o reportadas a lo largo del año, también generará un impacto económico.</p> <p>Por lo expuesto, la norma tiene un impacto económico que generará cargas administrativas para las empresas. No obstante, la obligación de disponer de un servicio de atención al cliente ya se encuentra actualmente vigente en la normativa de consumo, por lo que las nuevas cargas son proporcionadas.</p> <p>Asimismo, tendrá efectos económicos positivos para las pequeñas y medianas empresas que operan en el sector de los viajes combinados, al evitar la duplicidad de cargas actualmente presente.</p>
---	---------------------------------------	--



	En relación con la competencia	<input type="checkbox"/> La norma no tiene efectos significativos sobre la competencia. <input checked="" type="checkbox"/> La norma tiene efectos positivos sobre la competencia. <input type="checkbox"/> La norma tiene efectos negativos sobre la competencia.
	Desde el punto de vista de las cargas administrativas	<input type="checkbox"/> Supone una reducción de cargas administrativas. <input checked="" type="checkbox"/> Incorpora nuevas cargas administrativas. <input type="checkbox"/> No afecta a las cargas administrativas.
	Desde el punto de vista de los presupuestos, la norma	<input type="checkbox"/> Implica un gasto. <input type="checkbox"/> Implica un ingreso.
	<input checked="" type="checkbox"/> No afecta a los presupuestos	
	<input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de la Administración del Estado.	
	<input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de otras Administraciones Territoriales.	



Impacto de género	La norma tiene un impacto de género	La norma tiene un impacto de género nulo.
Otros impactos (Impacto sobre las personas consumidoras y usuarias).	<p>Esta norma tendrá efectos positivos sobre las personas consumidoras en sus relaciones concretas de consumo, aumentando la protección de sus derechos básicos, garantizando el nivel mínimo de calidad de los servicios de atención al cliente de las empresas prestadoras de servicios incluidas en su ámbito de aplicación y la ejecución concreta de los contratos.</p> <p>Asimismo, la norma supondrá a medio plazo un ahorro importante para las personas consumidoras en términos de su tiempo (compromiso escrito de tiempos de respuesta y resolución) y de los costes económicos derivados de las reclamaciones, quejas e incidencias, en llamadas de teléfono (el servicio de atención telefónica y el número de teléfono serán gratuitos).</p>	
Otras consideraciones	<p>En Anteproyecto de Ley tiene un impacto positivo en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, al preverse específicamente la accesibilidad de estos servicios.</p>	



II. OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA

1. Motivación

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, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, 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 estas la constancia de sus consultas, quejas, reclamaciones o incidencias 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.



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 no parece haber logrado el resultado perseguido, 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.

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 a 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 en ocasiones escasamente formado, 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, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.



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 al mismo 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, en muchas ocasiones 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, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, 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 sigan 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 este Anteproyecto de 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.

Del mismo modo, y con el fin de actualizar y elevar los estándares de calidad del servicio de atención a la clientela en el ámbito financiero, se recoge una modificación de la normativa sectorial en materia de atención a la clientela, mejorando los estándares y requisitos materiales de la misma.

Asimismo, la actual crisis sanitaria motivada por el SARS-CoV-2 (COVID-19) ha puesto de manifiesto que, en relación con el régimen de garantías de viajes combinados, las pequeñas y medianas empresas que operan en el sector podrían estar asumiendo una serie de cargas duplicadas que no redundarían en una protección reforzada de los derechos de los viajeros. Por ello, se modifica este régimen con el objetivo de garantizar plenamente los derechos de los viajeros sin que ello suponga una carga excesiva para las pequeñas y medianas empresas del sector.²

Objetivos

El objetivo fundamental del Anteproyecto de Ley es establecer los parámetros mínimos obligatorios de calidad de los servicios de atención a los consumidores y usuarios cuando actúan como clientela de las empresas integradas en su ámbito de aplicación. Además, a través del cumplimiento de este objetivo de carácter general, se persigue cubrir una serie de objetivos “sustanciales” que se orientan fundamentalmente a:

- a) Garantizar adecuadamente los derechos básicos de los consumidores y usuarios recogidos en los artículos 8 y 21 del Texto Refundido de la Ley de General de Consumidores y Usuarios, aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y en especial la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales



y la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

b) Establecer y garantizar unos parámetros mínimos de calidad que obligatoriamente deberán cumplir los servicios de atención a la clientela de las empresas, como son:

- Garantizar a las personas consumidoras un servicio eficaz, accesible, inclusivo, no discriminatorio, evaluable y gratuito de atención a la clientela, que tenga por objeto facilitar información, atender y resolver las quejas, reclamaciones y cualquier incidencia que se planteen, en unos plazos máximos establecidos.
- Garantizar una atención personal directa a través de los distintos medios de interlocución disponibles, cuando la clientela así lo requiera.
- La presentación de quejas, reclamaciones, incidencias o consultas a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual.
- Reclamar con eficacia en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia.
- Tener constancia de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias representadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o a través de medios electrónicos.
- Cuando resulte legalmente procedente, obtener la devolución equitativa del precio de mercado 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.

3. Alternativas

La alternativa que se había planteado fue la posible modificación del artículo 21 del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, aprobada por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. Dicho artículo regula con carácter general el régimen de comprobación y los servicios de atención al cliente. Sin embargo, teniendo en cuenta que este anteproyecto se dirige específicamente a la regulación de los servicios económicos de interés general que se concretan en la norma, y en aras de una mayor claridad y eficacia en los resultados que se quieren obtener, se ha optado por una regulación con rango de ley que



establezca los principios generales a los que estarán sujetos los servicios de atención al cliente de estas empresas, a la hora de informar y resolver las reclamaciones, quejas e incidencias. Asimismo, en virtud de la potestad legislativa propia de las comunidades autónomas, estas podrán desarrollar dichos principios de carácter básico.

Asimismo, dentro de las posibilidades se había valorado igualmente como alternativa la posibilidad de crear un sello de calidad para aquellas empresas que cumplieren determinados niveles al respecto. No obstante, se ha considerado que su carácter voluntario no solucionaría las carencias existentes en el servicio de atención al cliente y no evitaría la insatisfacción de los consumidores y usuarios frente a las reclamaciones no atendidas, en especial en determinados sectores más sensibles y que concentran la mayoría de las mismas.

4. Adecuación a los principios generales de buena regulación

Los criterios seguidos en la elaboración de la norma se han basado en los principios de buena regulación, a fin de lograr una mayor simplificación; así como en los principios de proporcionalidad, al contener la regulación imprescindible y de seguridad jurídica, puesto que se realiza con el fin de mantener un marco normativo estable, predecible, integrado y claro.

El artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, establece que, en el ejercicio de la iniciativa legislativa y la potestad reglamentaria, las Administraciones Públicas actuarán de acuerdo con los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

La adecuación de la presente norma a los principios de necesidad y eficacia deriva de la defensa del interés general, manifestado en un sistema de atención a la clientela gratuito, eficaz, accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable, desarrollando lo dispuesto en 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



Es proporcional, en cuanto contiene el régimen mínimo imprescindible para la aplicación de la medida y atiende al principio ya referido de seguridad jurídica, incardinándose con coherencia en el ordenamiento jurídico.

De la misma manera en aplicación del principio de transparencia se han definido claramente el alcance y objetivo, además en su elaboración se han seguido todos los procesos de participación y audiencia que establece la normativa vigente y de acuerdo con el principio de eficiencia, se contribuye a la gestión racional de estos recursos públicos existentes.

5. Plan Anual Normativo

Este anteproyecto se encuentra recogido en el Plan Anual Normativo 2021.

III. CONTENIDO, ANÁLISIS JURÍDICO Y DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN

1. Contenido

Este Anteproyecto de Ley se estructura en cuatro capítulos que agrupan un total de 23 artículos, una disposición transitoria única, una disposición derogatoria única y seis disposiciones finales.

El capítulo I del Anteproyecto de Ley está dedicado a las disposiciones generales. El artículo 1 determina como objeto del Anteproyecto 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 del Anteproyecto por razón de la actividad: venta de bienes y según el tipo de servicios que presten. Además, se aclara que la futura ley solo se aplicará a los servicios de interés general prestados por las Administraciones Públicas cuando medie el pago de un precio público.

El criterio definitorio de las empresas que se excluyen del ámbito de aplicación de este Anteproyecto de 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 de negocios 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, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. No obstante, en aras a la proporcionalidad, este criterio se ha modulado de tal forma que la futura 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 este Anteproyecto de 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. Asimismo, 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, de cara a garantizar los más altos niveles de protección a la persona consumidora, siendo el presente texto de carácter supletorio.

El apartado quinto del artículo 2, a su vez, establece la aplicación preferente de la normativa sectorial en la materia, siendo el presente anteproyecto de ley de carácter supletorio en dichos ámbitos. No obstante se excluyen de la aplicación al sector financiero la letra d) del apartado 2 y el apartado 6 del artículo 4, y el artículo 17.2. El primero de ellos, debido a que en el sector financiero es más propio, que sea la entidad quien realice esta función de reembolso y no el propio SAC. Respecto al artículo 4.6 impediría interrumpir la prestación de un servicio cuando se produce un impago si a la vez ha tenido lugar una reclamación, haciéndolo de igual modo el artículo 17.2 con el impedimento de acciones de gestión de cobro por la presentación de reclamaciones ante organismos de resolución extrajudicial de litigios. En el sector financiero, especialmente cuando ha tenido lugar un impago, tales limitaciones impactan sobre la gestión adecuada de la solvencia de la entidad. Asimismo, estas limitaciones contravienen el artículo



1.256 del Código Civil ya que el cumplimiento del contrato se deja al arbitrio de uno de los contratantes.

El Anteproyecto de Ley establece las definiciones y los principios generales que han de regir los servicios de atención a la clientela (en los artículos 3 y 4), 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 realizó el contrato o la oferta comercial dirigida personalmente al consumidor y usuario y, al menos, en castellano a solicitud del consumidor.

El artículo 5 recoge la información sobre el servicio de atención a la clientela, que la empresa facilitará de forma clara y comprensible.

En el capítulo II del Anteproyecto de Ley se aborda la regulación de los niveles mínimos de calidad exigible a los servicios de atención a la clientela de las empresas (artículo 6), los medios de comunicación a disposición del cliente (artículo 7), la atención personalizada a solicitud de la persona consumidora o usuaria (artículo 8), el aseguramiento por parte de las empresas de que sus servicios de atención a la clientela estén dotados de los medios humanos, materiales, técnicos y organizativos adecuados para el cumplimiento de sus funciones (artículo 9), el régimen de atención telefónica (artículo 10) en el cual, las empresas que pongan a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica deberán asegurar que no suponga para la persona consumidora y usuario un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar, la implantación de un sistema de gestión unitaria o centralizada del servicio de atención a la clientela (artículo 11) con la asignación de una clave identificativa de la consulta, queja, reclamación o incidencia formulada, el artículo 12 recoge la entrega en papel o soporte duradero de un justificante de la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada.



Los artículos 13, 14 y 15 regulan el cierre de consultas, la disponibilidad del servicio de atención a la clientela y la accesibilidad a los servicios de atención a la clientela.

El artículo 16 regula la prestación diferenciada de la actividad de atención a la clientela, que deberá estar claramente diferenciado de las otras actividades de la empresa.

El plazo máximo de resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias será el más breve posible en función de la naturaleza del problema, y en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde su presentación (artículo 17), las empresas deberán implantar un sistema que permita definir el grado de satisfacción de sus clientes respecto al trato recibido (artículo 18).

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de este Anteproyecto de Ley deberán establecer marcos estables de colaboración, interacción y diálogo con las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas (artículo 19), además se regula el tratamiento de datos personales (artículo 20), que en todo caso deberá respetar lo previsto en el Reglamento 2016/679 del Parlamento y del Consejo y en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

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 (artículo 21) 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. Además, las empresas deberán contratar la realización de una auditoría anual para comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas o reportadas a lo largo del año natural (artículo 22).

El capítulo IV del Anteproyecto de Ley está dedicado al régimen de infracciones y sanciones (artículo 23), y se prevé al respecto que el incumplimiento de las obligaciones impuestas en el Anteproyecto de 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, aprobado por Real Decreto



Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, así como en la legislación autonómica que resulte de aplicación.

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 tres disposiciones finales tendentes a modificar 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 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

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.

Se garantiza, con ello, además, que se siga ejerciendo la supervisión sobre las entidades del sector financiero por parte de los supervisores sectoriales, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Banco de España y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

En relación con los viajes combinados, se llevan a cabo unas pequeñas modificaciones, dentro de la flexibilidad permitida por la Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, para actualizar la normativa teniendo en cuenta la evolución del sector como consecuencia, principalmente, de la crisis sanitaria generada por el Covid-19.

Se modifica el apartado segundo del artículo 150 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias para concretar qué tipo de viajes quedan al margen de la regulación dada por la normativa a los viajes combinados. En estos supuestos, el cliente deberá ser informado expresamente de que el viaje contratado no se encuentra cubierto por la normativa sobre viajes combinados.



Asimismo, se modifica la letra k) del punto primero del artículo 151 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias para especificar que la falta de conformidad será únicamente respecto del contrato suscrito en relación con el viaje combinado. Si bien este aspecto ya se encontraba recogido en el espíritu de la norma, cabía la interpretación de falta de conformidad por aspectos subjetivos del viaje, no objetivos como pretende la Directiva en cuestión.

Por último, se modifica el régimen de garantías del artículo 161 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Se pasa de un régimen de garantías solidario por parte de organizadores y minoristas del viaje combinado a un régimen por el cual cada parte será responsable exclusivamente por su ámbito de gestión del viaje. No obstante, y de cara a no disuadir al viajero del ejercicio de sus derechos, tanto los organizadores como los minoristas podrán ser punto focal único al que el viajero dirija sus reclamaciones por el total de los servicios contratados. En estos casos, tanto organizadores como minoristas están obligados a gestionar las reclamaciones presentados, aun en el supuesto de que versen sobre servicios fuera de su ámbito de gestión. En caso de que no tramiten estas reclamaciones, se volvería al anterior régimen de responsabilidad solidaria.

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

2. Análisis jurídico

a) Fundamentación jurídica y rango normativo:

Esta norma se dicta al amparo de lo dispuesto en:

- El artículo 149.1.1^a que atribuye al Estado la competencia exclusiva para garantizar la igualdad de todos los españoles,
- El artículo 149.1.6^a, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre legislación mercantil,



-El artículo 149.1.8ª que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de bases para las obligaciones contractuales,

- El artículo 149.1.11ª, que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros y,

-El artículo 149.1.13ª que atribuye al Estado la competencia exclusiva para asegurar las bases y coordinación de la actividad general económica.

El rango normativo se considera adecuado ya que establece de forma efectiva una serie de obligaciones para las empresas en materia de servicios de atención a la clientela.

Al mismo tiempo, con la modificación de la normativa sectorial en el ámbito financiero, se refuerza la seguridad jurídica, al reforzar la claridad y coherencia de la normativa aplicable

b) Relación con otras normas de derecho nacional

El proyecto normativo guarda relación con el artículo 21 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, al que complementa. Asimismo, en aras de la seguridad jurídica, en virtud de esta norma se modifica la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, de cara a garantizar un nivel de protección homogéneo independientemente del sector afectado.

c) Derogación de otras normas

Esta norma incluye una disposición derogatoria general por la que quedan derogadas disposiciones de igual o inferior rango se opongan, contradigan o resulten incompatibles con lo dispuesto en el Anteproyecto de ley, incluida de forma específica la derogación de determinados artículos 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.

d) Entrada en vigor

La norma entrará en al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», sin perjuicio de que se conceda un régimen transitorio de seis meses a las empresas recogidas en



el ámbito de aplicación de la ley, para adaptar sus servicios de atención al cliente a las disposiciones de la misma.

3. Descripción de la tramitación

El Anteproyecto de Ley ha sido elaborado por la Dirección General de Consumo, dependiente de la Secretaría General de Consumo y Juego, del Ministerio de Consumo.

De conformidad con lo establecido en los artículos 133 de la Ley 39/2015 y 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se convocó, con carácter previo a la elaboración del Anteproyecto de Ley de referencia, consulta pública para recabar la opinión de los sujetos y las organizaciones más representativas potencialmente afectados por la futura norma.

La consulta pública previa estuvo abierta desde el 1 de julio hasta el 18 de julio y se recibieron un total de 26 aportaciones.

Asimismo, el Anteproyecto de Ley será sometido al pertinente trámite de audiencia e información pública en virtud del artículo 26 de la citada Ley 50/1997.

En su tramitación se recabarán, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 26.5, párrafo 4º de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, los informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios coproponentes: del Ministerio de Consumo y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Asimismo, en virtud del art. 26.5, párrafo 1º de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, se recabarán los informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios de Industria, Comercio y Turismo, de Hacienda y Función Pública, de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, de Sanidad, de Igualdad, de Derechos Sociales y Agenda 2030, y Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Y se someterá a informe por parte del Ministerio de Política Territorial, en cumplimiento de lo previsto en el artículo 26.5, párrafo 6º de la citada Ley 50/1997, de 27 de noviembre, así como al trámite de aprobación previa por parte de la Ministra de Hacienda y Función Pública, en cumplimiento del párrafo 5º de dicho artículo 26.5 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.



Asimismo, se requerirá informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa, de conformidad con la previsión del artículo 26.9 de la citada Ley.

También se someterá a informe a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, al amparo del mismo precepto de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.

Asimismo, se someterá a informe de la Comisión Sectorial de Consumo, en atención a su vinculación con competencias sectoriales de las Comunidades Autónomas.

También se requerirá informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa, de conformidad con la previsión del artículo 26.9 de la citada Ley.

En último lugar, se someterá el texto a dictamen del Consejo de Estado, en atención a lo previsto en el artículo 21.3 de la Ley Orgánica 3/1980, de 22 de abril, del Consejo de Estado.

IV. ANÁLISIS DE IMPACTOS

1. Adecuación de la norma al orden de distribución de competencias

El Anteproyecto de Ley se adecua al orden de distribución de competencias, al dictarse al amparo de lo establecido en:

- El artículo 149.1.1^a que atribuye al Estado la competencia exclusiva para garantizar la igualdad de todos los españoles,
- El artículo 149.1.6^a, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre legislación mercantil,
- El artículo 149.1.8^a que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de bases para las obligaciones contractuales,
- El artículo 149.1.11^a, que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros y,
- El artículo 149.1.13^a que atribuye al Estado la competencia exclusiva para asegurar las bases y coordinación de la actividad general económica

2. Impacto Económico y Presupuestario:



Desde el punto de vista de los efectos económicos sobre las empresas afectadas, implica la adaptación de estos servicios a los estándares de calidad que establece la norma, puesto que, en conjunto, disponen ya de servicios de atención a la clientela.

El texto refundado de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias establece, en su artículo 21 que las empresas prestadoras de servicios de carácter básico de interés general deberán disponer de un teléfono de atención al consumidor gratuito. Por otra parte, las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor y usuario deberán asegurar que este tenga constancia de sus quejas y reclamaciones. Del mismo modo, deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance. Por todo ello, no existirán en principio costes económicos significativos derivados del propio establecimiento de servicios de atención al cliente salvo para aquellos casos minoritarios en los que no existiera dicho servicio, ni tampoco costes adicionales asociados al establecimiento de sistemas de registro de quejas y reclamaciones para aquellas empresas que ya tuvieran un servicio de atención al cliente implantado, la práctica totalidad de empresas contempladas por la norma.

Según lo establecido en el Anteproyecto de Ley, el servicio de atención a la clientela deberá ser identificado respecto a las otras actividades de la empresa y podrá comprender, al menos, los siguientes costes para las empresas afectadas:

- La información previa al contrato sobre el funcionamiento del propio servicio, que deberá entregarse de forma gratuita y por escrito o en soporte duradero, debiendo darse publicidad de esta información en la página web de la empresa;
- La obligación de garantizar que las oficinas y servicios de información y atención a la clientela sean diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de igualdad de trato, no discriminación y accesibilidad universal;
- La obligación de, independientemente el canal de interlocución utilizado, garantizar, a solicitud de la clientela, una atención personalizada y directa;



- La obligación de poner a disposición de los usuarios un servicio de atención telefónico, para aquellas que no la tuvieran, con un horario de atención suficientemente amplio según las características del servicio;
- La obligación de establecer un mecanismo, para aquellas que no la tuvieran, que garantice, mediante soporte duradero, la constancia de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, así como de un medio que facilite el seguimiento de la tramitación de las mismas, que ha de ser gratuito y fácilmente accesible;
- El compromiso de los tiempos previsto para la resolución de los distintos tipos de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias posibles, si bien dicho plazo ya se encuentra regulado en la normativa actual;
- La implantación de un sistema interno de evaluación del nivel de calidad del servicio conseguido, debidamente documentado, debiendo tener a disposición de la Administración competente una copia actualizada de la documentación descriptiva en formato electrónico;
- La formación específica previa del personal que preste atención personalizada a la clientela, incluyendo la formación específica necesaria para la atención a las personas consumidoras vulnerables, especialmente a personas con discapacidad o de edad avanzada;
- Una auditoría anual relativa a la calidad del servicio de atención a la clientela, realizado por una entidad externa independiente;

Por tanto, en una primera fase podría esperarse un ligero incremento de costes, bien sea en algún tipo de ampliación de personal que pudieran requerir algunas empresas, o bien en formación y capacitación adicional que pudiera requerir el personal dedicado a la atención a la clientela, para poder cumplir con los nuevos estándares de calidad.

La nueva normativa puede de esta manera, no obstante, contribuir a la creación de empleo, así como a una mayor capacitación especializada del personal, en los departamentos o las



empresas destinados a la atención a la clientela en tanto que servicio especializado, que requiere un personal con formación específica de atención al cliente y resolución de quejas, reclamaciones e incidencias, teniendo en cuenta además que en última instancia se garantiza la atención personalizada. Del mismo modo podrá fomentar el empleo de personal especializado en el ámbito de la auditoría.

A su vez, la implantación de los estándares de calidad supondrá a medio plazo un aumento de la productividad tanto del trabajador como de la empresa y, por tanto, de la competitividad en términos generales al incrementarse los estándares de calidad para una parte sustancial del entorno empresarial, al tiempo que se fortalecen los intereses de las personas consumidoras. El resultado final será de reducción en los costes de transacción en términos de gestiones y tiempos derivados de dichas gestiones dado que los nuevos estándares persiguen un principio de eficacia, proporcionalidad y resolución de conflictos.

Adicionalmente, el anteproyecto incorpora algunas cargas administrativas que deberán soportar las empresas, fundamentalmente las siguientes:

- Documentación del sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio, según los parámetros del capítulo II;
- Remisión anual, dentro del primer trimestre de cada año, a la Administración competente de la copia actualizada de la documentación descriptiva en formato electrónico del sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio junto con el informe de la auditoría;
- Actualización del documento y subsanación de deficiencias;
- Conservación de estos documentos durante un plazo de la menos cinco años;
- Contratación de una entidad independiente para la realización de una auditoría anual.

Sobre la base de lo anterior, a continuación se lleva a cabo una cuantificación aproximada y estimada de las cargas administrativas para cada empresa afectada:

ESTIMACIÓN DE COSTE DIRECTO DE LAS CARGAS ADMINISTRATIVAS	COSTE UNITARIO*	Nº VECES AL AÑO	TOTAL
---	-----------------	-----------------	-------



Presentación de informe, memoria (art. 19.2)	500 euros	1	500 €
Obligación comunicación (art. 19.4)	100 euros	1	100 €
Obligación de conservar documentos (art. 19.2)	20 euros	0,20	4 €
Auditoría externa (art. 20)	1.500 euros	1	1.500 €
TOTAL POR EMPRESA			2.104 €

(*) Importes extraídos de la guía metodológica para la elaboración de la memoria del análisis de impacto normativo del Ministerio de la Presidencia

(**) Debido a la imposibilidad de hacer un cálculo del número total de empresas afectadas en cada sector, se ha optado por la realización de una cuantificación aproximada y estimativa de las cargas administrativas de cada empresa.

Los servicios de atención a la clientela constituyen un elemento clave tanto para la confianza de las personas consumidoras como para la imagen comercial del empresario, tal como se señala en la propuesta legislativa. La norma puede suponer también, por tanto, un ahorro en los costes compensatorios asociados a la mejora de dicha imagen comercial cuando existe un desgaste ante la ineficacia de los servicios de atención a la clientela por no cumplirse los mínimos estándares de calidad.

En relación con los efectos sobre la competencia, cabe destacar que se trata de una regulación pro-competitiva, ya que implicará una mejora de la calidad de la prestación de servicios y de la imagen de la empresa, que afecta a la productividad y puede suponer a largo plazo un mayor crecimiento económico y bienestar social.

Desde una perspectiva estrictamente presupuestaria, este proyecto legislativo no supondrá incremento de gasto ni disminución de ingreso alguno para la Hacienda Pública estatal o de las Comunidades Autónomas. Al contrario, la creación de empleo que pudiera derivarse de la adaptación empresarial a la nueva norma, podría en todo caso generar nuevos ingresos por la vía de cotizaciones e impuestos.



Asimismo, desde el punto de vista de las autoridades públicas correspondientes, esta norma facilitará el control administrativo del cumplimiento por las empresas de las disposiciones contenidas en la misma, ya que las empresas, dentro del primer trimestre de cada año, deberán remitir a la Administración competente los documentos exigibles, y en caso de incumplimiento será objeto de una sanción como infracción en materia de consumo.

3. Impacto de género:

Este Anteproyecto de Ley contiene diversas modificaciones en los servicios de atención a la clientela sin impacto por razón de género.

Por consiguiente, el Anteproyecto de Ley carece de impacto por razón de género, por lo que no cabe establecer medidas específicas desde la perspectiva de género dado su ámbito específico de regulación. Por lo que se puede concluir que a los efectos de lo previsto en el artículo 26.3.f) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, el proyecto tiene un impacto de género nulo, en la medida en que su contenido no incluye ningún tipo de medida que pueda atentar contra la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

4. Otros impactos considerados:

Por lo que a las personas consumidoras se refiere, este Anteproyecto de Ley asegura unos mayores y mejores servicios de atención, así como una mayor protección de sus derechos, prestando especial atención al cumplimiento de los derechos de las personas consumidoras vulnerables.

La futura ley supondrá a medio plazo un ahorro importante de tiempo y dinero, para aquellos casos en los que la atención se prestaba con un coste telefónico adicional, para las personas consumidoras, ya que en la misma se establecen compromisos de tiempos de respuesta y resolución, así como de los gastos en llamadas de teléfono derivados de las reclamaciones, quejas e incidencias, dado que el servicio de atención telefónica y el número de teléfono tendrán carácter gratuito en buena parte de los casos y en otros, como máximo tendrán el coste de una llamada convencional.



Con respecto al efecto económico en los precios de los productos y servicios, el propio Anteproyecto de Ley señala que en ningún caso el servicio de atención a la clientela proporcionará ingresos adicionales a la empresa prestadora del servicio a costa del usuario, prohibiendo la utilización de números de tarificación adicional. De este modo, se prohíbe la repercusión de los costes del servicio de atención al cliente a los usuarios del mismo.

Asimismo, este Anteproyecto de Ley tiene un impacto positivo en cuanto a igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas consumidoras vulnerables, en especial en relación con las personas en situación de discapacidad y personas de edad avanzada, pues el principio de accesibilidad universal regirá la actuación de los servicios de atención a la clientela. Con ello se pretende que, independientemente del canal escogido por la persona consumidora para llevar a cabo la interlocución, se asegure su adecuada comprensión y lleve a cabo la toma de decisiones óptimas para sus intereses.