

Nota informativa

La CNMC detecta deficiencias en los servicios de atención al cliente de las empresas de electricidad y gas

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) destaca problemas como la falta de transparencia en la contratación y una accesibilidad deficiente a los servicios.

Madrid, 13 de agosto de 2025 – La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha identificado carencias significativas en la atención al cliente de 29 comercializadoras de electricidad y gas, tras un análisis que incluyó 835 gestiones realizadas mediante la técnica del “comprador misterioso” realizadas entre julio y noviembre de 2024. Para ello, utilizó los canales de atención al cliente de 15 comercializadoras eléctricas y 14 de gas -que representan el 97 % y el 99 % del mercado doméstico, respectivamente- simulando procesos reales de contratación y gestión.

Tras el análisis, la CNMC ha constatado problemas persistentes como la falta de transparencia en la información precontractual, dificultades para desistir de contratos o tiempos de espera excesivos.

Principales conclusiones

En el canal telefónico, la CNMC detectó obstáculos para tramitar desistimientos, largos tiempos de espera y dificultades para presentar reclamaciones.

En el canal online, resultó complicado localizar datos esenciales del contrato en las áreas privadas de las páginas web.

En cuanto a la información facilitada por los servicios de atención al cliente, se encontraron deficiencias en aspectos clave como el precio, la duración del contrato, las penalizaciones por rescisión anticipada o el derecho de desistimiento.

En algunos casos, se detectó que la información precontractual facilitada en el canal telefónico era insuficiente y que, en ocasiones, se llegan a realizar las contrataciones durante la llamada, lo que impide al cliente revisar la oferta con detalle.

También se detectaron problemas en la separación de actividades entre comercializadoras libres y reguladas.

Recomendaciones de mejora

La CNMC plantea medidas como:

- Garantizar que el desistimiento se pueda gestionar en un único contacto, a través de los mismos canales utilizados para contratar. Se evitarían así gestiones adicionales.
- Habilitar en el área privada online un apartado específico y fácilmente accesible con las condiciones contratadas y los derechos del consumidor.
- Homogeneizar los recursos en la atención telefónica para los diferentes tipos de gestiones.
- Evitar la confirmación de la contratación durante la misma llamada y transmitir de forma proactiva la información precontractual.
- Mejorar la formación de los agentes comerciales, especialmente ante cambios normativos.
- Realizar auditorías internas, preferiblemente por entidades independientes.

La CNMC comunicará a las empresas las deficiencias detectadas y verificará la implementación de medidas correctoras. Si fuera necesario, podrá iniciar actuaciones en el marco de sus competencias. El organismo señala que parte de los problemas identificados ya han sido corregidos o mitigados desde el anterior informe de supervisión.

Fuente de la información: informe [IS/DE/022/24](#) de la [CNMC](#)