

RECOMENDACIONES Y OBLIGACIONES PARA EL USO E IMPLEMENTACIÓN DE LOS CÓDIGOS CORTOS

A continuación, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) presenta algunas recomendaciones y obligaciones que deben ser tenidas en cuenta para el uso y la implementación de los códigos cortos:

1. Únicamente se debe hacer uso de los códigos cortos que hayan sido asignados por la Comisión.

La asignación de los códigos cortos se puede constatar a través del Sistema de Información y Gestión de Recursos de Identificación (SIGRI), el cual puede ser consultado a través del siguiente enlace: <https://www.pnn.gov.co/mapa/codigosCortos.xhtml>

De esta manera, si el código corto no está registrado –en el SIGRI– con estado “*asignado*”¹ no puede ser utilizado. Esto significa que no puede cursarse tráfico a través de los códigos cortos cuyo estado sea “*disponible*”, “*en reserva*” o “*no asignable*”.

2. Los **asignatarios** de los códigos cortos, así como los **PRST deben revisar** –de forma permanente– el estado de los códigos cortos registrados en el SIGRI, a efectos de la implementación de ese recurso de identificación en las redes de comunicaciones.

De esta manera, si un código corto no está registrado como asignado, no podría estar habilitado en la red de ningún PRST. Lo anterior, salvo lo dispuesto respecto de los códigos cortos en estado “*en reserva*”.

3. Los integradores tecnológicos, los proveedores de contenidos y aplicaciones (PCA) y los Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones (PRST) en su condición de PCA, que sean **asignatarios** de los códigos cortos **deben cumplir** con lo dispuesto en la Resolución CRC 5050 de 2016, para el envío de mensajes de texto y USDD. (Títulos II, IV y VI de la Resolución mencionada)
4. Cada código corto debe ser utilizado en el uso para el cual fue autorizado por esta Comisión. Así, el **asignatario debe tener** en cuenta la modalidad, justificación, propósito y descripción del servicio presentada al momento de radicar la solicitud de asignación correspondiente.
5. Los **asignatarios deben ejercer** la actividad para la cual se registraron en el RPCAI al momento de solicitar la asignación de los códigos cortos, así como la actividad informada al momento de la asignación.
6. Los **asignatarios deben contar** con la autorización expresa y escrita para el envío de mensajes o contenido por parte de terceros.

¹Corresponde al recurso de identificación atribuido para el cual el Administrador de los Recursos de Identificación autorizó el uso por parte de un determinado asignatario bajo unas condiciones especificadas.

7. **No se deben** enviar mensajes comerciales y publicitarios a usuarios inscritos en el Registro de Números Excluidos (RNE), cuyo envío no haya sido autorizado expresamente por el usuario.
8. Los **asignatarios** de los códigos cortos **deben usar** herramientas tecnológicas para prevenir fraudes a través del envío de mensajes SMS o USSD y efectuar controles periódicos respecto de la efectividad de los mecanismos dispuestos para tal fin.
9. Los **asignatarios** de los códigos cortos **deben establecer** mecanismos de atención a los usuarios y responder de fondo las solicitudes que reciba en relación con los mensajes enviados desde esta numeración, dentro de los 15 días hábiles siguientes a su recibo.
10. Los **asignatarios** de los códigos cortos **deben implementar** procesos de verificación de identidad de los PCA que los seleccionen o elijan, con el fin de evitar la suplantación de identidad.
11. Los **asignatarios** de los códigos cortos **están obligados a devolver** los códigos cortos que no utilicen o no necesiten, para lo cual se debe seguir el procedimiento previsto para el efecto en el artículo 6.1.1.7 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
12. **Todos los agentes involucrados en la prestación del servicio de envío de SMS o USSD**, con fines comerciales o publicitarios **deben hacer el tratamiento** de los datos personales en los términos de la Ley [1581](#) de 2012, o aquellas normas que la modifiquen, sustituyan o reglamenten.
13. **Deben adoptarse** las palabras clave estandarizadas (sin importar la utilización de letras mayúsculas o minúsculas) "SALIR" y "CANCELAR" para restringir la recepción de mensajes de un determinado PCA. De esta manera, se debe permitir a los usuarios enviar las palabras clave mencionadas a través de cada código corto que se remitan mensajes comerciales y publicitarios.
14. Cuando se envíen mensajes comerciales o publicitarios, **siempre se debe informar** el nombre, la marca o la razón social del PCA responsable de la provisión de contenidos y aplicaciones. El cumplimiento de esta obligación deberá hacerse al principio o al final de cada sesión, mensaje o un grupo de mensajes concatenados según lo que aplique