



Entra en vigor el nuevo Código de Conducta de los SMS Premium

A partir del 27 de noviembre entra en vigor la resolución de la SETSI por la cual se aprueba el nuevo Código de Conducta para la prestación de servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes (SMS).

Barcelona, 3 de noviembre de 2009. Tras la aprobación del [Código de Conducta](#) el pasado mes de julio, el 27 de noviembre entra en vigor esta normativa, que supone importantes cambios en los servicios SMS Premium.

A partir de ahora se modifica el formato de numeración corta pasando a ser una cifra de 5, 6 ó 7 dígitos. Además, el responsable legal del servicio prestado pasa a ser el Operador titular del número corto en lugar del prestador del contenido del mensaje como hasta ahora. Otra importante novedad es que los SMS con precio superior a 1'20 euros requerirán un mensaje de confirmación por parte del usuario conforme acepta el servicio ("doble opt-in").

Normas generales sobre publicidad

El nuevo Código de Conducta establece las normas generales que tiene que cumplir cualquier publicidad relativa a servicios SMS Premium.

En medios estáticos (Internet, prensa, sobreimpresión en TV...) deberán aparecer, obligatoriamente: el precio del servicio con el IVA incluido, el nombre completo del titular y la dirección electrónica. Toda información se tiene que presentar con caracteres de tamaño y colores apropiados para que sean fácilmente legibles.

El precio final publicado deberá incluir los impuestos. Por ejemplo:

- En mensajes con coste de 0,90€, se pondrá 1,04€
- En mensajes con coste de 1,20€, se pondrá 1,39€
- En mensajes con coste de 3,00€, se pondrá 3,48€

En el caso de publicidad en TV, la información sobre precios e identificación del operador titular se presentará de forma estática e inmediatamente después del número publicitado. Se hará de la misma forma cuando se publicite oralmente.

En el caso de publicidad en radio, al anunciar el número se deberá informar el precio final con impuestos incluidos.

.../...

En caso de existir servicios asociados a los servicios de tarificación adicional, como navegación WAP o similares, la expresión a utilizar será del tipo <<Precio del mensaje, x,xx € + precio de navegación WAP, consulte con su operador>>.

Contenido de la publicidad

En cuanto al contenido, éste deberá fomentar la protección del usuario así como de los menores, no deberá causar o difundir ofensa individual o colectiva, no deberá producir ni inducir engaño alguno y tendrá que adecuarse a la verdadera naturaleza del producto ofrecido. En el caso de promociones, ofertas, descuentos o similares se deberá indicar el tiempo de duración y las condiciones de participación.

Por lo que respecta a las abreviaturas, éstas deberán contar con al menos tres signos alfanuméricos, excluido el punto ortográfico:

- Recomendación de la edad: <<adultos>> o <<+ 18 años>>
- Indicación del precio en euros: <<€>> o <<Eur.>>
- Identificación del número de Atención al Cliente: n.º atn clte.
- Apartado de correos: <<Apdo>>
- Publicidad: Publi.

Finalmente, cabe señalar que el Código de Conducta establece una serie de controles y régimen de sanciones en caso de incumplimiento.

Contacto

Departamento de Comunicación
comunicacion@masvoz.es
www.masvoz.es