



Marketing via SMS

Guia de Boas Práticas Brasileiro

Agosto/2014

Sumário

I.	Introdução	2
II.	Definições	2
III.	Sobre Opt-in	3
IV.	Sobre Opt-out	3
V.	Frequência	4
VI.	Horário	4
VII.	Identificação	5
VIII.	Gratuidade ao Usuário	5
IX.	Dos Conteúdos	5
X.	Dos produtos e serviços divulgados.....	6
XI.	Dos direitos e responsabilidades	6
XII.	Operadoras	Erro! Indicador não definido.
XIII.	Marcas/Anunciantes	6
XIV.	Integradores.....	7

Introdução

O presente Guia de Boas Práticas Brasileiro visa estabelecer os limites da boa conduta para a realização de ações de Marketing via SMS. O presente Guia está baseado nos seguintes códigos e leis já existentes: [Código de Defesa do Consumidor](#), Lei Geral de Telecomunicações ([Lei nº 9.472/1997](#)), disposições da Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária – CBAP do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – [CONAR](#) e [Código de ética do Probare](#) – Programa Brasileiro de Auto-regulamentação do setor de relacionamento.

As boas práticas aqui citadas deverão ser cumpridas por todos os membros do MMA, sejam eles integradores de telecomunicação, agências de marketing e comunicação, veículos e anunciantes.

Definições

No decorrer deste documento serão adotados termos particulares do mercado de Telecomunicação, para isso, abaixo são apresentadas suas definições.

- **Marca/Anunciante:** É toda instituição pública ou privada, empresa ou pessoa que serve de uma agência de publicidade ou Integrador para, através de anúncios, para promover seus produtos ou serviços mediante pagamento;
- **Aparelho(s) Celular(es):** Equipamento de telefonia móvel do Usuário;
- **Base de Clientes:** Lista de números de Aparelhos Celulares dos Usuários OPT-IN do Anunciante;
- **Blacklist(s):** Lista de Linhas de Celulares OPT-OUT do anunciante que não possam ser utilizados em ofertas para Assinaturas de Conteúdo de Mobile Marketing ou comunicação de serviços;
- **Campanhas de Mobile Marketing:** Refere-se aos arquivos enviados gratuitamente pelo Provedor/Anunciante / Marca/Anunciante, podendo abranger textos, sons, músicas, vídeos, ícones, etc., licenciados por si ou por terceiros para utilização e/ou visualização em aparelhos celulares;
- **Integrador:** Refere-se às empresas que realizam a conexão entre Operadoras e Provedores, administrando a infraestrutura de rede e controlando a bilhetagem entre estes e os Usuários;
- **Log(s):** Processo de registro de eventos relevantes num sistema computacional;
- **Operadoras:** Refere-se à concessionária de Serviço Móvel Pessoal, com a qual o Assinante mantém vínculo ou contrato, para utilização do serviço através de um aparelho celular;
- **OPT-IN:** Refere-se a prática de solicitar o aceite prévio do Usuário antes de confirmar sua assinatura ou solicitação para receber determinado serviço;

- **OPT-OUT:** Refere-se a prática de cancelamento, pelo Usuário da sua assinatura ou solicitação para receber determinado serviço;
- **SMS:** É o serviço pelo qual as Operadoras fornecem aos seus Usuários a possibilidade de envio ou recebimento de mensagens contendo textos alfanuméricos, visualizados na tela de aparelhos celulares, com limitação de até 160 (cento e sessenta) caracteres;
- **Short Number (Número Curto):** Número especial para envio e recebimento de SMS de/por Usuários, relacionado com um ou mais Integradores de SVA;
- **Usuário(s)/Destinatário:** Usuário individual de SMP;
- **Website/Hot Site:** Página de acesso a conteúdos e/ou interatividade através da Internet, por qualquer dispositivo compatível com o respectivo protocolo, de titularidade do Provedor, Integrador ou da Operadora.

Sobre Opt-in

É obrigatória a autorização prévia do destinatário para o envio de SMS.

Será interpretado como Opt-in o fornecimento por parte do Usuário do seu número celular, seja através de formulário Web, Impresso ou mesmo através de contato telefônico.

O Opt-in do Usuário ditará os conteúdos que o mesmo poderá receber, sendo supremo em relação a todo e qualquer conteúdo ou restrição, exceto as restritas por lei.



O fato de um usuário não optar pelo Opt-out não significa ou subentende-se o consentimento de Opt-in.

Sobre Opt-out

Mesmo o usuário tendo dado a autorização prévia para o recebimento de SMS de marketing para a Marca/Anunciante, deverá ser disponibilizado o direito de saída da Base de Clientes a qualquer momento.

É de responsabilidade do Integrador garantir que na primeira mensagem enviada a cada usuário, seja apresentado o formato pelo qual o usuário poderá solicitar sua retirada da Base de Clientes. Esta orientação poderá ser enviada concatenada à primeira mensagem, ou em uma segunda mensagem que deverá chegar ao destinatário em no máximo 3 minutos após a primeira mensagem promocional. O texto de orientação deverá seguir o seguinte modelo, podendo ser alterado desde que não mude seu significado:

“Para sair envie PARE”

A orientação de Opt-Out deverá ser enviada, além de junto com o primeiro impacto, num período mínimo de 180 dias seguindo o mesmo molde da primeira vez, ou seja, junto com a primeira mensagem enviada após 180 dias deverá acompanhar a orientação de comando de Opt-Out.

Para realizar o cancelamento de assinatura do canal da Marca/Anunciante, o Usuário poderá, a qualquer momento, enviar SMS para o Short Number utilizado para adesão ao Canal ou para o Short Number em que recebe os Conteúdos, com as palavras “SAIR”, “CANCELAR”, “CANCELA”, “CANCELAR”, “CANC”, “CANCEL”, “OFF”, “STOP”, “FIM”, “END”, “SAI”, “N”, “NÃO”, “NAO”, “NÃO QUERO”, “NAO QUERO”, “NÃOMAIS”, “NAO MAIS”, “NÃO QUERO MAIS”, “NAO QUERO MAIS”, “DESC”, “DESCADASTRA”, “DESCADASTRAR”, “PARA”, “PARAR”, “PARE”, “PAREM”, “CHEGA”, “CHEGUEM”.

É de inteira responsabilidade do integrador a interpretação automática destes comandos.

Não é dado à Marca/Anunciante o direito de desfazer manualmente o pedido do cliente. Ou seja, caso o usuário tenha enviado o comando de SAIR, ele somente voltará ao canal da Marca/Anunciante se ele enviar novo comando de Opt-in.

A base de Opt-out é de propriedade da Marca/Anunciante. Por isso, em caso de rescisão de contrato com o Integrador, a Marca/Anunciante tem o direito de receber a base de Opt-Out sem custo.

O Opt-out também deverá ser respeitado caso o usuário entre em contato com a empresa via outros canais como redes sociais, SAC, site, etc. Sendo de inteira responsabilidade da Marca/Anunciante a retirada dos mesmos de sua Base de Clientes.

Frequência

É recomendável que a Marca/Anunciante respeite um limite máximo de 7 impactos por usuário na semana para a promoção de seus produtos e/ou serviços, salvo em casos onde a mecânica de interação demande frequência diferenciada, com pleno conhecimento prévio do usuário a ser impactado.

Horário

O horário de envio de mensagens de marketing deverá obedecer o intervalo seguinte:

- Segunda à Sábado: das 09h (nove horas) às 22h (vinte e duas horas)
- Domingo: Não é permitido o envio de SMS de Marketing

No entanto, algumas exceções são previstas:

- Produtos ou serviços cujo horário de envio de propagandas seja especial de acordo com as limitações de horários do código de conduta do CONAR;
- Casos onde, no momento do Opt-in, esteja explícito o horário diferenciado.

Identificação

É obrigatória a identificação da Marca/Anunciante em todas as mensagens enviadas para o usuário, mesmo que se trate de um segundo disparo para um mesmo destinatário.

É obrigatório que todo SMS enviado tenha como número remetente um Short Number homologado pelas Operadoras.

Gratuidade ao Usuário

É expressamente proibido que as campanhas de marketing, realizadas por mensagens móveis, cause qualquer despesa ao usuário. Todo e qualquer custo é de responsabilidade da Marca/Anunciante, incluindo os comandos de Opt-in e Opt-out.

Dos Conteúdos

Será considerado conteúdo de marketing os seguintes:

- Alertas de Promoções de descontos;
- Envio de cupons de descontos;
- Promoção estilo leve 3 pague 2;
- Divulgação de eventos e lançamentos;
- Divulgação de produtos;
- Ações de relacionamento com o cliente.

É proibida a propaganda por SMS que fira as disposições gerais do CONAR e/ou contenha:

- Conteúdo depreciativos do concorrente;
- Propaganda enganosa ou que dê margem a interpretação duvidosa;
- Conteúdo ofensivo;
- Promoção ao racismo contra grupos de minorias, ou qualquer outra forma de fanatismo religioso, político ou de discriminação contra grupos de pessoas ou etnias;
- Informações obscenas, como a pedofilia e outros crimes de natureza sexual.



Não está considerado no escopo deste guia ações com finalidade de sorteios e premiações. Ações do gênero deverão seguir as práticas já definidas no Código de Conduta de Valor Adicionado do [MEF](#) ou serem tratados diretamente com as Operadoras.

Ações de m-Payment também não estão contemplados no guia.

Dos produtos e serviços divulgados

É de responsabilidade total do anunciante o conteúdo das mensagens de marketing enviadas. O conteúdo deverá seguir os termos estabelecidos no Código do CONAR, na melhor forma de aplicabilidade à tecnologia de SMS.

No entanto, destaca-se e/ou acrescenta-se os seguintes produtos e serviços:

- **Bebidas Alcolicas:** A propaganda deverá ser direcionada somente para maiores de 18 anos sem fazer referência a crianças e a adolescentes. Não deverá induzir ao consumo exagerado de álcool. O horário para tais propagandas é das 21h30 (vinte e uma horas e trinta minutos) e 6h (seis horas) (horário local). Sempre deverá conter cláusula de advertência ao término da divulgação.
- **Varejo:** Quando for mencionada redução de preços, deve o anúncio explicitar ambos os valores, ou seja, o antigo e o novo. Fica suprida esta exigência quando a redução for em números relativos (percentual) e não absolutos.
- **Produtos derivados do Fumo:** A propaganda deverá ser direcionada somente para maiores de 18 anos sem fazer referência a crianças e a adolescentes. O horário para tais propagandas é das 21h30 (vinte e uma horas e trinta minutos) e 6h (seis horas) (horário local).
- **Produtos de venda ilícita:** Não é permitida nenhuma divulgação de produtos ilícitos.
- **Armas de Fogo:** A propaganda deverá ser direcionada somente para maiores de 18 anos sem fazer referência a crianças e a adolescentes. O horário para tais propagandas é das 23h (vinte e três horas) e 6h (seis horas) (horário local).
- **Político/Eleitoral:** Desde que seguindo todas as orientações do código de propaganda política/eleitoral e respeitando o direito de Opt-in e Opt-out sem qualquer custo ao usuário, o mesmo é permitido.

Dos direitos e responsabilidades

Marcas/Anunciantes

É de responsabilidade dos anunciantes garantir o respeito a todos os direitos do Usuário citados neste documento, inclusive pelos conteúdos enviados aos Usuários. A Marca/Anunciante é responsável pela escolha acertada de um integrador que possa cumprir todos requisitos técnicos citados neste documento.

Integradores

É de responsabilidade dos integradores:

- Cumprir todos os requisitos técnicos para que seja possível cumprir todas diretrizes citadas neste documento;
- Armazenar os Logs dos sistemas de envio de mensagens móveis por no mínimo 180 dias;
- Ter contrato fixado com todas as Operadoras requisitadas para a ação de marketing;
- Garantir que os disparos das mensagens tenham como remetente um Short Number.

Versão

Versão 1.2 – Agosto/2014