



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

D. JOSÉ GIMÉNEZ CERVANTES, Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en uso de las competencias que le otorga el artículo 40 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre,

CERTIFICA:

Que en la Sesión Nº 44/02 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 12 de diciembre de 2002, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba el:

INFORME AL GOBIERNO SOBRE EL USO DE NÚMEROS CORTOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO EN EL ÁMBITO DE LAS REDES MÓVILES.

Resolución del 12 de diciembre de 2002 en el expediente DT 2002/7686

1. HABILITACIÓN DE LA COMISIÓN

El presente informe se emite al amparo de lo previsto en el artículo 1.dos.2.j de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones, que faculta a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones para asesorar al Gobierno, por propia iniciativa, en los asuntos concernientes al mercado y a la regulación de las telecomunicaciones y de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos, particularmente en aquellas materias que puedan afectar al desarrollo libre y competitivo del mercado.

El objeto de este informe es introducir una reflexión sobre la situación actual que conforma la prestación de servicios de valor añadido a través del envío de mensajes cortos a un número corto determinado, en el ámbito de las redes móviles. Una vez identificadas ciertas circunstancias especiales, se proponen una serie de actuaciones destinadas a racionalizar el actual uso y gestión de la numeración asociada a estos servicios, persiguiendo una percepción más completa de estos servicios por parte de los usuarios finales y un estímulo a la extensión y calidad de la actual oferta de servicios a la que pueden acceder los ciudadanos.

2. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los servicios de valor añadido o servicios *premium*, a los cuales se accede mediante mensajes SMS dirigidos hacia un número corto determinado, se han generalizado entre los usuarios de telefonía móvil.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

La confirmación definitiva de este tipo de servicios ha venido de la mano de los medios de comunicación, y en especial, de las cadenas de televisión, que han descubierto en ellos una nueva forma de comunicación con su audiencia, permitiéndoles participar en votaciones, en concursos o en promociones asociados a la programación a través de esta vía. Junto a estos servicios, conviven otros que permiten a los usuarios de telefonía móvil participar en *chats*, descargar logotipos y melodías para personalizar sus terminales, o acceder a servicios de información, de ocio o profesionales.

Sin embargo, esta Comisión ha podido identificar unas circunstancias especiales en la prestación de estos servicios: las numeraciones utilizadas para identificar los servicios pertenecen a rangos de numeración no atribuidos por el Plan Nacional de Numeración, y se utilizan sin un criterio determinado.

Esta Comisión reconoce que estos servicios no son sino el primer paso hacia la nueva generación de servicios de datos a través de redes móviles, y resulta crucial que los usuarios se familiaricen e incorporen a su realidad diaria estas nuevas formas de comunicación y acceso a la información. No obstante, y precisamente porque nos encontramos en el primer estadio, la CMT planteó a los agentes de este mercado una consulta pública en febrero de 2002, a través de la cual recabar información sobre la necesidad de instar a la atribución de un rango de numeración específico para dichos servicios.

Durante el plazo abierto para la consulta pública, se recibieron aportaciones de todos los agentes de la cadena de valor de prestación de estos servicios identificados en el documento consultivo, de indudable interés todas ellas para el conocimiento de este mercado. En este informe se realizará un análisis de las respuestas recibidas, del cual se derivará una serie de conclusiones con respecto al establecimiento de medidas que permitan la disponibilidad de recursos del Plan Nacional de Numeración específicos para la prestación de servicios de mensajería de valor añadido sobre redes móviles.

3. RESUMEN DE LAS RESPUESTAS A LA CONSULTA PÚBLICA

La consulta pública ha constituido un medio por el cual los operadores móviles, los proveedores de servicios, y, en menor medida, los proveedores de contenidos y operadores fijos, han manifestado sus opiniones sobre la actual condición y características específicas del mercado de los servicios de valor añadido en el ámbito de las redes móviles.

El documento de la consulta incidía en la **utilización de numeración no atribuida** para la prestación de servicios disponibles a todos los usuarios de telefonía móvil, así como en la peculiaridad que presenta la prestación de estos servicios por cuanto **no existe interoperabilidad entre las diferentes redes móviles**. A este respecto, se planteaban una serie de cuestiones acerca de la necesidad de atribución de un rango específico para estos servicios, así como sobre la posibilidad de migración a un escenario en donde hubiera interconexión entre las diferentes redes móviles para el acceso a este tipo de servicios de mensajería.

A continuación se muestra una tabla en donde se resumen las ideas fundamentales que ha expresado cada uno de los agentes interesados.



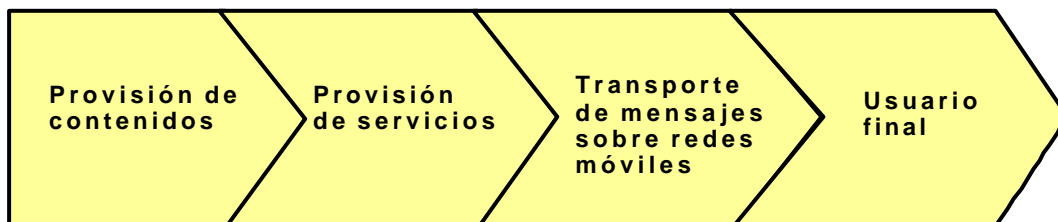
COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Tipo de agente	Principales observaciones
Operadores móviles	<ul style="list-style-type: none">* Intervención regulatoria no justificada, en un mercado ya en condiciones de competencia efectiva.* Alto riesgo sobre las inversiones realizadas y sobre la continuidad y evolución de estos servicios.* Mantenimiento del modelo actual de prestación del servicio, basado en el uso de numeraciones internas.* Ausencia de estándar a corto-medio plazo que permita un modelo de interoperabilidad de SVA sobre mensajes cortos.
Proveedores de servicios	<ul style="list-style-type: none">* La atribución de numeración específica para estos servicios se considera necesario si se evoluciona hacia un modelo de interoperabilidad.* Existe un grupo de estos agentes que se muestra conforme con la situación actual.* La evolución hacia un modelo de interoperabilidad de estos SVA puede suponer una mayor integración vertical de la cadena de valor.* Importancia del uso de numeración de cuatro o cinco dígitos.* Importancia de asegurar compromisos de publicación de tarifas al usuario final.
Proveedores de contenidos	<ul style="list-style-type: none">* La atribución de numeración específica es imprescindible para garantizar la transparencia tanto para los usuarios finales como en las relaciones entre los agentes de la cadena.* La interoperabilidad reducirá el número de agentes a aquellos que aportan valor real.* Necesidad de establecer niveles de tarifas.* Numeración de cuatro dígitos como solución óptima.
Operadores fijos	<ul style="list-style-type: none">* La atribución de numeración, con niveles de tarificación asociados, es imprescindible para garantizar la transparencia tarifaria.* El modelo de interoperabilidad asegura el desarrollo de la competencia y el crecimiento del sector.* La longitud de dicha numeración no es un parámetro crítico para prestar estos servicios.

4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS SMS DE VALOR AÑADIDO

4.1 Agentes de la cadena de valor del mercado

La cadena de valor del mercado de provisión de servicios de valor añadido a través de mensajes cortos en el ámbito de las redes móviles (en adelante, servicios SMS premium) puede representarse de la siguiente manera:



Como se ponía de manifiesto en el documento abierto a consulta, el escenario actual de prestación de los servicios SMS premium condiciona la intervención de diferentes agentes. Los agentes identificados son los siguientes, entendiendo que, en dicha cadena de valor, una misma entidad puede abarcar funcionalidades varias:



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- a) **Proveedor de contenidos:** esta categoría de agentes se ocupa de suministrar una gran variedad de contenidos –gráficos y logotipos, sonidos y melodías- y aplicaciones –juegos, chat, concursos, votaciones- a los proveedores de servicios, aunque también pueden operar en el mercado mediante integración vertical de ambas actividades, realizando así tanto la provisión de contenidos como la de servicios.
- b) **Proveedor de servicios:** esta categoría de agentes proporciona el equipamiento físico y lógico necesario para poner a disposición de los usuarios móviles contenidos y servicios. Para ello, se requiere la conexión directa al centro de servicio de mensajes cortos (SMSC) de las redes públicas de telefonía móvil.

Naturalmente, también puede suceder que actúen por integración vertical, esto es, que un mismo agente desarrolle en el mercado actividades que se corresponden con las de un proveedor de servicios y un proveedor de contenidos.

En la siguiente tabla se recogen algunos de los principales proveedores de servicios que operan actualmente en el mercado:

Tabla. Principales Proveedores de Servicios y/o Contenidos

Operador	Accionistas
My Alert	SCH, BBVA, Europa Press, Endesa
Contxta	Antena 3
GSMBox	Tele 5
Latinia	Particulares
Kiwee	Wintec, I-Source, Partcom
MobileWay	City Bank, 3i, Mayfield
Movidream	Unitec (distribuidor de TME)
Movilisto	SMS Cosmos
Netsize	Gem Ventures
TerraMobile	TME, Terra-Lycos
Vizzavi	Vivendi, Vodafone

- c) **Operador móvil:** esta categoría de agentes, formada por los operadores de redes públicas de telefonía móvil actualmente presentes en España, ofrece a los proveedores de servicios facilidades de conexión física a sus respectivos SMSC, encaminando los mensajes cortos intercambiados entre sus usuarios móviles y la plataforma del proveedor de servicios, y se encargan además de la facturación del servicio al usuario final.

Estos agentes también operan en este mercado por integración vertical, comercializando directamente a sus propios usuarios servicios SMS premium actuando a su vez como proveedores de servicios e, incluso, generando sus propias aplicaciones y contenidos.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- d) **Usuarios de telefonía móvil:** se corresponden con los usuarios pertenecientes a las redes públicas de telefonía móvil, los cuales acceden a los servicios SMS premium a través de terminales que hacen uso de la funcionalidad de transmisión de mensajes SMS ofrecida por las redes GSM.

4.2 Ofertas comerciales existentes en el mercado

En la siguiente tabla se ofrece una comparativa no exhaustiva de las diversas ofertas que actualmente se encuentran a disposición de los clientes. Cabe señalar que algunas de ellas se ofertan en una doble modalidad, esto es, habilitando el acceso a los contenidos tanto a través de mensajes SMS premium como mediante llamadas telefónicas a números de tarificación adicional (906):

Tabla. Ofertas servicios SMS Premium

Nombre Comercial	Número Corto		Llamada Premium		Proveedor Servicio/Contenidos
	Número	Precios (euros/SMS)	Servicios	Precios (euros/min)	
Kiwee	7077	1,8	Logos, Melodías, Información	0,81	K-Mobile RCS
	7667	0,9	Chat, Juegos		
Logosmelodías	7888	0,9	Logos, Melodías	0,91	Multimedia Hispánica
	7122	0,9	Información		
	7123	1,04	Chat		
Movilisto	7777	0,9	Logos, Melodías, Información	-	SMS Cosmos
	7777	0,9	Chat	-	
Movilspider	7667	0,9	Chat, Juegos	1,06	Teamovil
Logolandia	7667	0,9	Chat, Juegos	1,06	Teamovil
Movilsound	7667	0,9	Chat, Juegos	1,06	Teamovil
Mobidiscout	7677	1,9	Logos, melodías, chat, Juegos	1,06	K-Mobile RCS
Movilizate	-	-	-	0,81	n.a.
Qhay	7088	0,9	Logos, melodías, chat, Juegos	-	Telelink PS
Molamazo	-	-	-	(no figura)	Scdata
Melodylogos	7200	0,9	Logos, melodías, chat, Juegos	-	SMS Arena, S.L.
Myalert	7788	0,9	Logos, melodías	-	Myalert
	5560	0,6	Chat	-	
Contxta	5002	0,9	Logos y melodías	-	Contxta
Mgustas	7117	0,6	Chat	0,81	Contxta
Luchat	5510	0,6	Juegos	-	GSMBox
Mlio	5502	0,3	Chat	-	GSMBox
Cita2	5517	0,6	Chat	-	GSMBox
LogosyMelodías	5506	0,9	Logos y melodías	-	GSMBox

4.3 Estructura del mercado.

A falta de información más precisa, sobre la base de estimaciones propias, puede considerarse que en el mercado español operan en la actualidad alrededor de 40



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

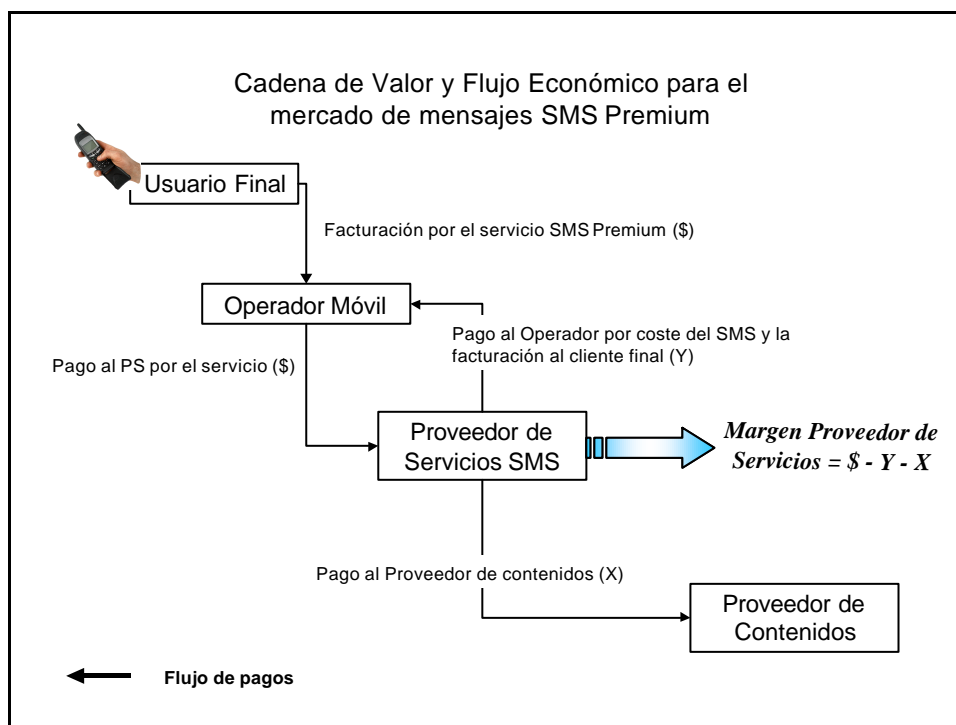
proveedores de servicio, de los cuales 5 ó 6 llegan a generar el 80% del tráfico total de mensajes SMS premium cursados.

En términos cuantitativos, cabe destacar que, durante el año 2001, la facturación por estos servicios ascendió a 60 millones de euros, mientras que en los primeros nueve meses del 2002 esta cifra ascendió a 328 millones, lo cual supondría una facturación anual prevista para este año de unos 437 millones —lo que significa un crecimiento del 628% respecto al año 2001-.

En cuanto a los proveedores de contenido, según datos de la APSI, el volumen de SMS premium que generan sus 205 asociados que ofrecen servicios SMS Premium asciende a un total de 1.000.000 de mensajes al mes, lo que supone una facturación total de 360.000 euros/mes.

4.4 Condiciones comerciales que rigen las relaciones entre agentes en el mercado.

Antes de analizar las cuestiones referidas a las condiciones comerciales actualmente existentes entre los proveedores de servicios y los operadores móviles para la prestación de estos servicios, es necesario examinar el esquema de pagos compartidos vigente en la actualidad. En el siguiente gráfico se muestran las relaciones económicas existentes dentro de la cadena de valor considerada:



En el escenario actual, el operador móvil factura al usuario final por el acceso a un servicio que se oferta a través de mensajes SMS premium. De la cantidad total facturada —que es de 30, 60 ó 90 céntimos de euro, según el acuerdo establecido



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

entre los operadores móviles—, el operador móvil retiene el importe correspondiente a los mensajes cortos estándar enviados, así como una parte de la cantidad restante— esto es, del *premium* asociado al valor añadido generado por el proveedor de servicios—.

Así, la retribución que recibe el proveedor de servicios depende, en gran medida, de la cantidad que el operador móvil detraiga del precio que se cobra al usuario final, lo cual se negocia individualmente entre cada proveedor de servicios con cada uno de los operadores móviles.

En suma, y según la información remitida a esta Comisión por algunos proveedores de servicios, el importe (Y) que el operador móvil detrae del precio final incluiría dos conceptos:

- El correspondiente al **servicio de transporte de los SMS** enviados y/o recibidos a través de su red, en función de un porcentaje de descuento variable según el tráfico cursado (x%).
- Una comisión en forma de **porcentaje fijo sobre el precio final** (\hat{X} %) pagado por el usuario, una vez excluido el coste de transporte del mensaje.

Por otra parte, existe una condición adicional, en virtud de la cual el operador móvil no retribuye al proveedor de servicios cantidad alguna hasta que el volumen de mensajes cursados supere un determinado **umbral mínimo**, a modo de franquicia (χ).

Así, dicha cantidad “Y” se obtiene al realizar el siguiente cálculo:

$$Y = \begin{cases} C_{SMS} (1 - x\%) + \hat{X}\% \$ & / \text{ volumen SMS } \geq c \\ \$ & / \text{ volumen SMS } < c \end{cases}$$

En consecuencia, y una vez alcanzado el umbral de tráfico fijado por el operador móvil, el prestador de servicios no sólo estaría retribuyendo al operador móvil por el los costes de prestación del servicio si no que, además, estaría cediendo un porcentaje del precio total del servicio que se le factura al usuario final.

Además, el proveedor de servicios debe pagar una cantidad fija mensual en concepto de la conexión física que tiene establecida con el SMSC del operador móvil en cuestión.

En el momento presente, los proveedores de servicios cuestionan la razonabilidad de que el operador móvil retenga un porcentaje fijo sobre el precio cobrado al usuario final. Argumentan que, en caso de seguirse una analogía con los servicios telefónicos de red inteligente, el papel jugado por el operador móvil en la cadena de valor correspondería al de un transportista de mensajes SMS. Por consiguiente, si los operadores móviles están cobrando un porcentaje del precio que paga el usuario final por cada mensaje SMS premium cursado, están capturando una **renta que podría no corresponderse con su aportación a la transacción completa**, y que podría entenderse como una manifestación de su **poder de negociación ante los proveedores de servicios** en la confección de los acuerdos de conexión a sus redes.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En definitiva, según la situación actual, el proveedor de servicios no sólo tiene que retribuir a cada uno los operadores móviles por la conexión con sus SMSC, sino también alcanzar un determinado volumen de tráfico para percibir la retribución pactada y aceptar que aquéllos retengan una parte del valor añadido que sus servicios aportan al cliente final.

Esta circunstancia pone de relieve el hecho de que los operadores móviles están capturando una porción considerable de la renta disponible en este mercado, lo que logran en gran medida haciendo uso del poder que ostentan en la negociación de acuerdos con los proveedores de servicios.

4.5 Establecimiento de los precios a cobrar al consumidor final.

En lo que respecta a los precios de estos servicios pueden resaltarse dos cuestiones principales. De una parte, la necesidad de asegurar que los rangos tarifarios establecidos por todos los operadores móviles coincidan y sean lo suficientemente amplios como para no impedir la aparición de nuevos servicios de valor añadido, asegurando la flexibilidad del proveedor de servicios para fijar sus precios.

De otra parte, y de especial relevancia para los **usuarios finales**, ha de señalarse la necesidad de que se respete el **principio de transparencia** y, en consecuencia, puedan conocer con antelación cuáles son los precios correspondientes a los servicios de SMS premium que se les ofrecen.

Lo cierto es, sin embargo, que el mercado presenta de forma espontánea un cierto grado de **transparencia en los precios a cobrar al usuario final**. Así, se observa que la inmensa mayoría de las ofertas existentes informan detalladamente al usuario de los precios por uso del servicio, si bien en ocasiones no resulta claro si la tarifa publicitada se aplicará por el servicio o por cada mensaje —téngase en cuenta que, para determinados servicios de este tipo, como es la recepción de un logo, puede ser necesario que el usuario reciba varios mensajes, ya que estos tienen una limitación de su tamaño—.

En este sentido, los operadores móviles han señalado que están estableciendo por iniciativa propia en sus acuerdos comerciales con los proveedores de servicios la obligación de que estos últimos publiciten adecuadamente los precios que van a cobrar al usuario por hacer uso de los servicios que ofrecen.

Sin perjuicio de lo anterior, parece cierto que las características específicas de los servicios de mensajería SMS premium disminuyen la posibilidad de que aparezcan los problemas de facturas desmesuradas, así como los impagos y reclamaciones subsiguientes que se han dado en los servicios de tarificación adicional a través de numeraciones de red inteligente. Y esto es así porque estos servicios de tarificación adicional se facturan en función del tiempo de conexión, de modo que se han producido situaciones perjudiciales para el usuario cuando algunos prestadores de este tipo de servicios han tratado de mantenerlo conectado el máximo de tiempo posible, lo que ha incrementado consecuentemente su factura, lo que ha tenido lugar en muchos casos sin que el usuario fuese consciente de ello.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, por la propia naturaleza de los servicios SMS premium, en ellos se factura por volumen de mensajes enviados, de modo que, al no intervenir en la facturación el factor tiempo, la posibilidad de actuaciones fraudulentas en este sentido por parte de los proveedores de servicios queda considerablemente atenuada. No obstante lo anterior, es cierto que existen determinados servicios SMS premium, como son los “Chats”, que pueden implicar el envío de un volumen elevado de mensajes, con los consiguientes efectos sobre la factura que recibiría finalmente el consumidor.

4.6 Alternativas a los números cortos asociados a los servicios SMS premium.

En el momento presente, y como resultado de las peculiaridades del esquema de pagos actualmente vigente, los proveedores de servicios están buscando formas alternativas para eludirlo, intentando asegurarse así la captura de la renta asociada al valor añadido que crean en la transacción completa.

En concreto, como se ha señalado anteriormente, numerosos proveedores de servicios están permitiendo el acceso los servicios y contenidos que ofrecen tanto a través del envío de mensajes SMS hacia los números cortos asociados a los servicios de valor añadido como mediante llamadas telefónicas a números de tarificación adicional.

Así, cuando se utilizan números 906, la retribución del proveedor de servicios es la siguiente:

$$\text{Ingreso PS} = \$'(\text{retribución 906}) - C_{\text{SMS}} - X$$

En virtud de ello, el ingreso percibido por el proveedor de servicios en este supuesto consiste en la retribución percibida del operador de telefonía que le proporciona el número “906”, tras lo cual el proveedor de servicios habrá de remunerar a su vez:

- a los operadores móviles el coste de los mensajes cortos estándar a través de los cuales el usuario final recibe el servicio que previamente ha solicitado a través del número 906 (C_{SMS})
- a los proveedores de contenidos el precio correspondiente a los contenidos que hayan puesto a su disposición (X).

El único requisito en este sentido está en que, para la prestación de los servicios premium a través de 906, el proveedor de servicios debe contratar con el operador móvil un servicio de mensajería corporativa, que le permita el envío masivo de SMS, además de contratar con un operador de telefonía los servicios de red inteligente correspondientes (el número 906).

A la vista de lo anterior, parece que el recurrir a numeración 906 es favorable para aquellos prestadores de servicios que, de modo alternativo:

- no alcancen el umbral a partir del cual reciben la retribución por parte del operador móvil.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- con el margen de prestación del servicio en la modalidad SMS premium no alcancen a retribuir los contenidos que ofrecen.
- ofrezcan servicios que permitan prolongar la duración de la llamada un tiempo suficientemente elevado como para incrementar sustancialmente la facturación con respecto a lo que correspondería en caso de prestarse el servicio a través de SMS premium.
- quieran evitar que los operadores móviles capten parte del valor añadido que generan.

5. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EXPUESTAS EN LA CONSULTA PÚBLICA

5.1 Definición de los servicios objeto de consulta

Las contribuciones de los agentes han puesto de manifiesto la necesidad de definir de la forma más precisa posible los servicios objeto de dicha consulta. Para ello, dado que se trata de servicios que conllevan una retribución adicional, se ha buscado un paralelismo con la definición de servicios de tarificación adicional presente en la Orden PRE/361/2002¹.

En la actualidad, la solicitud de un servicio concreto se realiza mediante el envío, desde el terminal móvil del usuario, de un mensaje corto alfanumérico a un número corto determinado, que identifica a la plataforma del prestador de servicio y a la aplicación concreta dentro de esa plataforma. El número corto consta generalmente de cuatro dígitos, aunque se pueden encontrar servicios asociados a numeraciones de tres o hasta de cinco dígitos. El servicio al que se accede puede implicar la recepción de uno o varios mensajes cortos de respuesta en el terminal móvil del usuario con la información o el servicio solicitados. Asimismo el usuario puede estar suscrito a un servicio determinado o reclamar el servicio puntualmente, de forma impulsiva.

Así pues, los servicios de valor añadido a través de mensajes cortos en el ámbito de las redes móviles² son aquellos **servicios que, mediante el envío de un mensaje SMS a un número concreto, permiten al usuario acceder a servicios de información o de comunicación determinados, y que conllevan una retribución específica y añadida al coste del envío de un mensaje SMS entre usuarios finales**. Se trata de servicios disponibles al público, es decir, que se ofrecen a la totalidad de los usuarios de las redes públicas de telefonía móvil.

En línea con las opiniones de los agentes consultados, esta Comisión entiende que las diferencias técnicas en la prestación de los servicios SMS premium con respecto a los servicios de red inteligente condiciona la naturaleza de los propios servicios y les confiere características específicas, tanto en el tipo de servicios como en su facturación asociada. Pero en cualquier caso, lo que el usuario percibe es una nueva

¹ Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, de desarrollo, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional, del título IV del Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento por el que se desarrolla el título III de la Ley General de Telecomunicaciones.

² La consulta se centra en el ámbito de las redes móviles al ser este entorno el que ha conocido el desarrollo de estos servicios, aunque se asume que en un futuro dichos servicios pueden evolucionar también en redes fijas.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

forma de acceso a servicios con un valor añadido susceptible de facturación diferenciada del mero servicio de telecomunicación.

5.2 Escenarios de prestación de los servicios SMS

El intercambio de mensajes SMS entre proveedores de servicio y usuarios móviles, tal como está configurado en la actualidad, desencadena unos procesos y un encaminamiento a través de la red móvil que difieren de aquellos que se producen cuando se intercambian mensajes SMS entre usuarios móviles. Aún más, las especificaciones GSM existentes para la funcionalidad de mensajes SMS entre usuarios finales hacen factible la entrega de estos mensajes en interconexión entre los distintos operadores móviles, asegurando de este modo la interoperabilidad de mensajes SMS entre los usuarios de distintas redes móviles. Sin embargo, las actuales especificaciones GSM no contemplan un escenario equivalente para el intercambio de mensajes SMS entre un proveedor de servicios conectado al SMSC de una red móvil y un usuario final de otra red móvil, impidiendo así la interoperabilidad de servicios SMS premium (ver figura 1).

El escenario actual de ausencia de interoperabilidad de servicios SMS premium, en donde el acceso a todos los usuarios móviles implica la conexión a cada red móvil, la figura del proveedor de servicios es clave, puesto que estos agentes ofrecen a los proveedores de contenidos (medios de comunicación, agencias de noticias, bancos, etc.) la comunicación con los usuarios móviles a través de una conexión de datos con los SMSC de cada uno de los operadores móviles.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

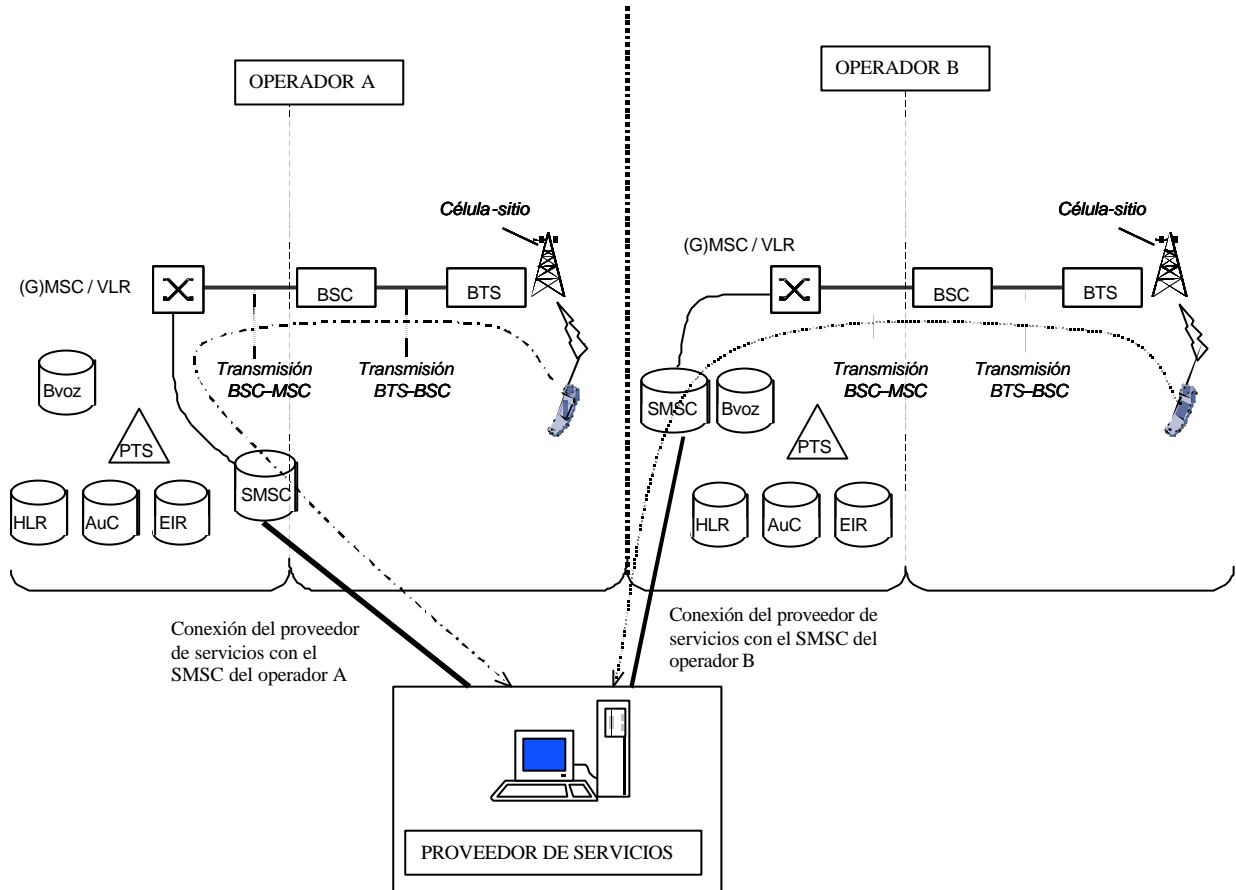


Figura 1: escenario actual

Como consecuencia de ello, los proveedores de servicios han de llegar forzosamente a un acuerdo con **todos y cada uno de los operadores móviles** para poder prestar servicios a sus respectivos usuarios. En virtud de ello, el poder de negociación que éstos ostentan se ve incrementado cuanto mayor sea el número de usuarios conectados a su red, ya que los ingresos que dejaría de percibir el proveedor de servicios por el hecho de no alcanzar un acuerdo con el operador móvil son proporcionales a la cantidad de usuarios que éste tenga.

El señalado poder de negociación de los operadores móviles les ha permitido establecer, en sus relaciones contractuales con los proveedores de servicios, determinadas condiciones técnicas y económicas para regir el suministro del servicio de transporte de los mensajes SMS originados y dirigidos a ellos por parte de sus respectivos usuarios.

En el texto de la consulta se proponía un escenario de prestación de servicios en donde fuera posible una verdadera interoperabilidad de estos servicios entre redes, permitiendo el intercambio en interconexión de los mensajes SMS de valor añadido. En este escenario (ver figura 2), el proveedor de servicios únicamente tendría que



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

negociar la conexión a un operador móvil para recibir las demandas de servicio de los usuarios móviles de otras redes, aparte de los usuarios propios del operador al que está conectado.

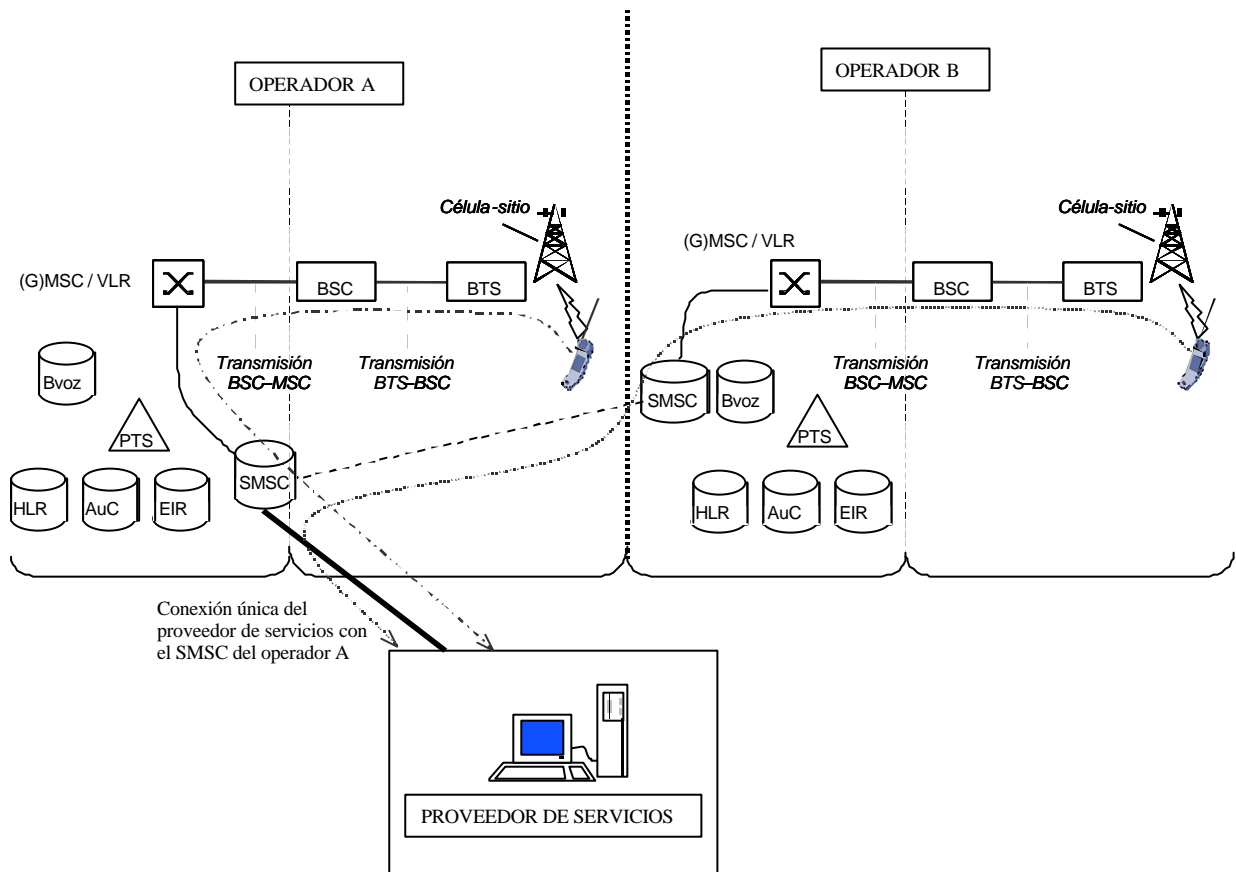


Figura 2: escenario de interconexión

Los operadores móviles cuestionan la viabilidad técnica del escenario alternativo de interoperabilidad, puesto que no existe ningún proceso de modificación en curso de las especificaciones GSM para definir el interfaz entre SMSC de distintos operadores ni incorporar nuevas funcionalidades en el SMSC. Pero aún más, dicho escenario es rechazado de plano por estos agentes al entender que empeora la eficiencia e incrementa la posibilidad de fraude. Algunos proveedores de servicios manifiestan su temor de que dicho esquema promueva una integración vertical de la cadena de valor, convirtiéndose los operadores móviles en proveedores de servicios.

A la vista de las respuestas de los agentes, esta Comisión se reafirma en que **una situación como la actual, en donde el proveedor de servicios en cuestión debe negociar las condiciones técnicas y económicas de acceso con cada uno de los operadores de red móvil, no promueve una verdadera competencia** entre los operadores móviles por captar proveedores de servicios, lo que puede repercutir tanto en la incorporación de estos agentes al mercado como en el servicio que reciben los



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

usuarios. Dicha situación puede agravarse aún más con la introducción de operadores móviles virtuales.

Esta Comisión sostiene que **la única razón plausible para mantener el escenario actual es la falta de un estándar que permita una verdadera interoperabilidad de servicios SMS de valor añadido** a corto plazo. Mientras tanto, los operadores habrán de analizar las iniciativas internacionales que están en fase de desarrollo para facilitar la interconexión de redes para estos servicios, para asegurar una transición lo más rápida posible hacia un escenario de interoperabilidad³.

5.3 Necesidad de atribución de numeración

La difusión de estos servicios entre los usuarios del servicio telefónico móvil ha dependido en buena medida del uso de numeraciones cortas, fácilmente asumibles por el público. Los operadores móviles han optado por ofrecer a los proveedores de servicios SMS números no atribuidos por el Plan Nacional de Numeración, en el entendimiento de que dichas numeraciones son internas a sus redes, puesto que no hay interconexión posible para este tipo de servicios. Esta Comisión se ha mostrado en varias ocasiones de acuerdo con que se utilicen numeraciones internas a una red para la prestación de servicios a los usuarios finales de esa red concreta. La peculiaridad del escenario analizado frente al uso tradicional de numeraciones internas es que a través de estas numeraciones se están ofreciendo servicios disponibles al público sin restricciones.

Sin entrar a cuestionar las posibilidades que ofrecen las numeraciones de nueve dígitos del servicio telefónico móvil u otras numeraciones de red inteligente para la efectiva prestación de servicios SMS de valor añadido, parece obvio asumir que su generalización entre los usuarios condiciona el mantenimiento del acceso a través de numeraciones cortas.

Ahora bien, esta Comisión no se muestra partidaria de continuar un esquema en donde los agentes hacen uso de numeraciones de tres, cuatro o cinco dígitos sin un patrón establecido, eligiendo entre la amplia base disponible de numeraciones no atribuidas (N=2, 3, 4, 5, 7 u 8).

Así, en primer lugar, no parece conveniente mantener unas condiciones de acceso a la numeración tan opacas como las actuales, en donde se desconoce cuál es el criterio que permite a un proveedor de servicios beneficiarse de una numeración de tres, cuatro o cinco dígitos, puesto que hay una **total ausencia de mecanismos que aseguren el respeto a los principios de transparencia y no discriminación** en la asignación de la numeración por parte de los operadores móviles a los proveedores de servicios, que en la actualidad alcanza ya la cifra de 200 números utilizados. De este modo, algunos agentes han denunciado la práctica de comportamientos discriminatorios por parte de los operadores móviles, al declarar que éstos estarían utilizando para su propio uso —al actuar a su vez como proveedores de servicios—

³ Aparte de diversos foros internacionales, ciertas autoridades reguladoras de países de la UE (Irlanda, Finlandia) han instado a los operadores móviles a la constitución de foros nacionales cuyo objetivo es la evolución hacia un escenario de interoperabilidad plena.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

números de tres dígitos, frente a los números de cuatro dígitos que están asignando al resto de proveedores de servicios. Igualmente, denuncian la falta de transparencia en cuanto a los criterios utilizados por los operadores móviles para asignar aquellos números preferidos por los proveedores de servicios —precisamente, los que permiten una más sencilla memorización por parte los usuarios— a unos agentes determinados, en detrimento de otros.

Así, los operadores móviles, mediante la asignación discrecional de dicha numeración, podrían favorecer su propia actividad como proveedores de servicios, así como la de ciertos agentes concretos —ciertos proveedores de servicios y/o de contenidos—, lo que se traduciría en el consecuente perjuicio para el resto de los competidores en el mercado.

En segundo lugar, interesa señalar que tampoco existen mecanismos que aseguren la **reserva por parte de los restantes operadores móviles del número asignado por uno de ellos a un proveedor de servicios concreto**. En gran medida, esta situación es una consecuencia de la mencionada inexistencia de una solución de interconexión que evite la necesidad de lograr acuerdos con todos los operadores móviles para que un proveedor de servicios pueda actuar en el mercado.

Esta circunstancia está provocando la aparición en este mercado de situaciones en las que un proveedor de servicios se ve obligado a comercializar sus servicios SMS premium haciendo uso de números diferentes según el operador móvil al que se conecta. En otros casos, por ejemplo cuando un cierto proveedor de servicios no logra cerrar un acuerdo de conexión al SMSC de uno de los operadores móviles, los mensajes que los usuarios de esa red móvil envían al número que ese mismo proveedor de servicios tiene asignado en las redes de los otros operadores móviles son encaminados a las instalaciones de terceros proveedores de servicios, en concreto alguno de los que sí están conectados a la red de ese operador móvil.

Todo ello repercute en la creación de un escenario de **confusión para los usuarios**, además de la consiguiente **distorsión del correspondiente flujo de cobros y pagos** que debería tener lugar y que difiere del que realmente se produce.

En tercer lugar, se ha señalado asimismo la **inexistencia de condiciones básicas que regulen el suministro del servicio de conexión de los proveedores de servicios a los operadores móviles** —en concreto, ciertos plazos máximos para la activación por parte de los operadores móviles de los números asignados a los proveedores de servicios—, así como de la necesidad de que, de establecerse las mismas, aseguren la imposibilidad de que se produzcan comportamientos discriminatorios que favorezcan a determinados agentes en detrimento de otros, habida cuenta de que los operadores móviles compiten asimismo con los proveedores de servicios.

En resumen, la situación actual en que se enmarca la prestación de los servicios SMS premium no parece garantizar un acceso equitativo a este mercado de servicios de valor añadido ni promueve un uso de la numeración ordenado y eficiente.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Por todos estos motivos, al contrario de la opinión de varios agentes consultados, **se recomienda la atribución de un rango de numeración específico** para estos servicios, asumiendo que se trata de una categoría de servicios con unas características bien diferenciadas de otros servicios con numeraciones ya atribuidas.

En cuanto al segmento concreto que podría habilitarse, baste comentar que actualmente la mayoría de números utilizados en los servicios SMS de valor añadido comienzan por 5 ó 7, y que el segmento N=7 y X=0 ya ha sido atribuido a los servicios de numeración personal, por lo que una opción posible podría ser la **atribución del segmento N=5 al rango de numeración para servicios de mensajería de valor añadido sobre redes móviles**.

Se recomienda asimismo que el rango que finalmente se atribuya asegure una disponibilidad suficiente de recursos a todos los agentes. En este sentido, la identificación de este tipo de servicios no sólo se basa en la numeración de destino, sino en el contenido del mensaje corto remitido por el usuario, con lo que, a través de un único número corto, se identifican varios servicios, incrementándose, de este modo, las posibilidades de uso de la numeración actualmente empleada.

Sin embargo, pese a la preferencia manifestada por diversos agentes en cuanto a la utilización de números de tres, cuatro o cinco dígitos como máximo, puede considerarse que la longitud del número utilizado no es un aspecto clave en la prestación de estos servicios. Y ello es debido tanto a la existencia de funcionalidades en los terminales móviles que permiten el acceso al servicio sin necesidad de recordar ni introducir directamente el número asociado, como a que la competencia en la actualidad se viene centrando principalmente en los contenidos ofrecidos, lo que constituye el verdadero criterio de elección para los clientes a la hora de decidir entre los distintos servicios que se le ofrecen.

No obstante, se entiende aquí que la decisión final sobre la longitud de la numeración atribuida a estos servicios ha de depender tanto de la necesidad de asegurar una disponibilidad de numeración para el futuro, como de las disposiciones normativas adicionales que puedan establecerse para regular estos servicios, especialmente en lo relativo a la posibilidad de determinar bandas tarifarias asociadas a categorías de servicios.

Otro factor que habría que tener en cuenta al respecto es la necesidad de una migración ordenada de los servicios actualmente operativos al nuevo rango que se atribuya. En este sentido, tanto la atribución de números de cuatro como de cinco dígitos hace necesario que la base de números utilizados actualmente en los rangos N=2, 3, 4, 5, 7 u 8 migren al nuevo rango. Por lo tanto, la necesidad de un periodo de migración, así como la complejidad de dicho proceso, parece independiente de la longitud de la numeración elegida.

Así, se considera que la atribución de un rango de números cortos de cuatro cifras puede resultar insuficiente para cubrir la demanda potencial de estos servicios, si se requiriera en algún momento establecer categorías de servicios y tarifas asociadas dentro del rango, por lo que en este caso parece más conveniente optar por **numeraciones de cinco dígitos con el formato 5XYAB**.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Los operadores obligados a proporcionar acceso a estas numeraciones serían en principio los operadores habilitados para la prestación de servicios de telefonía móvil, lo que comprende operadores con licencia B2 y A2. No obstante, no se debería excluir la posibilidad de acceso desde redes fijas, dado que los servicios de mensajería de valor añadido pueden evolucionar también en este entorno.

5.4 Condiciones para la asignación de numeración

La cuestión siguiente que se plantea una vez señalada la necesidad de atribución de un rango es la determinación de las condiciones por las cuales esta numeración será asignada. Para ello, es necesario tener en cuenta que no parece posible a medio plazo la interconexión entre redes móviles para la interoperabilidad de este tipo de servicios, lo que condiciona el procedimiento de asignación y apertura de esta numeración en las redes.

En la consulta se planteaban dos opciones posibles; por un lado, la asignación únicamente a los operadores móviles, y, por otro, la extensión de la asignación a los proveedores de servicios. En el primer caso, hay que tener en cuenta que la asignación en exclusiva a un operador móvil hace que el resto de redes móviles no puedan dar acceso al mismo por no existir interconexión. Una opción más racional podría ser una asignación compartida entre todos los operadores móviles, siendo los proveedores de servicios los que contratarían el uso de un número concreto a los operadores, aparte de establecer el acceso con cada uno de los SMSC de los operadores móviles.

En el segundo caso contemplado, sería preciso otorgar derechos de numeración a los proveedores de servicios, los cuales podrían operar a través de una autorización general para almacenamiento y reenvío de mensajes SMS. En este supuesto, la asignación a un proveedor de servicio conllevaría la obligación de apertura de dicha numeración en todas las redes de los operadores de tipo B2 y A2 que el proveedor solicitara.

Esta última alternativa comportaría la necesidad de un control más exhaustivo del estado de las numeraciones asignadas, para garantizar que los números asignados son puestos en uso por los asignatarios y que, en caso contrario, los números son reasignados a un tercer proveedor de servicios de una forma dinámica, pero aseguraría la reserva del mismo número en las diferentes redes móviles a las que el proveedor quisiera acceder.

Los motivos anteriores conducen a esta Comisión a recomendar la segunda opción sugerida, esto es, la posibilidad de **extender la asignación a los proveedores de servicios**.

5.5 Marco regulatorio de la prestación de servicios de valor añadido sobre SMS

El mercado de los servicios de valor añadido sobre mensajes SMS se ha desarrollado al margen de cualquier regulación y ha sido rápidamente asumido por los usuarios finales de telefonía móvil. Aunque es encomiable la actitud de los agentes



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

participantes en lo que respecta al compromiso en la comunicación previa de las tarifas al cliente final, no lo es tanto la utilización de numeración sin un criterio determinado, en donde coexisten sobre numeraciones contiguas, o incluso coincidentes, distintos servicios cuyo precio varía notablemente, lo que complica la percepción de tarifas al usuario.

Como se ha considerado previamente, el usuario final percibe una novedosa forma de acceso a servicios con un valor añadido por el cual está dispuesto a pagar una cantidad suplementaria al mero servicio de telecomunicación. Dejando aparte las diferencias técnicas y operativas que existen entre los servicios de tarificación adicional provistos a través de numeraciones de red inteligente y los servicios objeto de esta consulta, parece obvio que el marco regulatorio que ampara la prestación de los primeros no puede excluir los servicios SMS de valor añadido, máxime cuando se trata de un mercado que todavía ha de conocer un mayor desarrollo.

La regulación propuesta para estos servicios, por analogía con la existente para los servicios de tarificación adicional definidos en la Orden PRE/361/2002, habría de especificar cuestiones tales como la atribución de un rango de numeración específico, avalar los derechos de los usuarios que acceden a ellos, asegurar la adhesión de los agentes a un Código de Conducta específico, regular las relaciones entre los distintos agentes y, por último, evaluar la necesidad de clasificar los servicios posibles en categorías y establecer rangos de precios asociados a estas categorías.

Los servicios de tarificación adicional prestados mediante numeraciones de inteligencia de red ya disponen de un marco como el que aquí se preconiza, desarrollado en la Orden PRE/361/2002, así como en la Resolución de 16 de julio de 2002 de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información por la que se atribuyen recursos públicos de numeración a los servicios de tarificación adicional. La inclusión de los servicios aquí analizados en dicho marco regulatorio permitiría amparar de una forma homogénea los derechos de los usuarios cuando acceden a servicios de valor añadido, con retribución adicional, cualquiera que sea la forma de prestación de estos servicios.

6. CONCLUSIONES

A la vista de lo anteriormente expuesto, así como de las opiniones vertidas por los agentes del sector en el marco del proceso de Consulta Pública, esta Comisión concluye lo siguiente:

1. Los servicios de valor añadido a través de mensajes cortos en el ámbito de las redes móviles han experimentado un fuerte desarrollo y se han consolidado entre los usuarios móviles. Suponen una nueva forma de prestación de servicios de tarificación adicional a través de mensajes cortos enviados a numeraciones de destino con una cantidad reducida de cifras.
2. Resulta necesario asegurar la disponibilidad de recursos públicos de numeración suficientes para esta categoría de servicios. Se recomienda la atribución del segmento 5XYAB al rango de numeración para servicios de



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

mensajería de valor añadido sobre redes móviles. Esta atribución podría llevar asociada un conjunto de disposiciones normativas sobre la prestación de servicios de valor añadido a través de mensajes cortos en el ámbito de las redes móviles, en especial en lo que respecta a los derechos de los usuarios o al establecimiento de rangos de precios asociados a estos servicios.

3. Las actuales circunstancias de prestación de estos servicios, reseñadas a lo largo del informe, recomiendan la posibilidad de que los asignatarios de dichas numeraciones sean tanto los operadores móviles con licencia A2 y B2 como los proveedores de servicios de mensajes cortos de valor añadido sobre redes móviles.
4. Los operadores obligados a proporcionar acceso a la numeración atribuida serían los operadores habilitados para la prestación de servicios de telefonía móvil, lo que comprende operadores con licencia B2 y A2, sin perjuicio de que en un futuro, y dependiendo de la evolución de estos servicios, se extienda dicha obligación a otros operadores.
5. La atribución de numeración propuesta es independiente del escenario por el cual se produce la prestación de estos servicios. Actualmente, no existe un estándar que permita una verdadera interoperabilidad de servicios de mensajería de valor añadido sobre redes móviles. Sin embargo, diversas iniciativas internacionales, cuyo objetivo es facilitar la interconexión de redes para estos servicios, podrían permitir la evolución del escenario actual en un futuro.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y el Artículo 23.2 de la Orden de 9 de abril de 1997, por la que se aprueba el Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

Vº Bº

EL PRESIDENTE

EL SECRETARIO



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

D. José María Vázquez Quintana.

D. José Giménez Cervantes.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ANEXO I. RESPUESTAS DETALLADAS DE LOS AGENTES CONSULTADOS (CONFIDENCIAL)



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES MÓVILES	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Airtel Móvil	<p>⇒ El número y la variedad de servicios sobre SMS demuestra <u>per se</u> la <u>existencia de competencia</u>.</p> <p>⇒ Todo intento de regulación conllevará un incremento de rigidez y limitaciones a la innovación.</p> <p>⇒ <u>Intervención regulatoria no justificada</u>: No existen distorsiones de la competencia ni barreras de entrada a este mercado.</p> <p>⇒ <u>No se debe exigir un título habilitante para participar</u> en este mercado. Los proveedores de contenidos no prestan servicios de telecomunicación.</p> <p>⇒ Desde el punto de vista del usuario, hay similitudes entre servicios de red inteligente y servicios SMS, pero el <u>modo de facturar ambos servicios es diferente: por tiempo vs por mensaje corto</u>.</p>	<p>⇒ <u>No es necesario atribuir un rango</u>: Hoy por hoy no existe solución técnica estándar para abrir estos servicios en interconexión, y la única opción lógica posible es ofrecerlos como servicios internos a la red de cada operador.</p> <p>⇒ La <u>transparencia tarifaria</u> no se garantiza estableciendo categorías de tarificación, sino mediante <u>llamadas gratuitas al servicio de atención al cliente</u> del operador móvil y con la <u>obligación de publicar las tarifas</u> de aplicación.</p> <p>⇒ El éxito de estos servicios depende del uso de numeraciones cortas, de <u>hasta cinco cifras</u>.</p> <p>⇒ El uso de numeraciones más largas podría dificultar la facturación entre el operador móvil y el proveedor de servicios.</p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios de la numeración.</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal</u>.</p> <p>⇒ Los <u>proveedores de servicios no tienen derechos de numeración</u> en el marco actual.</p> <p>⇒ La <u>portabilidad incide negativamente</u> sobre la transparencia tarifaria.</p>	<p>⇒ <u>El modelo actual es el adecuado</u>.</p> <p>⇒ Las <u>especificaciones GSM no definen</u> ni el interfaz entre SMSCs ni las modificaciones de funcionalidad en el SMSC, necesarios para interoperabilidad de estos servicios.</p> <p>⇒ No existe <u>ningún proceso de estandarización en curso</u> o en vías de apertura en este sentido.</p> <p>⇒ Un <u>modelo de interoperabilidad no comporta beneficios para los agentes</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empeora la eficiencia. - Posibilita la aparición de fraude en interconexión. - Puede suponer una barrera de entrada a los nuevos operadores móviles.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES MÓVILES	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Xfera Móviles	<p>⇒ El análisis coste-beneficio de una medida regulatoria en estos momentos resulta <u>contrario a cualquier intervención</u>: existe un elevado riesgo de perjudicar la evolución de los servicios de datos y acceso a contenidos.</p> <p>⇒ Los servicios SMS han evolucionado mediante <u>numeración interna</u>, ya que <u>no hay estándar para transferir mensajes cortos entre SMSCs</u> de distintas redes.</p> <p>⇒ La mayoría de proveedores de servicios prestan un servicio de información, con lo que <u>no necesitan ninguna autorización de tipo C</u>.</p> <p>⇒ Entre los servicios de red inteligente y los SMS existen <u>diferencias técnicas y de servicio</u>:</p> <ul style="list-style-type: none">- En SMS, la facturación está acotada.- El riesgo de fraude para los operadores es menor.	<p>⇒ <u>No es necesaria ninguna modificación</u> de la gestión de la numeración actual.</p> <p>⇒ La asignación supone un <u>sobrecoste</u> al sistema actual al introducir tasas.</p> <p>⇒ La <u>transparencia tarifaria</u> no se garantiza estableciendo categorías de tarificación, sino mediante <u>llamadas gratuitas al servicio de atención al cliente</u> del operador móvil y con la <u>obligación de publicar las tarifas</u> de aplicación.</p> <p>⇒ La gestión más eficiente proviene del <u>uso de numeraciones internas con códigos cortos de hasta 4 dígitos</u>. La asignación de códigos por la CMT ralentizaría el proceso.</p> <p>⇒ El empleo de numeraciones más largas complica el encaminamiento en el SMSC.</p> <p>⇒ <u>Operadores móviles con licencia B2</u> como asignatarios de la numeración.</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal</u>.</p> <p>⇒ Los <u>proveedores de servicios no tienen derechos de numeración</u> en el marco actual.</p> <p>⇒ La portabilidad habrá de plantearse cuando sea factible abrir estos servicios en interconexión. La <u>portabilidad beneficiaría al nuevo operador móvil</u> entrante.</p>	<p>⇒ <u>El modelo actual es el adecuado</u>.</p> <p>⇒ Las <u>especificaciones GSM no definen</u> ni el interfaz entre SMSCs ni las modificaciones de funcionalidad en el SMSC, necesarios para interoperabilidad de estos servicios.</p> <p>⇒ Un <u>modelo de interoperabilidad</u>:</p> <ul style="list-style-type: none">- Empeora la eficiencia.- Incentiva a los operadores móviles a convertirse en proveedores de servicio.- Incorpora un nuevo agente en la cadena: el operador móvil de acceso.- No garantiza que las reducciones de valor retenido por los operadores móviles se trasladen al usuario final.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES MÓVILES	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Retevisión Móvil	<p>⇒ <u>No es necesario adoptar medidas</u> que modifiquen el actual marco de relaciones existentes entre los agentes: mercado no estable y no distorsiones de competencia.</p> <p>⇒ El número y la variedad de servicios sobre SMS demuestra <i>per se</i> la <u>existencia de competencia</u>.</p> <p>⇒ La necesidad de obtener una autorización de tipo C se ajusta a la normativa vigente.</p> <p>⇒ Entre los servicios de red inteligente y los SMS existen <u>diferencias técnicas y de servicio</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En SMS, la facturación se fija en función del precio que el proveedor de servicios ofrece al usuario final. 	<p>⇒ <u>Ni las circunstancias técnicas o de mercado, ni el interés de los usuarios justifican la necesidad de atribución de numeración.</u></p> <p>⇒ La <u>transparencia tarifaria</u> no se garantiza estableciendo categorías de tarificación, sino mediante <u>llamadas gratuitas al servicio de atención al cliente</u> del operador móvil y con la <u>obligación de publicar las tarifas</u> de aplicación: <u>código de autorregulación</u>.</p> <p>⇒ Numeraciones más largas implica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificultades técnicas: facturación y encaminamiento de mensajes - Comerciales: desincentivo a la demanda. <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios de la numeración.</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal.</u></p>	<p>⇒ El éxito de estos servicios demuestra lo <u>adecuado y competitivo que es el modelo actual</u>.</p> <p>⇒ Las <u>especificaciones GSM no definen</u> ni el interfaz entre SMSCs ni las modificaciones de funcionalidad en el SMSC, necesarios para interoperabilidad de estos servicios.</p> <p>⇒ Un <u>modelo de interoperabilidad no comporta beneficios para los agentes</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posibilita la aparición de fraude en interconexión. - Puede suponer una barrera de entrada a los nuevos operadores móviles, y, en general, a los operadores con menor número de clientes.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES MÓVILES	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Telefónica Móviles	<p>⇒ <u>No existe falta de competencia efectiva</u> en este mercado emergente que exija una intervención regulatoria <i>ex ante</i>.</p> <p>⇒ Son servicios en donde <u>la oportunidad de negocio depende de la rapidez</u> con que se disponga de todos los recursos.</p> <p>⇒ El uso de numeración interna de los operadores móviles ha conferido <u>gran flexibilidad y el empleo eficiente</u> de números cortos.</p> <p>⇒ En este mercado, existen proveedores que sólo proveen información adicional, y otros que ofrecen un servicio de telecomunicaciones de envío de datos (sujetos a una autorización de tipo C).</p> <p>⇒ Existe una diferencia fundamental entre los servicios de red inteligente y los SMS: <u>la facturación por servicio</u>. Mayor definición que en red inteligente, en donde es dependiente de la duración de la llamada.</p> <p>⇒ <u>No es necesario introducir la obligación de portabilidad</u> en estas numeraciones, aunque puede tener efectos positivos para los operadores entrantes.</p>	<p>⇒ <u>Atribución innecesaria</u>, puesto que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No implica un uso más eficiente de la numeración. - Interfiere en la gestión de los servicios y su facturación. - Reduce el número de agentes que optan a códigos de cuatro dígitos. - Aumenta el periodo de tiempo necesario para la disponibilidad efectiva de un servicio. - Obligación de migración, con el coste añadido. - Impediría a los proveedores estar conectados a varios operadores usando un mismo número. - En el futuro, la numeración carecerá de relevancia. <p>⇒ La <u>clasificación en categorías</u>, tanto por nivel de precios como por tipo de servicio, <u>restringe la disponibilidad</u> de numeración.</p> <p>⇒ Numeraciones más largas suponen un <u>desincentivo a la demanda</u>.</p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal</u>.</p> <p>⇒ Los <u>proveedores de servicios no tienen derechos de numeración</u> en el marco actual.</p>	<p>⇒ El modelo actual ha garantizado el éxito y desarrollo de estos servicios.</p> <p>⇒ <u>Interconexión entre operadores no posible técnicamente</u>, y conlleva riesgos para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posible contracción del mercado, por un desequilibrio en las condiciones de prestación. - Pérdida de oportunidad y flexibilidad. - Introduce nuevos elementos de seguridad y fraude.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

PROVEEDORES DE SERVICIOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Latinia Wireless Solutions	<p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito para los proveedores de servicio.</p> <p>⇒ Existe un paralelismo entre los servicios de red inteligente y los servicios SMS. La clave del desarrollo de ambos es la existencia de unas reglas claras de coste para el usuario final.</p>	<p>⇒ <u>Es necesario</u>. Con ello se diferenciarían claramente estos servicios y su coste asociado.</p> <p>⇒ <u>No se debe realizar una clasificación por tipo de servicios</u>, al ser un mercado todavía incipiente.</p> <p>⇒ <u>Se deben clasificar los servicios mediante tramos de precios</u>.</p> <p>⇒ A favor de la atribución de <u>números de cuatro dígitos más un sistema de subdireccionamiento</u>.</p> <p>⇒ Los servicios 'impulsivos' requieren numeración corta; los servicios profesionales 'planificados' no.</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal</u>.</p> <p>⇒ <u>Proveedores de servicios con derechos de numeración</u>.</p> <p>⇒ <u>La numeración específica no supone per se un incremento de la calidad</u>, sino la posibilidad de Acuerdos de Nivel de Servicio y posibilidad de responder al llamante.</p> <p>⇒ <u>Un mes</u> para puesta en servicio de la numeración.</p> <p>⇒ <u>La portabilidad incentiva la libre competencia</u>.</p>	<p>⇒ <u>El modelo actual es el adecuado</u>, porque favorece la creación de agentes intermedios en la cadena de valor.</p> <p>⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u> conlleva riesgos para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none">- Elimina los agentes independientes del mercado.- Limita la competencia y la aparición de nuevos servicios.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

PROVEEDORES DE SERVICIOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
World Premium Rates	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>Los operadores móviles condicionan la entrada en el sector de nuevos agentes.</u>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito para los proveedores de servicio.⇒ Existe un paralelismo entre los servicios de red inteligente y los servicios SMS. Debería existir un Código de Conducta similar a los servicios Premium de red inteligente.	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>Es absolutamente necesario.</u>⇒ <u>La clasificación en categorías de servicios,</u> favorecería la creación de nuevos servicios.⇒ <u>La transparencia tarifaria sólo se consigue obligando a publicar las tarifas.</u>⇒ A favor de la atribución de <u>números de hasta cinco dígitos.</u>⇒ El desarrollo de estos servicios puede llevar al uso de prefijos con numeración de longitud variable⇒ <u>No discriminación</u> en el uso de la numeración por parte de distintos agentes. <u>Numeración única</u> para todos los operadores móviles.⇒ <u>Asignación temporal por periodos de un año como máximo.</u>⇒ <u>Proveedores de servicios con derechos de numeración.</u>⇒ <u>La numeración específica supone un incremento de la calidad y competitividad.</u>⇒ <u>Dos meses</u> para puesta en servicio de la numeración.⇒ <u>La portabilidad incentiva la libre competencia.</u>	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>El modelo actual no es el adecuado,</u> porque la coordinación del uso de un número corto con todos los operadores móviles es un freno a la competencia.⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u> se conseguiría con una interconexión de líneas de datos entre SMSCs, y supone:<ul style="list-style-type: none">- Repercute positivamente en la actividad de los proveedores independientes del mercado.- Aumenta el grado de integración vertical (¿?).⇒ <u>Esquema de retribuciones en cascada.</u>



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

PROVEEDORES DE SERVICIOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Quantum Gap	<p>⇒ Se debe tender hacia un <u>entorno de transparencia y competencia que garantice:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Igualess condiciones para agentes en la misma posición de la cadena. - Desarrollo sostenible del mercado de servicios móviles de datos. - Protección del cliente final. <p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito para los proveedores de servicio.</p> <p>⇒ El mercado de los servicios de red inteligente es la mejor referencia en cuanto a la operación, comercialización y retribución de servicios de valor añadido.</p>	<p>⇒ <u>Es necesario</u> para garantizar condiciones justas y facilitar el desarrollo del mercado.</p> <p>⇒ <u>La clasificación en categorías</u> favorece el conocimiento del precio por el usuario final, pero se debe evitar el esquema de prefijos de red inteligente.</p> <p>⇒ A favor de la atribución de <u>números cortos</u>, con un número de dígitos suficiente para dar cabida a todos los agentes en igualdad de condiciones.</p> <p>⇒ El incremento en el número de dígitos se compensaría con la <u>disminución de comandos</u> alfanuméricos.</p> <p>⇒ <u>Criterio general de asignación:</u> uso eficiente.</p> <p>⇒ <u>No asignación temporal.</u></p> <p>⇒ <u>Dos meses</u> para puesta en servicio.</p> <p>⇒ <u>Numeración portable.</u></p>	<p>⇒ <u>El modelo actual no es el adecuado</u>, porque no garantiza condiciones justas y equitativas.</p> <p>⇒ <u>No existen limitaciones técnicas relevantes para migrar a un modelo de interoperabilidad.</u> Se considera más relevante la apertura de la numeración y su tarificación. Este modelo supone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repercute en el grado de competitividad de todos los agentes del mercado. - Puede aumentar el grado de integración vertical. <p>⇒ <u>Esquema de retribuciones en cascada.</u></p>
Netsize España	<p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito para garantizar la calidad y garantía del servicio.</p>	<p>⇒ <u>No encuentra una necesidad urgente.</u></p> <p>⇒ La transparencia tarifaria se consigue <u>asociando precios a un rango o prefijo.</u></p> <p>⇒ <u>Números de cinco cifras como máximo.</u></p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios.</p> <p>⇒ Al ser numeración interna, <u>no es portable.</u></p>	<p>⇒ <u>El modelo actual es el más adecuado</u> para el desarrollo del mercado.</p> <p>⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u> no es factible técnicamente, y supone una amenaza para la actividad de los proveedores de servicio independientes.</p>



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

PROVEEDORES DE SERVICIOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Gsmbox España	<p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito mínimo.</p> <p>⇒ <u>No existe paralelismo</u> alguno entre servicios de red inteligente y servicios SMS.</p>	<p>⇒ <u>No se considera necesario</u>, pues se va a migrar a las plataformas WAP en breve y éstas no necesitan numeración.</p> <p>⇒ La migración de los servicios actuales a la nueva numeración atribuida supondría <u>un inconveniente para los servicios ya en marcha</u>.</p> <p>⇒ La transparencia tarifaria se consigue a través de <u>compromisos de comunicación de los proveedores de servicios</u>.</p> <p>⇒ <u>No se deben vincular rangos a tarifas</u>, debido a la próxima introducción de GPRS.</p> <p>⇒ <u>Números de cuatro dígitos</u>.</p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios.</p> <p>⇒ La continuidad del modelo actual hace que <u>la portabilidad carezca de sentido</u>.</p>	<p>⇒ <u>El modelo actual es el óptimo</u>, pues fomenta las inversiones y el desarrollo de nuevos servicios.</p> <p>⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u>:</p> <ul style="list-style-type: none">- Perjudica a los proveedores de servicios y contenidos, puesto que fomenta una mayor integración vertical de la cadena de valor.- Dificulta la gestión de los servicios por parte de los operadores.- Puede desincentivar inversiones.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

PROVEEDORES DE CONTENIDOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Telecinco	<p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito, junto con un compromiso de inversión o tamaño empresarial.</p> <p>⇒ <u>Actualmente existe cierto paralelismo</u> entre servicios de red inteligente y servicios SMS, pero las expectativas del servicio SMS son superiores a las de la red inteligente.</p>	<p>⇒ <u>Se considera imprescindible.</u></p> <p>⇒ Deberían existir unas <u>tarifas establecidas.</u></p> <p>⇒ <u>Números de cuatro dígitos.</u></p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios.</p> <p>⇒ La <u>portabilidad es necesaria</u> para favorecer la liberalización del mercado.</p>	<p>⇒ <u>No se pronuncian explícitamente sobre un modelo u otro.</u> Consideran que es preciso orientar a 'coste+margen' en la relación cliente-proveedor, y retribuir en función de las aportaciones al producto.</p>
Plataforma Logística de Usuarios de Sogecable (Plus)	<p>⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito, lo cual repercute en la transparencia del sistema.</p> <p>⇒ Las diferencias técnicas entre la provisión de servicios de red inteligente y servicios SMS condiciona que el usuario final perciba diferencias entre ambos.</p>	<p>⇒ <u>Se considera necesario</u> para fomentar la transparencia frente al usuario final.</p> <p>⇒ Se considera aconsejable una <u>vinculación de la numeración al servicio ofrecido y a las tarifas finales.</u></p> <p>⇒ <u>Números de cuatro dígitos es la solución óptima,</u> pero limita la numeración disponible.</p> <p>⇒ <u>Criterio de asignación:</u> función de los clientes potenciales del operador.</p> <p>⇒ <u>A favor de una asignación temporal.</u></p> <p>⇒ <u>Operadores móviles</u> como asignatarios.</p> <p>⇒ <u>Portabilidad imprescindible.</u></p>	<p>⇒ <u>El modelo actual no es el óptimo,</u> pues no aprovecha la optimización de costes que conlleva la interconexión de operadores (suponiendo adecuada orientación a costes).</p> <p>⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u> aumenta el grado de integración vertical de la cadena de valor, aproximando a los operadores móviles y a los proveedores de contenidos.</p>



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES FIJOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Telefónica de España	⇒ Los servicios SMS, emergentes en el mercado, deben desenvolverse en un contexto de <u>intervención regulatoria mínima</u> . ⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito para los proveedores de servicios.	⇒ <u>Los titulares de autorizaciones de tipo C no tienen reconocidos derechos de numeración</u> . ⇒ La atribución debe determinar <u>una longitud de número determinada</u> , y no abierta. ⇒ El uso de un esquema de numeración abierto sólo está previsto en el estándar para servicios internos a cada red.	
Colt Telecom España	⇒ <u>La autorización de tipo C</u> debe ser un requisito. ⇒ Desde el punto de vista del usuario, hay similitudes entre servicios de red inteligente y servicios SMS, pero el <u>modo de facturar ambos servicios es diferente: por tiempo vs por conexión</u> .	⇒ <u>Se considera necesario</u> para fomentar la transparencia tarifaria frente al usuario final, y se den las mismas condiciones de competencia a otros operadores. ⇒ La <u>transparencia tarifaria</u> se consigue estableciendo <u>niveles de tarificación</u> . ⇒ <u>Números de cuatro dígitos es la solución óptima</u> , pero limita la numeración disponible. Por tanto, se puede plantear el uso de numeración de hasta nueve dígitos. ⇒ <u>No asignación temporal</u> . ⇒ Asignatarios sólo aquellos agentes con derechos de numeración reconocidos, tanto operadores móviles como fijos. ⇒ <u>Dos meses</u> para puesta en servicio. ⇒ <u>Portabilidad imprescindible</u> .	⇒ <u>El modelo actual no es el adecuado</u> , pues limita artificialmente el mercado. ⇒ <u>El modelo de interoperabilidad</u> : <ul style="list-style-type: none"> - Favorece el crecimiento del sector. - Aumenta el grado de integración vertical de la cadena de valor. ⇒ <u>Esquema de retribuciones en cascada</u> .



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERADORES FIJOS	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
Iberbanda	<ul style="list-style-type: none">⇒ La situación actual <u>no favorece la transparencia tarifaria</u>, y puede suponer una <u>restricción a la operación de los operadores móviles virtuales</u>.⇒ <u>No está justificada la diferenciación de título habilitante para la prestación de SVA ofrecidos desde redes móviles o fijas: unificación de criterios.</u>	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>Se considera necesario atribuir rangos de numeración a servicios de tipo datos</u>, con una numeración equivalente a la de red inteligente para identificar proveedores de servicios y otra para terminales de datos.⇒ <u>También es preciso atribuir un rango de numeración corta para servicios no vocales.</u>⇒ <u>Asignatarios tanto operadores móviles como fijos.</u>⇒ Establecimiento de <u>niveles de tarificación.</u>⇒ <u>Longitud del número no relevante.</u>⇒ <u>Numeraciones portables.</u>	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>El modelo actual supone una limitación</u> al desarrollo de la competencia y a la innovación.⇒ <u>Se ha de tender hacia un modelo de interoperabilidad</u>, y previamente a la atribución se ha de definir el esquema de interconexión.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ASOCIACIONES	CONSIDERACIONES PREVIAS	NECESIDAD DE ATRIBUCIÓN DE NUMERACIÓN	ESCENARIOS DE PRESTACIÓN DE SVA: ESCENARIO ACTUAL VS INTEROPERABILIDAD COMPLETA
ANIEL	<ul style="list-style-type: none">⇒ El modelo actual se enmarca en un <u>contexto de libre negociación</u> y en la <u>creación cooperativa de valor</u>.⇒ <u>No está justificada la adopción de medidas regulatorias</u>; no existen anomalías.⇒ En otros países, la tendencia apunta hacia la desregulación, junto con la coexistencia de un <u>código de autorregulación y/o conducta</u>.⇒ La autorización de tipo C para los proveedores de servicios se ajusta a la normativa vigente.	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>No se considera necesario atribuir rangos de numeración a estos servicios</u>, pues supone reducir el número de códigos disponibles.⇒ <u>Tampoco se han de asociar niveles tarifarios a rangos de numeración</u>.⇒ Numeraciones más largas o prefijos implican <u>dificultades técnicas</u>.⇒ <u>La asignación a los proveedores de servicios implica una apertura en interconexión, lo que es técnicamente inviable</u>.	<ul style="list-style-type: none">⇒ <u>El modelo actual garantiza la adecuada prestación de los servicios y una gran flexibilidad</u>.⇒ <u>El modelo de interoperabilidad no puede soportarse por ningún estándar</u>.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ANEXO II. INFORME DE SITUACIÓN DEL MERCADO DE SERVICIOS SMS DE VALOR AÑADIDO EN LOS PAÍSES IRG

II.1 Introducción - objeto del informe

En el marco de la consulta pública formulada por la CMT sobre el uso de números cortos para la prestación de servicios de valor añadido en el ámbito de las redes móviles, a continuación se exponen las conclusiones obtenidas del análisis de la situación en los países miembros del IRG.

II.2 Conclusiones

En general, las conclusiones globales que se obtienen del análisis del mercado de servicios de valor añadido en el marco de las redes móviles en el conjunto de países del IRG son las siguientes:

1. No existe una definición legal de servicios de valor añadido SMS en los países IRG;
2. Los agentes del mercado de servicios de valor añadido SMS son similares en todos los países IRG. Entre éstos se incluyen (1) operadores de red móvil, (2) operadores móviles virtuales, (3) proveedores de contenidos y (4) intermediarios (brokers) del mercado de acceso;
3. Las competencias de las ANRs sobre la numeración usada para los servicios de valor añadido SMS varían. De hecho diversos rangos de numeración son utilizados en los distintos países IRG. Estos incluyen números cortos, números E.164 y números premium. Además, mientras algunos de estos números son específicos de una red, otros pueden ser usados en todas las redes móviles.
4. Respecto de transparencia de tarifas finales, en la mayoría de los países los precios están asociados a estructuras de tarifas dentro del rango de numeración de los servicios de valor añadido SMS o bien se obliga a que las tarifas de servicios de valor añadido SMS deban ser claramente publicitadas. Sin embargo, en algunos países ha habido quejas de los consumidores en cuanto a precios, facturación y mecanismos para darse de baja del servicio;
5. En materia de acuerdos entre operadores de red móvil y proveedores de contenidos, parece que éstos se refieren al reparto de ingresos o volumen de SMS. Algunos países han recibido quejas de los proveedores de contenidos acerca de los acuerdos relativos a precios, e incluso la Autoridad de la Competencia de Finlandia está formalmente investigando una denuncia en este sentido;
6. En general, diversas autoridades nacionales pueden estar implicadas en la regulación de los servicios de valor añadido SMS, dado que además de la normativa sectorial de telecomunicaciones estos servicios tienen que cumplir con otras normativas sectoriales (Derecho de la competencia, normativa de protección de consumidores y usuarios...).



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

II.3 Resumen de la situación en los países IRG

II.3.1 Concepto de mensajes de texto de valor añadido

El concepto de servicios de valor añadido SMS no está directamente contenido en las legislaciones nacionales, pero se incluye indirectamente en la regulación nacional a través de la normativa sobre números E.164 (este es el caso de Austria). Una definición operativa de SMS de valor añadido, atendiendo a la situación de los países IRG, podría ser:

“El uso de SMS para proveer servicios o productos de contenido al consumidor, a menudo generando un precio premium relativo al contenido. El servicio añadido al mensaje de texto, por la aplicación o el contenido inserto con él, se considera que está por encima y más allá del de un mensaje de texto estándar y el consumidor consiente en ser facturado por el valor añadido.”

II.3.2 Agentes en el mercado de servicios de valor añadido

Con relación a los agentes que operan en el mercado de SMS de valor añadido, en general todos los países tienen a los siguientes agentes en el lado de la oferta:

- Operadores móviles;
- Operadores móviles virtuales;
- Proveedores de contenidos;
- *Brokers* o intermediarios de acceso (equivalentes a proveedores de servicios): estos últimos no aparecen necesariamente en todos los países; en Bélgica no existen y los proveedores de contenidos negocian por sí mismos con cada operador móvil.

Además, el regulador italiano AGCOM ha señalado la relevancia que tienen en el mercado nacional italiano los portales que ofrecen a los que los visitan la posibilidad de enviar SMS a abonados móviles de modo gratuito. Si bien actualmente no ofrecen servicios de valor añadido, estos portales adquieren elevados volúmenes de SMS a nivel mayorista y cuentan con una consolidada base de consumidores para sus servicios de SMS que obligan a tener en cuenta su importante ventaja competitiva respecto de potenciales proveedores de servicios SMS entrantes en el mercado.

II.3.3 Asignación de numeración

En relación a la asignación de numeración para la provisión de servicios SMS de valor añadido, la responsabilidad para la adjudicación y administración de estos números varía en los países IRG, repartiéndose la responsabilidad entre las ANRs (Suecia, Finlandia, Irlanda), el Ministerio del sector (Austria, Italia, Bélgica) e incluso, en algún caso, los operadores de red móvil (Dinamarca, Noruega, Suiza).

Respecto de los rangos de numeración para servicios SMS de valor añadido, se utiliza una variedad de rangos. Esta incluye números cortos, números E.164 y números *premium*. Resulta remarcable el caso austriaco donde, si bien existe un rango de numeración exclusivamente designado para SMS de valor añadido (números de tarifas *premium*) los proveedores muy raramente los utilizan, prefiriendo números de abonados móviles o números cortos. Por otro lado, dependiendo del país, algunos de los números



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

son específicos para una red móvil mientras que otros pueden ser utilizados en todas las redes móviles.

En general, los números de servicios de valor añadido son asignados a los operadores móviles, quienes a su vez los asignan al resto de proveedores de servicios SMS de valor añadido. Sin embargo, en algunos países se puede asignar directamente esta numeración a todos los agentes que ofertan servicios de valor añadido SMS en el mercado.

Respecto de las condiciones para la asignación de numeración para servicios SMS de valor añadido, en la mayoría de países IRG se aplican acuerdos comerciales entre los operadores de red móvil y los proveedores de contenidos. Sin embargo, en ciertos países aplica además otro régimen como, por ejemplo, códigos de conducta para el servicio de valor añadido, como es el caso de Bélgica.

En la mayoría de los países existen números específicos asignados a servicios de valor añadido SMS para adultos.

II.3.4 Interoperabilidad de la numeración para servicios de valor añadido SMS entre los operadores de red móvil

En general, la interoperabilidad de la numeración para servicios de valor añadido SMS varía entre los países IRG.

- En algunos países los mismos números pueden ser utilizados para todas las redes móviles. Así, en Irlanda, una vez que un proveedor de servicios SMS de valor añadido llega a un acuerdo con un operador de red, se le adjudica un número corto y ese mismo código corto es reservado para todo el resto de redes móviles. También en Noruega y Finlandia el mismo número es usado en todas las redes móviles.
- En otros países, los números para servicios de valor añadido SMS son específicos de cada red móvil (así es en Italia y en Suiza).
- En un tercer grupo de países, los números de tarifa *premium* para servicios SMS de valor añadido pueden ser usados en todas las redes fijas y móviles. Este es el caso en Bélgica.

II.3.5 Tarifas para usuarios finales

En algunos países se utiliza una estructura tarifaria para servicios SMS de valor añadido acordada por la industria (es el caso de Dinamarca), mientras que en otros el proveedor de los servicios fija las tarifas (Austria, Finlandia, Italia).

Las tarifas para usuarios varían dependiendo del valor que se añada al servicio de valor añadido SMS. Así, la adquisición de un billete de tren puede elevar la tarifa final hasta 100 Euros en el caso de Austria. En Bélgica la horquilla oscila entre 0,15 y 1,50 Euros. Sin embargo, en algunos países IRG, se han asociado límites específicos a las tarifas finales por servicios SMS de valor añadido.

Respecto de la transparencia de los precios finales, en muchos países IRG se han asociado a estructuras tarifarias dentro de los rangos de numeración de los servicios



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

SMS de valor añadido (en Finlandia, Irlanda, Suecia) o bien se prevé que las tarifas finales deben ser claramente publicitadas (caracterizadamente, Suiza), o una combinación de ambos sistemas (así, en Bélgica). En Austria, los proveedores prefieren utilizar números de abonados móviles o números cortos para estos servicios, debido a que en esos casos no se requiere anunciar la tarifa que se va a aplicar.

II.3.6 Acuerdos entre el operador de red y el proveedor de servicios

Atendiendo a la información de que disponen las ANRs, los acuerdos entre los operadores de red y los proveedores de contenidos se refieren al reparto de ingresos o al volumen de SMS. Sin embargo, otra posibilidad es que los productos de un proveedor de contenidos sean elegidos por un operador de red móvil para ser incluidos entre los servicios ofrecidos por ese operador móvil (esta última es una práctica común en Suecia).

Respecto de la negociación de acuerdos entre proveedores de contenidos y operadores de red, en general los proveedores de contenidos pueden negociar un único acuerdo con un intermediario de acceso (*access broker*) o con un operador de red móvil para alcanzar a todos los abonados móviles (en Noruega y Suecia). Sin embargo, en algunos países es necesario que el proveedor de contenidos llegue a acuerdos con cada operador de red móvil (así, en Bélgica; también es el caso más frecuente en Finlandia, si bien existen igualmente intermediarios de acceso, y en Italia, aunque no sea imprescindible).

II.3.7 Competencias en la regulación de servicios SMS de valor añadido

Las competencias de las ANRs para regular servicios SMS de valor añadido varían entre los países IRG, siendo así que algunas ANRs no tienen competencia en esta área (es el caso de NITA en Dinamarca). En general, numerosas autoridades pueden estar implicadas en la regulación de servicios SMS de valor añadido, dado que la normativa que les es aplicable excede la sectorial. Entre estas autoridades se incluyen:

- Agencias específicas de protección de los consumidores;
- Autoridades de la Competencia;
- Reguladores específicos para servicios de telecomunicaciones con tarifas *premium*.

II.3.8 Quejas en materia de servicios SMS de valor añadido

Varias ANRs han recibido quejas formales (Bélgica, Suiza) y sobre todo informales (Austria, Irlanda), tanto de consumidores como de proveedores de contenidos. Las quejas de consumidores normalmente se refieren a precios, facturación y mecanismos para darse de baja de ciertos servicios SMS de valor añadido. Las quejas de los proveedores de contenidos generalmente se refieren a los acuerdos entre éstos y los operadores móviles de red (distribución de ingresos, necesidad de llegar a acuerdos con todos las redes móviles para alcanzar a todos los usuarios, etc.). En algunos países (Bélgica, Finlandia), estas quejas están siendo actualmente investigadas por distintas autoridades (Autoridad de la Competencia, mediadores generales o específicos para el ámbito de las telecomunicaciones...).