

Divulgaciones 101

para



influenciadores



de los



medios sociales



¿Trabaja con marcas para recomendar o endosar productos?

Si es así, debe cumplir con la ley al momento de hacer estas recomendaciones.

Un elemento clave es divulgar debidamente su relación con la marca.

Este folleto de la FTC brinda consejos sobre cómo y cuándo hacer las debidas divulgaciones.

La FTC trabaja para detener los anuncios engañosos, y sus Pautas para ejecutar endosos detallan cómo los anunciantes y los endosantes pueden realizar sus actividades manteniéndose dentro del marco de la ley.

Si endosa un producto a través de las redes sociales, su mensaje de endoso debe hacer evidente que usted tiene una relación (“conexión relevante”) con la marca. Una “conexión relevante” con la marca incluye una relación personal, familiar o laboral o una relación financiera, por ejemplo, que la marca le esté pagando u ofreciendo productos o servicios gratuitos o con descuento.

Es importante que le informe a sus seguidores sobre este tipo de relaciones, ya que esto ayuda a que sus recomendaciones se vean como honestas y verdaderas, y permite a las personas sopesar el valor de su endoso.

Como influenciador, es su **responsabilidad** hacer estas divulgaciones, estar familiarizado con las Pautas para ejecutar endosos y cumplir con las leyes contra los anuncios engañosos. No confíe en otros para que hagan lo que usted tiene que hacer.



Cuándo divulgar

- ▶ Divulgue cuando tenga cualquier tipo de **relación financiera, laboral, personal o familiar** con una marca.
 - » Las relaciones financieras no se limitan solo al dinero. Divulgue la relación que tiene con la marca si obtuvo alguna una retribución de valor por mencionar un producto.
 - » Si una marca le ofrece productos gratuitos o con descuento u otras ventajas y luego usted menciona uno de sus productos, haga una divulgación incluso si no se le pidió que mencionara ese producto.
 - » No asuma que sus seguidores ya conocen la relación que ha establecido con las marcas.
 - » Haga divulgaciones incluso si cree que sus evaluaciones de los productos son imparciales.
- ▶ Tenga en cuenta que etiquetar, dar un me gusta, hacer pines, y otras formas similares de demostrar que le gusta una marca o producto, son endosos.
- ▶ Si publica desde el extranjero, la ley de los EE. UU. tiene validez en su caso si es razonablemente previsible que la publicación afecta a los consumidores de los EE. UU. También podrían tener validez las leyes extranjeras.
- ▶ Si no tiene una relación establecida con una marca y solo le está contando a la gente sobre un producto que compró y le gusta, no necesita declarar que **no** tiene una relación de marca.

Cómo divulgar

Asegúrese de hacer esa divulgación de manera **visible y comprensible** para las personas.

- ▶ Póngalo en su sitio de forma tal que sea **difícil pasarlo por alto**.
 - » La divulgación se debe publicar junto con el mensaje de endoso.
 - » Es probable que se pasen por alto las divulgaciones si solo aparecen en la página de perfil, en la sección ACERCA DE MI, al final de las publicaciones o videos, o en cualquier lugar que requiera que una persona haga clic en MÁS.
 - » No mezcle su divulgación entre un grupo de hashtags o enlaces.
- ▶  Si realizó el endoso por medio de una *imagen* en una plataforma como Snapchat e Instagram Stories, superponga la divulgación sobre la imagen y asegúrese de que los espectadores tengan tiempo suficiente para ver y leer la divulgación.
- ▶  Si realiza un endoso por medio de un *video*, la divulgación debe aparecer en el video y no solo en la descripción del video. De esta manera, es más probable que los espectadores se percaten de las divulgaciones realizadas tanto en audio como en video. Algunos espectadores pueden ver los videos sin sonido y otros pueden no notar las palabras superpuestas.
- ▶  Si realiza un endoso por medio de una *transmisión en vivo*, debe repetir periódicamente la divulgación para que los espectadores que ven solo una parte de la *transmisión* tengan acceso a la divulgación.





- ▶ Utilice un lenguaje **simple y claro**.
 - » Generalmente, explicaciones simples como “Gracias a la marca Acme por el producto gratuito” son suficientes si se colocan de una manera que sea difícil pasar por alto.
 - » Otra forma sencilla de cumplir con la divulgación es usar términos como “publicidad”, “anuncio” y “patrocinado”.
 - » En una plataforma de espacio limitado como Twitter, usar términos como “Asociado de Acme” o “Embajador de Acme” (donde Acme es la marca) también son buenas opciones.
 - » Está bien (pero no es necesario) incluir un hashtag con la divulgación, como #anuncio o #patrocinado.
 - » No utilice términos vagos o confusos como “pat”, “patroc” o “colab”, o términos sueltos e inconexos como “gracias” o “embajador”, y manténgase alejado de otras abreviaturas e iniciales en la medida de lo posible.
- ▶ La divulgación debe estar en el mismo idioma en el que se realiza el endoso.
- ▶ No asuma que la herramienta de divulgación de una red social es suficiente, más bien use esa herramienta como complemento a su propia divulgación.

Qué más necesita saber

- ▶ No puede hablar sobre su experiencia con un producto que no ha probado.
- ▶ Si le pagan para hablar de un producto que usted considera que es malo, no puede decir que es excelente.
- ▶ No puede afirmar categóricamente que un producto tiene alguna propiedad especial que requiera pruebas y que el anunciante no las tenga, por ejemplo pruebas científicas de que un producto puede tratar una afección de salud.





Para más información

¿Tiene alguna pregunta? Las Pautas para ejecutar endosos de la FTC: Lo que la gente pregunta es una publicación del equipo de la FTC que responde a muchas preguntas relacionadas con el uso de endosos, incluso en las redes sociales, y tiene varios ejemplos útiles.

[FTC.gov/influencers](https://www.ftc.gov/influencers)



COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO (FTC)

business.ftc.gov

Noviembre 2019