

Código de Conducta de Aruba para el envío de SMS con remitente personalizado ("Alias")

1. Objeto y finalidad

El presente documento constituye el Código de Conducta de Aruba S.p.A. para la prestación del servicio de envío de SMS con remitente personalizado («Alias»), redactado de conformidad con el artículo 5.4 de la resolución nº 42/13/CIR, modificada por la resolución nº 131/14/CIR de 10 de diciembre de 2014, y de conformidad con la resolución 306/20/CIR de 16 de septiembre de 2020, publicada el 29 de septiembre de 2020 (en adelante, el «Código de Conducta»).

El servicio es prestado por Aruba S.p.A. a través de sus socios comerciales.

El Código de Conducta tiene por objeto identificar los criterios para el registro y el uso de alias en la prestación de servicios SMS con el fin de proteger a los usuarios de dichos servicios.

El presente documento está publicado en el sitio web de Aruba S.p.A. en la siguiente dirección: https://hosting.aruba.it/documents/tc-files/it/18_smscodicedicondottaarubaspa.pdf.

2. Definiciones

Remítase a las siguientes definiciones, de conformidad con el artículo 1 de la Resolución nº 42/13/CIR:

- Usuario:** toda persona física o jurídica que utilice o solicite utilizar un servicio de comunicaciones electrónicas disponible al público;
- Usuario final:** la persona física o jurídica que utilice o solicite utilizar un servicio de comunicaciones electrónicas disponible al público para fines no relacionados con la actividad laboral, empresarial o profesional que desarrolla;
- Mensajería corporativa:** comunicaciones del tipo SMS/MMS y transmisión de datos dirigidas, en modo individual o masivo, a usuarios finales por no consumidores, tales como Empresas o Entidades, con fines sociales, informativos y publicitarios, así como para recibir SMS/MMS o transmisiones de datos de usuarios finales para la prestación de servicios de la misma naturaleza;
- Servicio de mensajería corporativa:** servicio de comunicaciones electrónicas que permite la mensajería corporativa;
- CLI - Identificación de la línea llamante:** identificación de la línea llamante mediante el número definido por la Recomendación UIT-T E.164 asociado a dicha línea;
- Alias:** cadena de caracteres alfanuméricos transmitida en el campo previsto para el envío de la CLI en las comunicaciones SMS/MMS y en la transmisión de datos;
- Código:** Código de Comunicaciones Electrónicas contenido en el Decreto Legislativo nº 259, de 1 de agosto de 2003, y modificaciones posteriores.

3. para el registro de Alias

El uso del servicio está permitido sólo a los usuarios que se hayan registrado en el Área Clientes de Aruba SMS.

El Alias es un **código alfanumérico (máximo 11 caracteres)**, que es visualizado por los usuarios como remitente del mensaje sólo y exclusivamente si el remitente está registrado.

De acuerdo con la resolución nº 42/13/CIR de la AGCOM (Autoridad italiana de regulación de las comunicaciones), para permitir a los abonados a los servicios de comunicación móvil localizar al verdadero remitente del SMS, el uso de alias sólo está permitido a los no consumidores (sujetos identificados como empresa, negocio, profesional autónomo, etc.), es decir

- Sujetos en posesión de un número de IVA;
- Sujetos en posesión de un Código Fiscal numérico.

Para inscribirse en el servicio de creación de alias, es necesario proporcionar los siguientes datos:

- **Remitente:** el código Alias cuyo registro se solicita;
- **Persona de contacto:** nombre y apellidos de la persona de contacto de la empresa;

- **Razón Social:** Empresa/Nombre/Asociación que solicita el registro;
- **Domicilio Social:** Dirección de la sede social de la empresa que solicita el registro del alias;
- **Número de IVA:** el número de IVA de la empresa que solicita el registro del alias;
- **Código fiscal:** el código fiscal de la empresa que solicita el registro del alias;
- **PEC:** la dirección PEC de la empresa que solicita el registro del alias;
- **Contacto preferente:** una dirección de contacto de referencia a elegir entre un número de teléfono fijo/de empresa, fax, correo electrónico estándar/PEC y dirección web.

Al crear alias, deben seguirse las siguientes reglas:

- El Alias debe estar constituido de forma que facilite al máximo al destinatario de los mensajes la identificación del responsable del contenido de la comunicación o del bien o servicio ofrecido por el mismo, reduciendo, al mismo tiempo, la posibilidad de inducir a una falsa identificación, por lo que debe estar constituido de forma que sea distintivo del remitente, del bien o servicio, no lesivo de derechos de terceros (a título meramente enunciativo, debe cumplir la normativa vigente en materia de marcas y otros signos distintivos) y no induzca a error al destinatario;
- el uso de Alias que hagan referencia a Organismos e Instituciones (por ejemplo, Ministerio) queda expresamente reservado al uso directo por parte de dichos Organismos/Instituciones;
- el alias no puede estar compuesto exclusivamente por caracteres numéricos;
- el Alias no puede estar compuesto exclusivamente por caracteres numéricos o alfanuméricos que puedan simular un número en formato nacional o internacional (por ejemplo, con una cadena compuesta por el carácter +, números y espacios)
- el Alias se determinará de conformidad con las normas aplicables en materia de marcas, signos distintivos y denominaciones de origen.

Alias no adecuados para identificar al remitente, como:

- **simples nombres de persona** (por ejemplo, Raffaella);
- **apellidos simples o nombres y apellidos que no correspondan a la razón social** y que, en cualquier caso, no identifiquen la profesión ejercida, que podrá identificarse mediante títulos o siglas (por ejemplo, abogado, médico, etc.);
- **nombres genéricos de uso común** (por ejemplo, «evento» «madre», «tintorería», etc.);
- **simples nombres de ciudades** (por ejemplo, «Tarquinia» en lugar de «Comune di Tarquinia») nombres de cargos públicos que no vayan acompañados o sustituidos por el nombre de la entidad a la que pertenecen (por ejemplo, «Anagrafe» en lugar de «Anagrafe del Comune di Roma»);
- **nombres que transmiten directamente un contenido** (por ejemplo, «Mis mejores deseos») en lugar de la identidad del remitente;
- **el Alias es sensible a mayúsculas y minúsculas:** distingue dos palabras idénticas en función del uso de mayúsculas o minúsculas;
- **el Alias puede contener todas las letras del alfabeto internacional** tanto en minúsculas como en mayúsculas y todos los dígitos del 0 al 9;
- **el Alias puede contener las letras minúsculas acentuadas** presentes en el teclado italiano;
- **el Alias puede contener espacios y los signos de puntuación, monetarios, matemáticos y de Internet habituales** (el símbolo matemático menos (-) y los caracteres espacio () y punto (.) no deben ir precedidos de un espacio adicional)
- **los Alias no podrán comenzar ni terminar con un carácter de espacio.**

Aruba y/o el socio comercial a través del cual se presta el servicio adopta la máxima diligencia para evitar el uso de Alias ya utilizados para otros clientes, así como Alias que no sean significativamente diferentes de Alias ya utilizados.

4. Gestión de alias

Aruba y/o el socio comercial a través del cual se presta el servicio, confeccionará una lista que contendrá para cada Alias al menos lo siguiente: i) Alias, ii) el número E.164 asociado; iii) el nombre del sujeto al que se asigna el Alias; iv) el correspondiente Código Fiscal; v) el número de IVA; vi) el método para contactar con dicho sujeto y en particular: vi.1) dirección, vi.2) número de teléfono, en su caso, por orden de preferencia del servicio de atención al cliente y de la centralita, vi.3) fax, vi.4) correo electrónico, vi.5) PEC, vi.6) dirección del sitio web, en su caso; vii) fecha en que se da para su uso; viii) fecha de cese, cuando ya no se utilice.

5. Protección del usuario final

El Usuario Final que reciba un mensaje SMS con Alias cuyo remitente se considere engañoso y/o cuyo contenido se considere spam o malicioso, podrá ponerse en contacto con el Servicio de Atención al Cliente de Aruba para solicitar las comprobaciones oportunas.