



Regulación de los servicios de atención a la clientela (Ley 10/2025)

Legal Alert



Enero 2026

kpmgabogados.es
kpmg.es

Regulación de los servicios de atención a la clientela (Ley 10/2025)

El 27 de diciembre de 2025 se publicó en el BOE la [Ley 10/2025](#), de 26 de diciembre, por la que se regulan los **servicios de atención a la clientela**, estableciendo unos parámetros mínimos de calidad que estos servicios deberán cumplir obligatoriamente, con el fin de mejorar la protección de las personas consumidoras y usuarias.

Concretamente, la 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, que tendrán carácter obligatorio para las mismas.

La Ley entró en vigor el 28 de diciembre si bien incluye un **régimen transitorio** para permitir que las entidades incluidas en su ámbito de aplicación adapten sus servicios a las nuevas exigencias. Deberán tener adaptados sus servicios de atención a la clientela en un **plazo de 12 meses** desde su entrada en vigor; es decir, **hasta el 28 de diciembre de 2026**.

Exponemos a continuación, los principales puntos de la Ley de servicios de atención a la clientela (Ley 10/2025).

A los efectos de esta Ley, ¿qué se entiende por “clientela”?

El art. 3 de la Ley considera como “**clientela**” a las **personas consumidoras o usuarias** que (i) hayan comprado un bien, (ii) a las que se le haya dirigido una oferta comercial personalizada o (iii) hayan celebrado un contrato con una empresa prestadora de servicios, **independientemente de** su carácter oneroso o gratuito y de que hagan uso efectivo del servicio. Tendrán esta consideración **hasta que se extingan definitivamente todos los efectos** de dicho contrato.

También serán considerados **clientes** las personas consumidoras y usuarias:

- que hayan sido **dadas de alta** en la prestación de servicios **sin su consentimiento**;
- 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.
- que hayan **adquirido un producto** y el mismo **siga cubierto por el plazo legal o comercial de garantía**.

¿Qué servicios se integran en la “atención a la clientela”?

Los servicios de atención a la clientela se definen como la organización de medios materiales y personales que la empresa pone a disposición de la clientela, cuya finalidad es la **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** tales como 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 (i.e. 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**.

¿Cuál es el ámbito de aplicación de la Ley?

El art. 2.1 señala que la Ley de servicios de atención a la clientela será de aplicación a **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**:

- **servicios de suministro y distribución de agua, gas y electricidad**;
- **servicios de transporte pasajeros aéreo**, así como de **viajeros por ferrocarril, por mar o por vías navegables y en autobús o autocar**;
- **servicios postales**;

- **servicios de comunicaciones electrónicas**, **incluidos** los servicios **telefónicos** que se registrarán por su **normativa sectorial** de aplicación y, en particular, por la [Ley 11/2022](#), General de Telecomunicaciones; y
- **servicios financieros**, que se registrarán por su **normativa sectorial** de aplicación y, en particular, por la [Ley 44/2002](#), de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.

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

También se incluyen los servicios cuya prestación sea **temporalmente gratuita** como consecuencia de una oferta, promoción o estrategia comercial análoga.

También se prevé su aplicación flexibilizada a aquellas **cooperativas y entidades sin ánimo de lucro** que presten, aun de forma eventual, servicios de carácter básico de interés general y que ocupen menos de 250 trabajadores y trabajadoras, mediante la adaptación de los requisitos previstos en la Ley.

Junto a las anteriores, la Ley incluye en su ámbito de aplicación (véase art.2.2) a aquellas empresas o grupos **empresas y grupos de sociedades**, en el sentido del art. 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 **en territorio español** destinados principalmente a personas consumidoras y usuarias conforme al art. 3 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 2007 ([LGDCU](#)), **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**.

Asimismo, la Ley especifica de forma expresa que será aplicable a la **Administración General del Estado** y sus **organismos y empresas dependientes**.

¿Qué otros aspectos hay que tener en cuenta en su aplicación?

La Ley de servicios de atención a la clientela prevé determinadas cuestiones a tener en cuenta al analizar su aplicación:

- La **normativa sectorial** que regula los servicios de atención a la clientela será **siempre** de aplicación preferente.
- La **Ley 10/2025** se aplicará:

(i) **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.

(ii) **Con carácter supletorio** respecto de:

- **otras leyes generales** para la defensa de las personas consumidoras y usuarias o
- de la **normativa sectorial** que regula los servicios de atención a la clientela.

(iii) **En las comunidades autónomas (CCAA)** se aplicará la Ley 10/2025 en lo que **no se oponga a los regímenes competenciales existentes** en los respectivos Estatutos de Autonomía (disp. adic. Única).

Cuando de la aplicación de la norma resultasen competentes órganos de diversas Administraciones, se establecerán **mecanismos de colaboración** con carácter previo a la aplicación de la norma en el **ámbito sancionador**.

- Los **servicios financieros** y los **servicios de comunicaciones electrónicas**, en lo referido a la atención a la clientela, se registrarán por la **normativa sectorial** que les sea de aplicación en cada momento, y la **Ley 10/2025** será de aplicación supletoria.

En particular, respecto al **sector financiero**:

- la **supervisión de la normativa** en materia de servicios de atención a la clientela recaerá, **en todos los casos**, en las autoridades supervisoras competentes que regule la propia **normativa sectorial**, y
- **no serán de aplicación** los siguientes preceptos de la Ley 10/2025:
 - El relativo a la suspensión de las acciones de gestión de cobro o suspensión del

servicio, al someter la queja, reclamación o incidencia a un **sistema extrajudicial de resolución de conflictos** en el caso de servicios de tracto sucesivo, relacionadas con ella (...) (art. 13.8).

- Implantación de un sistema de **valoración de la satisfacción del cliente** (art. 18).
- **Colaboración** con las **asociaciones de consumidores y Administraciones públicas** (art. 19).
- Los sistemas de **evaluación** (art. 21) y su **auditoría** (art. 22).
- Lo relativo a las **infracciones y sanciones** (art. 23).

¿A qué están obligadas las empresas que se incluyen en su ámbito de aplicación?

La Ley 10/2025 contempla amplias **obligaciones para las empresas** incluidas en su ámbito de aplicación, destacando las siguientes:

- Disponer de un servicio de atención a la clientela **gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable**, que cumpla los **requisitos** del art. 21 **LGDCU**, y permita a la clientela **presentar** quejas, reclamaciones, incidencias o consultas y la recepción de la comunicación de su resolución, entre otras cuestiones (especificadas en el art. 4.2).
- Asumirán la **carga de la prueba** del cumplimiento de las obligaciones que les impone la Ley 10/2025.
- Los servicios de atención a la clientela de las empresas deberán garantizar el **nivel mínimo de calidad** que se corresponde con el cumplimiento de los **parámetros de calidad** que se relacionan en los arts. 6 y ss.
- Los **canales de comunicación** de atención a la clientela habilitados por la empresa deberán **figurar** bien en el propio **contrato**, en las **facturas** que emita a los clientes o en su **página web**, en un apartado específico de fácil identificación (art. 5).
- 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, garantizando siempre la accesibilidad universal.

- Se asegurará que el consumidor, en la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias de las **empresas que prestan servicios en CCAA con lengua oficial diferente al castellano** se realice **en castellano**, o **en cualquiera de las lenguas oficiales** cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a **clientela sita en CCAA que dispongan de lenguas oficiales**.
- Se **prohíbe el empleo de contestadores automáticos** u otros medios análogos como **medio exclusivo** de atención a la clientela.
- 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** (ofrecida directamente a través de una **persona física operadora** que contesta en tiempo real a la clientela, debiendo identificarse, en todo caso, al inicio de la conversación) desde las opciones que ponen a disposición del cliente en su menú principal del canal telefónico.

La utilización de contestadores automáticos, *bots* conversacionales u otros medios análogos deberá ofrecer a la clientela la **posibilidad de solicitar una atención personalizada** desde las opciones que ponen a disposición del cliente en su menú principal, en cualquier momento de la interacción, desde su inicio.

La atención personalizada se prestará **a la mayor brevedad posible** desde su solicitud por parte de la clientela, **garantizando que el 95% de las solicitudes** de atención personalizadas **sean atendidas, de media, en un plazo inferior a 3 minutos** desde que la clientela efectúe la solicitud.

Las empresas **no podrán cortar una comunicación** con el cliente **por razón de tiempo de espera elevado**.

- Las empresas pondrán a disposición de la clientela un **servicio de atención telefónica** a los efectos de esta Ley y deberán asegurar que su uso **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**.

En el supuesto de **utilizarse 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.

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.

- Las empresas deberán proporcionar a la clientela una **clave identificativa** de cualquier consulta, queja, reclamación o incidencia transmitida por las personas consumidoras o usuarias.
- 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 10 días hábiles a la clientela** para su **subsanción**.

La **resolución** de las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias deberá estar **debidamente motivada**, y 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**.

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 15 días hábiles desde su presentación, salvo que** la normativa sectorial establezca un plazo distinto.

- El art. 16 de la Ley 10/2025 establece los parámetros de una **prestación diferenciada de la actividad de atención a la clientela**, señalando que dicho servicio deberá estar **claramente identificado y diferenciado de las otras actividades de la empresa**, de manera que la clientela pueda identificar claramente que este servicio tiene como finalidad resolver consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.

Asimismo, los apdos. 2, 3 y 4 del art. 16 especifican lo siguiente:

- En ningún caso, **salvo que** el cliente lo solicite, **se aprovechará la formulación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias** relacionadas con la continuidad o interrupción en los servicios básicos de interés

general **para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales** de la empresa reclamada, **salvo que** estén relacionadas con su resolución y, además, impliquen una mejora en las condiciones de prestación del servicio o del precio.

- Las empresas estarán obligadas a **identificar sus llamadas comerciales con un código numérico específico** (un prefijo telefónico similar al de los números 900 que se utiliza para identificar llamadas gratuitas), distinto de las numeraciones de las llamadas de atención al cliente.
- De este modo, los **operadores de telecomunicaciones** deberán **bloquear** todas las llamadas de empresas que no utilicen estos códigos o que llamen sin consentimiento con el fin de evitar llamadas comerciales no consentidas, coloquialmente conocidas como "llamadas *spam*".
- El **horario del servicio atención al cliente** 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.

En todo caso, para los servicios básicos de interés general del art. 2.1 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.

Sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio conseguido

Los arts. 21 y ss. de la Ley 10/2025 contemplan 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 del 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.

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.

Infracciones y sanciones

El art. 23 de la Ley 10/2025 prevé que el **incumplimiento de la Ley de clientela** por las empresas será sancionado como **infracción en materia de consumo**, y se aplicará el **régimen sancionador general** sobre protección de las personas consumidoras y usuarias del Libro Primero del Título IV de la **LGDCU**, y la normativa autonómica que resulte de aplicación.

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**.

Las **infracciones en materia de protección de datos** se sancionarán conforme al Reglamento (UE) 2016/679 (**RGPD**), y en la **LO 3/2018**, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Este régimen de infracciones y sanciones tendrá en cuenta la **reincidencia de la conducta**, así como el **resarcimiento del daño**, a fin de proceder a la agravación o la atenuación de la sanción, respectivamente.

Normas que se derogan

Mediante la Ley 10/2025 se **derogan**:

- cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan, contradigan o resulten incompatibles con lo dispuesto en ella; y
- los **arts. 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16** de la **Orden ECO/734/2004**, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras, relativos al departamento o servicio de atención al cliente, los deberes de información y el procedimiento para la presentación, tramitación y resolución de las quejas y reclamaciones.

Normas que se modifican

Mediante la Ley 10/2025 se **modifican** las normas siguientes:

- ✓ El **TR de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 2007** se modifica para, entre otras cuestiones:
 - **Incluir** previsiones como la que **permite al consumidor o usuario conocer todos los componentes que incluye el precio final completo** y que permitirán comprobar su **exactitud**.

- Respecto a las **reseñas**, con el fin de aumentar su **fiabilidad**, se obliga al empresario a **garantizar** que las reseñas publicadas han sido **efectuadas por consumidores y usuarios que verdaderamente han utilizado o adquirido** el bien o servicio.

- Las empresas estarán obligadas a **comunicar con 15 días de antelación la fecha en la que se producirá la renovación automática** de un servicio o suscripción que haya sido **contratado de forma online**, además de **facilitar la baja voluntaria** en caso de que el consumidor lo desee.

- ✓ La **Ley 3/1991**, de **Competencia Desleal**, para añadir una **nueva práctica** considerada como **desleal por engañosa**, esto es, que se dirijan a las personas consumidoras de forma individualizada y personalizada sin informar en la misma comunicación de los parámetros utilizados para dicha personalización
- ✓ La **Ley 44/2002**, de **Medidas de Reforma del Sistema Financiero**, que recoge la regulación sectorial de protección a la clientela en este sector, con el objetivo de **actualizar y elevar los niveles de protección a la clientela**, asegurando la prevalencia de la normativa sectorial.

Como expresa la Exposición de Motivos de la Ley 10/2025, el sistema (sectorial) de protección del consumidor financiero se articula en dos niveles complementarios: un **1.º nivel**, basado en los servicios de atención a la clientela de la red de **oficinas físicas y medios de comunicación electrónicos**; y un **2.º nivel**, basado en los servicios de reclamaciones de los **supervisores sectoriales**.

En líneas generales, las modificaciones incorporadas consisten en lo siguiente:

- En el **sector financiero** y para determinados casos, se prevé que, si la resolución no fuera satisfactoria para el usuario, los **servicios de atención a la clientela** del **1.º nivel** de defensa puedan **resolver** también las **quejas y reclamaciones que se deriven de incidencias o consultas no resueltas satisfactoriamente por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio**.
- Las **entidades financieras deberán** asegurar que el **canal que ponen a disposición del público** para el servicio de atención a la clientela -presencial, telefónico o telemático, o una combinación de los mismos-, sea **el más adecuado** teniendo en cuenta las

circunstancias personales de los clientes

(edad, situación de discapacidad, condición de persona extranjera y su situación administrativa y el nivel de competencias digitales, además de las características de la zona geográfica en la que reside, entre otras).

- El régimen de **atención telefónica** se adaptará a las particularidades del sector financiero, destacando 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 que la **supervisión en materia de atención a la clientela de las entidades del sector financiero** se siga ejerciendo por los supervisores sectoriales, la CNMV, el Banco de España y la DGSJFP, manteniendo los altos estándares de cumplimiento que vienen exigiendo los supervisores sectoriales.
- ✓ También se reforman la [LO 3/2018](#), de [Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales](#), y la [Ley 11/2022](#), [General de Telecomunicaciones](#), para adaptar su contenido a las previsiones de la Ley de clientela.
- lo dispuesto, respecto a la **prestación diferenciada de la actividad de atención a la clientela** -anteriormente explicado en el apartado de obligaciones de las empresas- de los apdos. 2, 3 y 4 del art. 16
- A tales efectos, la CNMC presentará **anualmente, antes del mes de marzo de cada año**, un **informe** analizando las cuotas de mercado y del tamaño de las empresas de los sectores de la comercialización de luz y gas en el ejercicio anterior.
- ✓ Los [operadores afectados por el ámbito de aplicación del art. 16.4](#) (bloqueo de “llamadas spam”) **notificarán** a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, en el **plazo de un mes** desde la entrada en vigor de la Ley, los **criterios** empleados para la **detección del tráfico irregular** identificado en dicho apartado.

Nuestro equipo de especialistas está a su disposición para ampliar o aclarar cualquiera de estos aspectos.

Régimen transitorio

- ✓ Las [empresas](#) incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley deberán [adaptar sus servicios](#) de atención a la clientela a la Ley en el **plazo de 12 meses** desde su entrada en vigor (es decir, tendrán de plazo **hasta el 28 de diciembre de 2026**).
- ✓ En el caso de las [entidades sin ánimo de lucro](#), la Ley de Clientela **no será aplicable** mientras **no entre en vigor el desarrollo reglamentario** de la norma que adapte su contenido.
- ✓ En el caso de las [empresas comercializadoras de luz, gas y de servicios telefónicos](#), mientras la empresa prestadora del servicio o grupo de empresas al que pertenezca (i) **no alcance una cuota del mercado nacional del 5%** y (ii) **no pertenezca a la categoría de empresas** del art. 2.2, **no se aplicará**:
- La obligación del art. 14.2. relativa a que el servicio de atención a la clientela de los servicios básicos de interés general del art. 2.1 que se presten de forma **continuada**, esté disponible **24 horas al día, todos los días del año**, para la comunicación de **incidencias** relativas a la continuidad del servicio; ni

Contactos

Carmen Mulet Alles
Socia
KPMG Abogados
Tel. 932542314
cmulet@kpmg.es

Ana Maria Sabiote Ortiz
Socia
KPMG Abogados
Tel. 699330173
asabiote@kpmg.es

Oficinas de KPMG en España

A Coruña

Calle de la Fama, 1
15001 A Coruña
T: 981 21 8241
Fax: 981 20 02 03

Alicante

Muelle de Levante, 8
Planta Alta
03001 Alicante
T: 965 92 0722
Fax: 965 22 75 00

Barcelona

Torre Realia
Plaça de Europa, 41
08908 L'Hospitalet de Llobregat
Barcelona
T: 932 53 2900
Fax: 932 80 49 16

Bilbao

Torre Iberdrola
Plaza Euskadi, 5
48009 Bilbao
T: 944 79 7300
Fax: 944 15 29 67

Girona

Edifici Sèquia
Sèquia, 11
17001 Girona
T: 972 22 0120
Fax: 972 22 22 45

Las Palmas de Gran Canaria

Bravo Murillo, 22
35003 Las Palmas de Gran Canaria
T: 928 32 32 38
Fax: 928 31 91 92

Madrid

Torre de Cristal
Paseo de la Castellana, 259 C
28046 Madrid
T: 91 456 3400
Fax: 91 456 59 39

Málaga

Marqués de Larios, 3
29005 Málaga
T: 952 61 14 60
Fax: 952 30 53 42

Oviedo

Ventura Rodríguez, 2
33004 Oviedo
T: 985 27 69 28
Fax: 985 27 49 54

Palma de Mallorca

Edificio Reina Constanza
Calle de Porto Pi, 8
07015 Palma de Mallorca
T: 971 72 16 01
Fax: 971 72 58 09

Pamplona

Edificio Iruña Park
Arcadio M. Larraona, 1
31008 Pamplona
T: 948 17 14 08
Fax: 948 17 35 31

San Sebastián

Avenida de la Libertad, 17-19
20004 San Sebastián
T: 943 42 22 50
Fax: 943 42 42 62

Sevilla

Avda. de la Palmera, 28
41012 Sevilla
T: 954 93 46 46
Fax: 954 64 70 78

Valencia

Edificio Mapfre
Paseo de la Alameda, 35, planta 2
46023 Valencia
T: 963 53 40 92
Fax: 963 51 27 29

Vigo

Plaza Compostela, 20
36201, Vigo
T: 986 22 85 05
Fax: 986 43 85 65

Zaragoza

Centro Empresarial de Aragón
Avda. Gómez Laguna, 25
50009 Zaragoza
T: 976 45 81 33
Fax: 976 75 48 96