

COMISIÓN DE SUPERVISIÓN DE LOS SERVICIOS DE TARIFICACIÓN ADICIONAL
CÓDIGO DE CONDUCTA, DE 29 DE JUNIO DE 2009, PARA LA PRESTACIÓN DE LOS
SERVICIOS DE TARIFICACIÓN ADICIONAL BASADOS EN EL ENVÍO DE MENSAJES
(SMS PREMIUM), MODIFICADO EL 17 DE JUNIO DE 2010

Texto consolidado que incluye las modificaciones de 17.06.2010

Índice

- 1.** Ámbito de aplicación
- 2.** Objeto y fines.
- 3.** Definiciones.
- 4.** Obligaciones generales, responsabilidades y control.
 - 4.1** Obligaciones generales.
 - 4.2** Responsabilidades.
 - 4.3** Control.
- 5.** Normas sobre información y publicidad de los servicios.
 - 5.1** Normas Generales.
 - 5.2** Información relativa al precio de los servicios.
 - 5.3** Contenido de la publicidad.
- 6.** Normas de aplicación al contenido y condiciones de los servicios.
 - 6.1** Principios Generales.
 - 6.2** Características Generales de los Servicios de mensajes de Tarificación Adicional.
 - 6.3** Criterios específicos para la prestación de servicios de mensajes de tarificación adicional.
 - 6.4** Criterios específicos para los servicios destinados a la infancia y a la juventud.
- 7.** Instrumentos para el cumplimiento de los fines del Código de Conducta.

1. Ámbito de aplicación.

1.1 Este Código de Conducta es de aplicación, y tiene carácter vinculante, para los operadores que prestan servicios de almacenamiento y reenvío de mensajes sujetos a tarificación adicional, a los operadores de red que provean el acceso a los servicios de mensajes al usuario y al operador responsable de su facturación, de conformidad con las definiciones que de los mismos quedan establecidas en apartado 3 del presente Código.

1.2 Los operadores incluidos en el ámbito de aplicación de este Código de Conducta están obligados, igualmente, al cumplimiento de las normas legales o reglamentarias que resulten de aplicación, en particular en materia de protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

2. Objeto y fines.

2.1 El presente Código, adoptado en cumplimiento de lo previsto en el artículo 10.2º de la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, tiene por objeto fijar normas de conducta que aseguren la protección de los intereses de los usuarios, la transparencia y la leal concurrencia en la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

2.2 El presente Código de Conducta contiene, además, normas destinadas, especial y específicamente, a proteger los derechos de colectivos sociales denominados vulnerables, como menores, personas mayores y personas con discapacidad. Pretende, asimismo, evitar que se quebranten derechos básicos reconocidos en nuestro ordenamiento jurídico, así como promover el cumplimiento de todas las normas específicas o sectoriales y aquellas de carácter horizontal que afecten a la prestación de estos servicios dentro del ámbito de sus competencias.

2.3 Este Código de Conducta, respetando el derecho al libre ejercicio de la actividad empresarial, fija reglas obligatorias para los operadores que presten servicios de almacenamiento y reenvío de mensajes sujetos a tarificación adicional, con el objeto de asegurar a los usuarios la correcta prestación, difusión y promoción de los mismos, así como garantizar que se ofrezca al usuario información suficiente sobre los servicios prestados, su precio, y demás condiciones de contratación.

2.4 Este Código de conducta, igualmente, incluye una clasificación de los servicios, (anexo n.º 1), con normas específicas para garantizar su correcta ubicación dentro de cada código; y, por último, ofrece instrumentos para elaborar los preceptivos informes que pudieran determinar la cancelación de la asignación de números.

2.5 Cuantas disposiciones se contienen en el presente Código deberán ser interpretadas en aras de lograr la máxima protección del usuario.

3. Definiciones.

A los efectos de este Código de conducta son:

3.1 «Servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes»: Los servicios de comunicaciones electrónicas prestados tanto mediante mensajes cortos de texto (siglas en inglés SMS), como mediante mensajes multimedia (siglas en inglés MMS), que supongan el pago por los usuarios, de forma inmediata o diferida, de una retribución, añadida al precio del servicio de envío de mensajes sobre el que se soportan en concepto de remuneración por la prestación de algún servicio de información, comunicación, entretenimiento u otros.

3.2 «Operador que presta servicios de almacenamiento y reenvío de mensajes sujetos a tarificación adicional» (en lo sucesivo «operador titular del número/s»): El operador titular de la numeración que suministra servicios de información, comunicación, entretenimiento u otros por medio de códigos de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

3.3 «Operador de red que provee el acceso al servicio de mensajes» (en lo sucesivo «operador de acceso»): El operador que dispone de los elementos de red necesarios, ya sean propios o ajenos, para la provisión al usuario del acceso al servicio de mensajes que soporta el servicio de tarificación adicional y que es responsable, así mismo, de la facturación y cobro de los servicios prestados.

3.4 «Mensaje/s de Inicio»: El mensaje o mensajes gratuitos para el usuario, remitidos por el operador titular del número/s con anterioridad al suministro de la prestación solicitada, e indicado para la prestación de las modalidades de servicio b), c) y d) de la tabla incluida en el Anexo I al presente Código de Conducta.

3.5 «Mensaje final»: La información o mensajes gratuitos para el usuario, remitidos por el operador titular del número con posterioridad al suministro de la prestación solicitada, e indicado para la prestación de la modalidad de servicio a) de la tabla incluida en el anexo I al presente Código de Conducta.

3.6 «Mensaje Informativo»: El mensaje gratuito para el usuario a que refiere el artículo 5.2° de la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, establecido para los servicios consistentes en la realización de una determinada acción, diferente del suministro de un contenido, en respuesta al mensaje de invocación enviado por el usuario (por ejemplo, votaciones, concursos y otros). Una vez efectuada dicha acción el mensaje ha de ser remitido por el operador titular del número/s y proporcionará, información al usuario, sobre el resultado de la misma.

3.7 «Publicidad» o «anuncio»: Cualquier tipo de promoción o comunicación relacionada con los servicios a que se refiere este Código de Conducta.

3.8 «Precio del servicio general de mensajes»: precio del envío de mensajes a través de redes móviles o fijas, establecido por los operadores, para la generalidad de sus usuarios finales, y que será el máximo a percibir por los operadores titulares de números por los mensajes de invocación, confirmación o rechazo a que refiere el artículo 5.5° de la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero.

La falta de respuesta del usuario a cualquier mensaje de petición de confirmación del operador se entenderá como una renuncia a recibir el servicio solicitado, equivaliendo a todos los efectos a la emisión de un mensaje de rechazo. A tal fin los operadores titulares de números no promoverán la remisión por el usuario de mensajes de rechazo innecesarios.

4. Obligaciones generales, responsabilidades y control.

4.1 Obligaciones generales.

4.1.1 Los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes deberán prestarse, en todo caso y con independencia de su forma de contratación, a través de los formatos de números previstos en Capítulo II de la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero y en el Anexo I de este Código, sin perjuicio de que el Órgano Administrativo competente pueda atribuir, en lo sucesivo, otros códigos distintos a los mencionados.

A estos efectos, queda prohibida la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, no asociados a los números, o rangos de numeración indicados en el párrafo anterior.

4.1.2 La retribución por la prestación de servicios de tarificación adicional únicamente deberá producirse por servicios expresamente solicitados por el usuario y efectivamente prestados.

Igualmente queda prohibida la facturación de mensajes a los usuarios cuyo acceso a los servicios hubiese resultado imposible por no existir un acuerdo entre el operador de acceso y el titular de la numeración o que por cualquier tipo de razón técnica no se adecue al principio de conformidad.

El operador titular del número deberá poner a disposición de los usuarios, con carácter previo a la contratación, información acerca de la disponibilidad del servicio ofertado para su terminal móvil.

4.2 Responsabilidades.

4.2.1 El operador titular del número/s será responsable, a los efectos de este Código de Conducta, de:

a) La promoción y el contenido de los servicios, que deberán cumplir con las normas establecidas en este Código de Conducta, con independencia de que los produzca o no él mismo, o los preste por encargo de un tercero.

b) De que el material promocional relacionado con los servicios, cumple con las obligaciones contenidas en el presente Código.

c) Respetar la clasificación de los servicios establecida en la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero y en este Código.

d) Suministrar los servicios solicitados, limitándose exclusivamente a los expresamente requeridos por el usuario, así como a su naturaleza y contenido, de acuerdo con la modalidad de servicio seleccionada.

e) Prestar los servicios en los términos indicados en la publicidad y de que su contenido se ajuste a lo realmente publicitado.

4.2.2 Los operadores de acceso serán responsables de informar a los usuarios sobre el derecho a la desconexión de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, de acuerdo a las previsiones y temporalidad determinadas por la normativa que regula estos servicios. Además, deberán cumplir con lo dispuesto en la normativa aplicable en relación a la facturación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

4.2.3 El operador de acceso que preste servicios de almacenamiento y reenvío de mensajes sujetos a tarificación adicional se encuentra sujeto igualmente a cuantas obligaciones y responsabilidades quedan establecidas en el presente Código para el operador titular de número/s.

4.2.4 Los operadores de acceso velarán por evitar a los abonados y usuarios de los servicios una facturación mensual desproporcionada en relación al consumo medio del abonado.

4.3 Control.

4.3.1 Cuando la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, en el ejercicio de las funciones de control y seguimiento del cumplimiento del Código de Conducta, estime que se ha producido un incumplimiento de este Código por parte de un operador titular del número/s, emitirá, previa audiencia a los interesados, un Informe en el que se especificarán los motivos del incumplimiento, la identificación del operador titular del número/s, y la determinación del número sobre el que se ha producido el incumplimiento. Dicho informe se someterá a la consideración del Órgano Administrativo competente, quien, en su caso, dictará Resolución, que será comunicada a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, para que ésta adopte la decisión de cancelar durante un año la asignación del número correspondiente.

Asimismo, la citada resolución se notificará al operador titular del número/s y a los operadores de redes telefónicas públicas, los cuales estarán obligados a bloquear dicho acceso al número correspondiente.

A este respecto, los operadores de acceso, comunicarán al órgano administrativo competente, a través de la secretaría de la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional la fecha exacta en la que procedieron al bloqueo del número afectado.

4.3.2 El incumplimiento reiterado del Código de Conducta por parte del operador titular del número/s dará lugar a la cancelación temporal durante un año de todos los números que tenga asignados para la prestación de tales servicios.

4.3.3 A los efectos de este Código de Conducta, se entenderá que se ha producido un incumplimiento reiterado cuando un operador titular de número/s haya vulnerado en alguna de las modalidades de servicios establecidas en la cuarta columna de la tabla incluida en el artículo 4 de la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, en cinco ocasiones, sucesivas o simultáneas, este Código en el transcurso de un año natural.

El incumplimiento reiterado, en las condiciones establecidas en el párrafo anterior, dará lugar a la cancelación temporal de todos los números de que el operador titular de los mismos disponga para la modalidad de servicio en que se haya producido la reiteración.

Cuando, conforme al criterio establecido en este apartado, un operador titular de números incurra en incumplimiento reiterado en dos ocasiones, procederá la cancelación temporal de todos los números que tenga asignados.

4.3.4 Asimismo, se entenderá que existe reiteración cuando el incumplimiento del Código de Conducta se produzca por medio de un único número para la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, que afecte a un colectivo determinado o indeterminado de usuarios, y que pudiera causar o haya causado alarma social.

5. Normas sobre información y publicidad de los servicios.

5.1 Normas generales.

5.1.1 Las siguientes obligaciones se aplicarán a toda forma de publicidad, comunicación comercial, soporte, o medio que se destine a promocionar números y/o servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes. La falta de la información, o una defectuosa información en la publicidad de los servicios, representará el incumplimiento del Código de Conducta.

5.1.2 El operador titular del número deberá ser siempre fácilmente identificable por los usuarios, de tal forma que éste pueda ponerse en contacto con él sin dificultades. Dicho operador se identificará informando expresamente en la publicidad de, al menos, los siguientes datos: titular (nombre y apellidos completos o denominación social), número de teléfono del servicio de atención al cliente y una dirección postal y electrónica. El operador titular del número deberá asimismo incluir en su página de inicio de Internet, su dirección postal.

5.1.3 A efectos de este Código, se entenderá que existe incumplimiento del operador titular del número cuando se produzca el envío, por cualquier medio electrónico, de comunicaciones publicitarias o promocionales no solicitadas expresamente por el usuario, salvo en los casos previstos en el artículo 21 de la Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, y conforme a lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

5.1.4 La publicidad o anuncios realizados por el operador titular del número/s, en cualquier soporte, deberá confeccionarse de tal forma que la información obligatoria prevista en este Código sea fácilmente perceptible por los consumidores, sin realización de ningún esfuerzo para su apreciación o interpretación. Tendrá que presentarse:

5.1.4.1 Con caracteres de tamaño y colores apropiados; fácilmente legibles para el usuario; debiéndose situar en paralelo y en el mismo sentido de lectura al número de tarificación adicional basado en el envío de mensajes publicitado.

5.1.4.2 La información visual sobre precios, identificación del operador titular del número/s o cualquier otro dato obligatorio, deberá presentarse de forma estática, e inmediatamente después del número publicitado y en caracteres adecuados para su perfecta visualización o percepción.

En anuncios difundidos por radio, siempre que se comunique de forma oral el número para la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, se deberá informar, también, de su precio de forma oral.

En anuncios difundidos por televisión, cuando se comunique de forma oral el número, deberá presentarse simultáneamente de forma estática y en caracteres adecuados para su perfecta visualización, la información sobre el precio, identificación del operador titular y cualquier otro dato obligatorio.

5.1.5 Cuando el usuario haya accedido al servicio de tarificación adicional basado en el envío de mensajes cortos ofertado, el operador titular del número no podrá realizar publicidad de servicios de tarificación adicional de otras modalidades. En este sentido, queda prohibida toda oferta de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes cortos que reenvíen la prestación de los servicios a números de tarificación adicional de modalidades distintas a la del número inicialmente utilizado por el usuario, salvo que el operador titular cuente con el consentimiento expreso de éste.

No obstante lo establecido en el párrafo anterior, cuando el usuario haya accedido al servicio, el operador titular del número podrá publicitar servicios de tarificación adicional de otras modalidades si se cumplen, en todo caso, las dos siguientes condiciones:

- a) Que el reenvío se produzca desde un servicio de suscripción a otro que no tiene esa naturaleza, o desde un rango de mayor precio a uno menor.
- b) Que el reenvío se produzca entre dos números afectos al mismo evento o promoción.

Asimismo, estarán prohibidas las ofertas de servicios que redirijan desde servicios dirigidos a menores hacia otros servicios.

5.1.6 La publicidad deberá contener asimismo información sobre el tipo de servicio prestado, conforme a la clasificación de servicios contenida en el anexo de este Código.

5.2. Información relativa al precio de los servicios.

5.2.1 El operador titular del número/s, en todo soporte publicitario en el que incluya un número de tarificación adicional, deberá informar al usuario del precio final y completo, impuestos incluidos, del servicio a recibir. El referido precio final y completo del servicio, se deberá indicar reflejando el importe del servicio, tanto desde teléfonos de la red móvil, como desde la red fija en su caso. El precio publicado del mensaje deberá coincidir con el precio completo del servicio.

5.2.2 En los servicios de suscripción deberá indicarse el precio final completo, impuestos incluidos, por cada mensaje recibido, o en su caso, el de las cuotas periódicas a que diese lugar dicha suscripción. Cuando se facture por cada mensaje recibido, a continuación del importe en euros, deberá incluirse la expresión "por sms recibido".

5.2.3 En caso de existir servicios asociados a los de tarificación adicional, navegación WAP o similares, esta circunstancia deberá hacerse constar, tanto en la publicidad como en los mensajes informativos, a continuación del precio del servicio, con una expresión del tipo «Precio del mensaje, x,xx €+ precio de navegación WAP, consulte con su operador».

5.3 Contenido de la publicidad.

5.3.1 El contenido de todo soporte publicitario por medio del cual se ofrezca la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes deberá cumplir con lo dispuesto en el presente Código, sin perjuicio del cumplimiento de la normativa vigente en materia de publicidad y protección de los usuarios.

5.3.2 Además, el contenido de la publicidad no deberá causar o difundir ofensa individual o colectiva, producir o ser capaz de inducir a engaño alguno; deberá, por otra parte, adecuarse a la verdadera naturaleza del servicio o producto ofrecido.

5.3.3 Cualquier forma de publicidad por medio de la cual se ofrezcan promociones, ofertas, descuentos, regalos o similares, deberá indicar el tiempo de duración de la promoción, las condiciones de participación o acceso, así como las ventajas para el consumidor, sin perjuicio del cumplimiento de las restantes normas y obligaciones que pudieran serle de aplicación, de conformidad con la legislación vigente.

5.3.4 Cualquier forma de publicidad o promoción no deberá contener una exhortación directa a los menores para que adquieran los servicios o convenzan a los padres o adultos para tal adquisición.

5.3.5 En orden a ofrecer una información adecuada al usuario, la utilización de abreviaturas en la publicidad de los servicios se podrá realizar siempre que sean las comúnmente aceptadas, y se exprese de forma clara y precisa el contenido de la información mínima requerida por el presente Código para cada tipo de servicio. Cada palabra o vocablo abreviado contará al menos con tres signos alfanuméricos excluido el punto ortográfico indicativo de la abreviatura. La omisión de estas especificaciones representará un incumplimiento del Código de Conducta.

Caso de utilizarse los términos o abreviaturas que a continuación se detallan, las mismas habrán de expresarse, preceptivamente, en los siguientes términos:

Recomendación de la edad: «Adultos» o «+ 18 años».

Indicación del precio euros: «€» o «Eur.».

Identificación del número de Atención al Cliente: n.º atn clte.

Apartado de correos: «Apdo».

Publicidad: Publi.

6. Normas de aplicación al contenido y condiciones de los servicios.

6.1 Principios generales.

6.1.1 Los principios generales se aplicarán a todo tipo de servicios. El contenido de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes no deberá:

6.1.1.1 Inducir o promover discriminación sexual, racial o religiosa o cualquier otra vulneración de los derechos fundamentales y de las libertades públicas reconocidas por la Constitución Española y el resto del ordenamiento jurídico.

6.1.1.2 Inducir o incitar a actuar de forma ilegal.

6.1.1.3 Llevar a conclusiones erróneas a consecuencia de su inexactitud, ambigüedad, exageración, omisión o similares.

6.1.1.4 Inducir a un estado inaceptable de ansiedad o temor, o a aprovecharse o explotar el estado de necesidad económica, laboral o personal del usuario.

6.1.1.5 Inducir o incitar a cualquier persona a involucrarse en prácticas peligrosas de riesgo, o que atenten contra la salud o el equilibrio psíquico.

6.1.1.6 Infringir las normas legales o reglamentarias sobre el secreto de las comunicaciones, propiedad intelectual, derecho al honor y a la intimidad personal o familiar, o cualquier otra disposición aplicable a la naturaleza del servicio.

6.1.1.7 Contener información falsa o caduca.

6.1.1.8 Explotar la confianza o atentar contra la intimidad de ninguna persona mentalmente discapacitada, desequilibrada o cualquier otra persona vulnerable, debiéndose tener en cuenta la especial protección que necesitan dichas personas.

6.1.1.9 Exigir el envío de dos o más mensajes sujetos a tarificación adicional para la compleción de un determinado servicio.

6.1.1.10 Respetar los principios específicos para los servicios destinados a la infancia y juventud a que se refiere el apartado 6.4. del Código de Conducta.

6.1.1.11 Los servicios destinados a solicitar u ofrecer empleo o trabajo, directa o indirectamente, ya sea remunerado o sin remunerar no podrán ofrecerse por medio de números de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

Asimismo, no podrán ser ofrecidos por medio de números de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, servicios que deban ser prestados de forma gratuita en virtud de precepto legal.

6.1.1.12 Las limitaciones horarias de emisión de contenidos audiovisuales establecidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual serán de aplicación, en todo caso, a los servicios SMS Premium incluidos en dichas emisiones.

6.1.2 Con carácter general, y a salvo de las condiciones y excepciones específicas que se establecen para cada tipo de servicio, el operador titular del número/s no podrá cargar cantidad adicional alguna en concepto de remuneración por los mensajes de invocación y confirmación correspondientes, de forma que el usuario únicamente deba pagar, como máximo, el precio del servicio general de mensajes entre usuarios finales.

6.1.3 El operador de acceso que facture al abonado el correspondiente servicio, será el responsable del cumplimiento de la obligación indicada en el párrafo anterior, de modo que ante el supuesto de que constate que esa obligación de los titulares de números no se cumple, habrá de ponerlo en conocimiento del órgano administrativo competente en materia de inspección y sanción por infracción de la normativa de telecomunicaciones.

6.1.4 Los servicios que incorporen solicitud de información personal o datos de carácter personal, incluyendo nombre, domicilio u otros datos, teniendo dicha consideración el número de teléfono fijo o móvil, deberán ser adecuados, pertinentes y no excesivos con relación a la finalidad para la que se recaben, manifestar con claridad para qué se solicita dicha información, indicando cualquier destino que se vaya a dar a la información solicitada, sin perjuicio del ejercicio por los usuarios de los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición sobre sus datos. Los operadores titulares de números respetarán expresamente los derechos contenidos en la legislación sobre protección de datos de carácter personal. A efectos de este Código, se considerará incumplimiento cualquier actuación contraria a la normativa de protección de datos, y en especial cualquier solicitud de datos a los menores de edad.

6.1.5 El operador titular del número/s aplicarán la Clasificación de servicios de tarificación adicional que se apruebe por la Comisión para la Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, que formará parte integrante de este Código de Conducta.

6.1.6 Con carácter general, únicamente será válida la manifestación de la voluntad del usuario de contratar el servicio confirmada a través de mensaje remitido desde su propio número de teléfono de abonado. No obstante, el servicio podrá ser contratado a través de otras vías siempre que quede garantizado lo siguiente:

- a) La autenticación del número de teléfono móvil que invoca el servicio.
- b) La manifestación del consentimiento del usuario conforme se regula en este Código.
- c) La adecuada visibilidad de las condiciones generales a lo largo del proceso de contratación.»

6.1.7 No podrán utilizarse números con tarificación adicional para la prestación de servicios de atención al cliente o de posventa vinculados a la adquisición de un bien o la prestación de un servicio.

6.2 Características generales de los Servicios de Mensajes de Tarificación Adicional.

6.2.1 Los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, en función de la modalidad de prestación y de los contenidos básicos que proporcionan, se clasifican en las siguientes modalidades:

6.2.1.1 El código 2 estará destinado a prestar servicios de precio inferior a 1,2 € El subrango 280AB se utilizará para campañas de tipo benéfico o solidario, en las que se integre en la recaudación destinada a tales fines la retribución por los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

6.2.1.2 El código 3 estará destinado a prestar servicios de precio superior a 1,2 € e inferior a 6 €

6.2.1.3 El código 79 estará destinado a prestar servicios de suscripción con precio por mensaje recibido inferior a 1,2 €

6.2.1.4 El código 99 estará destinado a prestar servicios para adultos de precio inferior a 6 €

6.3 Criterios específicos para la prestación de servicios de mensajes de tarificación adicional.

6.3.1 Los servicios que se presten bajo los códigos 99, reservados para prestar servicios exclusivos para adultos, deberán respetar y cumplir especialmente las siguientes normas:

6.3.1.1 El contenido de estos servicios tendrán como destinatarios exclusivamente a personas mayores de 18 años con capacidad de discernimiento y toma de decisiones. En este código numérico estará incluido cualquier servicio que, por su contenido, presentación o publicidad, se encuentre incluido en la Clasificación de los Servicios a que se refiere el Anexo I.

6.3.1.2 En esta modalidad de servicios se indicará de forma específica su total prohibición a menores de 18 años en el mensaje de confirmación con la expresión «+ 18 años». Además, todo soporte publicitario deberá contener la frase, de forma completa «+ 18 años».

6.3.1.3 El operador titular del número/s controlará, siempre que sea posible, mediante los sistemas pertinentes de autocontrol, que los demandantes de estos servicios no sean menores de 18 años. La publicidad de los servicios deberá realizarse en aquellos medios o soportes que no tengan como destinatarios el colectivo de la infancia y juventud.

6.3.1.4 La publicidad que se efectúe de los servicios y números de tarificación adicional pertenecientes al código 99 únicamente se podrá incluir en los siguientes medios publicitarios y tramos horarios:

- a) Televisión y radio entre las 22 horas y las 6 horas del día siguiente.
- b) Revistas o publicaciones que tengan como destinatarios exclusivos a los adultos.
- c) Servicios de anuncios clasificados o por palabras de los periódicos.
- d) En los demás medios y soportes, siempre y cuando, no tengan como destinatario, atendiendo a su difusión y contenido, la juventud o la infancia.

6.3.2 Los servicios que se presten bajo el código 2 destinado a prestar servicios de precio < a 1,2 € deberán cumplir especialmente las siguientes normas:

6.3.2.1 Los titulares de números proporcionarán gratuitamente al usuario mediante uno o más mensajes, inmediatamente después de que éste haya recibido la prestación solicitada (mensaje final), la siguiente información:

Su nombre, y una dirección electrónica.

El número telefónico de contacto del centro de atención al cliente.

El precio total del servicio recibido incluyendo impuestos.

6.3.3 Los servicios que se presten bajo los códigos 3, 79 y 99, deberán cumplir específicamente las siguientes normas:

6.3.3.1 Los titulares de números proporcionarán gratuitamente al usuario mediante uno o más mensajes anteriores al suministro de la prestación solicitada (mensaje de inicio), la siguiente información:

- a) Su nombre y una dirección electrónica.
- b) El número telefónico de contacto del centro de atención al cliente.
- c) La naturaleza del servicio a proporcionar.
- d) Precio total del servicio, incluyendo impuestos.
- e) Invitación a confirmar el servicio. En cualquier caso, la falta de respuesta del usuario al mensaje de petición de confirmación del operador se entenderá como una renuncia a recibir el servicio solicitado.

6.3.4 Los servicios que se presten bajo el código 79, servicios de suscripción, deberán cumplir específicamente las siguientes normas:

6.3.4.1 Se consideran servicios de suscripción, aquéllos que implican el envío de determinados mensajes por el operador titular del número al abonado, bien de forma periódica, bien cuando se produzcan determinados sucesos.

Estará prohibido el envío de mensajes a los usuarios que no hayan realizado la correspondiente solicitud de suscripción conforme al apartado siguiente. Asimismo, estará prohibido el envío y facturación de mensajes a los usuarios que hayan cursado la solicitud de baja conforme al mismo apartado.

6.3.4.2 Los operadores titulares de números que ofrezcan servicios de suscripción, adoptarán los siguientes procedimientos armonizados para las altas y bajas de sus abonados.

«ALTA {evento}», sustituyendo {evento} por su palabra clave.

«BAJA {evento}», sustituyendo {evento} por su palabra clave.

Será indiferente la utilización de letras mayúsculas o minúsculas en los mensajes de alta y baja, debiendo en todo caso disponer de igual tratamiento.

Tras la recepción de la solicitud de suscripción, el titular del número remitirá al usuario la información prevista en el apartado 6.3.4.3 de este Código. Asimismo, tras la recepción de la solicitud de baja, dicho titular remitirá al usuario un mensaje de confirmación de la baja.

6.3.4.3 Particularmente los titulares de números proporcionarán gratuitamente al usuario mediante uno o más mensajes anteriores al suministro de la prestación solicitada (mensaje de inicio), la siguiente información:

a) La naturaleza del servicio a proporcionar, indicándose en todo caso la forma de darse de baja.

b) Precio total del servicio, incluyendo impuestos, indicándose el precio por cada mensaje a recibir por el usuario o, en su caso, las cuotas que se deberán abonar periódicamente. En el primer caso, deberá figurar, a continuación del importe en euros, la expresión «por sms recibido» o la abreviatura "por sms recib."

6.3.5 Para los servicios consistentes en la realización de una determinada acción diferente del suministro de un contenido en respuesta al mensaje de invocación enviado por el usuario (por ejemplo, votaciones, concursos y otros), los titulares de números proporcionarán, una vez efectuada dicha acción, un mensaje informativo gratuito sobre el resultado de la misma, sin perjuicio de lo dispuesto en los párrafos siguientes. Si el mensaje de votación o participación se recibiera fuera del horario establecido para ello, estará prohibida la facturación de la componente de tarificación adicional.

Caso de tratarse de mensajes de participación en campañas de tipo benéfico o solidario, el mensaje informativo gratuito a que refiere el párrafo anterior deberá especificar la cantidad con la que el usuario ha contribuido a la correspondiente campaña.

El contenido del mensaje a que se refiere este apartado podrá incluirse dentro del mensaje final del apartado 3.5 de este código. En caso de producirse esta unificación, se realizará sin detrimento de la información que debe recibir el usuario y con pleno respeto a las normas que sobre contenido de los mensajes informativos establece este código.

Aquellos espacios de radio y televisión que propicien la participación del público mediante SMS Premium y se emitan o reemitan en diferido, deberán indicar esta circunstancia de modo destacado, mediante rótulo en pantalla o locución, mientras se anuncie el número SMS Premium, siempre que, por tal circunstancia, no resulte posible la participación.

6.3.6 El titular de números que promueva un concurso o sorteo, independientemente del medio de comunicación utilizado, deberá cumplir las siguientes normas:

a) Todo concurso o sorteo que requiera poner a prueba la pericia o conocimientos del usuario; combinación aleatoria o cualquier otra modalidad en que intervenga la suerte o el azar, deberá contar con las pertinentes bases que regulen su funcionamiento.

b) Las bases de los concursos o sorteos, deberán estar depositadas, con carácter previo a su publicidad y celebración, ante un notario u organismo público competente, de modo que sean fácilmente accesibles a los usuarios.

De igual modo, será depositada de forma inmediatamente posterior la resolución de los mismos, con idéntica facilidad de acceso para los usuarios.

c) Todo sorteo deberá someterse a la normativa vigente de juegos de azar, y en su caso, deberá contar con las autorizaciones pertinentes.

d) La resolución del concurso o sorteo deberá publicitarse de modo adecuado para permitir que sea fácilmente accesible por los usuarios. Así mismo, deberá informarse de modo individualizado con claridad al usuario agraciado del premio otorgado, sin que su obtención pueda conllevar coste alguno para el mismo. Corresponderá al operador titular del número la prueba de la notificación al usuario premiado.

6.3.7 Asimismo no podrán ser ofrecidos por medio de números de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, servicios que deban ser prestados de forma gratuita en virtud de precepto legal o que requieran su aprobación normativa sin contar con la necesaria habilitación.

6.3.8 Las empresas de radio y televisión deberán publicar, en un sitio de su página de Internet al que se acceda directamente desde su página principal, los concursos, sorteos y promociones vigentes en cada momento, así como sus bases, permitiendo tanto la impresión de esa información como su descarga y conservación.

6.4 Criterios específicos para los servicios destinados a la infancia y a la juventud.

6.4.1 Tendrán la consideración de infantil y juvenil todos los servicios, que tanto en su conjunto como en parte, estén dirigidos a personas menores de 18 años. Se entiende que cualquier servicio promovido a través de una publicación o medio orientado a un público infantil o juvenil, está dirigido a estas personas.

6.4.2 Los operadores titulares de números que presten este tipo de servicios tendrán especial cuidado en respetar los derechos de los menores, en particular:

6.4.2.1 Deberá indicarse y advertirse que se precisa el consentimiento de los padres o tutores y/o titular del teléfono para el uso del servicio, en la publicación o medio en el que se promocionen.

6.4.2.2 Deberá cuidarse el vocabulario que se utilice en el servicio y no se utilizarán palabras malsonantes o despreciativas.

6.4.2.3 No deberán animar a la utilización de otros servicios de tarificación adicional basados en el uso de mensajes o reiteración al que se utiliza durante la prestación del servicio.

6.4.2.4 No deberán explotar su credulidad o falta de experiencia.

6.4.2.5 El horario de funcionamiento de estos servicios será entre las 8 y las 23 horas.

6.4.2.6 Los servicios de tarificación adicional destinados a la infancia y a la juventud velarán, entre otras cuestiones, por la protección del menor y por no crear o potenciar hábitos consumistas.

7. Instrumentos para el cumplimiento de los fines del Código de Conducta.

7.1 Cualquier persona física o jurídica, pública o privada podrá denunciar los incumplimientos de este Código de Conducta ante la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional (CSSTA). Además ésta será la encargada de:

7.1.1 Elaborar, aprobar y, en su caso, modificar el presente Código de Conducta.

7.1.2 Control y seguimiento del cumplimiento del Código de Conducta.

7.2 La Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional delegará en la Comisión Permanente las siguientes funciones:

7.2.1 Control y seguimiento del cumplimiento del Código de Conducta.

7.2.2 Presentación al Pleno, para su aprobación, de cualquier modificación del Código de Conducta y de la Clasificación de los servicios, teniendo en cuenta lo dispuesto en las resoluciones de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información por las que se determinan los códigos, en el supuesto que ello fuera necesario.

7.2.3 La Comisión Permanente previa audiencia de los interesados, emitirá un informe en el que se especificarán los motivos del incumplimiento y lo remitirá al Órgano Administrativo competente para que dicte Resolución, que será notificada al operador titular del número y a los operadores de redes telefónicas públicas correspondientes, a los efectos previstos en el presente Código de Conducta.

7.2.4 Elaborar y presentar al Pleno de la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional un informe anual relativo a los trabajos realizados por la Comisión Permanente. En aras de la transparencia informativa este Informe se hará público.

7.2.5 Estudiar los formatos de presentación de los mensajes de inicio, final, y confirmación que los operadores titulares de los números remitan a la Secretaría de la Comisión Permanente. A estos efectos los operadores titulares de números podrán comunicar, con carácter previo a su utilización, a dicha Secretaria los formatos de mensajes de inicio, final y de confirmación.

La Comisión Permanente estará facultada para aprobar modelos de mensajes de inicio, final y de confirmación, que los operadores titulares de los números podrán utilizar potestativamente.

7.3 La Comisión Permanente de la CSSTA realizará periódicamente un seguimiento sobre los operadores titulares de números que incumplan el Código de Conducta de forma reiterada, e informará al Órgano Administrativo competente al objeto de que se proceda a la adopte las medidas oportunas cancelación temporal (*sic*) durante un año de todas las asignaciones de las que sea titular el operador.

7.4 La CSSTA comunicará de forma inmediata a los órganos administrativos o judiciales competentes cualquier hecho del que tenga conocimiento que vulnere o pudiera vulnerar algún precepto de nuestro ordenamiento jurídico.

Régimen transitorio

Aquellos operadores titulares de números que vayan prestando servicios de suscripción con anterioridad a la entrada en vigor del presente Código y que vayan a continuar prestándolos con la nueva numeración establecida por la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, deberán enviar a los suscriptores un mensaje informativo sobre la vigencia de la suscripción. Los operadores deberán dar de baja a los usuarios que lo soliciten expresamente conforme al apartado 6.3.4.2 de este Código.

Caso de producirse, junto con la modificación de la numeración, una modificación de los precios o de otras condiciones esenciales del contrato, el operador deberá remitir al usuario final un mensaje de confirmación de la continuidad del servicio. La falta de respuesta del usuario a la petición de confirmación se entenderá como renuncia a seguir recibiendo el servicio.

ANEXO I

Clasificación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes

1. Introducción.

La Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, por la que se dictan instrucciones sobre la utilización de recursos públicos de numeración para la prestación de servicios de mensajes cortos de texto y mensajes multimedia, y el Código de Conducta, que regula las buenas prácticas de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, establece una ordenación de los servicios para su prestación por los operadores titulares de los números. El artículo 4º de esta norma establece los rangos de numeración que a continuación se transcriben:

Formato de los números	Valores de las cifras	Longitud de los números	Modalidades de servicio
2 5YAB	Y, A, B = de 0 a 9	5 cifras	a) Precios $\leq 1,2$ € [El subrango 280AB se utilizará para campañas de tipo benéfico o solidario]
2 7YAB			
2 80AB			
2 9YABM	Reservado expansión a 6 cifras		
3 5YAB	Y, A, B = de 0 a 9	5 cifras	b) $1,2$ € < Precio ≤ 6 €
3 7YAB			
3 9YABM			
79 5ABM	A, B, M = de 0 a 9	6 cifras	c) Servicios de suscripción con precio por mensaje recibido $\leq 1,2$ €
79 7ABM			
79 9ABMC			
99 5ABM	A, B, M = de 0 a 9	6 cifras	d) Servicios exclusivos para adultos de precio ≤ 6 €
99 7ABM			
99 9ABMC			

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 4.2 de la Orden los rangos de numeración definidos en esta tabla sólo se podrán utilizar para la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes en las modalidades, y con los precios netos por servicio completado a cobrar a los usuarios desde las redes telefónicas públicas, que en ella se especifican.

El artículo 4.5 de la Orden recoge que la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, establecerá los criterios para la adscripción de los servicios a cada uno de los rangos de numeración definidos en la tabla anterior.

Por las características de los servicios ofertados, la Comisión de Supervisión de los Servicios Telefónicos de Tarificación Adicional (CSSTA) establece una clasificación de los servicios sustentada en un marco de principios generales y referenciales para los operadores titulares de números y los operadores de acceso.

De acuerdo con las funciones que tiene encomendadas por el Pleno de la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, la Comisión Permanente podrá, de oficio o a instancia de parte, presentar al Pleno cualquier variación o modificación de la presente Clasificación, teniendo en cuenta lo dispuesto en la normativa.

2. Definiciones.

a. Servicios profesionales. A los efectos de este Código de Conducta, se entenderán incluidos en este epígrafe aquellos servicios relacionados con actividades empresariales; profesionales; artísticas, o que estén vinculadas a la obligatoriedad de una colegiación, o que para el ejercicio de la actividad profesional se requiera estar en la posesión de un título homologado por las autoridades competentes, en virtud de disposiciones legales o reglamentarias en el Estado español, respetando los límites y requisitos de su regulación específica.

Se podrán ofrecer, también, por medio de los correspondientes rangos de numeración, servicios ofrecidos por las Administraciones Públicas u organismos públicos vinculados o dependientes de ellas, así como de otras instituciones con fines de interés social, en los términos y con los requisitos previstos en el presente Código de Conducta.

Se excluye la prestación de cualquier tipo de actividad o ejercicio de profesión, que utilice una denominación eufemística o servicio definido o incluido en los epígrafes siguientes.

b. Servicios de ocio y entretenimiento. Por servicios de ocio y de entretenimiento se entenderán todos aquellos servicios que tienen por objeto, entre otros, la diversión; la distracción; el pasatiempo; el juego y el azar, entendiéndose por ello los concursos y los sorteos, que legalmente se puedan ofrecer bajo este sistema; y los servicios de contenido esotérico; astrológico, de adivinación, cartomancia y/o predicción del futuro por otros medios.

Los servicios de ocio y entretenimiento se ofrecerán, respetando con el máximo escrúpulo los criterios que emanen de las limitaciones que enumera el Código de Conducta para el resto de servicios. Especialmente, todo servicio de ocio y entretenimiento, cuyo contenido esté contemplado o definido en el rango 99, se adscribirá de forma exclusiva al mismo.

Además, este tipo de servicios tendrán que respetar todas aquellas normas de obligado cumplimiento que se indican en el Código de Conducta, y de forma especial los servicios definidos como los destinados a la infancia y juventud, que deberán indicar la edad aconsejable para el uso de cada uno de los servicios.

c. Servicios exclusivos para adultos. La Comisión acuerda que la oferta de servicios prestados mediante este código deberá dirigirse a usuarios con capacidad de discernimiento y toma de decisiones.

Los servicios prestados bajo este código tendrán como destinatarios a personas mayores de 18 años, exclusivamente.

A los efectos de este Código se entenderá por servicios exclusivos para adultos, aquellos servicios que por su contenido, forma publicitaria o presentación, difundan contenidos eróticos; pornográficos; que propicien contactos de orden personal o colectivo vinculados a los servicios anteriormente mencionados, o que se utilicen palabras mal sonantes u obscenas, relacionadas con alguna o algunas de las categorías anteriores y aquellos servicios cuyo contenido se refieran a valores u opiniones morales, éticas, religiosas e ideológicas.

Además, estarán adscritos a este rango de numeración, todos aquellos servicios, productos o contenidos que se encuentren expresamente prohibidos a menores de 18 años en nuestro ordenamiento jurídico. A tal efecto, se incluirá dentro del ámbito de aplicación de esta norma la comercialización, distribución o puesta a disposición de servicios, productos o contenidos para

mayores de 18 años que utilicen como medio de pago, de forma directa o indirecta, mensajes sujetos a tarificación adicional a los que se refiere el presente Código de Conducta.

Los servicios de suscripción con contenido para adultos se consideran comprendidos dentro del rango de numeración 995ABM-997ABM-999ABMC. Al tratarse de servicios de suscripción, les serán de aplicación todos los requisitos que este código establece para dicha modalidad, en particular el límite de precio fijado para dichos servicios, esto es, el de precio igual o inferior a 1,2 euros por mensaje recibido.

d. Servicios para la recaudación de fondos en campañas de tipo benéfico o solidario. A los efectos del presente Código de Conducta, son servicios cuya finalidad principal resulte ser la recaudación de fondos en campañas de tipo benéfico o solidario en las que se aplique un tratamiento fiscal diferenciado a los mensajes enviados por los usuarios.

e. Servicios de suscripción. Se entiende por servicios de suscripción aquéllos que implican el envío de determinados mensajes al abonado por el operador titular del número, bien de forma periódica, bien cuando se produzcan determinados sucesos, cualquiera que sea la forma en la que finalmente resulten facturados al usuario, en los términos indicados en el presente Código de Conducta.

f. Servicios de chat. Se entiende por servicios de chat aquellos en los que un usuario envía múltiples mensajes a uno o varios destinatarios durante una sesión, constituyendo un grupo cerrado de participantes. Cada sesión constituye un servicio de chat, no pudiendo exceder de doce horas la duración de una sesión. Si bien estos servicios se facturan por mensaje enviado, por su modo de funcionamiento se entienden comprendidos en los servicios de suscripción, y les será aplicable la normativa que rige a éstos. En caso de estar dirigidos específicamente a adultos, les serán de aplicación las normas relativas a servicios de suscripción para adultos.