

Comunicación con
fines comerciales:
Recomendaciones
para *Influencers*

CONARP

CONSEJO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA

AGENCIAS Y ANUNCIANTES
POR UNA COMUNICACIÓN RESPONSABLE

¿Sos influencer y una marca
te contactó para que comuniques
sus beneficios a tus seguidores?

Veracidad

Si vas a recomendarla es fundamental que sea una marca que efectivamente hayas usado, estás compartiendo tu experiencia con tus seguidores.

Brindá siempre testimonios auténticos y veraces, sin riesgo de generar confusión o contenido denigratorio.

Asesoramiento previo

**Pedile a la marca que te ayude con el asesoramiento
sobre la categoría de producto/servicio,
informándote sobre la normativa legal aplicable
y las buenas prácticas consensuadas por la industria.**

**Sobre esa base previa, podés crear
una publicación en línea con los objetivos de la marca,
aportando tu estilo personal.**

Identificación comercial

**Incluí de manera clara y evidente,
en un lugar fácilmente visible, una leyenda
aclarando que es contenido en colaboración
con esa marca anunciante, o un *hashtag* que
defina que es #ContenidoPatrocinado.**

**Eso ayuda a que la comunicación sea transparente,
acordate que compartís la responsabilidad de la
publicación con la marca. Si esto no queda claro,
podría entenderse como publicidad encubierta.**

Respeto por las personas

**Sabés bien que en las redes no hay límites,
te ve gente de todo el mundo y
hasta quizás menores de edad.**

**Evitá el uso de estereotipos negativos
que puedan ser un mal ejemplo y
generar un daño a terceros.**

Lealtad comercial

**Los competidores de tu cliente también
te están viendo, respetá los principios
de una competencia honesta.**

**En principio, evitá hacer mensajes comparativos.
Si bien es un recurso válido, es extremadamente
complejo hacerlo bien desde lo técnico-científico
y podría tener efectos adversos
tanto para la marca como para vos.**

**¿Tenés que cumplir
siempre esos puntos
o sólo con las marcas
que te lo pidan?**



**Si lo hacés siempre, no sólo te va a ayudar
a tener mayor orden con tus clientes,
que saben de antemano que estas medidas
forman parte de las condiciones para contratarte,
sino que también te permite garantizar
un trato igualitario y coherente con todas las marcas.**

**Esto también te ayuda a posicionarte frente
a otras marcas que podrían estar interesadas
en contratarte al transmitir seguridad, profesionalismo
y claridad en tus condiciones para publicar.**

**¿Qué pasa si no decís nada
sobre la marca,
sólo la mostrás o la etiquetás
como un agradecimiento?**



El caso más común podría ser cuando te vestís con prendas de determinada marca, o promocionas un destino.

Otras veces podrías mostrar una actividad que hacés (una receta, un tutorial, sacar fotos, etc.) y mencionás una marca que utilizas.

Tené en cuenta que si lo hacés porque tenés un contacto previo con la empresa anunciante y recibís alguna contraprestación a cambio (pago, canje, descuento, regalos, préstamo), es una publicación con fines comerciales.

Sos endorser de una marca y
la utilizas en tus creaciones,
¿hace falta especificarlo
en todos los posteos?



Idealmente sí, en especial porque quizás no siempre trabajás con esa marca, dependiendo el tipo de vínculo que tengas.

Si tenés un contrato a largo plazo como representante de esa marca, otra opción es que en tu presentación dentro de tu canal incluyas claramente esa info.

**No te gusta la idea
porque sentís que le quitas
gracia y espontaneidad
a la publicación**



Si bien es probable que tus seguidores ya sepan que a veces trabajas con marcas, es importante que se lo comuniques claramente cuando hay un interés comercial de por medio.

No es una recomendación a título personal sino que hacés la publicación porque la marca te lo pidió antes y te dio algo a cambio.

De hecho, que una marca te elija puede ser muy bueno y no tendrías por qué ocultarlo.

**¿Alguna marca te pide que
no cumplas alguno de estos puntos?**



**Hablalo directamente con la marca,
reflexionando en conjunto pueden llegar a la conclusión
que si comunican en forma responsable se benefician
ambas partes y también los consumidores.
Si se sigue negando, evaluá la posibilidad de rechazar
la oferta y no trabajar con esa marca.**

**No sólo está en juego la integridad del anunciante,
sino que también tu credibilidad frente a tus seguidores.**

**No te olvides que en general la gente te sigue
por lo que hacés habitualmente, más allá de tus
eventuales publicaciones en conjunto con una marca.**

**Concretamente,
¿qué ganás con esto?**



- **Preservar la confianza del consumidor**
- **Cuidar a tus seguidores**
- **Tener condiciones de trabajo claras**
- **Evitar posibles conflictos por mensajes observables**
- **Mantener tu reputación y credibilidad.**

¿Y qué pasa si ves que
hay *influencers* o marcas que
no cumplen estos puntos?



**Si es alguien que conocés,
reenviale estas recomendaciones
para que las empiece a implementar.**

**Si seguís viendo publicaciones
que podrían ser engañosas,
podés escribirnos para pedir
que se analice formalmente el caso.**

**¿Se puede recomendar una marca
por iniciativa propia,
sin tener una relación
contractual previa?**



Al no recibir nada de parte de la marca ni tener vínculo previo, en principio es tu opinión personal.

El riesgo es que si eventualmente la publicación es denunciada por algún motivo y la marca mencionada alega que no tiene nada que ver, sos la única persona responsable de ese posteo.

Por eso tenés que cuidar siempre lo que hables sobre algún producto o servicio, y más todavía si se trata de categorías que tienen regulaciones específicas (alimentos, bebidas alcohólicas, cosméticos, suplementos dietarios, productos relacionados con la salud, entre otras).



**También puede pasar que la marca mencionada
se interese en tu publicación y quiera
difundirla proactivamente,
solicitándote autorización previa para hacerlo.**

**En esos casos, la publicación adquiere
fines comerciales, por lo que deben asegurarse
de cumplir debidamente
todos los principios detallados.**

*¿Sos influencer y querés
promocionar en tus canales
tus propios productos o servicios?*



**Aplicá los principios generales
de una comunicación comercial responsable,
al igual que cualquier otro anunciante:
que el mensaje sea legal, veraz, honesto y respetuoso.**



¿Tenés dudas?

Para mayor info, te invitamos

a visitar nuestra web

www.conarp.org.ar

enviarnos un mensaje

info@conarp.org.ar

o contactarnos por LinkedIn