quienllama.com.es | OBSERVATORIO CIUDADANO DE LLAMADAS NO DESEADAS Y FRAUDE TELEFÓNICO

EL SPAM TELEFÓNICO EN ESPAÑA

Informe Técnico y Auditoría de Actividad Semanal

Análisis empírico de acoso comercial, identidades alegadas y régimen horario (Ley 11/2022 y Art. 96.2 TRLGDCU)

MUESTRA 7 DÍAS
209 reportes
+28,2 % WoW
148 líneas únicas

PRESIÓN SPAM
70 / 100
MUY ALTO
Fórmula IPS v1.0

RATIO CONSULTAS
171,5
consultas / reporte
35.834 búsquedas

FUERA DE HORARIO
20,1 %
33 de 164 comerciales
Art. 96.2 TRLGDCU

Ficha de Identificación del Informe

Período Auditado:	Semana 42 de 2026 (del 12 al 18 de octubre de 2026)
Muestra Semanal Activa (7D):	**209** reportes ciudadanos orgánicos recibidos sobre **148** líneas telefónicas
Consultas Ciudadanas (7D):	**35.834** búsquedas verificadas (ratio empírico de **171,5** consultas por cada reporte registrado)
Marco Legal de Referencia:	Ley 11/2022 (Art. 66 en legitimación) y TRLGDCU (Art. 96.2 en franjas horarias permitidas)
Adopción Rango 400:	**0,0 %** (período transitorio, ningún reporte comercial identificado con 400)
Fondo Histórico Comunitario:	**+384.081** búsquedas y **48.925** reportes y valoraciones acumuladas
Investigador Principal:	Víctor Alonso (Ingeniero en Informática)
Entidad Editora:	Observatorio Ciudadano **quienllama.com.es**
Licencia de Publicación:	Creative Commons Atribución (**CC-BY 4.0**) — Libre reproducción citando fuente
Contacto de Prensa:	soy@victor-alonso.es · https://quienllama.com.es/barometro-spam/

[CLAVES DE LA SEMANA] 3 TITULARES METODOLÓGICOS PARA REDACCIONES

- **Concentración semanal en el prefijo 919:** El **37,9 %** de los reportes clasificados por prefijo de la muestra semanal corresponden a numeración Madrid (Numeración Geográfica Provincial), situándolo como el rango con mayor incidencia observada durante la Semana 42.
- **Identidades alegadas (Luz, Gas y Telefonía):** El **53,6 %** de testimonios refieren falsas asesorías de energía y el **24,9 %** ofertas comerciales de telecomunicaciones (patrón conocido como "doble llamada", con comunicación de supuesta subida de tarifa de 15 € seguida de una segunda oferta comercial).
- **Incompatibilidad horaria con el Art. 96.2 del TRLGDCU:** El **20,1 %** de las comunicaciones comerciales clasificables (**33 de 164**) se recibieron fuera de las franjas autorizadas (16,5 % en fin de semana y 3,7 % en laborables fuera de 09:00–21:00). Los 45 reportes restantes se excluyen del denominador de aplicabilidad por no haber sido clasificados como comunicaciones comerciales: 23 reportes categorizados como fraude/phishing/vishing, 14 llamadas silenciosas sin finalidad comercial identificable y 8 llamadas de recobro.

Resumen Ejecutivo para Redacciones y Medios

El presente informe sintetiza la actividad semanal de hostigamiento comercial y fraudes telefónicos reportada por los usuarios de **quienllama.com.es** durante la **Semana 42 de 2026** (del 12 al 18 de octubre de 2026). A partir del análisis de **35.834 búsquedas ciudadanas contrastadas** y **209 reportes ciudadanos orgánicos**, este documento ofrece a profesionales de los medios de comunicación y entidades de consumo una radiografía empírica, auditable y jurídicamente precisa del impacto del spam telefónico en España.

> *"A pesar del marco tuitivo del artículo 66 de la Ley 11/2022 y las franjas horarias del artículo 96.2 del TRLGDCU, los ciudadanos continúan sometidos a llamadas comerciales reiteradas, con especial intensidad en las horas de sobremesa y los fines de semana."*—**Víctor Alonso**, Ingeniero en Informática y responsable de quienllama.com.es.

Aviso metodológico y límites de la muestra: La información estadística contenida en este documento procede de la interacción comunitaria voluntaria de usuarios que buscan, votan y comentan números en **quienllama.com.es**. La muestra refleja la percepción de molestia y hostigamiento de los ciudadanos afectados; **no constituye un censo absoluto de la totalidad de las llamadas telefónicas en España**, sino una radiografía descriptiva de las líneas que generan mayor actividad y señalamiento dentro de la comunidad de quienllama.com.es. Los resultados deben interpretarse como indicadores de actividad comunitaria y no como estimaciones de prevalencia sobre el conjunto de llamadas realizadas en España.

Índice

Resumen Ejecutivo y Metodología de la Muestra 2

1. Tipología del SPAM Señalado por los Usuarios 3

2. Sectores Comerciales e Identidades Alegadas 3

3. Patrones Temporales y Franjas Horarias: Régimen Normativo 4

4. Distribución por Rangos y Prefijos Provinciales 5

5. Top 10 Líneas Telefónicas con Mayor Incidencia 5

6. Protocolo Oficial de Denuncia ante la AEPD 6

7. Sobre el Observatorio y Declaración de Transparencia 6

8. Sala de Prensa, Guía de Citación y Solicitud de Microdatos 6

Especificación Formal: Índice de Presión SPAM (Fórmula IPS v1.0 Auditable)

El **Índice de Presión SPAM (IPS v1.0)** es un indicador cuantitativo normalizado (escala 0–100) formulado para evaluar con rigor reproducible el nivel de agresividad e incompatibilidad normativa de las llamadas reportadas. Se calcula mediante la combinación ponderada de tres componentes independientes:

Fórmula matemática: $\text{IPS} = 0{,}35 \cdot S_{\text{vol}} + 0{,}35 \cdot S_{\text{sev}} + 0{,}30 \cdot S_{\text{hor}}$

- **Componente S_{vol} (Intensidad Comunitaria, 35 % peso):** Normalización del ratio empírico de consultas ciudadanas por cada reporte registrado ($R_{\text{c/d}} = 171{,}5$). Función de escala: $S_{\text{vol}} = \text{mín}(100{,}0,\ (R_{\text{c/d}}/100{,}0) \times 100{,}0) = \mathbf{100{,}0/100}$, definiéndose 100 consultas/reporte como el umbral metodológico de saturación definido por el Observatorio.
- **Componente S_{sev} (Matriz de Severidad Tipológica, 35 % peso):** Promedio ponderado según la naturaleza del reporte: Vishing bancario (peso 100), Falsas asesorías de luz/gas (peso 85), Robocalls silenciosas (peso 80), Telemarketing ordinario (peso 75), Recobro de deudas (peso 70). Puntuación resultante: **83,3 / 100**. (Los pesos de severidad constituyen una escala metodológica propia del Observatorio y no una clasificación oficial de peligrosidad).
- **Componente S_{hor} (Incompatibilidad Horaria Art. 96.2 TRLGDCU, 30 % peso):** Porcentaje exacto de comunicaciones comerciales reportadas recibidas fuera del horario permitido sobre el universo clasificable ($n = 164$): **20,1 / 100** (33 de 164).

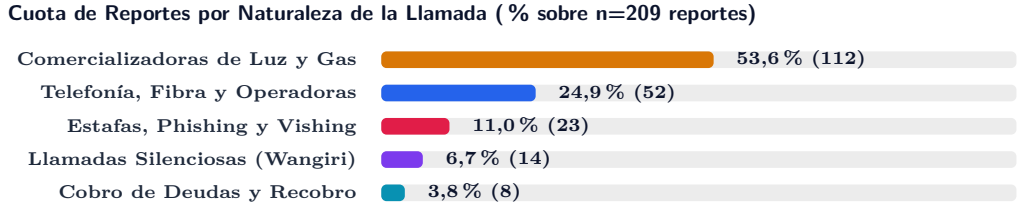
Cálculo resultante Semana 42: $\text{IPS} = (0{,}35 \times 100{,}0) + (0{,}35 \times 83{,}3) + (0{,}30 \times 20{,}1) = 35{,}0 + 29{,}155 + 6{,}030 = 70{,}185 \implies \mathbf{70/100}$ (Nivel **MUY ALTO**).

Umbrales formales: $0 \leq \text{IPS} < 20$ (Bajo) · $20 \leq \text{IPS} < 40$ (Moderado) · $40 \leq \text{IPS} < 60$ (Notable) · $60 \leq \text{IPS} < 80$ (Muy Alto) · $80 \leq \text{IPS} \leq 100$ (Crítico). Redondeo al entero más próximo para publicación oficial.

Fuente: quienllama.com.es · Especificación metodológica IPS v1.0 · n=209 reportes orgánicos comunitarios.

1. Tipología del SPAM Señalado por los Usuarios

Distribución porcentual y volumen semanal según la naturaleza del motivo registrado por los usuarios ($n = 209$ reportes orgánicos):



2. Sectores Comerciales e Identidades Alegadas

Nota metodológica de descargo: *La mención de marcas o denominaciones comerciales refleja exclusivamente la identidad manifestada o percibida por los usuarios según sus testimonios; no implica que la llamada haya sido emitida por dichas compañías ni presupone su autorización o responsabilidad jurídica (posibles supuestos de suplantación de identidad o comercialización telefónica no autorizada).*

Sector Señalado	Identidad Alegada	Cuota	Táctica Percibida por los Afectados
Suministros Básicos (Luz y Gas)	**Iberdrola, Naturgy, Endesa, Repsol**	**53,6 %**	Falsas asesorías que fingen ser distribuidoras locales o regularizaciones de IPC.
Telecomunicaciones y Fibra Óptica	**Vodafone, MásMóvil, Movistar, Orange, Digi**	**24,9 %**	Patrón de doble llamada: falso aviso de subida de tarifa (15 €) seguido de una segunda oferta comercial.
Entidades Financieras, Pagos y Vishing	**BBVA, Santander, CaixaBank, Bizum**	**11,0 %**	Alertas urgentes de transferencias no autorizadas, códigos Bizum o cargos en comercio online.
Marcación Automática (Llamadas Silenciosas)	**Sin interlocutor (robocalls y marcación)**	**6,7 %**	Robocalls y marcadores predictivos que cuelgan a los 3 segundos para validar numeración activa.
Agencias de Recobro y Fondos de Deuda	**Fondos de recobro y gestoras de deuda**	**3,8 %**	Acoso telefónico reclamando supuestas deudas financieras, cuestionadas o prescritas.

*Nota metodológica: Las dos primeras filas constituyen el universo de 164 comunicaciones comerciales de la muestra analizadas bajo el Art. 96.2 del TRLGDCU y el Rango 400. La mención de marcas refleja la identidad alegada por los usuarios y no presupone autoría ni responsabilidad jurídica.

Serie Histórica de Tendencia (Evolución de las Últimas 6 Semanas Consolidadas)

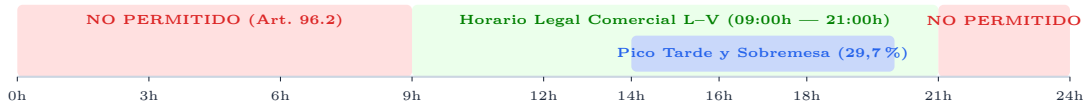
Semana	Período Fechas	Reportes (n)	Líneas	Variación WoW	Media Móvil 4S	Nivel Presión
Semana 37	07/09 - 13/09	130	107	—	130,0	Muy Alto
Semana 38	14/09 - 20/09	130	99	+0,0 %	130,0	Muy Alto
Semana 39	21/09 - 27/09	212	166	+63,1 %	157,3	Muy Alto
Semana 40	28/09 - 04/10	2.751	2.742	+1.197,6 %	805,8	Muy Alto
Semana 41	05/10 - 11/10	163	123	-94,1 %	814,0	Muy Alto
Semana 42 (Actual)	12/10 - 18/10	209	148	+28,2 %	833,8	Muy Alto

Fuente: quienllama.com.es · Serie histórica consolidada · *El IPS no se evalúa con muestras $n < 20$ (muestra insuficiente). Los porcentajes pueden no sumar exactamente 100 % debido al redondeo.

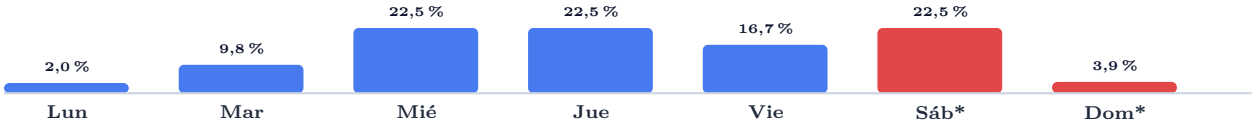
3. Patrones Temporales y Franjas Horarias: Régimen Normativo

Las comunicaciones comerciales telefónicas están sujetas al **artículo 66 de la Ley 11/2022** en materia de legitimación previa y al **artículo 96.2 del Real Decreto Legislativo 1/2007 (TRLGDCU)** en materia de franjas horarias permitidas (de 09:00 a 21:00 horas en días laborables de lunes a viernes, quedando expresamente prohibidas en fines de semana y festivos). A continuación se audita la distribución temporal **exclusivamente sobre las comunicaciones comerciales clasificables de la muestra** ($n = 164$):

Distribución de Comunicaciones Comerciales por Hora del Día (00:00h a 24:00h en Hora Peninsular, $n = 164$)



Distribución Semanal de las Comunicaciones Comerciales por Días de Emisión ($n = 164$)



*Comunicaciones comerciales en sábado y domingo vulneran el régimen del Art. 96.2 del TRLGDCU (27 de 164 reportes, 16,5 %).

Franja Horaria	Denominación	Calificación Legal	Cuota %	Impacto Observado (n=164)
00:00h — 08:59h	Madrugada y Temprano	**NO PERMITIDO (Art. 96.2)**	**16,7 %**	Marcadores predictivos y llamadas automatizadas descalibradas.
09:00h — 13:59h	Mañana Laboral	**PERMITIDO (L-V)**	32,4 %	Prospección comercial ordinaria en jornada de mañana.
14:00h — 17:59h	Sobremesa / Descanso	**PERMITIDO (L-V)**	31,4 %	Concentración de ofertas comerciales y regularizaciones de suministro.
18:00h — 20:59h	Tarde / Retorno	**PERMITIDO (L-V)**	**16,7 %**	Pico máximo: reintentos intensivos previos al límite legal (21:00h).
21:00h — 23:59h	Noche / Descanso	**NO PERMITIDO (Art. 96.2)**	**2,9 %**	Franja nocturna: fuera del horario comercial autorizado (3 reportes).

- **Cómputo Unificado sobre Comunicaciones Comerciales (20,1 %):** De las **164 comunicaciones comerciales clasificables** en la muestra (suministros de energía y telecomunicaciones), un total de **33 reportes (20,1 %)** se produjeron en momentos legalmente incompatibles con el Art. 96.2 del TRLGDCU: **16,5 % en fines de semana** (27 reportes) y **3,7 % en días laborables** fuera del tramo 09:00–21:00 (6 reportes).
- **Delimitación del Ámbito Subjetivo de Aplicación:** Los **45 reportes restantes** se excluyen del denominador de aplicabilidad por no haber sido clasificados como comunicaciones comerciales: 23 reportes categorizados como fraude/phishing/vishing, 14 llamadas silenciosas sin finalidad comercial identificable y 8 llamadas de recobro.
- **Régimen sancionador:** Las vulneraciones relacionadas con el derecho a no recibir llamadas comerciales no deseadas del artículo 66 de la Ley 11/2022 pueden quedar sujetas al régimen sancionador de la Ley General de Telecomunicaciones y, en los supuestos legalmente previstos, a la competencia de la AEPD. Los incumplimientos de las franjas horarias del artículo 96.2 del TRLGDCU se encuadran en el régimen sancionador en materia de consumo. La calificación y cuantía aplicable dependen de la naturaleza y circunstancias concretas de cada infracción.

Fuente: quienllama.com.es · Universo Art. 96.2 TRLGDCU: n=164 comunicaciones comerciales · 148 líneas auditadas · del 12 al 18 de octubre de 2026 · Europe/Madrid · Los porcentajes pueden no sumar exactamente 100 % debido al redondeo.

4. Distribución por Rangos y Prefijos Provinciales

NUMERACIÓN GEOGRÁFICA OBSERVADA
13,9 %
Rangos con mayor presencia en la muestra

NUMERACIÓN MÓVIL OBSERVADA
24,4 %
Rangos móviles presentes en la muestra

RED FIJA PROVINCIAL HISTÓRICA
24,4 %
Rangos fijos locales en la muestra

Pos.	Prefijo	Cuota	Tipo Plan Numeración	Asignación Provincial / Bloque	Incidencia
#1	919	37,9 %	Geográfico Fijo	Madrid (Numeración Geográfica Provincial)	Muy alta
#2	947	12,1 %	Geográfico Fijo	Burgos (Numeración Geográfica Provincial)	Muy alta
#3	941	10,3 %	Fijo Provincial	Prefijo 941 (España)	Alta
#4	630	10,3 %	Móvil	Prefijo 630 (España)	Media
#5	900	8,6 %	Fijo Provincial	Prefijo 900 (España)	Media
#6	927	6,9 %	Fijo Provincial	Prefijo 927 (España)	Media

*La incidencia refleja el peso relativo en la muestra semanal; no implica que el rango sea ilícito. Redondeo: sumas pueden variar ±0,1 %.

Radar Regulatorio 2026: Entrada en Vigor del Rango 400 para Telemarketing

En cumplimiento de la Resolución de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones que reserva el prefijo **400** para llamadas de prospección comercial (con plazo transitorio de implantación de seis meses), el observatorio monitoriza la transición hacia este sistema. **Adopción observada en la Semana 42: 0,0 %.** Entre las llamadas comerciales reportadas y clasificables en la muestra (n = 164 llamadas de energía y telecomunicaciones) no se ha identificado todavía numeración perteneciente al rango 400. El indicador permitirá auditar semanalmente la adopción efectiva durante el período transitorio.

5. Top 10 Líneas Telefónicas con Mayor Incidencia

Líneas individuales validadas (formato E.164) con mayor volumen de reportes en los últimos 7 días:

Pos.	Número	Asignación / Provincia	Estado	Reportes	Spam %	Motivo Declarado
#1	919 923 540	Madrid (Numeración Geográfica Provincial)	Nuevo	10	100 %	Telemarketing
#2	400 909 108	Red Provincial	Nuevo	7	100 %	Telemarketing
#3	947 981 130	Burgos (Numeración Geográfica Provincial)	Nuevo	6	100 %	Telemarketing
#4	400 123 000	Red Provincial	Nuevo	6	100 %	Telemarketing
#5	941 683 716	Red Provincial	Nuevo	6	100 %	Telemarketing
#6	630 252 930	Móvil Nacional	Nuevo	4	100 %	Telemarketing
#7	900 506 628	Red Provincial	Nuevo	4	75 %	Telemarketing
#8	927 847 724	Red Provincial	Nuevo	3	100 %	Telemarketing
#9	683 781 830	Móvil Nacional	Nuevo	3	85 %	Telemarketing
#10	400 700 508	Red Provincial	Nuevo	3	75 %	Telemarketing

Criterio Metodológico de Interpretación de Numeración:

La concentración de reportes en un prefijo o número describe exclusivamente la distribución de la actividad comunitaria registrada en la semana auditada; no presupone que la totalidad de dicho rango sea fraudulento ni justifica el bloqueo indiscriminado de bloques geográficos completos.

Fuente: quienllama.com.es · n=209 reportes · 148 líneas · Control de calidad sintáctico E.164 verificado.

6. Protocolo Oficial de Denuncia ante la AEPD

Requisitos formales exigidos por la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** para tramitar reclamaciones por llamadas comerciales no deseadas:

1. **Deber de información inicial del llamante (Art. 66 Ley 11/2022 y Art. 96.2 TRLGDCU):** Quien efectúa la llamada está obligado al inicio de la conversación a identificarse claramente (nombre o denominación social), comunicar la finalidad comercial de la llamada y recordar el derecho a oponerse o revocar el consentimiento prestado.
2. **Documentación probatoria exigida por la AEPD:** En la sede electrónica se requiere aportar:
   • Captura de pantalla del registro de llamadas donde figure el número emisor, fecha y hora exacta.
   • Documento que acredite la titularidad de la línea receptora (factura telefónica o contrato).
   • Grabación o indicios que identifiquen a la empresa beneficiaria de la oferta (SMS, enlaces o correos).
   • Si se fundamenta la reclamación en la inscripción en un sistema de exclusión publicitaria: acreditación de que la línea estaba inscrita desde, al menos, dos meses antes de recibir la llamada. En determinados supuestos también puede acreditarse la retirada del consentimiento o el ejercicio del derecho de supresión/oposición con al menos un mes de antelación.
3. **Trámite telemático oficial:** La reclamación debe interponerse a través de la sede electrónica de la AEPD: https://sedeagpd.gob.es/

7. Sobre el Observatorio y Declaración de Transparencia

Independencia Institucional y Metodológica de QuiénLlama

• **Investigador y Responsable:** Dirigido por **Víctor Alonso**, Ingeniero en Informática.
• **Declaración de Intereses y Financiación:** Proyecto ciudadano independiente financiado exclusivamente mediante publicidad programática contextual y microdonaciones. No mantiene vinculación económica, contractual ni accionarial con operadoras de telecomunicaciones ni empresas de telemárketing.
• **Herramienta Comunitaria en Android:** Como utilidad de protección complementaria para usuarios particulares, la plataforma ofrece de forma gratuita la app oficial QuiénLlama en Google Play (bloqueo dinámico local de números y listas comunitarias):
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.walkiria.quienllama

App Oficial
en Google Play

8. Sala de Prensa, Guía de Citación y Solicitud de Microdatos

Norma de Citación, Microdatos y Atención Prioritaria a Medios

• **Licencia y Atribución:** Libre cita bajo **CC-BY 4.0** citando la fuente recomendada: *Barómetro del SPAM Telefónico en España — quienllama.com.es (Semana 42 / 2026).*
• **Microdatos a medida:** Si su redacción necesita un desglose por CC.AA. o provincias, series temporales, formatos CSV/JSON o declaraciones técnicas de Víctor Alonso, dispone de atención prioritaria adaptada a cierres de edición.
• **Contacto directo periodistas:** soy@victor-alonso.es · https://quienllama.com.es/barometro-spam/

Observatorio Web

quienllama.com.es · Barómetro Semanal (del 12 al 18 de octubre de 2026) · Licencia **Creative Commons Atribución (CC-BY 4.0)**.
Observatorio de datos abiertos contra el acoso telefónico: https://quienllama.com.es/barometro-spam/