

### III. OTRAS DISPOSICIONES

## MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

**11807** *Resolución de 2 de julio de 2010, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se publica la modificación del código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.*

Aprobada por el Pleno de la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, en su reunión de fecha 17 de junio de 2010, la modificación del código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, se dispone la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del citado texto, que figura como anexo.

Madrid, 2 de julio de 2010.—El Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Francisco Ros Perán.

#### ANEXO

#### **Modificación del código de conducta regulador de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, de 29 de junio de 2009**

La Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional, en su reunión de 17 de junio de 2010, ha aprobado la siguiente modificación del código de conducta regulador de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, de 29 de junio de 2009.

1. Corrección de error en el índice.—En el índice del código de conducta, queda suprimido el apartado 5.4 «Servicio de Atención al Cliente».

2. Mensajes final informativo.—El apartado 3.5 quedará redactado de la siguiente manera:

«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. Información que debe figurar en la publicidad.

a) El apartado 5.1.2 quedará redactado de la siguiente manera:

«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.»

b) Asimismo, el apartado 5.1.6 tendrá la siguiente redacción:

«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.»

4. Prohibición de comunicaciones comerciales no autorizadas.—El apartado 5.1.3 quedará redactado de la siguiente manera:

«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. Posibles reenvíos entre servicios.—Se añade un nuevo párrafo segundo al apartado 5.1.5, de manera que el actual párrafo segundo pasa a ser el tercero, con la siguiente redacción:

«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.»

6. Información sobre precios de mensajes de suscripción.

a) El apartado 5.2.2 quedará redactado de la siguiente manera:

«5.2. 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".»

b) La letra b) del apartado 6.3.4.3 quedará redactado de la siguiente manera:

«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."»

7. Adaptación a los horarios establecidos en la Ley General de la Comunicación Audiovisual.—Se añade un nuevo apartado 6.1.1.12:

«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.»

8. Mensaje sobre el resultado de la acción y redifusión de emisiones.—Se añaden dos nuevos párrafos, tercero y cuarto, al apartado 6.3.5:

«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.»

9. Promociones vigentes.—Se añade un nuevo apartado 6.3.8, con la siguiente redacción:

«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.»

10. Servicios de suscripción con contenido para adultos.—Se añade un nuevo párrafo (quinto) en la letra c) del anexo 2 (Definiciones) del código:

«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.»

11. Definición de los servicios de «chat».—Se añade una nueva letra al apartado 2 del anexo I:

«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.»

12. Entrada en vigor.—Esta modificación del código de conducta de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, de 9 de junio de 2009, entrará en vigor el día 1 de septiembre de 2010.