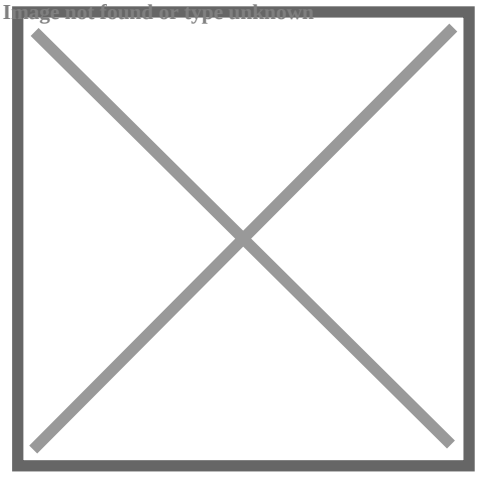
PANORAMA | Consumo

Los números 400 ya son obligatorios en España para las llamadas comerciales: qué cambia y cómo evitar la publicidad no deseada

Desde el 17 de octubre, las empresas deben usar números de nueve cifras que empiecen por 400 para llamadas comerciales. La medida busca facilitar su identificación y frenar el acoso telefónico, aunque no acaba por sí sola con las llamadas indeseadas.

Redacción/Priego Digital
Martes 20 de octubre de 2026 - 21:00



Una llamada de un número desconocido, una oferta para cambiar de compañía eléctrica, una nueva tarifa telefónica o una propuesta comercial que llega en mitad de la jornada laboral. Son situaciones habituales para muchos ciudadanos que reciben comunicaciones publicitarias sin haberlas solicitado expresamente. Desde el pasado sábado, 17 de octubre, España cuenta con una nueva herramienta para identificar este tipo de llamadas: la numeración 400.

La medida, aprobada por el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, obliga a las empresas a utilizar números de nueve cifras que comiencen por 400 para realizar llamadas comerciales. Con ello, los usuarios podrán reconocer la finalidad publicitaria de una comunicación antes de descolgar el teléfono.

La nueva regulación forma parte de las medidas impulsadas por el Gobierno para combatir las llamadas comerciales no deseadas y el fraude telefónico. Su principal novedad es que separa la numeración empleada para vender productos y servicios de la utilizada para atender consultas, reclamaciones o gestiones relacionadas con contratos existentes.

La obligación entró en vigor el 17 de octubre de 2026, una vez transcurridos los seis meses establecidos en la resolución publicada en el Boletín Oficial del Estado el pasado 16 de abril.

¿Qué significa que un número empiece por 400?

Los teléfonos destinados a llamadas comerciales cuentan ahora con un código fácilmente reconocible. Son números nacionales de nueve cifras que comienzan por 400, seguidas de otros seis dígitos.

Esta numeración no identifica por sí sola a una empresa concreta, sino el carácter comercial de la llamada. De esta manera, cuando un usuario vea en la pantalla de su teléfono un número que comienza por estas tres cifras, sabrá que se trata de una comunicación destinada a ofrecer productos o servicios.

La medida permite decidir con mayor facilidad si se desea atender la llamada o rechazarla.

Además, estos números tienen una característica particular: son exclusivamente de salida. Las empresas pueden utilizarlos para llamar a los ciudadanos, pero no están habilitados para recibir llamadas entrantes.

Esto significa que, si alguien intenta devolver una llamada a un número 400, no podrá establecer comunicación a través de esa misma numeración. La restricción pretende evitar determinadas prácticas fraudulentas relacionadas con la devolución de llamadas a números desconocidos.

¿Qué ocurre con las llamadas comerciales desde números móviles?

La nueva normativa establece que las llamadas comerciales deben realizarse desde la numeración específicamente habilitada para ello, por lo que el uso de números móviles ordinarios o de otros prefijos para este tipo de comunicaciones no se ajusta a la obligación general.

Se trata de un cambio importante, ya que durante años muchas campañas comerciales han utilizado números aparentemente convencionales que dificultaban distinguir una llamada publicitaria de otra personal o profesional.

La nueva regulación también contempla mecanismos para que los operadores telefónicos bloqueen comunicaciones que presenten indicios de incumplimiento.

Para ello podrán tener en cuenta determinados patrones del tráfico telefónico, como un volumen anormalmente elevado de llamadas, junto con los criterios técnicos autorizados por la administración competente.

No obstante, conviene recordar que el bloqueo de llamadas no implica que todas las comunicaciones irregulares desaparezcan automáticamente. La efectividad de la medida dependerá también de los sistemas de detección y supervisión.

No todas las llamadas de una empresa tienen que empezar por 400

Una de las cuestiones que pueden generar dudas entre los consumidores es la diferencia entre una llamada comercial y otra relacionada con la atención al cliente.

La nueva numeración está destinada a las comunicaciones publicitarias, especialmente aquellas en las que una empresa contacta con posibles clientes para realizarles ofertas.

En cambio, las llamadas destinadas a gestionar contratos existentes, resolver incidencias, atender consultas o tramitar reclamaciones pueden seguir realizándose desde números cortos autorizados, líneas gratuitas 800 y 900 o numeraciones geográficas.

Por tanto, recibir una llamada de una compañía telefónica, una entidad bancaria o una empresa energética desde un número que no comienza por 400 no significa necesariamente que exista una infracción.

Lo importante es la finalidad de la comunicación. Si se trata de resolver una incidencia relacionada con un contrato, la empresa puede utilizar los canales de atención autorizados. Si la finalidad es realizar una llamada comercial, debe ajustarse a la numeración específica.

La Ley de Servicios de Atención a la Clientela también limita el aprovechamiento de una consulta o reclamación para realizar ofertas publicitarias ajenas a la gestión solicitada.

¿Pueden seguir llamándonos sin nuestro consentimiento?

La aparición del prefijo 400 no modifica uno de los principales derechos de los consumidores: el de no recibir comunicaciones comerciales cuando no exista una base legal que las justifique.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) recuerda que las llamadas comerciales no solicitadas únicamente pueden realizarse cuando existe consentimiento previo o cuando concurre otra base jurídica válida, como determinados supuestos de interés legítimo.

Este último caso puede darse cuando existe una relación contractual previa, la empresa ha obtenido legalmente los datos de contacto y pretende ofrecer productos o servicios propios similares a los que el consumidor ya tiene contratados.

Sin embargo, haber sido cliente de una empresa no supone una autorización ilimitada para recibir publicidad

telefónica.

El ciudadano mantiene su derecho a oponerse al tratamiento de sus datos con fines comerciales. Además, la empresa debe facilitar información sobre el tratamiento de los datos y permitir ejercer ese derecho.

Tampoco está permitido utilizar libremente los datos de un cliente para que otras empresas del mismo grupo empresarial le realicen llamadas publicitarias. Para ello se requiere el correspondiente consentimiento específico.

Por tanto, que una llamada proceda de un número 400 no significa automáticamente que sea legal. La empresa también debe respetar la normativa de protección de datos y las condiciones aplicables a las comunicaciones comerciales.

¿Qué hacer si continúan las llamadas no deseadas?

La nueva regulación ofrece distintas posibilidades a quienes quieran reducir o evitar este tipo de comunicaciones.

La primera consiste en solicitar a la propia compañía que deje de utilizar sus datos personales con fines publicitarios, ejerciendo el derecho de oposición.

También es posible inscribirse gratuitamente en sistemas de exclusión publicitaria, como la Lista Robinson, indicando los números de teléfono en los que no se desea recibir publicidad.

La Agencia Española de Protección de Datos señala que este tipo de inscripción comienza a ser efectiva a partir del segundo mes, por lo que durante ese periodo todavía pueden recibirse comunicaciones comerciales.

Otra posibilidad es consultar con el operador telefónico las opciones disponibles para bloquear llamadas procedentes del rango 400. La normativa permite que las compañías ofrezcan a sus clientes, previa solicitud, mecanismos de desconexión de este servicio.

Este bloqueo puede resultar útil para quienes no deseen recibir llamadas comerciales, aunque debe valorarse teniendo en cuenta que también impediría recibir ofertas que pudieran ser de su interés.

¿Dónde denunciar una llamada comercial irregular?

Si un consumidor sigue recibiendo llamadas publicitarias desde números que no pertenecen al rango 400, puede presentar una reclamación ante la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones o comunicar el incumplimiento a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Cuando el problema esté relacionado con el tratamiento de los datos personales, la falta de consentimiento o el incumplimiento del derecho de oposición, también puede intervenir la Agencia Española de Protección de Datos.

Para presentar una reclamación ante este último organismo resulta importante conservar pruebas. La AEPD solicita información que permita identificar el número desde el que se realizó la llamada, la fecha y hora, la empresa responsable y los elementos que acrediten la posible infracción.

Entre estos documentos pueden encontrarse capturas del registro de llamadas, grabaciones u otros indicios que permitan identificar al responsable de la comunicación, además de la documentación que acredite la titularidad de la línea.

Más de 400 millones de llamadas fraudulentas bloqueadas

La implantación de la numeración 400 forma parte de una estrategia más amplia iniciada en 2025 para reducir el fraude telefónico y los mensajes fraudulentos.

Según los datos difundidos por el Ministerio para la Transformación Digital, las medidas adoptadas han permitido a los operadores bloquear más de 400 millones de llamadas fraudulentas y cerca de 32 millones de mensajes SMS.

A estas actuaciones se suma la creación de un registro de identificadores alfanuméricos, conocidos como alias, que utilizan empresas y administraciones públicas para enviar mensajes de texto.

El registro, gestionado por la CNMC, permite comprobar qué entidades están autorizadas para utilizar determinados nombres como remitentes de SMS, MMS y mensajes RCS.

Desde su entrada en vigor, el pasado 15 de septiembre, los operadores han bloqueado más de seis millones de mensajes que utilizaban identificadores no registrados o pertenecientes a otras entidades.

Estas actuaciones tratan de combatir prácticas como la suplantación de identidad, mediante la que los delincuentes se hacen pasar por entidades bancarias, empresas de transporte u otros servicios para obtener información personal o financiera.

¿Supone el fin de las llamadas comerciales molestas?

La nueva numeración facilita la identificación de las llamadas publicitarias, pero no supone una prohibición general de la publicidad telefónica.

Las empresas pueden continuar realizando llamadas comerciales cuando respeten la normativa aplicable, utilizando los números correspondientes y cumpliendo las obligaciones de protección de datos.

Tampoco debe confundirse la identificación de una llamada comercial con una garantía absoluta de seguridad. Los intentos de fraude pueden producirse mediante otros canales y técnicas de suplantación.

Por ello, ante una comunicación sospechosa, sigue siendo recomendable no facilitar contraseñas, códigos de verificación, datos bancarios o información personal sin comprobar previamente la identidad de quien llama.

El principal cambio para los ciudadanos es que, desde el 17 de octubre, reconocer una llamada destinada a vender un producto o servicio resulta más sencillo.

Una medida que traslada también nuevas obligaciones a las empresas y operadores de telecomunicaciones, mientras los consumidores mantienen sus derechos a rechazar la publicidad no solicitada y reclamar cuando consideren que se están incumpliendo.