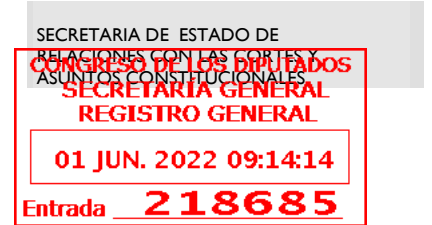




MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES
Y MEMORIA DEMOCRÁTICA



EXCMA. SRA.:

Tengo el honor de dar traslado a V.E. del escrito de remisión y la documentación relativa al Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención a la clientela.

Madrid, a fecha de la firma.

SECRETARIO DE ESTADO DE
RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES



EXCMA. SRA. PRESIDENTA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS.



MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES
Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

EXCMA. SRA.:

En cumplimiento del Acuerdo adoptado por el Consejo de Ministros, en su reunión del día 31 de mayo de 2022, tengo el honor de remitir a V.E., en nombre del Gobierno, el Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, acompañado de la siguiente documentación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 88 de la Constitución:

- Memoria del análisis de impacto normativo.
- Dictamen del Consejo Económico y Social.
- Informe del Consejo de Consumidores y usuarios
- Informe de la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia.
- Informe del Consejo Nacional de la Discapacidad.

Madrid, a fecha de la firma.

*EL MINISTRO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y
MEMORIA DEMOCRÁTICA*

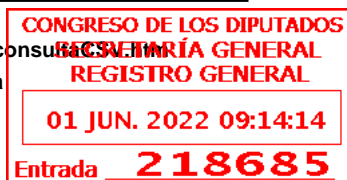
Félix Bolaños García

EXCMA. SRA. PRESIDENTA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS.

CSV : GEN-10a6-5e8c-5323-801d-e919-dad7-d9bb-9314

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultas

FIRMANTE(1) : FELIX BOLAÑOS GARCÍA | FECHA : 31/05/2022 19:14 | Sin acción específica





MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

DON FÉLIX BOLAÑOS GARCÍA, MINISTRO DE LA PRESIDENCIA,
RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA Y
SECRETARIO DEL CONSEJO DE MINISTROS

CERTIFICO:

Que en la reunión del Consejo de Ministros celebrada el día treinta y uno de mayo de dos mil veintidós se ha aprobado y acordado remitir al Congreso de los Diputados el Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, cuyo texto literal consta en el documento adjunto.

Y para que así conste y surta los efectos oportunos, expido y firmo la presente certificación en Madrid, a fecha de la firma electrónica.



Anteproyecto de ley por la que se regulan los servicios de atención a la 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.

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

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

Con todo, la normativa vigente 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. Asimismo, se prevé que los servicios de atención a la clientela sean cada vez más importantes en el futuro como paso previo a la decisión de acudir a la vía judicial por parte de las personas consumidoras, por lo que resulta necesaria su modernización y adaptación a los diferentes usos comerciales.

II

La práctica muestra que muchas de las quejas y reclamaciones formuladas ante los servicios de protección de las personas consumidoras y usuarias no se presentarían si las empresas dispusieran de servicios de atención a la clientela más eficaces. Asimismo, el propio Informe Anual del Defensor del Pueblo, correspondiente al ejercicio 2020, señala que, en el ámbito de consumo, las quejas en esta materia se refirieron, en particular, al funcionamiento de los servicios de atención a la clientela. El servicio de atención a la clientela es clave para garantizar una buena imagen comercial de la empresa y determinante del grado de satisfacción de las personas

consumidoras y usuarias. Estos servicios debieran ser respetuosos y acordes con los criterios emanados de los pronunciamientos de las autoridades competentes, así como de la jurisprudencia. Tan importante como maximizar la calidad técnica de los servicios prestados, tales como la continuidad del servicio, el cumplimiento de las ofertas, los contratos celebrados o los niveles de cobertura, es mejorar la relación con la clientela a través de los servicios de atención.

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

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

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

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

En tal sentido se consideró necesario la adopción de medidas al efecto mediante el Real Decreto-ley 37/2020, de 22 de diciembre, de medidas urgentes para hacer frente a las situaciones de vulnerabilidad social y económica en el ámbito de la vivienda y en materia de transportes. Esta norma se vincula, en particular, al auge de las relaciones comerciales a distancia, que se han visto incrementadas con motivo de la pandemia, lo que hacía necesario eliminar trabas para el efectivo ejercicio de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Así, se procedió a modificar el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias con la finalidad, entre otras, de garantizar que las oficinas y servicios de información y atención a la clientela sean diseñados utilizando medios y soportes que



salvaguarden los principios de accesibilidad universal y se prevé que, en el supuesto de que el empresario ponga a disposición de las personas consumidoras y usuarias una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no suponga para las personas consumidoras y usuarias un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar. Además, en aquellos servicios básicos de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deben disponer de un teléfono gratuito de atención a su clientela.

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

III

Esta ley se estructura en 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 una relación de consumo con la clientela, esto es, cuando las administraciones públicas actúan en calidad de empresarios.

El criterio definitorio de las empresas que quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta ley, salvo para los mencionados servicios de carácter básico de interés general que están en todo caso incluidos, parte de la Recomendación CE/2003/361, de 6 de mayo, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas. Dicha categoría está constituida por las



“empresas que ocupen a menos de 250 trabajadores y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance 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. No obstante, en aras a la proporcionalidad, este criterio se ha modulado de tal forma que la presente ley resulte de aplicación a todas aquellas empresas que cumplan alguno de dichos requisitos, no considerándolos de forma cumulativa, así como para hacer alusión al concepto de grupo de sociedades en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio. Con esta modulación se busca incluir también, dentro del ámbito de aplicación de esta ley, a los proveedores de bienes o prestadores de servicios que operan a través de distintas sociedades pero que, en su conjunto, tienen capacidad económica y recursos para hacer frente a las disposiciones de la norma.

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

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

Además, debe establecerse expresamente la no aplicación de determinados preceptos de esta norma, debido a las particularidades del sector financiero y con el único objetivo de salvaguardar la seguridad jurídica. En primer lugar, los apartados concretos de los artículos 4 y 13 al no ser compatibles con el funcionamiento de los servicios de atención a la clientela en el ámbito financiero. En segundo lugar, en lo relativo a los artículos 18 y 19, las particularidades del sector financiero hacen que su aplicación se solape con la regulación sectorial. En relación con los artículos 21 y 22, se produce un solapamiento con los mecanismos de control, evaluación y



auditoría interna a los que ya están sometidas las entidades financieras, que ya garantizan altos estándares de protección al consumidor financiero. Y, por último, la exclusión del artículo 23 se deriva de la necesidad de garantizar que la supervisión y sanción en la materia recaiga sobre el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, en función del tipo de entidad supervisada de que se trate, y como se indica en el apartado quinto del artículo 2 de esta ley.

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. No obstante, en aras de facilitar la comunicación independientemente del lugar de residencia de la clientela, también se deberá permitir el inicio de comunicaciones por parte de la clientela a través de medios de comunicación a distancia, tales como la vía postal, telefónica o a través de medios electrónicos.

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

Con independencia de los medios elegidos por la empresa para prestar el servicio, el artículo 10 contempla disposiciones específicas respecto de la atención telefónica, pues suele ser el medio



más habitual puesto a disposición de la clientela por parte de las empresas para llevar a cabo las comunicaciones entre las partes.

Este capítulo también contempla los requisitos mínimos para la tramitación y resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias.

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

El capítulo IV 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 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, pero asegurando la prevalencia de la normativa sectorial. Así, se elevan los requisitos materiales que deben ser alcanzados por los servicios de atención a la clientela en el sector financiero, pero teniendo en consideración las particularidades del mismo.

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

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

La exclusión financiera o falta de acceso a servicios y productos financieros apropiados para llevar una vida social normal es un fenómeno complejo en el que se interrelacionan factores como la distribución de la población en el territorio, su estructura de edad, sus características socioeconómicas o los canales de distribución de los servicios financieros disponibles. Un número sustancial de municipios españoles carece de una oficina bancaria y, en ocasiones, las alternativas de atención presencial no siempre están disponibles. En otros casos, los canales



digitales y telemáticos no se adaptan al nivel de familiaridad, uso y conocimiento de algunos segmentos de la población, con respecto a estas tecnologías, impidiendo en la práctica su uso.

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

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

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

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

En el sector de las telecomunicaciones, partiendo de la prevalencia de la normativa sectorial que recoge esta ley, se reforma la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones, en aras de garantizar la seguridad jurídica. Se busca con ello adaptar el contenido de la ley al sector de las telecomunicaciones teniendo en consideración las particularidades del mismo.

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

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

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

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

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

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



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

Esta ley se dicta al amparo del artículo 149.1.1.^a, 6.^a, 8.^a, 11.^a y 13.^a de la Constitución Española, que atribuyen al Estado, respectivamente, la competencia sobre la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de sus derechos; la competencia exclusiva sobre legislación mercantil; en materia de bases de las obligaciones contractuales; de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros y la competencia sobre las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

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

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

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

- a) Servicios de suministro y distribución de agua 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 de comunicación audiovisual de acceso condicional mediante pago, o en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales;



e) Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos los servicios telefónicos que se registrarán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final tercera de la presente ley; y

f) Servicios financieros, que se registrarán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final segunda de la presente ley.

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

Asimismo, estarán incluidos en su ámbito de aplicación aquellos servicios cuya prestación sea temporalmente gratuita como consecuencia de una oferta, promoción o estrategia comercial análoga.

2. Esta ley también será de aplicación a las empresas y grupos de sociedades, en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio, establecidos en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios diferentes a los recogidos en el apartado anterior en territorio español, siempre y cuando, en el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte, hayan ocupado al menos a 250 personas trabajadoras, su volumen de negocios anual haya excedido de 50 millones de euros, o su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros.

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

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

5. En particular, los servicios financieros se registrarán en lo referido a la atención a la clientela por la normativa sectorial que les sea de aplicación en cada momento, siendo la presente norma de aplicación supletoria. No obstante, no serán de aplicación al sector financiero la letra d) del



apartado 2, la letra a) del apartado 3 y el apartado 4 del artículo 4, el artículo 13.8, ni los artículos 18, 19, 21, 22 y 23 de esta ley.

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

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

Artículo 3. *Definiciones.*

A los efectos de esta ley se entenderá por:

1. Clientela: la persona consumidora o usuaria que haya comprado un bien, al que se le haya dirigido una oferta comercial personalizada 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, o a las que se exija, de forma directa o indirecta, un pago por dichos servicios.

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

3. Empresa o empresario: los definidos como empresario en el artículo 4 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.



4. Incidencia: cualquier gestión relativa a la ejecución del contrato o de la oferta comercial realizada, tal como la comunicación de averías, la solicitud de baja del servicio en su conjunto o de alguna de las prestaciones o facilidades adicionales, el alta en una nueva oferta, el cambio de tarifas o del plan de precios y otras análogas.

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

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

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

8. Personas consumidoras vulnerables: son las definidas en el 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.

9. Personas consumidoras y usuarias: las personas 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.

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

11. Servicios de atención a la clientela: la organización de medios materiales y personales que la empresa pone a disposición de la clientela, cuya finalidad es la 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 canales de comunicación que utilicen las empresas podrán incluir la comunicación presencial (establecimientos abiertos al público, visitas de agente comercial), siempre que no esté expresamente prohibido en la normativa sectorial que resulte de aplicación, y cualquier forma de comunicación a distancia para la interlocución (correo ordinario, atención telefónica, correo electrónico, formulario web u otras formas de comunicación electrónica).

12. Soporte duradero: el soporte 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.

Artículo 4. *Principios generales.*

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

2. El servicio de atención a la clientela al que se refiere el apartado anterior, además de cumplir los requisitos que establece el artículo 21 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, deberá permitir a la clientela:

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

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

c) Tener constancia de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en un soporte duradero a elección de la clientela;

d) Cuando resulte legalmente procedente, obtener la devolución equitativa del precio del bien o servicio, total o parcialmente, y otras compensaciones legalmente procedentes, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato o la oferta comercial.

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 de forma personalizada a las personas consumidoras y usuarias;

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

c) Conocer los niveles mínimos de calidad y los mecanismos existentes para la acreditación de su cumplimiento, así como hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos;

d) En el caso del suministro de energía, solicitar información sobre las medidas de ahorro y eficiencia energética, así como las posibilidades de contratar energía procedente de fuentes renovables.

4. En el supuesto de contratos de servicios de tracto sucesivo, no podrá suspenderse la prestación del servicio por parte del empresario con posterioridad a la presentación de la reclamación si la reclamación está directamente relacionada con el motivo de la pretendida suspensión, 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.

5. Las empresas deberán informar a sus clientes de las incidencias que afecten a la prestación del servicio o a su continuidad a través de los canales o datos de contacto preferente indicados por la clientela en el contrato. A tales efectos, las empresas verificarán periódicamente la vigencia de los 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 y sin necesidad de que le sea requerida expresamente por el usuario.

6. Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán garantizar la accesibilidad a los servicios de atención a la clientela a las personas consumidoras vulnerables, en especial a las personas con discapacidad y a las personas de edad avanzada. En el ámbito de aplicación de esta ley se tendrán en cuenta los principios de igualdad de trato, no discriminación y accesibilidad universal.



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

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

1. Los canales de comunicación de atención a la clientela habilitados por la empresa deberán figurar en el propio contrato, en las facturas que emita a los clientes y en su página web, en un apartado específico de fácil identificación. En estos soportes, dicha información deberá ser universalmente accesible y contar con un tamaño 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 el artículo 80.1.b) 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. Cuando el contrato se formalice en un título de transporte, o documento de compra, cuyo tamaño imposibilite que figuren en el mismo los canales de comunicación de atención a la clientela habilitados por la empresa, estos estarán visibles en los lugares de venta de los productos o servicios adquiridos, en las páginas web de las empresas proveedoras de bienes o prestadoras de servicios y en el propio medio de transporte o documento de compra.

3. Sin perjuicio de las demás obligaciones de información que establece el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, así como la normativa sectorial que resulte de aplicación, antes de que la persona consumidora o usuaria quede vinculada por un contrato u oferta comercial correspondiente, la empresa le facilitará de forma clara y comprensible la siguiente información sobre el servicio de atención a la clientela:

a) Canales de comunicación disponibles, incluyendo, como mínimo, los indicados en el artículo 7.1 de esta ley.

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

c) Medio que facilite a la clientela el seguimiento del estado de tramitación del procedimiento en el que esté interesado, que ha de ser inteligible, viable, sencillo, gratuito y fácilmente accesible, en atención a las características particulares de la clientela.

d) Tiempo máximo previsto para la resolución de los distintos tipos de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias posibles que, en ningún caso, podrá ser superior al establecido en la normativa general o sectorial de aplicación.

e) Canales de comunicación disponibles para comunicar la resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que deberá incluir, como mínimo, los indicados en el artículo 7.1 de la ley.

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

g) Horario del servicio de atención a la clientela.

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

5. En caso de que el medio utilizado sea la atención telefónica, deberá suministrarse la información prevista en el apartado 3 de este artículo y, además, se introducirán locuciones informativas, a las que se podrán acceder voluntariamente, que, sin coste adicional para la persona que efectúa la llamada, faciliten nuevamente el acceso a dicha información, de forma inteligible, comprensible y fácilmente accesible.

CAPÍTULO II

Niveles mínimos de calidad

Artículo 6. *Parámetros mínimos de calidad.*

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

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

1. Las empresas deberán admitir para la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias la utilización del mismo canal a través del que se inició la relación contractual, así como, al menos, la vía postal, telefónica y por un medio de comunicación electrónica.

2. La presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias podrá realizarse en castellano, así como en cualquiera de las lenguas cooficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas cooficiales.

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

4. Los establecimientos 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 de esta ley.

Artículo 8. *Atención personalizada.*

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

2. A solicitud de la persona consumidora o usuaria, cuando una consulta, queja, reclamación, o comunicación de incidencia se formule vía telefónica o electrónica, la empresa ha de garantizar una atención personalizada. En este sentido, la utilización de contestadores automáticos, bots conversacionales, u otros medios análogos deberá prever la posibilidad de solicitar, por parte de la clientela, una atención personalizada en cualquier momento de la interacción.

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

3. En caso de insatisfacción con la atención recibida por parte del operador, quien haya iniciado la comunicación podrá solicitar que se transfiera la comunicación a una persona física supervisora o a un departamento específico de calidad, que deberá atenderle en el transcurso de esa misma comunicación.

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, independientemente de que dicho servicio sea prestado de forma directa o no.

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, e informando sobre el coste del servicio asociado a cada numeración.

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

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

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

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

1. Las empresas deberán proporcionar a la clientela una clave identificativa de cualquier consulta, queja, reclamación o incidencia transmitida por las personas consumidoras o usuarias.

2. Los servicios de atención comunicarán a la clientela, durante la interlocución relacionada con 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, en el transcurso de la comunicación, un justificante de la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada que permita la constancia del contenido, la fecha y la hora de su recepción por el destinatario. Dicho justificante será facilitado por la empresa sin necesidad de ser solicitado por la clientela, y en un soporte duradero a elección de la clientela.

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

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

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

Artículo 13. Resolución y notificación.

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



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

3. En aquellos casos en los que la consulta, queja, reclamación o incidencia no sea presentada de forma completa, la empresa concederá un plazo no inferior a diez días a la clientela para su subsanación.

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

5. El medio utilizado para comunicar la resolución de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias a la clientela será el mismo por el que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia o por aquel que la clientela hubiera elegido de entre los puestos a disposición de la clientela por la empresa. En caso de que la reclamación se cierre a través de una llamada telefónica, 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.

6. La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá hacerse en la misma lengua en la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia por parte de la clientela y, a solicitud de esta, al menos en castellano.

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

8. El sometimiento de la queja, reclamación o incidencia a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos dará lugar a la suspensión de las acciones de gestión de cobro o

suspensión del servicio, en el caso de servicios de tracto sucesivo, relacionadas con ella, suspensión que deberá mantenerse en tanto no tenga lugar la comunicación a la persona consumidora o usuaria de la resolución expresa y motivada, salvo en aquellos casos en los que así lo determine la normativa sectorial aplicable.

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, independientemente de si la actividad económica se lleva a cabo a través de establecimientos físicos o por vía electrónica.

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.

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

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

1. 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, al menos a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual.

2. A los efectos del apartado anterior, y para la correcta identificación y atención de la clientela, la empresa podrá solicitar la acreditación de la situación de discapacidad u otras circunstancias que generan una situación de vulnerabilidad para el ejercicio efectivo de los derechos recogidos en esta norma.

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 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.

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

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

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

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

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema que permita definir el grado de satisfacción de su clientela respecto al trato recibido por parte del servicio que le ha atendido. Las empresas llevarán un registro de la información que resulte de la implantación de este sistema.

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

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



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

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

Artículo 20. *Tratamiento de datos.*

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

CAPÍTULO III

Sistemas de evaluación

Artículo 21. *Sistemas de evaluación.*

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema anual de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela conseguido, que incluirá los parámetros a los que se refiere el capítulo II 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.

De forma justificada en atención al volumen de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias recibidas en relación con el total de servicios prestados, las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no exceda de 50 millones de euros o



cuyo balance general anual no exceda de 43 millones de euros en el ejercicio económico anterior podrán implementar el sistema de evaluación definido en este artículo de forma bianual.

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

3. Las empresas deberán tener a disposición de la administración competente, al final del primer trimestre del año siguiente al que se haya realizado la evaluación, una copia actualizada de la documentación descriptiva referida en el apartado anterior. El requerimiento para su examen por la Administración deberá poder ser atendido por vía telemática, en formato electrónico sobre aplicaciones ofimáticas de uso habitual.

4. Las empresas deberán hacer pública la documentación descriptiva y su correspondiente auditoría a través de su página web.

5. El sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela se deberá actualizar todas las veces que sea necesario, para adecuarlo a las condiciones de prestación del servicio y de medición de los parámetros, así como para subsanar las deficiencias expresamente notificadas por la Administración y las señaladas, en su caso, en el acta de inspección correspondiente o en el informe de auditoría al que se refiere el artículo 22 de esta ley en relación con el sistema de evaluación.

Artículo 22. Auditoría relativa al sistema de evaluación.

1. Sin perjuicio de la normativa sectorial vigente, que complementará lo dispuesto en el presente apartado, las empresas deberán contratar la realización de una auditoría anual para comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas por la empresa respecto a la calidad de sus servicios de atención a la clientela y, en particular, para verificar que:

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

De forma justificada en atención al volumen de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias recibidas en relación con el total de servicios prestados, las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no exceda de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no exceda de 43 millones de euros en el ejercicio económico anterior podrán llevar a cabo la auditoria descrita en este apartado de forma bianual.

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

3. La empresa auditada proporcionará a la entidad auditora acceso a todas las personas, lugares, equipos y datos necesarios para la comprobación de todos los extremos, sin perjuicio de las limitaciones que se derivan de la normativa vigente en materia de protección de datos.

CAPÍTULO IV

Infracciones y sanciones

Artículo 23. *Infracciones y sanciones.*

1. El incumplimiento por las empresas de las disposiciones de esta ley será sancionado como infracción en materia de consumo, siendo de aplicación lo dispuesto en el régimen sancionador general sobre protección de las personas consumidoras y usuarias previsto en el libro primero, título IV del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y por la normativa autonómica que resulte de aplicación.

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



3. Las infracciones en materia de protección de datos se sancionarán conforme a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, 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 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 modifican los apartados 2 y 3 del artículo 21, que quedan redactados como sigue:

«2. Las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor y usuario deberán asegurar que éste tenga constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero. Si tales servicios utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.



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

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

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

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

Adicionalmente, en los supuestos de servicios de carácter básico de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer, en cualquier caso, de un teléfono de atención al consumidor gratuito. A estos efectos, tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los de suministro y distribución de agua y energía, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo de pasajeros, transporte de viajeros por ferrocarril, transporte de viajeros en autobús o autocar, los sanitarios, así como aquellos que legalmente se determinen.

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

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



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

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

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

Se modifica la sección 1ª del capítulo V de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, que queda redactada del siguiente modo:

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

1. Las entidades de crédito, los establecimientos financieros de crédito, las entidades de pago, y las entidades acogidas a lo establecido en los artículos 14 y 15 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, las entidades de dinero electrónico, las sociedades gestoras de instituciones de inversión colectiva, las sociedades de correduría de seguros, las entidades gestoras de fondos de pensiones, con las precisiones establecidas en la disposición adicional primera de la Orden ECO/734/2004, los prestamistas inmobiliarios que no sean entidades de crédito y a los intermediarios de crédito, cuando operen en el ámbito geográfico superior al de una Comunidad Autónoma, las entidades financieras que operen en España en régimen de libre prestación de servicios, las entidades aseguradoras, las empresas de servicios de inversión y las sucursales en España de las entidades enumeradas con domicilio social en otro Estado estarán obligadas a atender y resolver las quejas y reclamaciones que los usuarios de servicios financieros puedan presentar, relacionados con sus intereses y derechos legalmente reconocidos, incluidas aquellas que se deriven de incidencias o consultas no resueltas satisfactoriamente por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio.

A estos efectos, las entidades deberán contar con un departamento o servicio de atención a la clientela encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones. Las entidades que formen parte del mismo grupo económico podrán disponer de un departamento o servicio de atención a la clientela único para todo el grupo.

Dichos servicios de atención a la clientela, que deben garantizar el nivel mínimo de calidad en atención al cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley, serán diseñados utilizando medios y



soportes que sigan los principios de accesibilidad universal, igualdad de trato y no discriminación, garantizando el acceso a personas con discapacidad o a personas de edad avanzada.

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

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

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

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

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

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

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

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

La comunicación iniciada por la clientela vía telefónica deberá ser atendida por la empresa a la mayor brevedad posible, dentro de los medios técnicos y humanos de que disponga el servicio de atención a la clientela.

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

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

Dichas entidades podrán, bien individualmente, bien agrupadas por ramas de actividad, proximidad geográfica, volumen de negocio o cualquier otro criterio, designar un Defensor de la Clientela, que habrá de ser una entidad o experto independiente de reconocido prestigio, y a quien corresponderá atender y resolver los tipos de reclamaciones que se sometan a su decisión en el marco de lo que disponga su reglamento de funcionamiento, así como promover el cumplimiento de la normativa de transparencia y protección de la clientela y de las buenas prácticas y usos financieros.

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

3. Las entidades deberán adoptar las medidas necesarias para separar el departamento o servicio de atención a la clientela de los restantes servicios comerciales u operativos de la

organización, de modo que se garantice que aquél tome de manera autónoma sus decisiones referentes al ámbito de su actividad y, asimismo, se eviten conflictos de interés, permitiendo a la clientela la percepción de este servicio como aquel cuya finalidad sea facilitar información o resolver, quejas o reclamaciones. En la adopción de dichas medidas se deberá tener en cuenta los criterios marcados por las guías supervisoras de las autoridades de supervisión correspondientes.

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

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

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

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

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

a) La existencia de dicho departamento de atención a la clientela y, en su caso, de un defensor de la clientela, con indicación de su dirección postal y electrónica.

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

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

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

artículo 69 del Real Decreto-ley 19/2018, a contar desde la presentación ante ellas de la queja o reclamación, para dictar un pronunciamiento.

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

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

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

2. La presentación de quejas y reclamaciones podrá realizarse en castellano, así como en cualquiera de las lenguas cooficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas cooficiales.

3.. El procedimiento se iniciará mediante la presentación de un documento en el que se hará constar:

a) Nombre, apellidos y domicilio del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente, debidamente acreditada; número del documento nacional de identidad para las personas físicas y datos referidos al registro público para las jurídicas.

b) Motivo de la queja o reclamación, con especificación clara de las cuestiones sobre las que se solicita un pronunciamiento.

c) Oficina u oficinas, departamento o servicio donde se hubieran producido los hechos objeto de la queja o reclamación.

d) Que la persona reclamante no tiene conocimiento de que la materia objeto de la queja o reclamación está siendo sustanciada a través de un procedimiento administrativo, arbitral o judicial.

e) Lugar, fecha y firma.

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

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

Artículo 29 quater. Admisión a trámite.

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

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

En todo caso, se deberá acusar recibo por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero, y dejar constancia del contenido, la hora y la fecha de presentación a efectos del cómputo de dicho plazo. La entrega del justificante se realizará por la misma vía por la que se haya presentado la queja o reclamación o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las legalmente posibles. La entidad se asegurará de disponer de los datos necesarios para la entrega del justificante, solicitándolos al interesado cuando no hayan sido facilitados directamente por este.

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

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

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

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

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

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

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

b) Cuando se pretendan tramitar como queja o reclamación, recursos o acciones distintos, cuyo conocimiento sea competencia de los órganos administrativos, arbitrales o judiciales, o la misma se encuentre pendiente de resolución o litigio o el asunto haya sido ya resuelto en aquellas instancias.

c) Cuando los hechos, razones y solicitud en que se concreten las cuestiones objeto de la queja o reclamación no se refieran a operaciones concretas.

d) Cuando se formulen quejas y reclamaciones que reiteren otras anteriores resueltas, presentadas por el mismo cliente en relación a los mismos hechos.

e) Cuando hubiera transcurrido el plazo para la presentación de quejas y reclamaciones que establezca el reglamento de funcionamiento.

f) Cuando haya transcurrido el plazo de prescripción de acciones o derechos que de conformidad con lo previsto en los contratos o en la normativa reguladora que resulte de aplicación pueda ejercitar quien presente o aquel en cuya representación se presente la reclamación o queja de que se trate y en todo caso cuando haya transcurrido un plazo de 5 años desde la producción de los hechos sin que se haya presentado la reclamación o queja.

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

4. Cuando se entienda no admisible a trámite la queja o reclamación, por alguna de las causas indicadas, se pondrá de manifiesto al interesado mediante decisión motivada, dándole un plazo

de diez días naturales para que presente sus alegaciones. Cuando el interesado hubiera contestado y se mantengan las causas de inadmisión, se le comunicará la decisión final adoptada. Dicho plazo de diez días interrumpirá el cómputo del plazo máximo de resolución recogido en el artículo 29 bis.

Artículo 29 quinquies. Tramitación.

1. Los departamentos o servicios de atención a la clientela y los defensores de la clientela podrán recabar en el curso de la tramitación de los expedientes, tanto de la persona reclamante como de los distintos departamentos y servicios de la entidad afectada, cuantos datos, aclaraciones, informes o elementos de prueba consideren pertinentes para adoptar su decisión.
2. En el caso de que el asunto sea conocido por el defensor de la clientela, se habilitará un plazo, cuya duración será fijada en el reglamento de funcionamiento, para que la entidad afectada presente sus alegaciones.

Artículo 29 sexies. Allanamiento y desistimiento.

1. Si a la vista de la queja o reclamación, la entidad rectificase su situación con la persona reclamante a satisfacción de éste, deberá comunicarlo a la instancia competente y justificarlo documentalmente, salvo que existiere desistimiento expreso del interesado. En tales casos, se procederá al archivo de la queja o reclamación sin más trámite.
2. Los interesados podrán desistir de sus quejas y reclamaciones en cualquier momento. El desistimiento dará lugar a la finalización inmediata del procedimiento en lo que a la relación con el interesado se refiere. No obstante, el defensor de la clientela podrá acordar la continuación del mismo en el marco de su función de promover el cumplimiento de la normativa de transparencia y protección de la clientela y de las buenas prácticas y usos financieros.

Artículo 29 septies. Finalización y notificación.

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

En los casos en los que no sea posible resolver las quejas o reclamaciones en los plazos indicados, por motivos no imputables a la empresa que forma parte de la relación contractual, se



informará a la persona interesada de las medidas adoptadas para su resolución dentro de ese mismo plazo.

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

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

En caso de ser contraria a las pretensiones de la clientela, se comunicará en la misma de forma expresa la posibilidad abierta al cliente de acudir a servicios de reclamaciones del Banco de España, la CNMV y la DGSFP, así como el modo de hacerlo.

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

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

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

1. Los servicios de reclamaciones del Banco de España, la 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 quejas y reclamaciones que presenten los usuarios de servicios financieros, que estén relacionadas con sus intereses y derechos legalmente reconocidos, y que deriven de presuntos incumplimientos por las entidades reclamadas, de la

normativa de transparencia y protección de la clientela o de las buenas prácticas y usos financieros.

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

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

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

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

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

3. La persona titular del Ministerio de 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.

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

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

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

Artículo 31. Habilitación para desarrollo reglamentario.

La persona titular del Ministerio de 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.

Se modifica el apartado 2 del artículo 47 de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones, que queda redactado en los siguientes términos:

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

A los efectos de esta ley, se entenderá por:

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

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

Los titulares del departamento o servicio de atención al cliente serán los encargados de relacionarse, en su caso, con el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 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, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 55, no impedirá o suspenderá las acciones de gestión de cobro relacionadas con ella que ejercite el operador. Igualmente, la presentación de una reclamación por parte del usuario final, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 55, no impedirá que, en caso de retraso en el pago total o parcial por el usuario durante un período superior a un mes desde la presentación a éste del documento de cargo correspondiente a la facturación del servicio de comunicaciones electrónicas, el operador pueda acordar, previo aviso al usuario, su suspensión temporal. Asimismo, la presentación de una reclamación por parte del usuario final, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 55, 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 149.1.1.^a, 6.^a, 8.^a, 11.^a y 13.^a de la Constitución Española, que atribuyen al Estado, respectivamente, la competencia sobre la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de sus derechos; la competencia exclusiva sobre legislación mercantil; en materia de bases de las obligaciones contractuales; de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros, y la competencia sobre las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Disposición final quinta. Habilitación para el desarrollo reglamentario.

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

En particular, la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital podrá dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley en el ámbito del sector financiero y del sector de las telecomunicaciones.

Disposición final sexta. Entrada en vigor.

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

Madrid, de mayo de 2022

EL MINISTRO DE CONSUMO

LA VICEPRESIDENTA PRIMERA DEL
GOBIERNO Y MINISTRA DE
ASUNTOS ECONÓMICOS Y
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Alberto Carlos Garzón Espinosa

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 LA CLIENTELA**



ÍNDICE

I. RESUMEN EJECUTIVO	3
II. OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA	11
1. Motivación	11
2. Objetivos	14
3. Alternativas	15
4. Adecuación a los principios generales de buena regulación	16
5. Plan Anual Normativo	17
III. CONTENIDO, ANÁLISIS JURÍDICO Y DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN	17
1. Contenido	17
2. Análisis jurídico	25
a) Fundamentación jurídica y rango normativo	25
b) Relación con otras normas de derecho nacional	26
c) Derogación de otras normas	27
d) Entrada en vigor	27
3. Descripción de la tramitación	27
IV. ANÁLISIS DE IMPACTOS	38
1. Adecuación de la norma al orden de distribución de competencias	38
2. Impacto Económico y Presupuestario	39
3. Impacto de género	43
4. Impacto en la infancia y en la adolescencia, impacto en la familia	45
5. Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	45
6. Impacto por razón de cambio climático	46
7. Otros impactos considerados	46
V EVALUACIÓN EX POST	46



I. RESUMEN EJECUTIVO

Ministerio/Órgano proponente	Ministerio de Consumo Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital	Fecha	30 de mayo de 2022
Título de la norma	ANTEPROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA		
Tipo de Memoria	<input checked="" type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Abreviada		
OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA			
Situación que se regula	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.		
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 que se presenten por la 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>		
Principales alternativas consideradas	La alternativa que se había planteado fue la posible modificación del artículo 21 del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, aprobado 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,		

	<p>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 presentadas. Esta regulación específica también trae causa del concepto de clientela al que afecta la normativa, diferente del concepto de consumidor y usuario presente en el Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios. Asimismo, en virtud de la potestad legislativa propia de las Comunidades Autónomas, estas podrán desarrollar las disposiciones de carácter básico en virtud de las competencias atribuidas por la Constitución Española o asumidas en los Estatutos de Autonomía, 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 previa (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 en el 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 la clientela estuvo abierta desde el 1 de julio hasta el 18 de julio de 2021 ambas fechas inclusive, recibándose al respecto, un total de 26 aportaciones.</p>
Trámites del	En atención a lo previsto en los artículos 26 y 27 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, en la tramitación del anteproyecto de ley han sido

procedimiento (artículo 26 y 27 Ley 50/1997)	<p>cumplimentados los siguientes trámites:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Informes preceptivos de las Secretarías Generales Técnicas de los ministerios proponentes, así del Ministerio de Consumo y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.2. El texto del anteproyecto se elevó a informe del Consejo de Ministros en sesión de 16 de noviembre de 2021.3. Informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios siguientes: Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; Justicia; Defensa; Hacienda y Función Pública; del Interior; Educación y Formación Profesional; Trabajo y Economía Social; Industria, Comercio y Turismo; Agricultura, Pesca y Alimentación; Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Política Territorial, Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Cultura y Deporte; Sanidad; Derechos Sociales y Agenda 2030; Ciencia e Innovación; Igualdad; Inclusión, Seguridad Social y Migraciones ; Universidades y Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.4. Informe de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Hacienda y Función Pública que manifiesta que no procede otorgar la aprobación previa.5. Informe de la Dirección General de Régimen Jurídico Autonómico y Local del Ministerio de Política Territorial.6. Informe de la Oficina de Coordinación y de Calidad Normativa del Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática.7. Informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, de acuerdo con el artículo 5.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la citada Comisión.8. Dictamen del Consejo Económico y Social, al amparo de lo dispuesto en el artículo 7.1.1 a) de la Ley 21/1991, de 17 de junio, de creación del Consejo Económico y Social.9. Informe del Consejo de Consumidores y Usuarios, de acuerdo con los artículos 38 y 39 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 y con el artículo 2, apartado a) del Real Decreto 487/2009, de 3 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.10. Trámite de audiencia de las Comunidades Autónomas a través
---	--

	<p>de la Conferencia Sectorial de Consumo.</p> <p>11. Informe del Consejo Nacional de la Discapacidad (CND), en virtud del artículo 2.d) del Real Decreto 1855/2009, de 4 de diciembre, por el que se regula el Consejo Nacional de la Discapacidad.</p> <p>12. Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de junio de 2021, por el que se autorizó la tramitación administrativa urgente del anteproyecto, de conformidad con lo previsto en el artículo 27.1.b) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.</p>
Audiencia pública (artículo 26.6 Ley 50/1997)	El texto fue sometido al trámite de audiencia pública entre los días 22 y 30 de noviembre de 2021, un plazo de 7 días hábiles, derivado de la declaración de la tramitación urgente de la iniciativa habiéndose recibido en dicho periodo, treinta y siete aportaciones.
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 es una obligación ya contemplada por normativa de consumo, por lo que las nuevas cargas son proporcionadas.</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 nulo.
Impacto en la infancia y en la adolescencia, impacto en la familia.	La norma no tiene impacto en los ámbitos descritos.
Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	El 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.
Impacto por razón de cambio climático.	El Anteproyecto de Ley tiene un impacto positivo por razón de cambio climático, por cuanto en el caso de suministros de servicios energéticos, los usuarios podrán presentar consultas ante los servicios de atención a la clientela relacionadas con ahorro, eficiencia energética y energía renovable.
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</p>



	económicos derivados de las reclamaciones, quejas e incidencias, en llamadas de teléfono (el servicio de atención telefónica y el número de teléfono serán gratuitos).
--	--



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 con 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 ésta 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 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, adaptando los cambios a las especificidades del sector y manteniendo la supervisión del cumplimiento normativo a cargo de los organismos supervisores sectoriales.

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 particular 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 presentadas, 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, aprobado 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 su ámbito de aplicación es la clientela, concepto distinto del de consumidor y usuario, 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 cumpliesen 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.

Asimismo, se ha analizado la viabilidad de llevar a cabo la modificación del Capítulo V del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, de tal forma que quedase recogida en una única norma legal la regulación común o general de los servicios de atención al cliente de las empresas, donde se incluyesen aquellas obligaciones concretas que además se exigirían a ciertos tipos de empresas, en razón de su tamaño o del carácter básico del servicio de prestan. Sin embargo, esta modificación quitaría relevancia a las disposiciones que se quieren adoptar con el Anteproyecto de Ley, perdiendo en cierta manera su entidad y unidad, al tener que integrarlas entre la regulación general y la normativa específica de cada sector en materia de defensa de consumidores y usuarios, donde se incluye la regulación específica de los servicios de atención al cliente

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, imponiendo a los operadores económicos obligaciones que tienen como única finalidad garantizar que la clientela pueda ejercer de forma efectiva sus derechos en el ámbito de consumo, siendo tales obligaciones las mínimas necesarias para tal garantía. Asimismo, la norma atiende al principio ya referido de seguridad jurídica, incardinándose con coherencia en el ordenamiento jurídico. A tal efecto, se incide en la preminencia de la normativa sectorial sobre la horizontal y se llevan a cabo modificaciones de la normativa sectorial de aplicación en aras de garantizar unos derechos análogos a las personas consumidoras independientemente del sector.

De 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 correspondiente al año 2022.

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, previendo que será de aplicación a todas las empresas, establecidas en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la ejecución efectiva de los servicios de carácter básico de interés general, ofrecidos o prestados en territorio español que se detallan. Se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley a las empresas prestadoras de los servicios públicos prestados por las Administraciones Públicas en los sectores citados cuando medie una relación de consumo con su clientela.

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 en el ejercicio económico anterior, 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 cuarto 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, en el apartado quinto, se especifica la aplicación supletoria de la norma al sector financiero, así como la no aplicación al sector de una serie de preceptos debido a las particularidades en el ámbito financiero, siendo los artículos de no aplicación la letra d) del apartado 2, la letra a) del apartado 3 y el apartado 4 del artículo 4, el artículo 13.8, y los artículos 18, 19, 21, 22 y 23 de la normal. 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. En el segundo caso, porque la previsión de este artículo no es compatible con el régimen de los SAC de las entidades financieras, a los que no compete valorar la “utilidad” o “finalidad” del producto o servicio que motiva una reclamación, sino únicamente resolverla conforme a la normativa de transparencia y a las buenas prácticas bancarias. Respecto al artículo 4.4 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 13.8 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. Por último, los artículos 18, 19, 21, 22 y 23 se deben inaplicar debido a la propia naturaleza del sector financiero, a que este ya está obligado a la elaboración de informes que hagan referencia a las reclamaciones recibidas y a numerosos controles, recogidos en su normativa sectorial, y a la necesidad de asegurar que la supervisión (y en su caso sanción) del SAC de las entidades financieras corresponderá al organismo supervisor financiero que corresponda,

en función de la tipología de entidad supervisada de que se trate, conforme a su normativa sectorial propia.

A su vez, el párrafo segundo del artículo 2.5 de la norma establece, de forma expresa, que la supervisión en la materia recaerá, en todos los casos, en las autoridades supervisoras competentes que regule la propia normativa sectorial del sector financiero.

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.

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 de atención de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias (artículo 11); así como la asignación de una clave identificativa de la consulta, queja, reclamación o incidencia formulada mediante la entrega en soporte duradero de un justificante de la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada (artículo 12).

Los artículos 13, 14 y 15 regulan la resolución y notificación de las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, 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 quince días desde su presentación, si bien se prevé que no obstante ello, en el supuesto de contratos de tracto sucesivo vinculados a los servicios de carácter básico de interés general indicados en el artículo 2, las consultas o incidencias que versen sobre la continuidad del servicio, tales como cortes o suspensión del servicio, deberán ser respondidas en el plazo máximo de dos horas, proporcionando la información de que se disponga sobre las causas que han provocado la incidencia y han afectado a la continuidad del servicio, así como del plazo estimado para la restauración del servicio. (artículo 17). Asimismo, 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 así como con administraciones públicas (artículo 19), además se regula el tratamiento de datos personales (artículo 20), que en todo caso deberá respetar lo previsto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento 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 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 ley para la adaptación de los servicios de atención a la clientela de las empresas a las disposiciones previstas en la misma, en aras de garantizar, en todo caso un plazo para la adaptación a las nuevas obligaciones de las personas físicas o jurídicas que desempeñen una actividad económica o profesional y se vean afectadas por la norma.

La disposición derogatoria única procede a derogar cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan, contradigan o resulten incompatibles con lo dispuesto en la presente Ley y, en particular los artículos 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16 de la Orden ECO/734/2004, de 11 de marzo, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras.

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.

Por tanto, manteniendo la especificidad propia del sector financiero, se actualiza el texto previsto en la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, ampliando el ámbito subjetivo y objetivo de aplicación de la ley, mejorando aspectos tanto materiales como formales de la misma, como la limitación de uso de los servicios de atención a la clientela para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales o la reducción del plazo máximo de resolución del SAC, respectivamente.

Del mismo modo, en relación con la presentación telefónica de quejas y reclamaciones, no cabe hacer uso de esta vía debido a la necesaria información contractual que debe aportar la clientela a la hora de iniciar el proceso. El sector financiero destaca por el peso que tiene la información precontractual, por el alto número de interacciones con la entidad por parte de la clientela, así como por el elevado número de contratos y productos que puede suscribir un consumidor con una entidad. De cara a garantizar una mayor seguridad jurídica de las entidades, pero especialmente de los consumidores, se considera adecuado que no se recoja la posibilidad de presentar las quejas y reclamaciones por vía telefónica, pues el procedimiento actual, que se mantiene en la presente norma con las debidas mejoras materiales, asegura unos altos niveles de seguridad, siendo accesible la presentación de quejas y reclamaciones en soporte papel o por medios informáticos, electrónicos o telemáticos.

Desde la puesta en funcionamiento en 2004 del mecanismo de presentación de quejas y reclamaciones, no se han detectado problemas de accesibilidad para los consumidores a la hora de interponer quejas y reclamaciones por medios no telefónicos. Como ejemplo, y según datos del Banco de España, solo en el sector bancario se reciben anualmente más de medio millón de quejas y reclamaciones (más de 800.000 en 2020), lo que pone de manifiesto la accesibilidad general del sistema de atención a la clientela.

Mediante esta especificidad del sector financiero, se adecua la atención telefónica, que estará disponible a lo largo del procedimiento ante el servicio de atención a la clientela, pero a través de la cual no podrá presentarse la queja o reclamación, por la cantidad de información contractual e identificativa que debe presentarse.

También se recogen mejoras normativas derivadas de las aportaciones recibidas en el trámite de audiencia pública, como es el caso de la mención expresa al lugar de publicación de la memoria anual que el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones deben publicar con los datos sobre quejas y reclamaciones, estableciéndose la publicación en su página web, mejorando la norma en línea con las sugerencias recibidas desde la Secretaría General Técnica de Hacienda y Función Pública.

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, como señala de forma expresa el artículo 2.5 de la norma.

Por último, hay que destacar que la norma avanza en la consecución del objetivo de inclusión financiera. En la actualidad un número sustancial de municipios españoles carece de una oficina bancaria y, en ocasiones, las alternativas de atención presencial no siempre están disponibles. En otros casos, los canales digitales y telemáticos no se adaptan al nivel de familiaridad, uso y conocimiento de algunos segmentos de la población, con respecto estas tecnologías, impidiendo en la práctica su uso.

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

Se hace necesario por todo ello, aplicar también al ámbito del servicio de atención al cliente el principio de prestación personalizada de servicios financieros, que debe tener en consideración circunstancias personales de los clientes, como la edad y el nivel de

competencias digitales, además de las características de la zona geográfica en la que reside, entre otras. Así, se exige a las entidades financieras que aseguren que el canal que ponen a disposición del público para el servicio de atención al cliente ya sea presencial, telefónico o telemático, o una combinación de los mismos, sea el más adecuado teniendo en cuenta dichas características.

Finalmente, el Anteproyecto de Ley regula pormenorizadamente los títulos competenciales que amparan su promulgación, las facultades de desarrollo, tanto en el ámbito general, como en el ámbito específico del sector financiero, donde la facultad recaerá en la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, y su entrada en vigor

Por último, se prevé que la entrada en vigor de la Ley se produzca el día siguiente al de su publicación en el “Boletín Oficial del Estado”.

2. Análisis jurídico

a) Fundamentación jurídica y rango normativo

Esta norma se dicta al amparo de las competencias atribuidas al Estado en virtud del artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 11ª y 13ª de la Constitución Española, así:

- El artículo 149.1. 1ª, que atribuye al Estado la competencia exclusiva para garantizar la igualdad de todos los españoles,
- El artículo 149.1. 6ª, 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 anteproyecto de ley se dicta de acuerdo con el artículo 51 de la Constitución, que ordena que 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 éstas.

Asimismo, se significa que el anteproyecto modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, en los términos antes expuestos.

También modifica 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, como se ha expuesto.

En consecuencia, el rango de la disposición resulta ser el adecuado al procederse a modificar normas con rango de ley. Asimismo, 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.

Por último y en virtud de lo recogido en el informe competencial emitido por el Ministerio de Política Territorial, además de los títulos habilitantes citados, se dispone en el Anteproyecto de Ley que, en relación con las normas que se modifican en las Disposiciones finales primera, segunda y tercera de esta Ley, éstas seguirán amparándose en los títulos competenciales expresados en la norma vigente.

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 vigor 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 esta.

En relación con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, es preciso tener en cuenta que, si bien la norma impone nuevas obligaciones a las personas físicas o jurídicas que desempeñan las actividades económicas objeto de la misma, dichas obligaciones tienen como finalidad garantizar la protección efectiva de la clientela en sus relaciones de consumo. Es por ello por lo que se considera necesario, en aras de la proporcionalidad, garantizar que la clientela pueda ejercer los derechos que emanan de la norma a la mayor brevedad teniendo en cuenta los distintos intereses jurídicos a proteger.

El plazo transitorio de seis meses se considera suficiente por cuanto el total de las personas físicas o jurídica que tienen relaciones comerciales con personas consumidoras ya vienen obligadas a disponer de servicios de atención a la clientela, sin tener que implementarlos de nuevo y teniéndose que adaptar únicamente a los nuevos requisitos incluidos en este Anteproyecto de Ley.

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 y por la Dirección General del Tesoro y Política Financiera, adscrita a la Secretaría General del Tesoro y Financiación Internacional del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

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 de 2021 y se recibieron un total de 26 aportaciones, procedentes de: el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI); la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE); la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP); la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU); el Colegio de Registradores de la Propiedad, Mercantiles y Bienes Muebles de España; la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS); la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid (FRAVM); la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos De Pensión (Inverco); la Asociación de Empresas Multinacionales por Marca España; la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU); la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital); la Asociación Española de Banca (AEB); American Express Europe; la Asociación Usuarios Financieros (ASUFIN); la Fundació privada Barcelona Comerç; Cecabank; la Confederación Española de Organizaciones Empresariales; la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE); la Asociación Española para la Digitalización (Digitales); Orange Espagne S.A.U; la Plataforma de OMICSunidas; Telefonica España; la Asociación Española de Normalización (UNE); la Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA); y la Unión Democrática de Pensionistas (UDP).

En paralelo, desde el Ministerio de Consumo se conformó un grupo de trabajo interministerial en el que se trabajó el borrador de texto, solicitando a los ministerios participantes que remitiesen sus observaciones con fecha 1 de junio de 2021. Los ministerios que participaron en este grupo fueron: el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030; el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital; el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana; el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico; el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; y el Ministerio de Igualdad.

Posteriormente, el Anteproyecto de Ley fue sometido al pertinente trámite de audiencia e información pública en virtud del artículo 26 de la citada Ley 50/1997 entre los días 22 y 30 de noviembre de 2021. El plazo del trámite de audiencia se estableció en 7 días hábiles, derivado de la declaración de la tramitación urgente de la iniciativa.

Durante este trámite se recibieron observaciones de dos asociaciones de consumidores, Facua y OCU. Asimismo, se recibieron observaciones de 35 operadores económicos y organismos, a saber: Entidad Nacional de Acreditación (ENAC); Mercadona, S.A.; Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.; Asociación Española de Banca (AEB); Grupo American Express; Banco de España; Comisión Nacional del Mercado de Valores; Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES); Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Locales de Andalucía (ACUTEL); Adigital; Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento (AEAS); Asociación Española Expertos en Relación con Cliente (AEERC); Multinacionales por marca España; Asociación Española de Empresas Gestoras de los Servicios de Agua urbana (AGA); Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED); Comisiones Obreras (CCOO); CERMI; Cide HCenergía S.A.U (CHC); CIDE – Asociación de Distribuidores de Energía Eléctrica; Confederación Española de Transporte en Autobús (CONFEBUS); DigitalES; EDP España, S.A.U; Endesa; Iberdrola España SAU; Mediaset España Comunicación, S.A.; Grupo Naturgy; Orange Espagne SAU; Redexis, S.A.; Repsol, S.A; Telefónica España; Totalenergies Clientes, S.A.U, Totalenergies Mercado, S.A.U y Baser Comercializadora de Referencia, S.A.; UNESPA; Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF); Inverco; y Consejo Nacional de la Discapacidad (CND).

En virtud de la letra a) del artículo 6.1 del Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Conferencia Sectorial de Consumo, aprobado por la misma y publicado por Resolución de 24 de octubre de 2019, se informó a la Conferencia Sectorial de Consumo sobre este Anteproyecto de Ley. Se recibieron un total de ocho aportaciones, procedentes de las comunidades autónomas de: Extremadura; Galicia; Cataluña; Madrid, Illes Balears; Aragón; Asturias; Comunidad Valenciana.

Asimismo, con fecha 30 de noviembre de 2021, se celebró una reunión de trabajo de la Sección de normativa y movimiento asociativo de la Comisión Sectorial de Consumo para abordar las observaciones de las distintas comunidades autónomas al texto.

De acuerdo con los artículos 38 y 39 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 y con el artículo 2, apartado a) del Real Decreto 487/2009, de 3 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios, se emitió informe por el Consejo de Consumidores y Usuarios.

En su tramitación se ha emitido informe, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 26.5, párrafo 4º de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, por parte 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, constan en el expediente los informes de las Secretarías Generales Técnicas de los Ministerios de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; Justicia; Defensa; Hacienda y Función Pública; del Interior; Educación y Formación Profesional; Trabajo y Economía Social; Industria, Comercio y Turismo; Agricultura, Pesca y Alimentación; Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Política Territorial, Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Cultura y Deporte; Sanidad; Derechos Sociales y Agenda 2030; Ciencia e Innovación; Igualdad; Inclusión, Seguridad Social y Migraciones; Universidades y Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. Al efecto, se detalla:

a) Informe del Ministerio de Igualdad

El Ministerio de Igualdad en fecha de 3 de diciembre de 2021 planteó la necesidad de incluir lenguaje inclusivo a lo largo del articulado, así como profundizar en el análisis del impacto de género en la Memoria del Análisis de Impacto Normativo.

A tales efectos, se revisó el texto completo de la norma para incluir lenguaje inclusivo, siendo la modificación más relevante el propio nombre de la norma, que en principio aludía a clientes en lugar de clientela.

Asimismo, fue complementada la memoria en el sentido solicitado.

b) Informe del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en su informe de 7 de diciembre de 2021, sugirió que se unificasen las diferentes alusiones a los términos “clientes” o “clientela” así como tramitar las modificaciones del régimen de atención a la clientela a través del artículo 21 del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios y propuso mejoras técnicas en el apartado de definiciones.

La revisión terminológica del texto conllevó modificaciones de los conceptos utilizados, en aras de la coherencia y seguridad jurídica, mientras que no se consideró adecuado llevar a cabo esta modificación normativa a través de una revisión del Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, dada la extensión y profundidad de las medidas y se aceptaron las mejoras técnicas en el apartado de definiciones.

c) Informe del Ministerio de Ciencia e Innovación

El Ministerio de Ciencia e Innovación indicó, en su informe de día 9 de diciembre de 2021, que no tenían observaciones al texto.

d) Informe del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

El Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones indicó, en su informe de día 9 de diciembre de 2021, que no tenían observaciones al texto.

e) Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación

El Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación comunicó, en su informe de día 14 de diciembre de 2022, una serie de mejoras técnicas que fueron tenidas en cuenta.

f) Ministerio de Hacienda y Función Pública

El Ministerio de Hacienda, en su informe de 21 de diciembre de 2021, sugirió que se explicitase que el ámbito de aplicación cubría a cualquier tipo de servicio postal y no únicamente al universal, una serie de mejoras técnicas, así como completar la MAIN con la cuantificación del número de empresas que se verían afectadas por la medida.

No se consideró necesario modificar el ámbito de aplicación si bien sí se incorporaron varias de las mejoras técnicas sugeridas. En relación con la MAIN, no fue posible cuantificar el número de empresas que resultarían afectadas por la medida.

g) Ministerio de Universidades

El Ministerio de Universidades, en su informe de 28 de diciembre de 2021, sugirió aclarar el régimen sancionador, pues el texto refundado de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, al que se referencia la norma, únicamente contempla incumplimientos de las medidas de dicho texto. Asimismo, el informe indicaba que se debería profundizar en el principio de seguridad jurídica en la exposición de motivos, aportar mayor claridad sobre los sujetos obligados, así como se sugerían una serie de mejoras técnicas tanto en el texto como en la MAIN.

A tales efectos, se incluyó una nueva disposición final para modificar el texto refundado de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, de tal forma que se aclarase el régimen sancionador, se profundizó en el régimen de seguridad jurídica de la norma, explicitando la preeminencia de la normativa sectorial y se aceptaron mejoras técnicas tanto en relación con el texto de la norma como con la MAIN.

h) Ministerio de Trabajo y Economía Social

El Ministerio de Trabajo propuso la inclusión en la MAIN de la solicitud de informe a dicho departamento ministerial, solicitud que fue introducida.

i) Ministerio Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico propuso la inclusión en la MAIN de la solicitud de informe a dicho departamento ministerial, solicitud que fue introducida, así como unas pequeñas mejoras técnicas, que fueron aceptadas.

j) Ministerio de Política Territorial

Este Ministerio de acuerdo con lo previsto en el artículo 26.5 primer párrafo de la ley 50/1997, de 27 de noviembre, no realizó observaciones.

Asimismo, el Ministerio de Política Territorial, en virtud de lo dispuesto en el artículo 26.5 de la referida Ley 50/1997, de 27 de noviembre emitió informe competencial, sugiriendo la introducción de una modificación en la Disposición final cuarta, sobre el título competencial, por la que se indicara que las normas que modificaban la normativa incluida en las Disposiciones finales primera, segunda y tercera de la ley se hace amparándose en los títulos competenciales expresados en la norma vigente que se modifica. No se consideró necesario introducir esta precisión, por cuanto las normas que se modifican ya establecen la competencia estatal para su promulgación. Si se introdujo otra mejora técnica en relación con el título competencial.

k) Ministerio de Justicia

El Ministerio de Justicia sugirió una serie de mejoras técnicas relacionadas con la forma de introducir los títulos de la norma o el orden de las disposiciones finales. Observaciones que fueron aceptadas. Asimismo, también se procedió a incluir en la MAIN la solicitud de informe a este departamento ministerial.

l) Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana

El Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana indicó, en primer lugar, que la normativa sectorial de los diferentes transportes ya incluye previsiones sobre los servicios de atención a la clientela. Asimismo, indicó que esta norma no debería ser aplicable a compañías extranjeras que prestan sus servicios en España, pues se podría entrar en conflicto con las normas internacionales que regulan las condiciones a las que se sujeta el derecho a operar servicios aéreos intracomunitarios o internacionales.

No se consideró apropiado atender las observaciones indicadas, por cuanto la normativa propuesta es de ámbito horizontal aplicable a las relaciones de consumo, que no interfiere sobre los requisitos o la forma de prestación de los propios servicios.

Asimismo, este departamento ministerial propuso modificaciones tendentes a poner de manifiesto el carácter subsidiario de esta nueva norma respecto de la normativa sectorial. Esta observación ha sido atendida parcialmente.

Se sugirió incluir una definición concreta del concepto de servicios básicos de interés general, por cuanto en el sector transportes determinados operadores ya cuentan con obligaciones de servicio público definidos como servicios económicos de interés general. No se consideró necesario atender esta observación, por cuando los servicios básicos de interés general ya vienen definidos en la propia norma al hacer una enumeración de los mismos, que se han incluido de acuerdo con su propia denominación en la normativa sectorial.

Asimismo, se sugirió la modificación concreta de determinados artículos de cara a reducir las cargas que deberán soportar los operadores para implementar las nuevas medidas de los servicios de atención a la clientela. En este sentido, se llevó a cabo una modificación del apartado relativo a la disponibilidad de los servicios de atención a la clientela para explicitar que la atención continua únicamente será precisa en relación con los servicios básicos de interés general que se prestan de forma continuada.

En cuanto a la MAIN se consideró que no se encontraban correctamente cuantificadas las cargas asumidas por las empresas para atender los nuevos requisitos del servicio.

Junto con este informe, el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana facilitó el informe emitido al efecto por el Departamento de Viajeros del Comité Nacional del Transporte por Carretera, que incluía observaciones en la misma línea que dicho departamento ministerial, y que fueron atendidas parcialmente en el mismo sentido.

m) Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática

Emitió informe, en el que se refería a las alusiones a los títulos competenciales, que finalmente se han descrito según indicaba el Ministerio de Política Territorial, siendo en cualquier caso coherente con la modificación propuesta. Asimismo, proponía otras observaciones que han sido aceptadas.

n) Ministerio de Sanidad



El Ministerio de Sanidad emitió informe sin observaciones.

o) Ministerio de Defensa

El Ministerio de Defensa emitió informe sin observaciones.

p) Ministerio del Interior

El Ministerio del Interior emitió informe sin observaciones.

q) Ministerio de Cultura y Deporte

El Ministerio de Cultura y Deporte emitió informe sin observaciones.

Por último, se solicitó informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa, del Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática, en cumplimiento del artículo 26.9 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre y del artículo 2 del Real Decreto 1081/2017, de 29 de diciembre, por el que se establece el régimen de funcionamiento de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa.

Al efecto, se introdujeron todas las modificaciones de carácter formal y técnico indicadas en el citado informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa con una serie de excepciones. Se mantuvo la diferencia entre autobús y autocar en el artículo dos del Anteproyecto de Ley, al ser la denominación de estos servicios indicada en el Reglamento (UE) nº 181/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de febrero de 2011 sobre los derechos de los viajeros de autobús y autocar, y se mantuvo la definición de clientela, al ser el concepto trabajado con los diferentes agentes.

En relación con los comentarios de dicho informe relativos al sector financiero y la disposición final segunda se aceptan, con la excepción del relativo a la numeración de los artículos de la sección 1ª del capítulo V de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero. Los motivos para ello son: (i) la inclusión de los artículos 29 bis a 29 septies se enmarcan en el desarrollo del artículo 29, no teniendo coherencia normativa situarlos antes del mismo, que les sirve de base y fundamento; (ii) la nueva numeración implicaría modificar los artículos 22 a 28, al menos en su denominación, y los artículos 29 a

31 actuales (que se ven modificados) se renumerarían, conllevando una posible modificación de la numeración de artículos posteriores de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, no afectados por esta norma.

También se ha sometido a informe a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, de acuerdo con el artículo 5.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la citada Comisión y a dictamen del Consejo Económico y Social, al amparo de lo dispuesto en el artículo 7.1.1 a) de la Ley 21/1991, de 17 de junio, de creación del Consejo Económico y Social.

Así, en el Informe emitido por la CNMC, de fecha 21 de diciembre de 2021, se incluían las siguientes recomendaciones:

En relación con el ámbito de aplicación, se recomendaba justificar la aplicación de esta nueva normativa en los sectores calificados como servicios básicos de interés general. También, se sugería que las obligaciones recogidas en el anteproyecto se extiendan a todos los operadores presentes en esos mercados, con independencia de su naturaleza jurídica, carácter público o privado y modo de financiación.

En relación con este punto, se considera que la Exposición de Motivos de la norma justifica suficientemente la aplicación de la misma a los sectores calificados como servicios básicos de interés general, mientras que se precisó que sería de aplicación a los operadores que prestaban dichos servicios, independientemente de su naturaleza, siempre que existiese una relación de consumo con la clientela.

Asimismo, sobre el régimen de atención telefónica, se recomendaba establecer alguna limitación para evitar que se cobre por llamadas de atención al cliente que provengan de números 118AB un importe superior al precio máximo previsto para este tipo de servicios.

No se considera necesario establecer esta precisión, por cuanto el régimen tarifario de los servicios telefónicos de atención a la clientela ya viene previsto en el artículo 21 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

En relación con los requisitos sobre la auditoría de calidad del servicio de atención al cliente se recomendaba no exigir que las empresas auditoras estén acreditadas por la Entidad Nacional de Acreditación, puesto que el servicio de atención al cliente es una actividad liberalizada y, para su ejercicio, no se necesita acreditación ante este organismo.

No se consideró adecuado eliminar esta previsión, al estar incluida con la finalidad de garantizar la diligencia debida de las compañías que auditen los servicios de atención a la clientela.

También se ha modificado la MAIN para recoger las observaciones realizadas.

En relación con el dictamen remitido por el Consejo Económico y Social, este órgano recomendó, en primer lugar, mayor detalle de por qué se consideraba que la norma tendría un impacto de género nulo. A tal efecto, se profundizó en el análisis sobre el impacto de género de esta memoria.

Asimismo, se señalaba que sería necesario una mayor concreción de los diferentes conceptos, tales como la duda, la consulta o el asesoramiento informativo sobre un producto o servicios, y, por otro, la queja, la reclamación o la incidencia. En este sentido, durante la tramitación, los diferentes conceptos se han ido perfilando en aras de la seguridad jurídica.

En relación con los canales de comunicación puestos a disposición de la clientela, en el dictamen se consideraba insuficiente que únicamente fuese obligatorio para las empresas atender estas comunicaciones, al menos, a través del medio por el que se inició la relación contractual como figuraba en la versión inicial del Anteproyecto. Dicha observación fue aceptada y se complementaron los canales obligatorios de los que cada empresa debía disponer con una dirección postal, un teléfono y una forma de comunicación telemática, bien dirección de correo electrónico u otro análogo.

En el dictamen también se solicitaba mayor seguridad jurídica sobre la prelación entre las diferentes normas que regulan este ámbito, tanto sectoriales como de ámbito general. Este aspecto ha sido precisado con mayor detalle tanto en el propio articulado, principalmente en el

artículo segundo, como en la Exposición de Motivos, en aras de garantizar el principio de especialidad.

Por último, el dictamen llamaba la atención sobre la necesidad de garantizar los derechos de las personas trabajadoras en este sector teniendo en cuenta las nuevas obligaciones que se pueden generar para las empresas en este ámbito, tales como las garantías del derecho a la intimidad o la protección de datos de las personas trabajadoras. No obstante, se considera que este ámbito excede el de la propia norma, correspondiente su atención a la normativa laboral.

Asimismo, ha emitido Informe el Consejo Nacional de la Discapacidad (CND), en virtud del artículo 2.d) del Real Decreto 1855/2009, de 4 de diciembre, por el que se regula el Consejo Nacional de la Discapacidad.

Por último, se significa que mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de junio de 2021, se autorizó la tramitación administrativa urgente del anteproyecto, de conformidad con lo previsto en el artículo 27.1.b) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre.

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. 1ª, que atribuye al Estado la competencia exclusiva para garantizar la igualdad de todos los españoles,
- El artículo 149.1. 6ª, 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

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 ya establece, en su artículo 21, que las empresas deben poner a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono, fax, cuando proceda, y dirección de correo electrónico en los que las personas consumidoras, cualquiera que sea su lugar de residencia, puedan interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados. En relación con la utilización de la vía telefónica para la prestación de estos servicios de atención a la clientela, la normativa en vigor ya impone a 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 al 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

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 26.3. f) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, el impacto por razón de género, analizará y valorará los resultados que se puedan seguir de la aprobación de la norma desde la perspectiva de la eliminación de desigualdades y de su contribución a la consecución de los objetivos de igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, a partir de los indicadores de situación de partida, de previsión de resultados y de previsión de impacto.

a) Identificación de los objetivos en materia de igualdad de oportunidades que son de aplicación

El artículo 19.6 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, dispone que “las políticas públicas que inciden en el ámbito del consumo y las prácticas comerciales orientadas a las personas consumidoras vulnerables estarán destinadas, en su caso y siempre dentro del ámbito de las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios, a prever y remover, siempre que sea posible, las circunstancias que generan la situación de vulnerabilidad, así como a paliar sus efectos y a garantizar el ejercicio

de sus derechos en condiciones de igualdad, en particular en relación con las comunicaciones comerciales o información precontractual facilitada, la atención post contractual o el acceso a bienes o servicios básicos”.

Esta vocación de igualdad en el ámbito de consumo se ve concretada en la letra n) del artículo 47.1, del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, que señala como una infracción en materia de consumo:

“las conductas discriminatorias en el acceso a los bienes y la prestación de los servicios y, en especial, las previstas como tales en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, cuando no sean constitutivas de delito”.

Esta previsión fue introducida en la normativa de consumo en virtud de la Disposición adicional vigesimoquinta de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Por tanto, las políticas públicas en materia de consumo tienen que estar destinadas, entre otras finalidades, a remover cualquier situación que suponga una discriminación en el acceso a los bienes y la prestación de los servicios por razón de género.

b) Análisis del impacto de género

1) Descripción de la situación de partida

En relación con los servicios de atención a la clientela que se regulan en este Anteproyecto de Ley, la información estadística disponible muestra mayores barreras en el acceso a este tipo de servicios a personas de más edad, menor renta y que viven en municipios de menor tamaño, así como a las personas con algún tipo de discapacidad, ya que, en ocasiones, estos servicios son prestados exclusivamente por medios telemáticos o no son lo suficientemente accesibles.

No obstante, no se han detectado indicadores cualitativos o cuantitativos significativos que permitan inferir discriminaciones por razón de género en las barreras de acceso a estos servicios a las que se enfrentan las personas consumidoras.

2) Previsión de resultados

Si bien se prevé que la norma tenga un impacto positivo en el acceso a los servicios de atención a la clientela y, por tanto, en el ejercicio de los derechos como personas consumidoras, por parte de las personas de edad avanzada o de las que tienen algún tipo de discapacidad, de los datos disponibles no se puede derivar que la norma vaya a tener efectos, positivos o negativos, sobre la eliminación de desigualdades y/o la contribución al desarrollo de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

3) Valoración del impacto de género

Por consiguiente, respecto a la valoración del impacto de género, se considera que esta norma tendrá un impacto de género nulo por cuanto no se han identificado datos o estimaciones que permitan inferir desigualdades de partida en relación a la igualdad

4. Impacto en la infancia y en la adolescencia, impacto en la familia

La norma tiene un impacto nulo sobre la infancia, adolescencia y familia.

5. Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad

El 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.

6. Impacto por razón de cambio climático

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.3.h) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, es preciso señalar que el Anteproyecto de Ley tiene un impacto positivo por razón de cambio climático, por cuanto en el caso de suministros de servicios energéticos, los usuarios podrán presentar consultas ante los servicios de atención a la clientela relacionadas con ahorro, eficiencia energética y energía renovable.

7. 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.

V. EVALUACIÓN EX POST

En virtud de lo previsto en el artículo 2.1.j) del Real Decreto 931/2017, de 27 de octubre. Considerado lo dispuesto en el artículo 28.2 de la Ley del Gobierno, y en el artículo 3 del Real Decreto 286/2017, de 24 de marzo, por el que se regulan el Plan Anual Normativo y el Informe Anual de Evaluación Normativa de la Administración General del Estado y se crea la Junta de



Planificación y Evaluación Normativa y conforme a lo que figura en el Plan Anual Normativo correspondiente a 2022 no se ha considerado necesario que esta norma se someta a evaluación por sus resultados.



Consejo Económico y Social
Presidente

De conformidad con la solicitud recibida, adjunto le remito el Dictamen 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*, que ha sido aprobado en la sesión ordinaria del Pleno celebrado en el día de hoy.

Asimismo, le comunico que de acuerdo con lo establecido en el artículo 43 del Reglamento de Organización y Funcionamiento Interno del CES, los Consejeros disponen de cuarenta y ocho horas, a contar desde el final de la sesión plenaria, para formular votos particulares que, en el caso de presentarse, deberán quedar incorporados al texto del referido Dictamen.

Madrid, 16 de diciembre de 2021

Antón Costas Comesaña

SR. MINISTRO DE CONSUMO

01 JUN. 2022 09:14:14 Entrada: 218685



CONSEJO ECONÓMICO
Y SOCIAL ESPAÑA

**DICTAMEN SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY POR LA QUE
SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LAS
PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS QUE ACTÚAN EN
CALIDAD DE CLIENTELA**

Pleno de 16 de diciembre de 2021

01 JUN. 2022 09:14:14 Entrada: 218685

I. ANTECEDENTES

El 24 de noviembre de 2021 tuvo entrada en el Consejo Económico y Social un escrito del Ministerio de Consumo y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital en el que se solicitaba, al amparo de lo dispuesto en el artículo 7.1.1 a) de la Ley 21/1991, de 17 de junio, de creación del Consejo Económico y Social, que el CES emitiera dictamen sobre el Anteproyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela. Dicha solicitud fue trasladada a la Comisión de Trabajo de Salud, Consumo, Asuntos Sociales, Educación y Cultura para la elaboración de una propuesta de dictamen en el plazo de diez días.

El texto objeto de dictamen viene acompañado de una Memoria del análisis de impacto normativo, donde se recoge: la oportunidad de la propuesta, su contenido, un análisis jurídico y el análisis de impactos. Este último apartado incluye la adecuación al orden constitucional de distribución de competencias, la estimación del impacto económico y presupuestario de las medidas recogidas en la norma, así como su impacto de género y otros impactos, en este caso sobre las personas consumidoras y usuarias así como sobre las personas con discapacidad.

La obligación de los poderes públicos de garantizar la defensa de las personas consumidoras y usuarias y la protección mediante procedimientos eficaces de su seguridad, salud y legítimos intereses económicos se encuentra recogida en el artículo 51 de la CE.

El Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante, TRLGCU) desarrolla dicho precepto constitucional. En su artículo 21, se ocupa del régimen de comprobación y servicios de atención al cliente, incluyendo los aspectos relativos a la reclamación, la garantía y la posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos. Además, establece las funciones y requisitos básicos de las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición de las personas consumidoras y usuarias. Concretamente, en su apartado 2 establece la obligación de asegurar a la clientela constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero. Asimismo, prevé la obligación de garantizar una atención personal directa en caso de que los servicios de atención al cliente utilicen la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones.

La redacción en vigor de este artículo es la resultante de las sucesivas modificaciones sobre el texto original del TRLGCU de 2007, principalmente a fin de incorporar a nuestro ordenamiento nuevos desarrollos legislativos de la Unión Europea. Se abordaron así en

su día diversas reformas a través de la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio así como a través 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.

Las pautas y dinámicas de consumo han experimentado importantes cambios a raíz de la pandemia y la crisis por Covid-19. Una de las transformaciones más visibles ha sido el incremento sustancial del consumo a través de canales on line. Como señala la Nueva Agenda Europea del Consumidor, publicada en noviembre de 2020, las medidas de confinamiento han destacado el papel fundamental de las tecnologías digitales en la vida de las personas, permitiendo comprar bienes esenciales que, de otra manera, no serían asequibles y acceder a servicios a pesar de las restricciones. De hecho, en la Nueva Agenda, la Comisión Europea se plantea la revisión de diversas directivas así como el análisis de la necesidad de legislación adicional o de otras medidas, con la finalidad de luchar contra las prácticas comerciales en línea que no respetan los derechos de los consumidores, el refuerzo de la protección de los consumidores en el contexto de la digitalización de los servicios financieros al por menor; el enfoque de los nuevos retos desde el punto de vista de la seguridad de los productos derivados de las nuevas tecnologías y de la venta en línea así como las garantías de la protección de los consumidores y protección de los derechos fundamentales en relación con la inteligencia artificial.

Este nuevo contexto ha dado lugar en nuestro país a sucesivas normas de legislación de urgencia para responder a las situaciones de mayor vulnerabilidad social. En el caso de las personas consumidoras y usuarias, se aprobó 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 modificaba una vez más el TRLGCU a fin de garantizar un diseño de las oficinas y servicios de información y atención a la clientela respetuoso con los criterios de accesibilidad universal. De este modo, se estableció la obligación de las empresas de que, en el supuesto de que dispusieran de una línea telefónica para comunicares con las personas consumidoras en relación con los contratos celebrados, dicha línea no suponga un coste superior al de una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar. En el caso de los servicios básicos de interés general, se estableció que las empresas prestadoras dispusieran de un teléfono gratuito de atención a la clientela.

Las más recientes modificaciones del contenido de la TRLGCU por lo que afecta a la materia del Anteproyecto objeto de Dictamen han tenido lugar en 2021 a través de los Reales Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril y 24/2021, de 2 de noviembre.

El Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores modifica el TRLGCU para incorporar al Derecho español las Directivas (UE) 2019/770 y 2019/771, del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019, que persiguen armonizar determinados aspectos relativos a los contratos de compraventa de bienes y de suministro de contenidos o servicios digitales, en aras de lograr un auténtico mercado único digital, reforzar la seguridad jurídica y reducir los costes de las transacciones, en particular, para las pequeñas y medianas empresas. Además de algunas disposiciones sobre aspectos relacionados con la conformidad con el contrato y la información sobre la durabilidad de los bienes, entre otros aspectos, del contenido del Real Decreto-ley 7/2021 más vinculados al contenido del Anteproyecto destaca la regulación específica de los servicios y contenidos digitales, adaptando las definiciones y conceptos contemplados por la normativa comunitaria (“servicios digitales”, “contenidos digitales”, “mercados en línea”, entre otras), modificando algunos aspectos relativos a las garantías y servicio postventa, regulando la responsabilidad de las empresas y los derechos de las personas consumidoras y usuarias, el ejercicio de estos últimos, la modificación de los contenidos o servicios digitales y las garantías comerciales y servicios postventa.

Por su parte, el Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, modifica nuevamente el TRLGCU, a fin de transponer la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión. Se pretende con ello actualizar la normativa de consumo en relación con determinadas prácticas contrarias a los intereses de las personas consumidoras que se dan a través de internet y que, hasta la fecha, no contaban con regulación específica, aumentando la protección para las personas consumidoras de la UE en diversas áreas, como las compras en mercados en línea, la transparencia de la personalización de precios y la clasificación de ofertas en línea y derechos del consumidor al utilizar servicios en línea «gratuitos». Estos objetivos entroncan con la Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa, recogida en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo de 6 de mayo de 2015 (COM (2015) 192 final), que planteaba la

necesidad de adoptar normas modernas y simplificadas para el comercio electrónico transfronterizo, animando con ello a las empresas a vender en línea traspasando las fronteras de los Estados miembros, incrementando así la confianza de las personas consumidoras en el comercio electrónico transfronterizo. En el marco de las políticas públicas de digitalización desarrolladas en nuestro país, estas normas se incluyen en el eje estratégico «Garantizar los derechos de la ciudadanía en el nuevo entorno digital», de España Digital 2025.

Por lo que hace a la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, en adaptación a dicha normativa comunitaria, el RD-ley 24/2021, de 2 de noviembre, aborda una profusa serie de modificaciones del TRLGCU, fundamentalmente en el capítulo de información precontractual en los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil (Capítulo II), incluyendo una revisión íntegra del capítulo relativo a la potestad sancionadora (capítulo V).

Completando el marco normativo preexistente, el principal objetivo del Anteproyecto de Ley objeto de Dictamen consiste en abordar de manera integral la regulación de los servicios de atención a la clientela de las empresas que tengan por finalidad facilitar información, atender incidencias y resolver las quejas y reclamaciones de su clientela, fijando los parámetros mínimos de calidad que estos deberán cumplir obligatoriamente. Al mismo tiempo, se pretende adecuar dicha regulación a los derechos y necesidades de las personas consumidoras vulnerables. Con ello se persigue facilitar la protección de los derechos de la clientela en relación con la ejecución de los contratos de consumo, reduciendo la litigiosidad en este ámbito. Asimismo, se persigue adecuar el régimen de garantías de los viajes combinados al contexto derivado de la crisis sanitaria del Covid-19.

El Anteproyecto modifica asimismo el régimen de garantías de viajes combinados, en adaptación a la actual crisis en el contexto de la pandemia y las particulares cargas que recaen en las pequeñas y medianas empresas del sector, por lo que entre los antecedentes del Anteproyecto objeto de Dictamen cabe referirse asimismo a 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. Valga recordar que esta Directiva 2015/2302 se propuso impulsar la protección de los consumidores y usuarios europeos y consolidar el mercado interior, procediendo a reforzar la seguridad jurídica, tanto de los consumidores como de los empresarios, y eliminando las disparidades en la legislación europea en materia de viajes combinados, que originaban obstáculos significativos en el mercado interior. Con esta finalidad, dicha Directiva

estableció un marco normativo basado en la definición concreta de una serie de conceptos jurídicos, amplió la armonización de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, bajo un enfoque de armonización plena, salvo cuestiones puntuales, e introdujo modificaciones sustanciales en la normativa europea hasta entonces vigente en la materia (Reglamento CE nº 2006/2004 y Directiva 2011/83/UE).

La Directiva (UE) 2015/2302 fue incorporada al ordenamiento jurídico español a través del Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados, que modificaba diversos preceptos del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU) y otras leyes complementarias. El RD-ley 23/2018, sobre cuyo Anteproyecto el CES emitió su Dictamen 3/2018, se encaminaba a ampliar el ámbito de aplicación de la LGDCU, dirigida originalmente a los viajes combinados, otorgando cobertura a diferentes formas de viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, en un contexto de generalización de ventas y de aceptación con normalidad de la contratación “on line”.

Junto al TRLGDCU, el Anteproyecto modifica asimismo 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. La reforma de esta última, sobre cuyo Anteproyecto se pronunció el CES en su Dictamen 04/2021, continúa en estos momentos su tramitación parlamentaria. Por otro lado, el Anteproyecto deroga disposiciones de igual o inferior rango que 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

El CES ha tenido la oportunidad de pronunciarse en numerosas ocasiones, sobre diferentes aspectos relacionados con la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. A este respecto, sin ánimo de exhaustividad, cabe citar el Dictamen 9/2005 sobre el Anteproyecto de Ley de mejora de la protección de los consumidores y usuarios; el Dictamen 2/2007 sobre el Proyecto de Real Decreto Legislativo por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los consumidores y usuarios; Dictamen 1/2008 sobre el Anteproyecto de Ley por el que se modifica el Régimen legal de la competencia desleal para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios; Dictamen 2/2008 sobre el Anteproyecto de Ley sobre el libre acceso y ejercicio de las actividades de servicios; Dictamen 2/2009 sobre el Anteproyecto de Ley de modificación de diversas leyes para su adaptación a la

Ley sobre el Libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio; Dictamen 8/2011 sobre el Anteproyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención al cliente destinados a los consumidores y usuarios; el Dictamen 5/2015 sobre el Anteproyecto de Ley de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo así como el Dictamen 3/2018 sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica 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, en el correspondiente Proyecto de Ley aprobado por el Consejo de Ministros de 23 de marzo de 2018 y en el Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados.

Asimismo, además de abordar el seguimiento de las cuestiones relacionadas con la protección de las personas consumidoras y usuarias en su Memoria anual, el CES ha elaborado hasta el momento varios informes a iniciativa propia dedicados específicamente a abordar su situación, en concreto, el Informe 1/1999 sobre los derechos del consumidor y la transparencia de mercado, Informe 2/2008 sobre los nuevos modelos de consumo en España e Informe 4/2016 sobre nuevos hábitos de consumo, cambios sociales y tecnológicos.

II. CONTENIDO

El Anteproyecto de Ley sometido a dictamen consta de veintitrés artículos, estructurados en cuatro capítulos, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y seis disposiciones finales.

Capítulo I. Disposiciones generales (arts. 1 a 5)

El Capítulo I fija el objeto de la ley (art. 1), que viene dado por la regulación de los servicios de atención a la clientela destinados a facilitar información, atender incidencias y resolver quejas y reclamaciones, así como los requisitos que deben cumplir las empresas relacionadas. Establece también el ámbito de aplicación (art.2) que alcanza a todas aquellas empresas que presten servicios de carácter básico y de interés general, incluyendo grupos de sociedades, que ocupen al menos a 250 personas trabajadoras, con un volumen de negocio superior a 50 millones o un balance anual que exceda de 43 millones. Se extiende, además, a los servicios prestados por las Administraciones Públicas, cuando medie el pago de un precio público. El capítulo recoge, asimismo, las definiciones (art.3) de los principales conceptos en el desarrollo del texto, como clientela, servicios de atención a la clientela, incidencia o niveles mínimos de calidad.

Establece, por otro lado, los principios generales (art.4) que deben guiar a los servicios de atención a la clientela, haciendo obligatoria su especificación en los contratos, facturas y páginas web, y siendo exigible su accesibilidad para personas vulnerables. Por último,

determina la obligación de facilitar información precontractual clara y comprensible sobre los servicios de atención a la clientela (art.5) por parte de las empresas.

Capítulo II. Niveles mínimos de calidad (arts.6 a 20)

El Capítulo II se refiere a los niveles mínimos de calidad que deben cumplir los servicios de atención a la clientela de la empresas sujetas a la ley, estableciendo la obligatoriedad de admitir consultas, quejas y reclamaciones a través del mismo canal con el que inició la relación contractual (art. 7), prohibiéndose el empleo exclusivo de contestadores automáticos (art.8) y haciéndose obligatoria la disposición de atención personalizada, a través de un operador o agente comercial a solicitud de la persona consumidora o usuaria. Además, hace exigible una formación y capacitación especializada del personal que presta el servicio de atención (art.9).

En lo que concierne a la atención telefónica (art.10), el Anteproyecto establece unas condiciones específicas, prohibiendo, entre otras, la derivación de un teléfono gratuito a números que impliquen coste para la clientela. Se recogen, por otra parte, las condiciones para la tramitación (art.12) y la resolución (art.13) de las consultas quejas y reclamaciones, prohibiendo su cierre por caducidad o prescripción no imputable a la clientela.

Se hace obligatoria para las empresas sujetas a la futura norma la implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente respecto al trato y la profesionalidad del personal que presta el servicio (art 18) y del establecimiento de marcos estables de colaboración con las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas en relación con estos servicios (art.19).

Capítulo III. Sistemas de evaluación

El capítulo III contempla la regulación de las obligaciones a las que deben ajustarse las empresas respecto a la implantación de un sistema de evaluación, del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela conseguido (artículo 21), que incluirá los parámetros que se contemplan en el capítulo II, sin perjuicio de la normativa sectorial vigente aplicable. Igualmente, las empresas deberán tener a disposición de la Administración competente una copia actualizada de la documentación descriptiva de dicho sistema y deberán hacerla pública, así como su correspondiente auditoría, a través de su página web. Asimismo, 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).

Capítulo IV. Infracciones y sanciones

El capítulo IV, que contiene un único artículo 23, prevé 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, y será sancionado 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, reconociendo la aplicabilidad preferente de las sanciones previstas en la normativa sectorial aplicable, refiriéndose específicamente a las infracciones en materia de igualdad de trato y no discriminación y a las infracciones en materia de protección de datos.

Disposición transitoria única. Régimen transitorio

Se establece un período de seis meses desde la entrada en vigor de la misma para la adaptación a las novedades establecidas.

Disposición derogatoria única. Derogación normativa

Prevé expresamente la derogación del 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.

Se modifica el apartado 3 del artículo 21, especificando la obligación de los empresarios de información sobre los medios a través de los cuales puedan interponerse quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados, cualquiera que sea su lugar de residencia, y que deberá incluir, al menos, el medio por el que se inició la relación contractual.

Se modifica asimismo el apartado 2 del artículo 150, concretando el tipo de viajes que quedan al margen de la regulación dada por la normativa a los viajes combinados 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. En estos supuestos, el cliente deberá ser informado expresamente de que el viaje contratado no se encuentra cubierto por la normativa sobre viajes combinados.

Se da nueva redacción a la letra k) del punto primero del artículo 151 para especificar que la falta de conformidad será únicamente respecto del contrato suscrito en relación con el viaje combinado.

Finalmente, se modifica el apartado 1 del artículo 161, pasando así 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, con independencia de que estos servicios los deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores. Sin embargo, tanto organizadores como minoristas están obligados a gestionar las reclamaciones presentadas, aun en el supuesto de que versen sobre servicios fuera de su ámbito de gestión. En caso de que no tramiten estas reclamaciones responderían de forma solidaria.

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

Se modifica la sección 1ª del título V, quedando redactada del siguiente modo:

Artículo 29. Departamento de atención a la clientela y Defensor de la Clientela. Se regula la obligación de las entidades de contar con un departamento o servicio de atención a la clientela encargado de atender y resolver, no solo, las quejas, reclamaciones, sino también las incidencias o consultas, permitiendo que las entidades que formen parte del mismo grupo económico dispongan de un departamento o servicio de atención a la clientela único para todo el grupo. Dicho servicio de atención a la clientela, que será gratuito, eficaz, accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable, y 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.

A través de un nuevo artículo 29 bis, se regula el procedimiento para la presentación, tramitación y resolución de las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones, estableciendo que el procedimiento que se introduce será exigible en la tramitación de las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones cuyo conocimiento se atribuya al defensor de la clientela.

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

En el Artículo 29 quater, se regula la admisión a trámite de la misma que 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. Se determinan los motivos tasados por lo que podrá rechazarse la admisión a trámite de las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones.

La tramitación se regula por lo dispuesto en el Artículo 29 quinquies, y en caso de allanamiento o desistimiento se estará a lo dispuesto en el nuevo Artículo 29 sexies.

La finalización y notificación del procedimiento se regirán por el Artículo 29 septies.

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. Se introduce en este precepto la previsión de la situación 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.

Por último, en el Artículo 31, que ya preveía la habilitación para desarrollo reglamentario, se introduce la adaptación a la nueva terminología utilizada por el Anteproyecto.

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

Se modifica el apartado 2 del artículo 47, para detallar el procedimiento de presentación de reclamaciones, precisando que 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. Asimismo, se añade que si bien el operador podrá prestar el servicio de atención a la clientela mediante el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos, deberá garantizar una atención personalizada, sin que ello implique el derecho a acceder a una persona física supervisora.

Disposición final cuarta. Título competencial.

Especifica la habilitación que otorga el artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 11ª y 13ª de la Constitución Española.

Disposición final quinta. Habilitación para el desarrollo reglamentario.

Contiene la habilitación del Gobierno para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de la norma.

Disposición final sexta. Entrada en vigor.

Al día siguiente al de su publicación en el “Boletín Oficial del Estado”.

III. OBSERVACIONES

La relación entre las personas consumidoras y usuarias y las empresas no se agota con la adquisición de productos y servicios, requiriendo en muchas ocasiones de contacto posterior para solucionar posibles problemas de distinto alcance, desde pequeñas dudas hasta la plena disconformidad con lo adquirido. Por eso los servicios de atención a las personas clientes deben constituir un elemento esencial en las relaciones de consumo, dando respuesta a sus legítimas demandas en ese sentido y conformándose como una pieza clave en la mejora de los productos y servicios ofrecidos por las empresas, que obtienen en la comunicación con quienes los adquieren una rica información. Sin embargo, en opinión del CES, el amplio margen de mejora que viene mostrando en su conjunto este instrumento de comunicación entre clientes y empresas, y que se hace patente en el incremento del número de quejas y reclamaciones referidas a la insatisfacción con los Servicios de atención al cliente (SAC), hace necesario reforzar su eficacia, contribuyendo a garantizar la conformidad entre clientes y empresas, limitando las situaciones de indefensión de los primeros y fortaleciendo la capacidad de mejora y la imagen de las segundas, en un contexto de multiplicación de canales de venta y de oferta de servicios. En este sentido, el objetivo del Anteproyecto de dotar a los servicios de atención que facilitan información, atienden incidencias y resuelven quejas, de un marco jurídico específico y común merece una valoración positiva del CES, en tanto que, constituyendo una aspiración legítima de las personas consumidoras y usuarias, puede revertir muy positivamente en la competitividad de las empresas y en la calidad de los servicios que prestan. Además, el CES valora especialmente el considerable avance que supone el Anteproyecto en el ámbito de las garantías de la atención a las personas vulnerables.

En cuanto al contenido del Anteproyecto, valga señalar con carácter previo que la premura de los plazos de evacuación de este Dictamen ha dificultado abordar un análisis y discusión de su articulado con el sosiego y la exhaustividad que un texto complejo como este requeriría. Lamentablemente no se ha dispuesto esta vez de la documentación complementaria sobre las consultas practicadas a las que se refiere la Memoria explicativa del Anteproyecto. En todo caso y con respecto a esta última, llama la atención a este Consejo la afirmación que contiene sobre el impacto de género nulo del Anteproyecto, sin que dicha aseveración se acompañe de justificación o argumentación suficiente. En este sentido, el CES recuerda la importancia de dar un cumplimiento efectivo y no meramente formal a la obligación de valorar el impacto de género de los proyectos normativos conforme al art. 19 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, basado en el seguimiento de indicadores objetivos y orientado a la consecución de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la realidad económica y social, incluido el del consumo

de los servicios de interés general objeto del Anteproyecto. En la misma línea, si bien el título y algunos apartados del texto utilizan un lenguaje inclusivo desde la perspectiva de género, no ocurre lo mismo a lo largo de todo el articulado, por lo que sería deseable que se revisara el Anteproyecto completo teniendo en cuenta este aspecto.

En cuanto al objeto de las actuaciones de los SAC, el CES considera necesario delimitar con mayor precisión conceptos diferentes que el Anteproyecto contempla en plano de igualdad como son, por un lado, la atención al cliente, la duda, la consulta o el asesoramiento informativo sobre un producto o servicios, y, por otro, la queja, la reclamación o la incidencia, entendiendo la conveniencia de una valoración diferenciada de las distintas modalidades de incidencia, ya que conllevarían obligaciones diferentes.

La efectividad del acceso a la comunicación de las personas consumidoras y usuarias con las empresas que suministran los bienes y servicios depende principalmente de la disponibilidad de unos canales adecuados para su establecimiento. A pesar de ello, el Anteproyecto establece en su artículo 4 que el servicio de atención a la clientela “deberá permitir 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”, sin abundar en el desarrollo de este aspecto fundamental en los servicios de atención, mientras que en el artículo 7 contempla la posibilidad de presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias por medio de otros canales, además del mismo a través del que se inició la relación. En un entorno de creciente complejidad como el descrito más arriba, la oferta de una gama amplia de medios para establecer una comunicación satisfactoria entre empresas y personas consumidoras resulta, a juicio del CES, de gran importancia, atendiendo a la variedad de condiciones personales que pueden presentar las personas consumidoras relativas a su capacidad para utilizar distintos canales, lo que aconsejaría una mayor clarificación de este aspecto de los servicios que regula el Anteproyecto.

En todo caso, el texto objeto de Dictamen pretende proyectarse con carácter horizontal sobre una realidad compleja, regulada a través de normas de distinto rango y naturaleza. En opinión del CES, la nueva Ley debería aportar claridad al entramado normativo existente, garantizando la coherencia entre las distintas piezas que lo integran, sin añadir complejidad a la hora de su interpretación. A este respecto, los contornos del ámbito de aplicación del Anteproyecto suscitan dudas a este Consejo, no pareciendo suficientemente justificados los criterios en que se apoya la opción de la inclusión de algunos ámbitos de los servicios de interés general y la exclusión de otros en el texto objeto de Dictamen. Hay que considerar que algunos de los servicios contemplados por el Anteproyecto cuentan con regulación sectorial propia, de aplicación directa en las relaciones entre las empresas operadoras del mercado y su clientela.

En segundo lugar, la indefinición con que el texto aborda algunas cuestiones concretas puede dar lugar a interpretaciones contradictorias en detrimento de la necesaria seguridad jurídica y protección de los intereses de las personas consumidoras y usuarias así como de las empresas. Es el caso de la explícita declaración del carácter supletorio de esta norma con respecto a otras leyes generales o en la normativa sectorial reguladora de los servicios de atención a la clientela, que se contiene en varias ocasiones en el texto objeto de Dictamen. Llama la atención, asimismo, el reiterado recurso a conceptos jurídicos indeterminados y expresiones inconcretas como “reclamar con eficacia”, “personas de edad avanzada”, “profesionalidad”, entre otras que no contribuyen a facilitar la aplicación de la norma.

No cabe obviar, unido a lo anterior, que el contenido del Anteproyecto puede tener repercusiones en el terreno laboral, tanto desde la perspectiva de los derechos de las personas trabajadoras que llevan a cabo la prestación de los servicios que regula el Anteproyecto, como desde el punto de vista de las nuevas obligaciones que se pueden generar para las empresas en este ámbito. En este sentido, en aras de la necesaria seguridad jurídica de todas las partes destinatarias de la norma, la redacción del Anteproyecto debería concretar aspectos excesivamente indefinidos que pueden afectar a condiciones de trabajo como las garantías del derecho a la intimidad y la protección de datos de las personas trabajadoras, la ambigüedad a la hora de referirse a la formación y capacitación del personal que preste la atención especializada a la clientela o los sistemas de supervisión de la calidad en relación con la evaluación del desempeño. Con respecto a estos últimos aspectos, el CES llama particularmente la atención sobre las consecuencias que pueden derivarse de una evaluación basada en variables automatizadas o a través de sistemas de inteligencia artificial que, en todo caso, deberían responder a criterios de transparencia en cuanto a sus parámetros de funcionamiento.

IV. CONCLUSIÓN

El CES se remite a las observaciones realizadas en el cuerpo de este Dictamen.

16 de diciembre de 2021

Vº. Bº El Presidente

Antón Costas Comesaña

La Secretaria General

María Soledad Serrano Ponz

En virtud del artículo treinta y nueve del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias y el artículo 2, apartado a) del Real Decreto 487/2009, de 3 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios, en relación con el :

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

El Consejo de Consumidores y Usuarios presenta el siguiente informe:



PRIMERA.- Consideraciones generales.

El artículo 51 de la Constitución Española impone a los poderes públicos la obligación de garantizar la defensa y protección de la seguridad, la salud y los intereses económicos de los consumidores y usuarios mediante la adopción de procedimientos eficaces. El desarrollo normativo de dicho mandato constitucional se ha traducido, a nivel estatal, en la aprobación de distintas normas generales o sectoriales que, con distinto alcance, han venido a reconocer y delimitar los derechos que asisten a consumidores y usuarios, abarcando igualmente la regulación de los servicios de atención al cliente con las adaptaciones y modificaciones que ha impuesto la normativa comunitaria.

El resultado de todo ello ha dado lugar a que el marco normativo actual y, más concretamente, el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (en adelante, “*TRLGDCU*”), consagre en su artículo 8 como derecho básico, entre otros, la protección de los derechos de los consumidores y usuarios mediante procedimientos eficaces. Tal previsión exige una regulación adecuada de mecanismos que permitan a los consumidores y usuarios el ejercicio eficaz de los derechos básicos que les asisten (entre otros, el derecho a la información, a reclamar en caso de error o incumplimiento del prestador del servicio o productor-vendedor, o a ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos), debiendo configurarse los servicios de atención a las personas consumidoras como el principal mecanismo de autodefensa de los usuarios, capaz también de representar una primera línea preventiva y de evitar o cerrar los conflictos que surjan en las relaciones de consumo.

El régimen general de servicios de atención al cliente se regula en el artículo 21 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. No obstante, la normativa vigente en modo alguno ha logrado alcanzar el resultado perseguido, demostrando la experiencia que la mayor parte de los

servicios de atención al cliente presentan importantes deficiencias, a veces interesadas, que sitúan a los consumidores y usuarios en una posición de inexcusable vulnerabilidad e indefensión. Las esperas excesivas y el trato inadecuado, los impedimentos para la obtención de referencia alguna en relación a la queja-reclamación interpuesta, la poca capacidad resolutoria, la falta de eficacia en las gestiones que se interesan o la deficiente información que desde los mencionados servicios se aporta, en base a la escasa formación con que cuentan los operadores telefónicos, son algunos claros ejemplos de las anomalías que todo consumidor experimenta en sus relaciones con el sector empresarial.

El funcionamiento de la mayor parte de los servicios de atención al cliente de las empresas que operan en el mercado viene evidenciando desde hace décadas la necesidad de abordar una nueva regulación de tales servicios que garantice a los consumidores el ejercicio eficaz de los derechos básicos antes mencionados, que asegure el grado de protección elevado que nuestra Carta Magna persigue, y que combata de forma adecuada las situaciones que actualmente determinan la desprotección de los usuarios, apartándose de planteamientos normativos que en la práctica puedan configurarse como meras declaraciones de buenas intenciones o que exclusivamente contribuyan a generar situaciones de hipertrofia legislativa.

Debemos ser conscientes que el proceso de liberalización de servicios ha supuesto un incremento de las ofertas y vías de acceso a los diferentes bienes y servicios, lo que ha añadido una mayor complejidad al proceso de toma de decisiones por parte de las personas consumidoras y usuarias. Esto ha conllevado un aumento de la conciencia ciudadana, pero también una mayor exigencia por parte de las personas consumidoras y usuarias sobre la calidad de los productos y servicios ofrecidos por las empresas. En consecuencia, se ha producido un aumento del número de demandas de información como de mayor número de quejas o reclamaciones que se traducen en un incremento del número de consultas y reclamaciones en los diversos sectores de interés.

En la actualidad, la mala calidad de los servicios prestados, las importantes deficiencias que presentan los servicios de atención al cliente (SAC), el retraso en la resolución de las quejas y reclamaciones, el aumento de incidencias en la prestación de servicios, la falta de efectividad de los SAC, etc. son aspectos que contribuyen a disuadir a la hora de reclamar por parte de las personas consumidoras y usuarias.

En definitiva, son numerosos los motivos y las causas de insatisfacción por parte de los consumidores y usuarios ante la atención prestada en los servicios de atención al cliente. Todo esto está contribuyendo a desvirtuar el mapa de satisfacción sobre los servicios prestados o los bienes recibidos por los destinatarios finales. Nos preocupa que esta situación esté provocando una mayor situación de indefensión o desprotección por parte de las personas consumidoras y usuarias frente a las empresas, por lo que se debe garantizar de forma eficaz sus derechos y protegerlos.

Sigue habiendo problemas que la normativa actualmente vigente no parece haber logrado el resultado perseguido, pues la práctica administrativa en la gestión de las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios revela que existe un elemento común en la mayor parte de éstas, manifestado a través de un creciente descontento en cuanto a la atención al cliente. Es preciso destacar que dichas carencias no solo generan la insatisfacción de las personas consumidoras y usuarias, sino que, a su vez, provocan un desprestigio de la imagen comercial de las empresas, que se traduce una vez más en un perjuicio para el mercado donde se opera.

En opinión del Consejo, la actualización y mejora de la normativa de los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias necesariamente requiere de la puesta marcha de una iniciativa legislativa que específicamente regule la prestación de dichos servicios, que establezca parámetros mínimos obligatorios de calidad y que prevea consecuencias en caso de incumplimientos, esto es, contemple sanciones para los empresarios y compensaciones (indemnizaciones) automáticas para los consumidores en caso de infracción o vulneración.

- Sugerimos que a lo largo del texto se emplea el término clientela, que se refiere a un conjunto o grupo de clientes. Sugerimos un cambio de términos empleando en vez de clientela se refiera a la persona individual que es “el cliente”, dado que estamos hablando de un servicio de atención a una persona consumidora y usuario, “el cliente”. Sugerimos que se haga esta modificación a lo largo de todo el texto propuesto. Aunque puede que el uso de esta palabra sea motivado a la inclusión de lenguaje de género, creemos que solo aporta confusión de derechos.

Por todo lo anterior consideramos que la esperada Ley que finalmente entre en vigor, tras el prolongado lapso temporal de más de una década que persigue la inacción normativa, debe modificar el prisma tradicional que siempre se ha asociado con los SAC y no tomarlos como otro departamento de la compañía, sino especialmente como un organismo vivo e independiente de la compañía con atribuciones reales e independencia funcional suficientes como para plantear soluciones que aun afectando a la cuenta de resultados de la empresa refuercen la confianza del cliente en los mecanismos alternativos de resolución de litigios.

Sin perjuicio de ello, en los expositivos siguientes se detallan las aportaciones concretas que el Consejo, sugiere en relación al Anteproyecto de Ley sometido a audiencia e información pública.

SEGUNDA.- Del ámbito de aplicación del Anteproyecto de Ley.

Pese a que el texto de la norma sujeta a valoración se autodefine como "*Anteproyecto de ley por el que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela*", aspirando a configurarse como una norma de alcance general en el marco de las relaciones de consumo, lo cierto es que el ámbito de aplicación que incorpora en su artículo segundo restringe la aplicación de la misma a las empresas que específicamente se contemplan, eximiendo de sujeción a un volumen elevado de empresarios y estableciendo parámetros excesivamente restrictivos, muy discutibles y también muy susceptibles de poder mejorarse para asegurar una protección de las personas consumidoras mínimamente adecuada.

Aunque el artículo 2 (apartado primero) contempla la aplicación de la norma a empresas que efectivamente ejecuten determinados servicios de carácter básico de interés general en territorio español (con independencia del lugar en que radique su establecimiento), igualmente ignora otros tantos servicios que debieran incorporarse por ostentar dicha condición en base a lo previsto en el propio artículo 21.2 (párrafo sexto) del TRLGDCU (entre otros, los servicios de protección de la salud (asistenciales y sanitarios), y de los saneamiento y residuos).

De otro lado y, si bien el referido precepto (en su apartado segundo) impone la aplicación de la norma a empresas o grupos de sociedades que comercialicen bienes o presten servicios distintos de los contemplados como básicos de interés general en territorio español (con independencia del lugar en que radique el establecimiento de las mismas), incorpora criterios de empleabilidad y facturación o márgenes de negocio que restringen

enormemente su aplicación práctica, contrarios además a la dinámica y a la evolución que en los últimos años viene experimentando el propio sector empresarial (resultado de la digitalización de procesos que se traducen en una drástica reducción del número de empleados, de la tendencia a la subcontratación de trabajadores a través de terceras empresas, o de la externalización de servicios). Los parámetros de empleabilidad, de facturación o márgenes de negocio que el contempla en el apartado segundo y a los que condiciona la sujeción a la norma distan sobremanera de configurarse como criterios capaces de representar verdaderamente la capacidad de las empresas o empresarios de dar cumplimiento a las disposiciones y obligaciones que en ella se incorporan.

A todo ello, además, se añade el hecho de que el artículo 2.5 del Anteproyecto de Ley establece la aplicación supletoria de la norma con respecto a lo dispuesto en otras leyes generales o en la normativa sectorial que regule los servicios de atención a la clientela, "*considerando siempre de aplicación preferente la normativa sectorial*". Dicha circunstancia, que en un volumen elevado de supuestos puede entrañar la inoperatividad y ausencia de aplicación práctica de la ley sometida a consulta, igualmente ignora que la regulación sobre servicios de atención que contemplan determinadas normas generales o especiales asociadas a sectores concretos de actividad no han sido abordadas desde una perspectiva que tenga en consideración la especial protección que requieren las personas consumidoras y usuarias, resultando de aplicación a relaciones que superan las que tienen lugar entre empresarios y consumidores y usuarios.

Por si fuera poco, y entendemos que en respuesta a las presiones que hubiera podido ejercer el *lobby* del sector financiero en la propia configuración del texto, el artículo 2.5 del Anteproyecto de Ley exime, de forma absolutamente injustificada, a los empresarios que presten tales servicios del cumplimiento de las obligaciones y prohibiciones que contemplan los artículos 4.2.d), 4.6 y 17.2 de la propia norma, distando ello de resultar adecuado para la protección efectiva de las personas consumidoras en consideración con los abusos que vienen soportando los usuarios de los servicios financieros en las últimas décadas y, en todo caso, sin que concurra parámetro objetivo alguno que aconseje la referida excepcionalidad.

Ha de considerarse, a este respecto, que la exoneración de esos preceptos con respecto a los servicios financieros atañe, principalmente, a la posibilidad de las personas consumidoras de resarcirse por las malas prácticas de las entidades que prestan los servicios financieros (artículo 4) y, de otra parte, a que la queja o reclamación que pueda interponerse no suspenda las "gestiones de cobro" que pueda estar llevando a cabo la entidad. Esta decisión supone vaciar de contenido en la práctica las reclamaciones que puedan interponer las personas consumidoras, puesto que, en un alto porcentaje, por no decir en su totalidad, siempre tendrán que ver con cuestiones que hayan producido un quebranto patrimonial en la persona consumidora o puedan producirse si se llevan a puro efecto las *gestiones de cobro*.

Por ello y, en consideración con todas las circunstancias expresadas en los párrafos que preceden, El Consejo aboga e insta el impulso de un proyecto normativo que aspire a regular y a establecer un régimen de los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias de alcance general, que imponga la prestación de dichos servicios a todas las empresas o profesionales que comercialicen bienes o presten servicios en territorio español, y que establezca parámetros mínimos obligatorios de calidad que aseguren el grado de protección elevado a los consumidores que nuestro propio texto constitucional persigue.

Incluso, el Consejo entiende que debe irse más allá en el concepto de "calidad" no devaluando la propia expresión beneficiando a las empresas que tratan de camuflar su

mal proceder con la clientela mediante servicios de atención al cliente que les sirven de perfecta excusa para sus comportamientos desleales. Es decir, entendemos que debe modificarse la perspectiva de "calidad" de los servicios de atención al cliente, que es además un enfoque que ha de ser compartido por las empresas prestadoras de servicios en relación con su grado reputacional, yendo a términos que aludan a la eficacia y la transparencia y otros conceptos aquilatados por la Ley 7/2017, que traspuso al ordenamiento español las materias relativas a la resolución alternativa de litigios. Y ello, en tanto en cuanto, es perfectamente el sistema ADR uno de los principales modelos que se relacionan con la atención a la clientela y con la idea de que esa atención sea eficaz y transparente y permita, ante todo, la resolución de las quejas y/o reclamaciones de un modo equilibrado.

Lo anterior no impide que el propio texto pueda prever excepciones que limiten o eximan el cumplimiento de determinadas obligaciones (como, por ejemplo, las que se refieren a los sistemas de evaluación previstos en el Capítulo III de la norma, o en su artículo 18, entre otros) a pequeñas empresas que, por el propio alcance de su actividad, lo aconsejen, si bien en base a circunstancias muy restrictivas expresamente previstas en la misma norma.

Entendemos que será más beneficioso para el consumidor aclarar expresamente en letra d) del apartado 2, el consumidor ha de tener derecho a la devolución del precio pagado del bien o servicio, no del precio de mercado, en concordancia con lo establecido en el artículo 119 ter, apartado 4, letra a) y apartado 5, letra a) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

El apartado 6 debería ser de aplicación principal no supletorio a la normativa sectorial, a fin de no suspender la prestación del servicio mientras se resuelve la reclamación, dejando a salvo con ello los servicios de tracto sucesivo como los de suministro de agua, energía o telecomunicaciones.

Asimismo, entendemos que la adecuada protección de los consumidores y usuarios necesariamente exige la sujeción de los empresarios a la regulación de los servicios de atención a la clientela contenida en el Anteproyecto de Ley sin perjuicio del cumplimiento, también, de lo dispuesto en otras normas generales o especiales reguladoras de la materia asociadas a sectores concretos de actividad, pudiendo preverse mecanismos en el articulado del Anteproyecto de Ley que resuelvan posibles situaciones de conflicto entre normativa sectorial y de consumo como la aplicación preferente de la norma que establezca un régimen más favorable a la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

El Consejo considera también proporcional que los empresarios que presten servicios públicos en régimen de gestión indirecta que entrañen contraprestación económica directa (piénsese, por ejemplo, en los servicios ITV, cuya gestión se encomienda a entidades concesionarias de naturaleza privada o mixta) queden igualmente sometidos al ámbito de aplicación de esta ley, más allá de los sectores que se citan en el apartado primero del artículo 2.

TERCERA.- De las definiciones.

Si bien el artículo 3.4 del Anteproyecto de Ley incorpora una concepción amplia del término "*clientela*" (considerando como tales a las personas consumidoras tras la celebración del contrato, con independencia de su carácter oneroso o gratuito, en aquellos supuestos en que hayan sido dados de alta para la prestación de servicios sin

consentimiento, estos servicios en ningún caso supondrá un coste posterior adicional o en aquellos otros en que sigan recibiendo facturas de un servicio tras haber interesado la baja), lo cierto es que, previamente a la celebración de un contrato y con independencia de los supuestos que se indican, restringe la consideración de "clientela" a aquellos consumidores o usuarios a los que se les haya dirigido personalmente una oferta comercial.

El derecho a la información que reconoce el artículo 8 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, exige el acceso por parte de los consumidores a una información correcta, veraz, suficiente y transparente sobre los diferentes bienes y servicios que se comercializan. Aunque tal previsión debe orientar toda actuación que lleven a cabo los empresarios en el marco de su actividad comercial, consideramos que en mayor grado debe garantizarse la aportación de una información imparcial en aquellos casos en los que las personas consumidoras y usuarias contactan con los servicios de atención a la clientela para resolver cuestiones o dudas relacionadas con las ofertas comerciales de bienes o servicios que se les dirigen, con plena confianza en que van a recibir el asesoramiento adecuado.

El Consejo, entiende que los servicios de atención a las personas consumidoras deben configurarse como aquellos que tienen por objeto, entre otras funciones también, la de ofrecer información veraz, suficiente y transparente en relación a las ofertas comerciales de productos o servicios que se dirijan a los consumidores, de modo que permitan a los usuarios asegurarse sobre la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad de tales productos o servicios garantizando, de este modo, el asesoramiento adecuado e independiente respecto de otras actividades que los empresarios desarrollan (entre otras, las que se llevan a cabo desde los departamentos de *marketing* comercial u otros canales para publicitar, ofertar y vender bienes o servicios).

Es por lo anterior, por lo que proponemos que se modifique la denominación de tales servicios de "atención" a la clientela, lo que no es puramente exacto ni completo, y que, en su lugar, se denominen "*Servicios de Atención, Tramitación y Seguimiento de Consultas, Quejas y Reclamaciones de la Clientela*", pues la propia definición que propone el Anteproyecto resulta más adecuada a esta nomenclatura que la meramente referida a atención.

Por ende, interesamos la supresión de la expresión "*personalmente*" inserta en el párrafo primero del artículo 3.4, a efectos de ampliar la figura de "clientela" que se aborda y dar cobertura en el sentido antes expresado.

Se pide la inclusión de la definición de persona operador, como persona que presta la atención personalizada en el servicio de atención a la clientela, con formación y capacitación especializada en función del sector de actividad.

CUARTA.- De los principios generales.

A efectos de garantizar un nivel mínimamente adecuado de protección a los consumidores y usuarios, se insta la modificación del artículo 4.2.c) del Anteproyecto de Ley, de modo que se ajuste a la redacción que a continuación se relaciona: "*Tener constancia de las solicitudes de las quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en soporte duradero, que acredite la fecha y hora de su interposición y su contenido*". A la vez, apelamos a la revisión del artículo 4.2.a) para adaptar su contenido al siguiente tenor literal: "*La presentación de quejas, reclamaciones, incidencias o consultas y la recepción de la comunicación de su resolución*".

Asimismo en el enunciado debe añadir "sin perjuicio de lo establecido en el artículo 2 de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de impulso de la Sociedad de la información

Por otra parte y, en la medida en que el contenido del artículo 4.3 se circunscribe a la prestación de servicios, consideramos adecuada la incorporación de un epígrafe adicional en el apartado segundo que se pronuncie en los siguientes términos: "*Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad de productos o servicios ofertados o contratados mediante el acceso a información veraz, suficiente, transparente y actualizada*".

Además y, en coherencia con la modificación que se interesa respecto de lo previsto en el artículo 3.4 del Anteproyecto de Ley, igualmente instamos la supresión del término "*personalmente*" inserto en el artículo 4.3.a) de la norma sometida a consulta.

De otro lado, pese a que el artículo 4.6 establece la prohibición de suspensión de servicios de tracto sucesivo en relación a los cuales haya tenido lugar la interposición de reclamación o queja, consideramos que una protección mínimamente adecuada de las personas consumidoras y usuarias requiere, necesariamente, que dicha prohibición se amplíe a aquellos supuestos en que la queja, reclamación o incidencia se someta a un sistema de resolución extrajudicial de conflictos, debiendo mantenerse hasta la resolución de esta. Dicha propuesta resulta proporcional, toda vez que en el propio artículo 17.2 del Anteproyecto de Ley se incorporan medidas de protección a los usuarios que presentan un alcance análogo a la medida que se insta.

Parece importante, por último, referirse a la necesaria y efectiva aplicación del principio de no discriminación tecnológica y accesibilidad universal, en referencia a los "*chatbots*" o sistemas computacionales diseñados para realizar una serie de tareas por sí mismos, como, por ejemplo, proveer información o dar soporte a través de una conversación.

Es decir, la normativa debe perseguir la plasmación de un sistema informático capaz de entender preguntas y emitir una respuesta superando la limitación actual de este tipo de recursos, puesto que las soluciones de asistente virtual son eficientes, pero a la vez limitadas, habida cuenta de que el robot tiene un número limitado de conversaciones, y a veces no se encuentra la respuesta concreta a la petición/queja efectuada por el consumidor, por lo que la solución puede venir de la mano del empleo de la inteligencia artificial, para que ninguna pregunta quede sin respuesta.

Consideramos este recurso esencial para fomentar una atención continua, eficaz y transparente por parte de las empresas, permite la conciliación de la vida laboral y familiar, de seguro reduce tiempos de espera en la asistencia y puede permitir, si se le confieren las atribuciones e informaciones suficientes, un modelo pertinente para aligerar respuestas sencillas y comunes entre la gran mayoría de personas usuarias que hoy en día utilizan smartphones.

Así también, entendemos que entre los principios generales debe consagrarse la acción colectiva en materia de reclamaciones, de modo que las organizaciones de consumidores también tengan reconocido un papel protagonista en la formulación de quejas y/o reclamaciones colectivas en representación de sus personas asociadas o del interés general del total de personas consumidoras y usuarias afectadas o perjudicadas por la conducta, práctica o clausulados impuestos.

QUINTA.- De los medios de comunicación a disposición de la clientela.

Como ya se ha referido en nuestra alegación primera, el artículo 8 del TRLGDCU reconoce como derecho básico, entre otros, la protección de los derechos de los consumidores y usuarios mediante procedimientos eficaces. Tal previsión exige una regulación adecuada de mecanismos que permitan a los consumidores y usuarios el ejercicio eficaz de los derechos básicos que les asisten, debiendo configurarse los servicios de atención a las personas consumidoras como el principal mecanismo de autodefensa de los usuarios capaz de representar, también, una primera línea preventiva y de evitar o cerrar los conflictos que surjan en las relaciones de consumo.

Como no puede ser de otro modo, el acceso a los servicios de atención por parte de las personas consumidoras indisolublemente requiere la previsión e incorporación de obligaciones que impongan a todos los profesionales y empresas el deber de disponer de medios o vías de comunicación adecuados a efectos de que los usuarios puedan plantear y presentar consultas, quejas, reclamaciones o incidencias ya que, lo contrario, podría operar como una verdadera limitación para el ejercicio de los derechos legalmente reconocidos a los consumidores y usuarios.

Pese a ello, y contrariamente a lo previsto hasta la fecha en el artículo 21.3 del TRLGDCU, el Anteproyecto de Ley rehúsa en su articulado establecer medios o vías de comunicación que efectivamente permitan y garanticen el acceso a los servicios de atención a cualquier persona consumidora, limitándose a señalar en diversos preceptos que la vía será, al menos, la misma por la que se iniciase la relación contractual.

El Consejo, considera que lo anterior entraña una manifiesta regresión en la normativa reguladora de los servicios de atención que puede poner en serio riesgo la adecuada protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, por lo que interesamos se aborden cuantos cambios resulten oportunos en la norma (entre otros, en los artículos 4, 5 y 7 de la misma) a efectos de obligar a todos los profesionales y empresas a poner a disposición de la clientela, al menos, una dirección de correo postal, una dirección de correo electrónico, un servicio de atención telefónica y un número de teléfono para que las personas consumidoras puedan eficazmente solicitar información, presentar sus quejas o reclamaciones o comunicar cualquier incidencia en relación con los productos o servicios ofertados, adquiridos o contratados.

Por otra parte, y a fin de asegurar que los usuarios disponen de información suficiente sobre los distintos medios de comunicación con que cuentan los empresarios para la atención de la clientela, interesamos que la obligación de información sobre tales medios de interlocución igualmente se imponga en cualquier acción publicitaria, en la medida en que ello resulte apropiado en consideración con el soporte utilizado para la publicidad, y en un lugar destacado y con un tamaño de letra que permita su fácil lectura por parte de los consumidores, debiendo preverse tal obligación, en todo caso, en los artículos 4.4 y 5.2 de la norma sometida a consulta.

Particularmente necesaria se hace tal propuesta en la medida que es patente hoy por hoy la enorme dificultad existente en muchas ocasiones, a través de las propias webs de las empresas, para poder encontrar los cauces de conexión con los SAC.

SEXTA.- De la información sobre incidencias relativas a la prestación de servicios y en materia de compensación, indemnización y asistencia.

El alto grado de desconocimiento de parte de los consumidores de los derechos de que disponen en materia de compensación, indemnización y asistencia determina en muchos

casos la falta de ejercicio de tales derechos. Pese que las asociaciones de consumidores y los propios poderes públicos desarrollan campañas formativas con objeto de paliar el déficit informativo referido (por ejemplo, respecto de las compensaciones tasadas que contempla la normativa en materia de comunicaciones electrónicas, transportes o suministros), no es menos cierto que igualmente existen mecanismos que de forma directa pueden contribuir a incrementar y reforzar el grado de información de los consumidores una vez que ha tenido lugar la circunstancia susceptible de ser compensada o indemnizada.

Aunque el artículo 4.7 del Anteproyecto de Ley impone a las empresas el deber de informar a sus clientes de las incidencias que afecten a la prestación del servicio o a su continuidad, el hecho de que el propio precepto condicione el cumplimiento de dicha obligación de información a que tales incidencias afecten de forma grave a la prestación del servicio o a su continuidad, entendemos que podría dar lugar a márgenes interpretativos estrechamente relacionados con la gravedad de las circunstancias que deben concurrir para el cumplimiento de la obligación haciéndola, en la práctica, inoperativa. De la misma forma, el hecho de que el mencionado artículo condicione el cumplimiento de dicha obligación al desarrollo reglamentario que las distintas administraciones, en el ámbito de sus respectivas competencias, pudieran abordar, consideramos que podría, igualmente, poner en serio riesgo la adecuada protección de las personas consumidoras y los propios fines que norma persigue.

Por ello, se interesa la supresión del término "*gravemente*" del artículo 4.7 del Anteproyecto de Ley, a la vez que apelamos a que el citado precepto aborde la regulación de las condiciones en que debe suministrarse la información que el referido apartado contempla, imponiendo que la misma se proporcione por escrito (en papel u otro soporte duradero), y asegurando el cumplimiento de la obligación con la entrada en vigor de la norma sin perjuicio del desarrollo reglamentario que pudieran llevar a cabo las distintas administraciones públicas en el ejercicio de las competencias que legalmente le vienen atribuidas.

SÉPTIMA.- De la atención personalizada.

De forma reiterada son numerosos los consumidores y usuarios que, al intentar contactar vía telefónica con el servicio de atención del empresario, comprueban la existencia de mecanismos que en la práctica imposibilitan y rehúsan su atención personal directa.

Ello deriva del uso y la implementación de sistemas de atención automática que exigen al inicio de la llamada la identificación del usuario mediante la aportación de datos personales, que las empresas vinculan a bases de datos que tratan la información de los consumidores a los que la mercantil en cuestión viene prestando sus servicios en ese momento concreto, y que operan como traba para la atención de consultas, incidencias o reclamaciones de aquellos clientes que han cursado baja en la prestación de servicios. De igual modo, deriva del uso de mecanismos o sistemas de gestión de llamadas que remiten a los usuarios, de forma continuada y tras la selección de opciones, a distintas locuciones que extienden los tiempos de espera, obstruyen la atención personal directa, y disuaden a las personas consumidoras en sus intentos de poder interactuar con un operador que las atienda y conteste en tiempo real. Finalmente, deriva también del empleo de asistentes virtuales o sistemas robotizados de atención que permiten exclusivamente el acceso a locuciones o contenidos preestablecidos y que impiden la atención personal directa a los usuarios o limitan ésta, al no tener atribuidos los sistemas robotizados una respuesta amplia y completa para determinados asuntos para los que no tienen una programación concreta.

Aunque el uso de tales mecanismos afecta a los consumidores en su conjunto, incide con especial incidencia sobre aquellas personas que, por causas y razones diversas (por su edad, manejo del idioma, su nivel de formación, problemas asociados al uso de las nuevas tecnologías, o discapacidad mental o psicológica, entre otras), presentan dificultades para interactuar con tales sistemas automáticos de atención, obstaculizando el ejercicio de los derechos que asisten a los consumidores y situándolos en una posición de especial indefensión y vulnerabilidad susceptible de intervención.

No obstante si hay una atención personalizada, manifestamos nuestra disconformidad que la misma la preste un agente comercial, que no garantiza la autonomía e independencia de este servicio, lo que no se conseguirá si tras resolver la consulta, queja o reclamación, la empresa aprovecha esta puesta en contacto del consumidor para hacer una acción comercial

Pese a que el artículo 8.3 del Anteproyecto de Ley prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela, lo cierto es que dicha solución normativa dista enormemente de resultar suficiente para la adecuada protección de los consumidores. Por ello, instamos a que el precepto que nos ocupa establezca y desarrolle parámetros y limitaciones al uso de tales mecanismos o sistemas de atención automáticos que aseguren la atención personalizada de los usuarios.

En relación a lo expresado en el párrafo que precede, se propone, como posibles medidas a incorporar, que la norma imponga la obligación de insertar en cada una de las locuciones que se empleen para la atención telefónica de los consumidores una última opción que garantice la atención personal directa, así como la fijación de un límite máximo de dos interacciones por llamada y usuario con posibles locuciones, de modo que tras ello deba transferirse obligatoriamente la llamada a un operador o agente que conteste en tiempo real.

OCTAVA.- De los medios materiales y humanos.

Dentro de los medios organizativos, resulta fundamental garantizar la autonomía e independencia de este servicio, si bien, es necesario que se prevean garantías para la transmisión de la información requerida por este departamento al resto de unidades de la empresa que tendrían que responder a los principios de transparencia, rapidez, seguridad, eficacia y coordinación, ya que, por ejemplo, muchas reclamaciones vienen referidas a la facturación y es necesario que la persona consumidora reclamante tenga o pueda tener acceso a la trazabilidad seguida por su intimación a la empresa.

Asimismo, resulta necesario definir qué se entiende por formación y capacitación especializada para que sea homogénea para todos los operadores que prestan el servicio de atención a la clientela, con independencia de aquella formación específica que se requiera según el sector de actividad.

En la medida en que el artículo 3.6 del Anteproyecto de Ley prevé la posibilidad de que los servicios de atención a la clientela puedan ser gestionados, tanto por la propia empresa, como por parte de terceros, consideramos proporcional la incorporación de un nuevo apartado en el artículo 9 que atribuya a los empresarios sometidos al ámbito de aplicación de la norma la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de las obligaciones que el propio precepto impone, con independencia de que el servicio de atención al cliente lo gestione el propio empresario o un tercero.

NOVENA.- Del régimen de atención telefónica.

En coherencia con lo expresado en la alegación quinta de la presente, esta asociación interesa la revisión del artículo 10.1 del Anteproyecto de Ley con objeto de que el mismo imponga a los empresarios la obligación de poner a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica y un número de teléfono a efectos de facilitar información y atender sus consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, por lo que proponemos que el mismo se adecue al tenor literal que seguidamente se relaciona: *“Los empresarios deberán poner a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica y un número de teléfono para facilitar información y atender sus consultas, quejas, reclamaciones o incidencias. Los mismos deberán asegurar que, el uso de la atención telefónica, no suponga para la persona consumidora y usuaria un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar”*.

Asimismo y, en línea con lo dispuesto tanto en el artículo 21.2 del TRLGDCU, como en el artículo 252-4 de la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña y en determinadas normas sectoriales (entre las que pueden citarse la Ley del Sector Eléctrico o la Ley del sector de hidrocarburos) se interesa que, en relación a servicios o suministros básicos de interés general (luz, agua, gas, telecomunicaciones, servicios de transporte, asistenciales y sanitarios, servicios financieros y de seguros, entre otros), el artículo 10 del Anteproyecto de Ley incorpore la obligación de poner a disposición de los consumidores y usuarios un número de teléfono gratuito para la prestación de los servicios de atención a la clientela.

DÉCIMA.- De la constancia de la consulta, queja, reclamación o incidencia.

Respecto de lo dispuesto en el artículo 12.2 del Anteproyecto de Ley y, en lo relativo a la obligación de grabación de llamadas, esta asociación estima necesario se amplíe el contenido de dicho precepto a efectos de abordar una regulación al respecto con mayor grado de desarrollo, de forma que asegure el acceso a la grabación de la llamada a los consumidores durante un periodo de tiempo razonable (sobre el que se informe en el propio justificante que se remita al usuario) y, además, garantice a las personas consumidoras la posibilidad de conservación de la grabación mediante descarga y su ulterior reproducción.

De otro lado, El Consejo considera esencial que las incidencias queden igualmente incluidas en la referida obligación de grabación de llamadas cuando la interposición de las mismas tenga lugar vía telefónica, toda vez que el acceso, conservación y la reproducción de dicho elemento en algunos supuestos resulta determinante para la adecuada defensa de los consumidores (tales como la ejecución de ofertas comerciales en caso de divergencias entre lo facturado y la información facilitada por comerciales, emisión de facturas posteriores a solicitudes de baja de servicios, o el acceso a compensaciones derivadas de averías o prestaciones de servicios que se apartan de niveles de calidad mínimamente adecuados).

Asimismo y, dado que numerosas empresas incorporan formularios en sus espacios web destinados a la interposición de reclamaciones, quejas e incidencias, instamos a que el artículo 12 del Anteproyecto de Ley incorpore un nuevo apartado que igualmente prevea, de forma específica, obligaciones por las que se impongan a los empresarios deberes destinados a solicitar, en los propios formularios, los datos de contacto a los consumidores para la comunicación de la clave identificativa y el justificante, en papel o en cualquier otro soporte duradero, que permita la constancia de la fecha, hora y el contenido de la reclamación o incidencia.

DECIMOPRIMERA.- Del plazo de resolución de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias.

El plazo general de un mes contemplado en el artículo 21.3 (párrafo segundo) del TRLGDCU para dar respuesta a las reclamaciones que los consumidores y usuarios interpongan (que igualmente se reproduce en el artículo 17.1 de la norma que nos ocupa, incluyendo, además, a las consultas e incidencias) resulta excesivo, discutible y muy mejorable. De igual forma, la referencia a lo contemplado en la normativa sectorial se presenta como oportunidad para la resolución de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias en posibles plazos existentes más extensos contemplados en la normativa sectorial.

Al respecto, no debe obviarse que determinadas normativas autonómicas contemplan plazos de respuesta mucho más breves sin que ello originado mayores inconvenientes para los servicios de atención de que disponen los empresarios (en Andalucía, el plazo para responder tras la interposición de una hoja de quejas y reclamaciones es de 10 días hábiles). Además, debe tenerse en cuenta que en determinados servicios básicos (como los suministros energéticos o el abastecimiento de agua) es desproporcionado e inaceptable un plazo de respuesta tan amplio cuando puede estar en juego la propia continuidad de la prestación de los mismos.

El Consejo, entiende que la norma que nos ocupa en modo alguno puede contemplar plazos de resolución que superen los plazos de respuesta que prevén numerosas comunidades autónomas, o los que incorporan algunas normas sectoriales, debiendo en todo caso igualarlos o mejorarlos. En consecuencia, consideramos que un plazo de 10 días hábiles puede resultar en general adecuado y razonable para la resolución de incidencias, quejas y reclamaciones, no debiendo superar el plazo de 5 días hábiles aquellas que se formulen en relación a servicios de carácter básico de interés general.

Respecto a incidencias que pongan en cuestión la propia continuidad de los servicios básicos señalados (interrupción o suspensión de dichos servicios) o una inminente necesidad de asistencia (por ejemplo, derivada de la declaración de determinados siniestros), el Consejo, entiende deben ser atendidas y resueltas de forma inmediata, en plazos más breves, con un máximo de 24 horas.

De otro lado, estimamos imprescindible la previsión en el Anteproyecto de Ley de compensaciones o indemnizaciones económicas automáticas a favor de las personas consumidoras en caso de incumplimientos por parte de los empresarios en materia de servicios de atención a la clientela, de modo que operen como mecanismo disuasorio que, además, resarza de forma objetiva e igualitaria a los consumidores y usuarios que han visto vulnerados sus derechos, y sin perjuicio de que estos puedan reclamar adicionalmente todos aquellos daños y perjuicios que tales incumplimientos les hayan podido generar.

En relación a lo expresado en el párrafo que precede, entendemos que los incumplimientos susceptibles de dar lugar a la compensación aludida deben abarcar, además de los supuestos de incumplimiento de plazos para la resolución de quejas, reclamaciones e incidencias, al menos a los que seguidamente se relacionan:

1. Incumplimientos de las condiciones de calidad de servicios o procedimientos que impidan reclamar con eficacia.
2. Supuestos en los que las empresas no hagan efectiva las bajas de servicios interesadas por los consumidores.

3. Desatención del ejercicio del derecho de desistimiento.

4. Reclamaciones no atendidas por cobro de servicios cobrados de forma extraordinaria aun estando incluidos tales servicios en la prestación principal del contrato (comisiones por servicios “añadidos” no siendo tales), cobrados no prestados, no contratados, no utilizados y no devueltos.

De la misma forma, se estima necesario que la referida norma aborde y desarrolle el citado régimen de indemnizaciones, de modo que la cuantía de las mismas alcance, al menos los 50 euros, y sin perjuicio de que pueda remitirse a desarrollo reglamentario posterior la actualización de cuantías.

De otro lado y, en lo que respecta al apartado segundo del artículo 17, cabe referir que, pese a que el mismo obliga a paralizar las acciones de gestión de cobro cuando se someta la queja, reclamación o incidencia a un sistema de resolución extrajudicial de conflictos, manteniéndose hasta la resolución de estas, consideramos adecuado de dicha suspensión opere, de igual modo, en la medida en que tenga lugar la interposición de reclamaciones, quejas o incidencias ante el propio empresario que tuvieran relación con posibles acciones de recobro, debiendo suprimirse del apartado que nos ocupa, con respecto al cumplimiento de dicha obligación en ambos supuestos, las referencias que lo excluyen en los casos en los que así lo determine la normativa aplicable.

Además, se entiende proporcional la imposición de deberes por los que se obliguen a los empresarios a la devolución de los importes abonados que vengán siendo discutidos por las personas consumidoras, tanto ante el propio empresario (mediante la interposición de reclamaciones, quejas o incidencias), como haciendo uso del recurso a mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos, por lo que interesamos la incorporación al precepto que nos ocupa de un nuevo apartado que materialice dicha obligación.

En lo relativo a lo previsto en el artículo 17.3 del Anteproyecto de Ley, interesa referir que, en opinión del Consejo, la actualización y mejora de la normativa de los servicios de atención al cliente necesariamente requiere de la puesta marcha de una iniciativa legislativa que específicamente regule la prestación de dichos servicios y que establezca parámetros mínimos obligatorios de calidad.

Una de las principales causas que generan insatisfacción y desprotección en los usuarios tiene que ver con las esperas excesivas que los mismos se ven abocados a soportar hasta que reciben una atención personalizada cuando intentan contactar vía telefónica o electrónica con los servicios de atención al cliente, con especial agravación en relación a empresas que prestan servicios de tracto sucesivo (servicios de comunicaciones electrónicas, suministros y otros de análoga naturaleza).

La falta de dotación de recursos materiales y humanos para la atención a los consumidores en un importante número de casos no responde más que a estrategias o políticas empresariales encaminadas a reducir la capacidad de defensa de los usuarios, provocando que un volumen importante de estos prescindan de continuar llevando a cabo actos de reclamación para intentar hacer valer sus derechos.

De hecho, según trabajos realizados por algunas organizaciones de consumidores, ya en 2014 se advertía de que el 70% de los consumidores desisten de reclamar por importes inferiores a 10 euros, y el 60% desconoce cómo resolver sus problemas de consumo con los sistemas de reclamación extrajudiciales.

Así también en su informe “Análisis del funcionamiento de los Servicios de Atención al Cliente de empresas de distintos sectores económicos”, se establecían conclusiones que aludían, entre otras cuestiones, a falta de transparencia en la gestión, uso de los servicios como “desincentivo” al consumidor, tal como sucede en el ámbito financiero, en el que estos servicios conocen los criterios del Banco de España, y pese a ello en lugar de aplicarlos para resolver las reclamaciones las deniegan, emplazando al consumidor a seguir con la reclamación ante el supervisor, en el ámbito asegurador, con exclusión de las reclamaciones de aquellas cuestiones que requieran de prueba, el uso del sistema arbitral de consumo por las empresas de telecomunicaciones como expresión del desinterés de las mismas por las reclamaciones o la falta de separación suficiente del servicio de reclamaciones del resto de estructuras de la empresa

A menudo, tal desistimiento de parte de los consumidores también se ve favorecido por la escasa cuantía que a veces representa el interés económico de las controversias en las relaciones de consumo, permitiendo que profesionales y empresas puedan embolsarse grandes sumas de dinero pese a venir vulnerando de forma reiterada los derechos que asisten a los consumidores.

Si bien en anteriores proyectos, (se ha sometido a consulta diversos proyectos, sin que se hayan publicado ninguno) establecía parámetros obligatorios para asegurar la atención de calidad de los usuarios vía telefónica, con intención de garantizar que no mediase más de un minuto desde la recepción de la llamada en el servicio de atención al cliente hasta que el consumidor se comunicase, de forma directa, con el operador responsable de la atención personalizada, se considera igualmente desacertada la remisión de la regulación de dicho extremo a un desarrollo reglamentario posterior.

En base a lo expuesto, El Consejo considera imprescindible que la norma sujeta a valoración establezca unos parámetros mínimos obligatorios de calidad respecto de la atención telefónica o electrónica que prestan los servicios de atención al cliente. Más concretamente, propone que se fijen plazos máximos de atención desde el inicio de la llamada o contacto por el consumidor hasta que el usuario comience a comunicarse directamente con el operador, de forma que, en todo caso, se produzca en menos de un minuto.

Implantación de un sistema de valoración empresarial y público de la satisfacción del cliente.

Este sistema de valoración, en el plano empresarial, debe recoger unos requisitos mínimos de calidad en la atención al cliente, basados en la garantía de respuesta, el número de incidencias, y la publicación de estos para las empresas de un determinado volumen y pertenecientes a sectores de especial importancia para los consumidores, publicando informes anualmente sobre tales aspectos en sus páginas web.

Se deberían incluir compromisos de calidad vinculados a los tiempos de respuesta según el canal empleado. No es razonable las largas de esperas en determinados canales como el telefónico, o lo que es peor la falta de respuesta.

Y, en línea con lo anterior, en el ámbito público institucional, consideramos necesario establecer algún tipo de mecanismo de control por parte de las administraciones públicas de todas las reclamaciones recibidas y aquellas que han recibido respuesta, castigando de alguna forma aquellas empresas que tengan números elevados de reclamaciones sin resolver en el año en curso, mediante la creación en el propio Ministerio de Consumo de la Oficina de Conducta de Mercado, Reclamaciones y Atención a la Clientela.

DECIMOSEGUNDA.- Del régimen sancionador.

El alcance y la eficacia de la actualización y mejora de la normativa de los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias depende, en gran medida, de los mecanismos que pudieran incorporarse en el Anteproyecto de Ley sometido a consulta para prevenir y disuadir a profesionales y empresas de incumplir sus obligaciones.

Ahora bien, ha de valorarse si la implantación de un régimen de infracciones o sanciones puede o no invadir competencias de las administraciones que, en lo sustancial, tienen competencias en estas materias, por lo que queremos llamar especialmente la atención sobre esta cuestión.

El régimen de infracciones y sanciones tuitivo del ámbito del Derecho de Consumo en España viene recogido en los artículos 49 y siguientes de la Norma sustantiva, reservándose las materias relativas a viajes combinados y servicios de viaje vinculados, conforme al artículo 170, a las determinaciones regulatorias que las Administraciones competentes tomen en la materia.

En este marco, el artículo 21 del citado RDL 1/2007 define un genérico ámbito de “comprobación y servicios de atención al cliente”, en el que en una abigarrada redacción se recogen multitud de cuestiones de especial importancia. En todo caso, en lo que aquí interesa, el legislador quiso dejar fuera del precepto un régimen de infracciones y sanciones que nos remite a lo dispuesto ex. art. 49 y concordantes de la Norma.

Existe pues ya un marco general de infracciones y sanciones que viene a complementar in extenso los comportamientos merecedores de reproche administrativo contrarios a la atención al cliente mediante los departamentos correspondientes.

A lo anterior ha de unirse que el marco constitucional español, a la vez que establece la obligación de los poderes públicos de garantizar la defensa de los consumidores y usuarios protegiendo sus intereses mediante procedimientos eficaces (art. 51.1 CE), configura un modelo descentralizado con atribución de competencias exclusivas a los distintos entes como es de sobra conocido.

En orden a lo anterior, no previéndose esta materia expresamente entre las competencias exclusivas del Estado mencionadas ex art. 150 de nuestro texto constitucional vigente, las Comunidades Autónomas asumieron las materias relativas a consumo como uno de los pilares de su actuación institucional más cercana al ciudadano.

De resultas de ello puede citarse el anciano art. 18.1.6º del Estatuto de Autonomía de Andalucía que atribuía a la Comunidad la competencia exclusiva en materia de comercio interior y particularmente la “... Defensa del consumidor y el usuario, sin perjuicio de la política general de precios y de la legislación sobre defensa de la competencia”.

Estas previsiones han quedado refrendadas en el ámbito andaluz por la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, pero también por el nuevo Estatuto de Autonomía que en su art. 52.2 Regla 4ª atribuye a la Comunidad Autónoma la “Defensa de los derechos de los consumidores, la regulación de los procedimientos de mediación, información y educación en el consumo y la aplicación de reclamaciones”, reservando al Estado una función de regulación básica que, a nuestro juicio, ya existe recogido en el RDL 1/2007.

Queremos decir con esto que una incorporación de un marco general de infracciones y sanciones a una normativa estatal como la que se pretende poner en marcha, podría dar

como resultado una invasión de competencias en el marco de actuación que las Comunidades Autónomas se tienen dado en sus respectivos Estatutos de Autonomía.

Por último cabe mencionar que el Proyecto de Ley de 2011 que siguió la correspondiente tramitación parlamentaria hasta perder eficacia por la convocatoria electoral que disolvió las Cortes en aquel momento, tampoco imponía un régimen explícito de infracciones y sanciones, sino que, de acuerdo a las circunstancias que también han quedado aquí mencionadas, establecía una remisión en su art. 20 al régimen general del RDL 1/2007, así como al resto de normativa que resultara de aplicación, en particular, la que contiene el marco competencial de las Comunidades Autónomas.

Esas razones construidas en el panorama normativo – institucional impiden que podamos mencionar la posibilidad de incorporar un específico régimen de infracciones y sanciones que resulte procedente y pertinente en un proyecto como el que se pretende poner en marcha.

Otras razones más cercanas a la experiencia acumulada nos llevan a ser escépticos con un régimen de infracciones y sanciones en esta materia que no sirva para *legitimar* el trabajo de los Servicios de Atención al Cliente en el modo que actualmente están contemplados.

La figura del SAC como elemento de brillo y responsabilidad social corporativa de las empresas parece que exige, además de una profunda reforma en sus estructuras, una regulación infractora que aborde con exactitud y presteza la máxima que exige que quien no cumple no debe obtener beneficios por su mala praxis o conducta abusiva, por lo que cualquier elemento que quiera incluirse en la regulación deberá tener como contrapartida una exigencia estricta de reintegro de cantidades indebidamente obtenidas por el ejercicio de las prácticas abusivas o contrarias al equilibrio contractual, así como la garantía de que tal reintegro redunde en la satisfacción de las personas consumidoras afectadas.

Sin embargo, entendemos que esta premisa excede el ámbito pretendido y permitido de la norma que se propone elaborar, por lo que nos mostramos escépticos de las capacidades de una norma de este tipo para conseguir el fin que se dejó dicho.

DECIMOTERCERA.- De las modificaciones 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 Anteproyecto de Ley pretende modificar el apartado tercero del artículo 21 del TRLGDCU sin establecer medios o vías de comunicación concretas que efectivamente permitan y garanticen el acceso a los servicios de atención a cualquier persona consumidora, limitándose a señalar que los medios comprenderán, al menos, la misma por la que se iniciase la relación contractual.

Como ya se ha señalado en nuestra alegación quinta, ello entraña una manifiesta regresión en la normativa reguladora de los servicios de atención que puede poner en serio riesgo la adecuada protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, por lo que interesamos que, de abordarse algún cambio normativo con respecto a lo dispuesto en el vigente artículo 21.3, el mismo contribuya a la mejora de su redacción, asegurando la coherencia con los parámetros mínimos que entendemos debe incorporar el Anteproyecto de Ley que nos ocupa y, consecuentemente, coadyuvando a disipar las discrepancias interpretativas a que puede dar lugar la redacción actual del precepto cuya modificación se pretende. En este sentido, proponemos la modificación del artículo 21.3 en los términos que a continuación se expresan:

"En todo caso y, cualquiera que sea su lugar de residencia, los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre una dirección de correo postal, una dirección de correo electrónico, un servicio de atención telefónica, un chatbot y un número de teléfono a efectos de poder plantear e interponer sus consultas, quejas, reclamaciones e incidencias, con pleno respeto a lo dispuesto en la Ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela.

Los empresarios deberán resolver las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que planteen o interpongan los consumidores y usuarios con pleno respeto también a lo dispuesto en la Ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela".

De otro lado, el texto sometido a consulta, mediante la disposición final Primera. Cuatro, pretende la modificación del artículo 161.1 del TRLGDCU estableciendo un nuevo régimen de responsabilidad de organizadores y minoristas de viajes combinados, distribuyendo la responsabilidad de los referidos sujetos en función de las obligaciones que, respectivamente, les correspondan a cada uno de ellos por su ámbito de gestión del viaje combinado, y condicionando la responsabilidad solidaria de los mismos frente al viajero a la falta de gestión de la reclamación que el consumidor hubiere interpuesto, con independencia de que la misma verse o no con el ámbito de gestión del organizador o minorista ante el que se hubiere reclamado.

No obstante, ello entraña un manifiesto retroceso para los derechos legalmente reconocidos a las personas consumidoras y usuarias en materia de viajes combinados, en la medida en que el régimen de responsabilidad que prevé la redacción vigente del artículo 161.1 del TRLGDCU señala con claridad meridiana que "[l]os organizadores y los minoristas de viajes combinados responderán de forma solidaria frente al viajero del correcto cumplimiento de los servicios de viaje incluidos en el contrato, con independencia de que estos servicios los deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores", contemplando la posibilidad de que "quien responda ante el viajero tendrá el derecho de repetición frente al empresario al que le sea imputable el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato en función de su respectivo ámbito de gestión del viaje combinado".

Además, la mencionada modificación supone una clara ruptura con la lógica tuitiva que, en diversos preceptos, acoge el TRLGDCU para la adecuada protección de las personas consumidoras, estableciendo regímenes que, con independencia del grado de intervención de sujetos distintos con respecto a los bienes y servicios que los usuarios contratan o adquieren, extienden la responsabilidad a aquellos que presentan una relación más próxima o directa con los consumidores, articulando derechos de repetición entre empresarios distintos a efectos de que puedan depurar sus respectivas responsabilidades (pudiendo citarse, entre otros, el régimen de responsabilidad que incorpora el Título IV del Libro Segundo del TRLGDCU con respecto al régimen de garantías de productos).

En consecuencia, se propone la supresión de la disposición final Primera. Cuatro del Anteproyecto de Ley.

DECIMOCUARTA.- De las modificaciones de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero ("LMRSF"), y de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones ("LGT").

La norma sometida a consulta, a través de sus disposiciones finales segunda y tercera, procura la introducción de modificaciones en la LMRSF y la LGT que, si bien en buena parte representan la adaptación de la regulación de los servicios de atención a los usuarios que contemplan las citadas normas con respecto al contenido de que pretende dotarse a la ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela (con las carencias que esta última presenta en base a lo previsto en el Anteproyecto de Ley), de forma paralela aspira incorporar determinadas particularidades en la referida normativa sectorial que, de forma absolutamente injustificada, pretende eximir a los empresarios que presten servicios financieros y de comunicaciones electrónicas del cumplimiento de las obligaciones y prohibiciones que el propio Anteproyecto de Ley contempla, minorando incluso los reducidos niveles de protección que esta última norma vendría a otorgar en la práctica a los consumidores y usuarios.

Lo referido en el párrafo que precede presenta, indudablemente, una estrecha relación con lo previsto en el artículo 2.5 del Anteproyecto de Ley, que establece la aplicación supletoria de la norma con respecto a lo dispuesto en otras leyes generales o en la normativa sectorial que regule los servicios de atención a la clientela, "*considerando siempre de aplicación preferente la normativa sectorial*", e ignorando que la regulación sobre servicios de atención que contemplan determinadas normas generales o especiales asociadas a sectores concretos de actividad no han sido abordadas desde una perspectiva que tenga en consideración la especial protección que requieren las personas consumidoras y usuarias (resultando de aplicación a relaciones que superan las que tienen lugar entre empresarios y consumidores y usuarios).

Pero ello reviste de especial gravedad si, en el marco de una norma que eminentemente debiera aspirar a asegurar un grado de protección elevado a los consumidores y a combatir de forma adecuada las situaciones que actualmente determinan la desprotección de los mismos, además de condicionar su aplicación estableciendo su carácter supletorio, pretenden introducirse excepciones a lo previsto en la regulación sobre los servicios de atención a las personas consumidoras con la clara intencionalidad de eximir a los empresarios que presten servicios financieros y de comunicaciones electrónicas del cumplimiento de obligaciones que, en sectores particularmente distinguidos por las prácticas abusivas en que incurren en sus relaciones con los consumidores, pueden situar en una posición de inexcusable vulnerabilidad e indefensión a las personas consumidoras.

Tal es así que, respecto de los servicios financieros, a las excepciones que incorpora el artículo 2.5 del Anteproyecto de Ley, se une lo previsto en el artículo 29 quater.3.e) que pretende incorporarse en la LMRSF, facultando a los empresarios al rechazo de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que los usuarios planteen con sustento en el transcurso de los plazos para reclamar que previeran sus propios reglamentos de funcionamiento e, igualmente, incorporando plazos para la resolución y notificación de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias (artículo 29 septies) que, aunque entrañan una reducción en consideración con lo previsto en la LMRSF, distan mucho de resultar razonables y adecuados para la protección de las personas consumidoras (superando, incluso, a los previstos en el artículo 17 del Anteproyecto de Ley).

Asimismo, en lo que concierne a los servicios de comunicaciones electrónicas, y apartándose completamente de cualquier mínima voluntad de otorgar unos niveles de

protección adecuados a los usuarios finales (dados los elevados índices de conflictividad que caracterizan, además, al sector por los múltiples abusos en que incurren en sus relaciones los consumidores), la disposición final tercera del Anteproyecto de Ley, sorprendentemente, pretende incorporar previsiones en la LGT (a través de la redacción que procura dotar a su artículo 47.2) que, contrariamente a lo dispuesto en los artículos 4.6. del Anteproyecto de Ley y a la redacción dada a su artículo 8 (apartados 3 y 4), facultan expresamente a los operadores a suspender la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, a dar continuidad a sus gestiones de cobro y a la resolución del contrato de prestación de servicios cuando existan importes pendientes de abono (aunque la procedencia de los mismos viniera siendo discutida por parte de los usuarios), otorgándoles además amplios márgenes para el empleo de contestadores automáticos en la prestación del servicio de atención telefónica, y negando expresamente también a los usuarios la posibilidad de transferir sus llamadas a una persona física supervisora en caso de insatisfacción con la atención recibida.

El Consejo muestra su más absoluto rechazo con respecto a las circunstancias referidas en los párrafos que preceden, por lo que instamos a que, en el supuesto de que se introduzcan modificaciones en la regulación sobre los servicios de atención que contienen la LMRSF y la LGT, las mismas, al menos, respondan a los parámetros contenidos en la ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela, de acuerdo con los cambios que interesamos en la presente con respecto a esta.

Madrid, 2 de diciembre de 2021

La Secretaria del Consejo de Consumidores y Usuarios certifica que este informe ha sido aprobado por dicho Órgano de representación y consulta.



Dolores Flores Cerdán
Secretaria del Consejo de
Consumidores y Usuarios

**INFORME SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN
LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y
USUARIAS QUE ACTÚAN EN CALIDAD DE CLIENTELA**

Expediente nº: IPN/CNMC/047/21

PLENO

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Vicepresidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xavier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

Secretario del Consejo

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 21 de diciembre de 2021

Vista la solicitud de informe de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Consumo, en relación con el anteproyecto de ley de referencia, que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 26 de noviembre de 2021, en ejercicio de las competencias que le atribuye el artículo 5.2 de la [Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC](#), el PLENO acuerda emitir el presente informe.

1. ANTECEDENTES

La protección de los derechos de los consumidores es uno de los principios rectores de la política social y económica, recogido en el artículo 51 de la Constitución Española de 1978, que encarga a los poderes públicos la garantía de la defensa de las personas consumidoras y usuarias. Para ello, deben proteger la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de las mismas y promover su información y educación.

Su principal desarrollo se encuentra en el [Real Decreto Legislativo 1/2007](#), de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (en adelante, TRLGDCU). Esta norma ha experimentado diversas modificaciones para adaptarse a los desarrollos legislativos de la Unión Europea (UE) y a los cambios en los hábitos de consumo como consecuencia de la pandemia del covid-19.

Destacan las modificaciones introducidas por el [Real Decreto-ley 37/2020, de 22 de diciembre¹](#), para 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, que el uso de la posible línea telefónica a efectos de comunicarse con el empresario en relación con el contrato celebrado 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 y que, en los servicios básicos de interés general, las empresas prestadoras de los mismos dispongan de un teléfono gratuito de atención a su clientela.

Más recientemente, se han introducido modificaciones por el [Real Decreto-Ley 7/2021, de 27 de abril²](#), que se está tramitando como [Proyecto de ley](#) por las Cortes (que transpone la [Directiva 2019/2161 de modernización³](#)).

La exposición de motivos de este APL indica que la normativa vigente no parece haber logrado los objetivos previstos y que los servicios de atención a la clientela

¹ RD-ley 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, que modifica los artículos 21.2 y 49.1 TRLGDCU

² Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores.

³ Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión (Texto pertinente a efectos del EEE)

deben aumentar su eficacia para reducir el número de quejas y reclamaciones. De este modo, el APL, en línea con la [Nueva Agenda del Consumidor](#) de la Comisión Europea, adoptada el 13 de noviembre de 2020, pretende abordar de manera integral la regulación de los servicios de atención a la clientela de las empresas.

Por último, debe reseñarse que la CNMC ha analizado anteriormente diversos aspectos relacionados con la normativa de protección de los consumidores⁴. En ellos, se valoraba positivamente el aumento de la información precontractual a los consumidores, así como la inclusión de mecanismos de defensa ante posibles incumplimientos, a la vez que se recomendaba, en relación con las compras de paquetes de viajes, justificar el umbral para calificar un viaje como combinado, informar al viajero sobre qué parte de su viaje gestiona cada prestador y la posibilidad de reclamación a uno solo o a todos ellos.

2. CONTENIDO

El APL se estructura en una exposición de motivos, 23 artículos agrupados en cuatro capítulos, una disposición transitoria, una disposición derogatoria 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 empresas⁵.

⁴ [IPN/CNMC/042/17](#) e [IPN/CNMC/027/21](#), Informes de los años 2017 y 2021 sobre sendos APL por el que se modifica el TRLGDCU.

⁵ 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

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.

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.

IPN/CNMC/047/21 APL por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela

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 TRLGDCU 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 (LGTel).

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.

3. VALORACIÓN

3.1. Observaciones generales

Los consumidores son los destinatarios de las actividades económicas, en la medida en que en mercados abiertos a la competencia pueden comparar y elegir entre varias opciones y las empresas rivalizan y se esfuerzan para que aquellos escojan sus productos, bajando sus precios, mejorando la calidad o desarrollando nuevas variedades que se ajusten mejor a las necesidades y a los gustos de los consumidores⁶.

La CNMC tiene entre sus funciones la supervisión del buen funcionamiento de los mercados a través de una competencia efectiva entre las empresas. Esta competencia redundará en el bienestar general de los ciudadanos en su condición

⁶ Por el contrario, cuando se producen situaciones de escasa competencia, aparecen empresas que pueden aprovecharse de su poder de mercado, perjudicando a los consumidores, que reciben productos más caros, de peor calidad y menos ajustados a sus necesidades.

de consumidores, en especial cuando son especialmente vulnerables, ya que permite lograr más calidad e innovación, mejores precios y, en definitiva, mejores ofertas.

La competencia estimula a las empresas a esforzarse y trabajar para que los consumidores seleccionen sus productos. Una parte muy relevante de la calidad del producto o servicio está relacionada con la atención al cliente, a través de aspectos como la recepción de consultas, la gestión y resolución de quejas o incidencias, la forma de entrega del producto o de prestación del servicio, la garantía o las posibilidades de devolución.

Con carácter general, se valora positivamente el APL, ya que para salvaguardar los derechos básicos de las personas consumidoras establece ciertas exigencias en relación con los servicios de atención a la clientela, las cuales pueden empoderar a los consumidores en situaciones donde existe cierto desequilibrio en la relación comercial y reforzar su posición para reclamar mercados más competitivos.

Entre estas medidas, destacan la prohibición del uso de contestadores automáticos como medio exclusivo de atención a clientes, la obligación de la empresa de mantener una comunicación personalizada cuando el consumidor formule una consulta, queja o reclamación, así como la obligación de garantizar la accesibilidad a los servicios de atención a las personas consumidoras vulnerables (personas con discapacidad o edad avanzada).

Además, se valora positivamente la inclusión de los servicios de telecomunicaciones entre los servicios básicos de interés general (artículo 2.1e del APL), aspecto que fue recomendado por esta Comisión⁷ anteriormente: “[...] *los servicios de telecomunicaciones no se han incluido entre los servicios básicos de interés general⁸. En la medida en que se trata de servicios de interés general según lo dispuesto en el artículo 2 de la LGTel, y esenciales para los usuarios en el momento actual de transformación digital y de promoción del trabajo a distancia, cabría valorar su inclusión entre los mencionados en el citado artículo*”.

Sin perjuicio de lo anterior, se han detectado determinados aspectos susceptibles de mejora, que se exponen a continuación.

⁷ En el informe [IPN/CNMC/027/21](#).

⁸ El apartado 2 del artículo 21, redactado por el apartado uno del artículo 3 del RD-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, establece: “(...) A estos efectos [teléfono de atención gratuita al consumidor], tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los de suministro de agua, gas, electricidad, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo, ferroviario y por carretera, protección de la salud, saneamiento y residuos, así como aquellos que legalmente se determinen.

IPN/CNMC/047/21 APL por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela

3.2. Observaciones particulares

3.2.1. Ámbito de aplicación (artículo 2)

El artículo 2 utiliza diferentes criterios para delimitar el ámbito de aplicación del APL. Por un lado, desde un punto de vista objetivo (venta de bienes y servicios); por otro, desde un punto de vista subjetivo, con diferentes grados de vinculación según el perfil de operador. Esta Comisión recomienda reforzar los siguientes aspectos:

En primer lugar, a pesar de que ni en el APL ni en la MAIN se recoge una explicación a este respecto, parece que se utiliza un concepto de “servicio básico de interés general” que se inspira en el de servicio de interés económico general. En cualquier caso, sea o no esa la categoría de referencia, parece recomendable que se aborde la justificación de la inclusión de los sectores recogidos, así como la de la exclusión de otros que podrían igualmente encajar dentro de aquella categoría⁹.

En segundo lugar, en lo relativo a los servicios que prestan las administraciones públicas, el APL incluye dentro del ámbito de aplicación tanto a los servicios públicos que se prestan en régimen de gestión indirecta como a los servicios que se prestan cuando media el pago de un precio público.

Por un lado, cabe preguntarse si el hecho de que servicios públicos pudieran ser financiados a través de otro tipo de instrumentos (como tasas u otro tipo de prestaciones patrimoniales públicas) debe ser un factor diferenciador suficiente como para no aplicar el APL en estos casos. Por otro, si los servicios que prestan empresas públicas o entidades públicas empresariales en los sectores recogidos en el apartado primero del artículo 2 estarían igualmente sujetos al APL. Y, adicionalmente, si las prestaciones de servicios que pudieran realizarse en dichos sectores, a través de encargos, por entidades que son medios propios personificados de otras entidades públicas estarían igualmente sujetos al APL en cuestión.

En la medida en que el sector público ostenta una presencia relevante en buena parte de los sectores reseñados, desde esta Comisión se recomienda que el conjunto de obligaciones recogidas en el APL se hagan extensivas a los operadores que lleven a cabo una actividad económica en dichos mercados, independientemente de la naturaleza jurídica de la entidad, de su carácter público o privado o de su modo de financiación.

3.2.2 Régimen de atención telefónica (art. 10)

⁹ Por ejemplo, en lo que se refiere al apartado primero del artículo 2, la exclusión de los servicios de protección de la salud, de saneamiento de residuos o de transporte de viajeros en taxi.

El art. 10 recoge parte de lo dispuesto en el artículo 21 del TRLGDCU y añade la siguiente previsión novedosa: *“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”*.

Esta Comisión valora positivamente esta previsión. En el mismo sentido, se solicita que se regule la progresión a números de atención al cliente desde numeración 118AB. A través de estos números se presta el servicio de consulta telefónica sobre números para abonados y, cuando el usuario llamante lo desea, se progresa la llamada directamente al número solicitado. En muchas ocasiones, los usuarios finales solicitan ser progresados a números de atención al cliente de empresas y puede existir una falsa percepción del usuario de que el servicio de atención al cliente progresado mediante el servicio de consulta (118AB) será tarificado al precio de una llamada geográfica o móvil de un servicio de atención al cliente o sin coste -en caso de que el usuario posea una tarifa plana que incluya el número en cuestión-, tal como la norma regula.

Sin embargo, actualmente toda la llamada a un número 118AB (incluida la parte de la llamada que se progresa al número solicitado) se tarifica al cliente llamante al precio informado en la locución inicial del servicio de consulta, que suele ascender a 2,5 euros/minuto. Por ello, debería establecerse alguna limitación para evitar que se cobre por llamadas a números de atención al cliente progresadas desde números 118AB, un importe superior al precio previsto como máximo para los servicios de atención al cliente prestados vía telefónica (*“el coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar”*).

3.2.3 Empresas que realizan la auditoría relativa a la calidad del servicio de atención a la clientela (artículo 22)

Conforme a dicho precepto, 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. A continuación, se indica que dicha auditoría deberá ser realizada por una empresa auditora debidamente acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENA).

Se recomienda no exigir que las empresas auditoras deban estar acreditadas por la ENA, habida cuenta de que la actividad objeto de auditoría es una actividad liberalizada para cuyo ejercicio no se precisa acreditación ante este organismo. En caso de que se aprecie una razón de interés público para esta exigencia, debe ser justificada de conformidad con los principios de buena regulación (artículo 5 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado).

IPN/CNMC/047/21 APL por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela

3.2.4. Información sobre posibilidad de reclamación en los viajes combinados (disposición final 1ª apartado 4).

La disposición final primera del APL modifica diversos artículos del TRLGDCU. En concreto, el apartado 4 de dicha disposición modifica el artículo 161.1 del TRLGDCU relativo a la responsabilidad por la ejecución del viaje combinado y derecho de resarcimiento. Frente a la respuesta solidaria que contiene el texto refundido vigente, la modificación introducida establece que *“los organizadores y minoristas responderán frente al viajero del correcto cumplimiento de los servicios de viaje incluidos en el contrato en función de las obligaciones que le correspondan por su ámbito de gestión (...)”*. A efectos de recibir reclamaciones por parte del cliente, tanto organizadores como minoristas podrán ser punto focal único al que el viajero podrá dirigir sus reclamaciones por todos los servicios contratados.

Esta modificación es similar a la que introduce el APL de modificación del TRLGDCU actualmente en tramitación en las Cortes. En el informe ya citado sobre dicho APL¹⁰, esta Comisión indicó que el cambio producido en el régimen de garantías (pasar de una respuesta solidaria a responder por el ámbito propio de gestión) se consideraba adecuado en cuanto podía incentivar a los prestadores a ofrecer sus servicios en viajes combinados, con el consiguiente beneficio para los consumidores.

Y para que este efecto positivo tuviera el efecto deseado, se recomendaba *“informar al viajero sobre qué parte de su viaje combinado gestiona cada prestador, así como sobre la posibilidad de reclamar ante uno solo de los organizadores o minoristas, pero también, la de reclamar a todos y cada uno de los prestadores por su ámbito de gestión”*.

Al contener el presente APL que se informa esta misma redacción, se reitera la recomendación citada en el IPN/CNMC/027/21 sobre el APL por el que se modifica el TRLGDCU.

3.2.5 Servicio de atención de al cliente de redes y servicios comunicaciones electrónicas (disposición final 3ª)

La disposición final tercera del APL modifica el apartado 2 del artículo 47 de la LGTel, relativo a los servicios de atención al cliente, en el marco de los derechos específicos de los usuarios finales de redes y servicios de comunicaciones electrónicas. En concreto, el APL sigue manteniendo la obligación de los operadores de disponer de un servicio de atención a la clientela que sea gratuito

¹⁰ [IPN/CNMC/027/21](#).

IPN/CNMC/047/21 APL por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela

para el usuario, que tenga por objeto facilitar información y atender y resolver las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones de sus clientes.

Además, se propone incluir en este apartado algunas obligaciones nuevas a los operadores sobre la organización de sus servicios de atención al cliente (como decidir si sus oficinas y locales comerciales abiertos al público forman parte o no del servicio de atención al cliente para resolver las quejas y reclamaciones de sus clientes; garantizar alternatively al uso de contestadores automáticos una atención personalizada al cliente; o 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).

También se aclara a los usuarios que la interposición de reclamaciones no impedirá o suspenderá las acciones de gestión de cobro relacionadas con la reclamación que ejercite el operador, así como las suspensiones o interrupciones del servicio por retraso o impago de estos.

Esta Comisión valora positivamente estas novedades y cree de interés recordar que el pasado 16 de noviembre de 2021, el Consejo de Ministros aprobó el proyecto de nueva Ley General de Telecomunicaciones, que ha sido remitido a Cortes para su tramitación parlamentaria. En este proyecto de ley no se prevén las modificaciones del artículo 47.2 que propone incluir este APL en relación con los servicios de atención al cliente, y en la medida de lo posible sería muy conveniente que se pudiesen tratar las citadas novedades directamente durante la tramitación de la LGTel que se aprobará en un primer lugar.

4. CONCLUSIONES

La competencia estimula a las empresas a esforzarse y trabajar para que los consumidores seleccionen sus productos. Una parte muy relevante de la calidad del producto o servicio está relacionada con la atención al cliente, a través de aspectos como la recepción de consultas, la gestión y resolución de quejas o incidencias, la forma de entrega del producto o de prestación del servicio, la garantía o las posibilidades de devolución.

Con carácter general se valora positivamente el anteproyecto de ley ya que para salvaguardar los derechos básicos de las personas consumidoras establece ciertas exigencias en relación con los servicios de atención a la clientela, las cuales pueden empoderar a los consumidores en situaciones donde existe cierto desequilibrio en la relación comercial y reforzar su posición para reclamar mercados más competitivos.

Sin perjuicio de lo anterior, se realizan los siguientes comentarios:

IPN/CNMC/047/21 APL por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela

- **Ámbito de aplicación.** Se recomienda abordar la justificación de la inclusión de los sectores recogidos como servicios básicos de interés general. En relación con estos, se propone que las obligaciones recogidas en el APL se hagan extensivas a los operadores presentes en esos mercados, independientemente de la naturaleza jurídica de la entidad, de su carácter público o privado o de su modo de financiación.
- **Régimen de atención telefónica.** Se recomienda regular la progresión a números de servicios de atención al cliente desde los números de consulta de abonado 118AB, de manera que no pueda cobrarse a los usuarios llamantes un precio superior por la parte de la llamada progresada a estos servicios, que el precio previsto como máximo para los servicios de atención al cliente prestados vía telefónica (*“el coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar”*).
- **Empresas que realizan la auditoría relativa a la calidad del servicio de atención a la clientela.** Se recomienda no exigir que las empresas auditoras deban estar acreditadas por la Entidad Nacional de Acreditación, habida cuenta de que la actividad objeto de auditoría es una actividad liberalizada para cuyo ejercicio no se precisa acreditación ante este organismo.
- **Informar sobre las diferentes posibilidades de reclamación en los viajes combinados.** Se reitera la recomendación de esta Comisión en la que se instaba a informar al viajero sobre diversos extremos en relación con la posible reclamación (qué parte de su viaje combinado gestiona cada prestador, la posibilidad de reclamar ante uno solo de los organizadores o minoristas, así como la de reclamar a todos y cada uno de los prestadores por su ámbito de gestión).
- **Servicio de atención al cliente de redes y servicios de comunicaciones electrónicas.** Se valoran positivamente las propuestas del APL. En la medida de lo posible, podrían tratarse dichas previsiones durante la discusión de la LGTel que se está tramitando en el Congreso.

Presidenta
D^a. Cani Fernández Vicién

Secretario del Consejo
D. Miguel Bordiu García-Ovies

FRANCISCO JAVIER REBOLLO MORAL, SECRETARIO DEL CONSEJO NACIONAL DE LA DISCAPACIDAD

CERTIFICA

Que el Consejo Nacional de la Discapacidad (CND) ha sido informado 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**, enviado por el **Ministerio de Consumo**.

En virtud del artículo 2.d) del Real Decreto 1855/2009, de 4 de diciembre, por el que se regula el Consejo Nacional de la Discapacidad, se remite certificado en el Anexo adjunto, con la/s _ observación/es remitida/s en plazo a esta Secretaría por (sendas) vocalía/s integrante/s del CND y en el orden de llegada.

- [Jorge Cardona Llorens \(Asesor experto\)](#)
- [Comité de Representantes de Personas con Discapacidad \(CERMI\)](#)
- [Grupo social ONCE](#)

Y para que conste, expido y firmo electrónicamente el presente certificado en Madrid.



ANEXO

OBSERVACIÓN 1: Jorge Cardona Llorens (Asesor experto)

Artículo 7. Medios de comunicación a disposición del cliente

Debería introducirse que la respuesta deberá hacer de forma accesible, además de lo ya señalado en el artículo.

Tal vez podría añadirse “y accesible” en el apartado 2:

“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 **y accesible**, 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.”

Artículo 10. Régimen de atención telefónica.

El apartado 4 hace referencia a las situaciones en que no es suficiente la atención telefónica. Conforme con él:

“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.”

Se propone incorporar la lectura fácil, que puede servir para discapacidad intelectual, personas con carencias en las capacidades cognitivas y también para las personas menores de edad.

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

Esta disposición final modifica la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero. En la **modificación del art. 29** relativo al Departamento de atención a la clientela y Defensor de la Clientela, se propone añadir, al final del apartado 3 el principio de accesibilidad universal junto a los principios

La redacción del último párrafo del apartado 3 quedaría así:

“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 **accesibilidad universal**, rapidez, seguridad, eficacia y coordinación”.



Igualmente, en la modificación del **art. 30** relativo a la 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, se propone añadir el principio de accesibilidad universal a los principios señalados en el tercer párrafo del parágrafo 1 que quedaría redactado de la siguiente manera:

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



OBSERVACIÓN 2: Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)

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). **En cualquier caso, deberá tenerse en consideración la obligación de atención por persona física (no de modo automático o maquinal), a demanda del cliente.**

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 tarifa 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, **universalmente** accesible (**presencial y/o a distancia**), 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) •La posibilidad de elegir, en función de sus necesidades por razón de discapacidad, el formato de comunicación con el SAC -documento escrito, en braille, en caracteres ampliados, en lectura fácil, por mensaje escrito de telefonía, videointerpretación en lengua de signos, etc.- por parte de los consumidores con discapacidad.

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

d) 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;

e) 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.

f) •El Servicio de Atención al Cliente deberá contemplar establecer la obligación de atención por persona física (no de modo automático o maquinal), a demanda del cliente.

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 **universalmente** accesible y contar con un tamaño que permita su fácil lectura por parte del cliente, **incorporando también formato de lectura fácil y posicionando ambas modalidades** 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. En el caso de que la información al usuario esté contenida en materiales audiovisuales, éstos deben ser accesibles.

6. Si el servicio de atención a la clientela se presta de manera presencial (establecimiento abierto al público) los mostradores y/o puntos de atención deberán disponer de medidas que faciliten la accesibilidad a la información y a la comunicación.

7. 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 **y todo ello en términos de accesibilidad universal, incluida la accesibilidad digital y la accesibilidad cognitiva mediante formato de lectura fácil y/o pictogramas.**

8. 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.

9. 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, **universalmente accesible,** 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.

10. 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 y diseño para todas las personas, incluida la accesibilidad cognitiva mediante formato de lectura fácil y/o pictogramas, así como herramientas que posibilitan la comunicación aumentativa y alternativa para personas con parálisis cerebral y disartria asociada o sin expresión comunicativa oral.

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



12. El servicio de atención al cliente no debe proporcionar ingresos adicionales a la empresa a costa de la persona usuaria

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 **articulará herramientas para la comunicación aumentativa y alternativa** y 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 inicia 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 **en todos los formatos atendiendo a las necesidades de la clientela.**

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.

g) **Las empresas deberán disponer al menos de una oficina física central de atención presencial al cliente, de libre acceso a la persona consumidora.**

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 y con sistemas de mensajería instantánea y videollamada que posibiliten la comunicación con personas con parálisis cerebral sin comunicación oral o disartria asociada. Además, deberá ofrecerse un medio alternativo para que las personas con discapacidad, particularmente aquellas con problemas de audición y de expresión oral, puedan contactar con el servicio de atención a la clientela.
4. Todos los recursos de accesibilidad que disponga el servicio de atención a la clientela se darán a conocer a través de canales y formatos accesibles.
5. 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. Deberán facilitar también la presentación a través de la lengua de signos.
2. La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá estar debidamente motivada y se realizará por escrito y en formato de lectura fácil para personas con discapacidad que así lo requieran 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 accesibilidad universal y en atención a personas consumidoras vulnerables y, en especial, a personas con discapacidad o de edad avanzada que tenga en cuenta las necesidades de apoyos y adaptaciones para la comprensión de la información y la comunicación para todas las personas. 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. Los medios humanos que integren los SAC deben contar con formación específica previa en atención a consumidores vulnerables, en especial, a personas con discapacidad, acreditando conocer su sociología, tipología, necesidades y especificidades, y dominar el modo adecuado y respetuoso de interactuar con ellas

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 y videollamada con posibilidad~~ bien con un sistema de video interpretación en lengua de signos mediante el sistema de video interpretación Svisual en lengua de signos para las personas sordas que sean usuarias de esta lengua o para personas que precisen apoyo comunicativo en sentido aumentativo o alternativo. El servicio SVisual debe ser incluido como único servicio de videointerpretación que puede ser considerado un servicio social de interés general

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.

17

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, videollamada o mensajería instantánea, 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, videollamada o mensajería instantánea, 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, incluida la accesibilidad cognitiva y la comunicación aumentativa y alternativa, bajo el principio de igualdad de trato y no discriminación, eficacia y gratuidad. 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.

Las personas con discapacidad y las personas de edad avanzada tienen derecho a acceder a los servicios de atención a la clientela en igualdad de condiciones con los demás

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. **Este sistema habrá de diseñarse bajo los presupuestos de accesibilidad universal, atendiendo entre otros a criterios de accesibilidad cognitiva, contando igualmente con el sistema de**



videointerpretación Svisual y un sistema alternativo de mensajería escrita instantánea.

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, **así como con las organizaciones representativas de las personas con discapacidad y de sus familias.**

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 acabo su actividad.

2. Las encuestas de satisfacción del servicio de la atención recibida se ofrecerán mediante soportes accesibles permitiendo su uso a las personas consumidoras vulnerables, en especial a las personas con discapacidad y a las personas de edad avanzada.

3. 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.

4. 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.

5. Las empresas deberán hacer pública la documentación descriptiva y su correspondiente auditoría a través de su página web.

6. 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.

Nuevo Artículo, 22 bis, Auditoría relativa a la accesibilidad del servicio de atención a las personas con discapacidad

Capítulo IV

Infracciones y sanciones

CSV : GEN-7f29-1630-d31c-31e1-b11d-dc00-d3e7-a4ee

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm

FIRMANTE(1) : FRANCISCO JAVIER REBOLLO MORAL | FECHA : 07/12/2021 08:43 | Sin acción específica



01 JUN. 2022 09:14:14 Entrada: 218685

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:

CSV : GEN-7f29-1630-d31c-31e1-b11d-dc00-d3e7-a4ee

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : FRANCISCO JAVIER REBOLLO MORAL | FECHA : 07/12/2021 08:43 | Sin acción específica



01 JUN. 2022 09:14:14 Entrada: 218685

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, universalmente accesible, incluida la accesibilidad cognitiva y las herramientas de comunicación aumentativa y alternativa bajo el presupuesto 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 con asistencia de persona curadora, persona facilitadora o persona de apoyo a la comunicación o mediante representación, en soporte papel cognitivamente accesible o por medios electrónicos accesibles 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.

El requerimiento se efectuará en formato de lectura fácil si así lo precisa y hubiera manifestado en la solicitud la persona solicitante.



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. **Esta comunicación se efectuará en formato de lectura fácil si así lo precisa y hubiera manifestado en la solicitud la persona solicitante.**

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 documentalment, 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. **En todo caso, esta comunicación se efectuará en formato de lectura fácil si así lo precisa y hubiera manifestado en la solicitud la persona solicitante.**

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 **bajo criterios de accesibilidad universal** 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 **y accesible** 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 oficinas que formen parte de su servicio de atención al cliente deberán contar con las medidas de accesibilidad universal dispuestas en la Ley por la que se regulan los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias que actúan en calidad de clientela** 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 ejerce 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 de este 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, **mensajería escrita instantánea, y videollamadas** 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”.



OBSERVACIÓN 3: Grupo Social ONCE

Artículo 4. Principios generales.

Enmiendas de modificación y adición

Apartado 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, *** incorporando la lectura fácil en caso de solicitarlo la persona usuaria.*** En estos soportes, dicha información deberá ser accesible ***y cumpliendo las medidas necesarias para que la información pueda ser leída por lectores de pantalla; además deberá*** 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. *** y con las pautas de accesibilidad web vigentes en cada momento. ***

Apartado 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 ***o con posterioridad a éste*** (...)

- *Justificación:* La comunicación de incidencias no se limitará a los canales indicados en el contrato, puesto que pueden surgir circunstancias posteriores a este (surgimiento de una discapacidad) que hagan inservible dicho medio.

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

Enmienda de adición

Apartado 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. *** Dicha información estará disponible en lectura fácil a petición de la persona usuaria. ***

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

Enmienda de adición

Apartado 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, *****accesible para personas con discapacidad***** 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.

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

Enmienda de adición

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. *****Dichos principios deberán aplicarse en los servicios de atención al cliente presenciales y virtuales. En particular, se contemplarán ayudas y servicios auxiliares para la comunicación, como sistemas aumentativos y alternativos, braille, lectura fácil, pictogramas, dispositivos multimedia de fácil acceso, sistemas de apoyos a la comunicación oral y lengua de signos, mediación comunicativa, sistemas sonoros, sistemas de comunicación táctil y otros dispositivos, sistemas y recursos que permitan la comunicación. ***** 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 18. Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente.

Enmienda de adición

Se propone añadir un tercer apartado a este artículo que garantice la medición de la satisfacción del grado de satisfacción de todas las personas usuarias. La redacción de este nuevo apartado (18.3) sería la que sigue a continuación:

*****Apartado 3: Las empresas diseñarán o aplicarán los instrumentos necesarios para garantizar la medición del grado de satisfacción de toda su clientela, incluyendo las personas con discapacidad o personas de edad avanzada. *****

Artículo 21 Sistemas de evaluación.

Enmienda de adición

Apartado 4. Las empresas deberán hacer pública la documentación descriptiva y su correspondiente auditoría a través de su página web. *****Dicha información debe ser accesible y disponer de una versión en lectura fácil. *****

