

## **C03/CONV/2026 – Principales novedades introducidas por la Ley 10/2025, de servicios de atención a la clientela**

Desde el 28 de diciembre de 2025 se encuentra en vigor la Ley 10/2025, de servicios de atención a la clientela, que afecta directamente a determinadas empresas por razón de su tamaño, con independencia del sector.

### **Qué exige la Ley 10/2025 de atención al cliente y cómo prepararse**

A finales de 2025 se ha publicado la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, con entrada en vigor el 28 de diciembre de 2025.

A pesar de que la norma nace con una orientación clara hacia los servicios básicos de interés general (suministros, transporte, postal, telecomunicaciones y financieros), también alcanza a las grandes empresas que venden bienes o prestan servicios a consumidores en España, con independencia del sector. En la práctica, esto implicará que empresas y grupos de empresas queden sujetos a la ley cuando, en el ejercicio económico anterior (de forma individual o dentro del grupo, en el sentido del art. 42 Código de Comercio), cumplan al menos uno de estos umbrales:  $\geq 250$  personas trabajadoras, volumen de negocios anual  $> 50$  M€, o balance general anual  $> 43$  M€.

Para los establecimientos que no entran en el ámbito objetivo de la Ley 10/2025 por no ser “gran empresa”, y no prestar servicios básicos de los listados, seguirá siendo plenamente exigible, como hasta ahora, el marco general y sectorial aplicable en consumo. Además, la propia ley actúa de forma supletoria, sin perjuicio de la aplicación preferente de la normativa sectorial y de consumo cuando resulte específica.

La Ley convierte en obligaciones exigibles varios elementos que, en hostelería, a menudo estaban dispersos entre buenas prácticas, estándares internos y requisitos de consumo autonómicos.

#### **1) Canales obligatorios y coherencia con el canal de reserva**

La empresa debe admitir reclamaciones (y también consultas e incidencias) por el mismo canal por el que se inició la relación contractual (por ejemplo, web propia, e-mail, OTA), y, además, al menos por vía postal, telefónica y un medio electrónico.

Si existen establecimientos físicos abiertos al público (propios o franquiciados), también deben aceptar estas comunicaciones y garantizar la entrega de la clave identificativa.

#### **2) Prohibición del “solo bots”. Derecho a persona física**

Se prohíbe que contestadores automáticos, bots u otros medios análogos sean el medio exclusivo de atención.

Si el cliente lo solicita, debe poder acceder a atención personalizada (persona física) desde el menú principal del canal, en cualquier momento de la interacción. Y la ley fija que el 95% de solicitudes de atención personalizada deben atenderse, de media, en menos de 3 minutos, y no pueden cortarse comunicaciones por un tiempo de espera elevado.

#### **3) Telefonía. Coste, numeración y tiempos**

En atención telefónica, el uso del canal no puede suponer un coste superior al de una llamada estándar fija geográfica o móvil.

Además, se prohíbe derivar un teléfono gratuito a numeraciones con coste para el cliente y se insiste en que el servicio no genere ingresos adicionales a costa de la clientela.

En este punto la ley fija un nivel mínimo de calidad. Al menos el 95% de las llamadas deben ser atendidas en un plazo inferior a tres minutos, calculado como promedio, y además delimita qué se entiende por una atención real y efectiva, no una respuesta automática ni una simple espera.

#### **4) Número de registro y justificante en “soporte duradero”**

La norma refuerza la trazabilidad. Debe proporcionarse un número de registro de la consulta/queja/reclamación/incidencia que permita el seguimiento.

Y, cuando proceda, debe entregarse un justificante que deje constancia del contenido, fecha y hora de recepción, en soporte duradero (e-mail, PDF, etc.).

#### **5) Plazo máximo de respuesta de 15 días hábiles**

La resolución debe emitirse en el plazo más breve posible y, en todo caso, en un máximo de 15 días hábiles desde su presentación (salvo que la normativa sectorial fije otro).

Además, la resolución debe ser motivada, sin contestaciones genéricas.

Más allá de “contestar bien”, la Ley 10/2025 obliga a medir y demostrar.

Las empresas deben implantar y documentar un sistema anual de evaluación de la calidad del servicio de atención a la clientela, incluyendo los parámetros del capítulo de niveles mínimos, conservar la documentación y ponerla a disposición de la Administración competente y hacerla pública en la web junto con su auditoría.

Ese sistema debe someterse a auditoría realizada por una entidad auditora acreditada por ENAC, para verificar fiabilidad y precisión de las mediciones.

La disposición transitoria concede 12 meses desde la entrada en vigor para adaptar servicios de atención, canales y procedimientos a la ley. Desde su entrada en vigor el 28 de diciembre de 2025, **las empresas cuentan con un año para adaptarse, hasta el 28 de diciembre de 2026.**

Para cadenas y grupos afectados, conviene abordar el cumplimiento como un proyecto transversal (operaciones-comercial-legal-calidad-IT):

1. Mapa de canales reales (web, e-mail, call center, WhatsApp si se usa, OTA) y verificación de que el cliente puede reclamar por el mismo canal de reserva.
2. Diseño de “handoff” humano. Que IVR/bot permita pasar a persona física desde el inicio y en cualquier momento.
3. Instrumentar métricas para el estándar del 95% < 3 minutos y políticas explícitas de no corte por espera.
4. Automatizar ID único y emisión de justificante en soporte duradero.
5. Plantillas de respuesta motivada y circuitos de escalado, con control del plazo de 15 días hábiles.

6. Definir el sistema de evaluación, evidencias, retención documental y publicación web, anticipando el trabajo con entidad acreditada.

En términos de riesgo, el mensaje es claro, la atención al cliente deja de ser solo reputación y pasa a ser también un cumplimiento que debe poder acreditarse. Para los grupos hoteleros afectados, el año de adaptación debe aprovecharse para ordenar canales, profesionalizar la trazabilidad y llegar a 2026 con métricas y evidencias auditables.

**Más información y consultas:**

Joana Tremba  
Abogada de MONLEX  
[jtremba@monlexabogados.es](mailto:jtremba@monlexabogados.es)