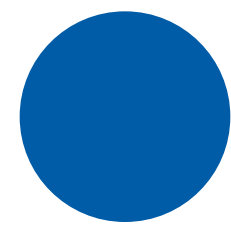


COMUNICACIÓN CON FINES COMERCIALES:

**RECOMENDACIONES
PARA INFLUENCERS**

¿SOS INFLUENCER Y UNA
MARCA TE CONTACTÓ
PARA QUE COMUNIQUES
SUS BENEFICIOS A TUS
SEGUIDORES?

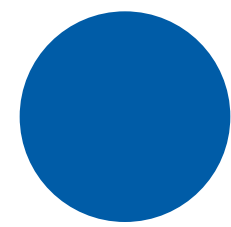


VERACIDAD

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.

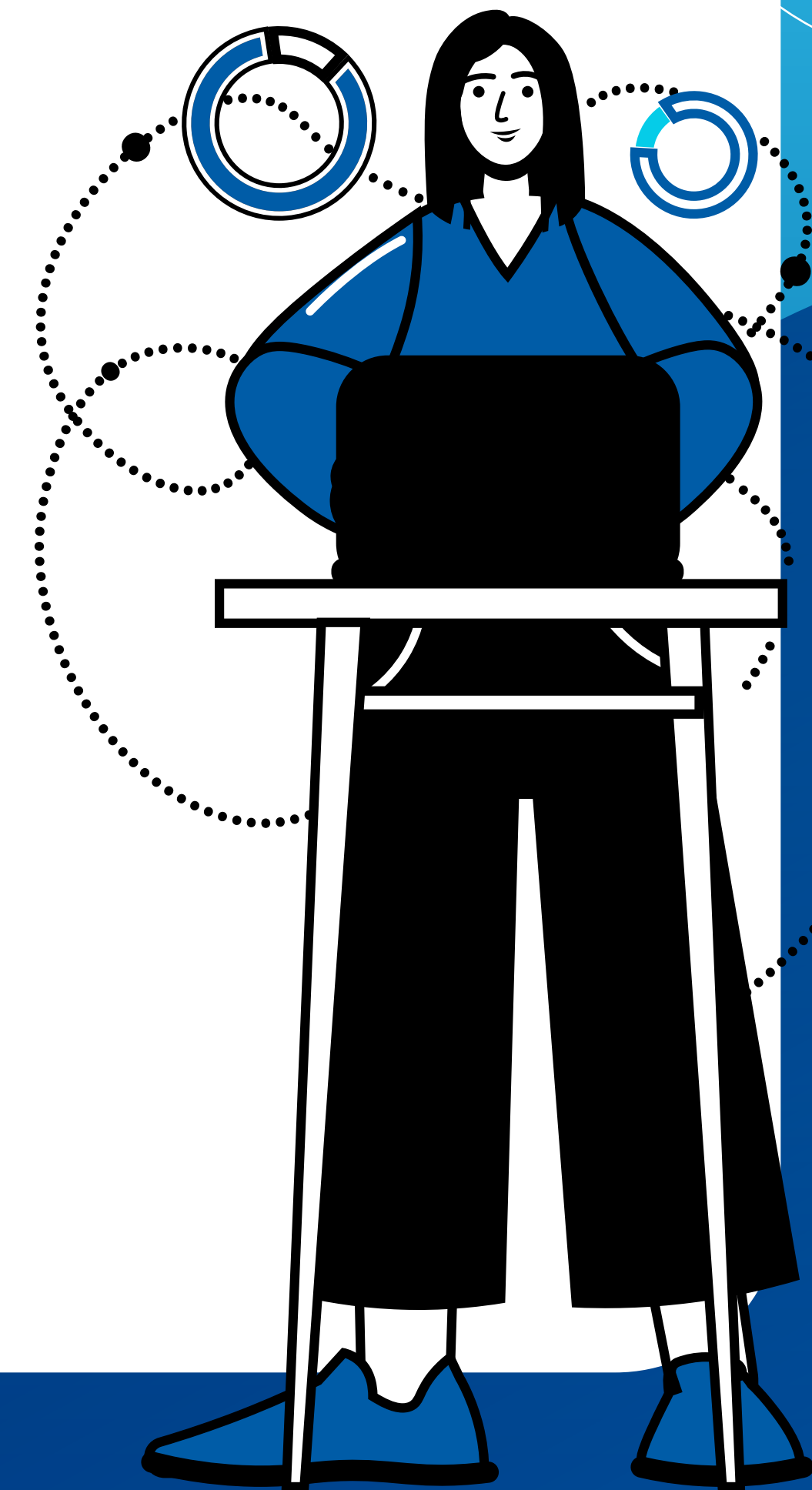


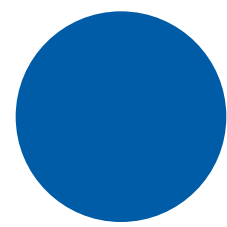


ASESORAMIENTO PREVIO

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.

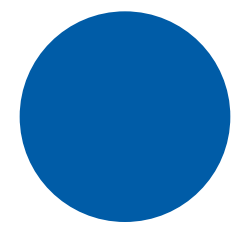




IDENTIFICACIÓN COMERCIAL

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**.

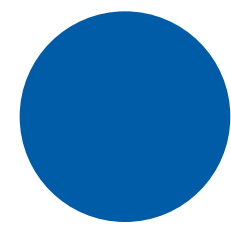
Eso ayuda a que la comunicación sea transparente, acordate que compartís la responsabilidad de la publicación con la marca. Si esto no queda claro, podría entenderse como publicidad encubierta de la marca, aportando tu estilo personal.



RESPECTO 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.
Respeto por las personas.



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.

¿SE PUEDE RECOMENDAR UNA
MARCA POR INICIATIVA PROPIA,
SIN TENER UNA RELACIÓN
CONTRACTUAL PREVIA?

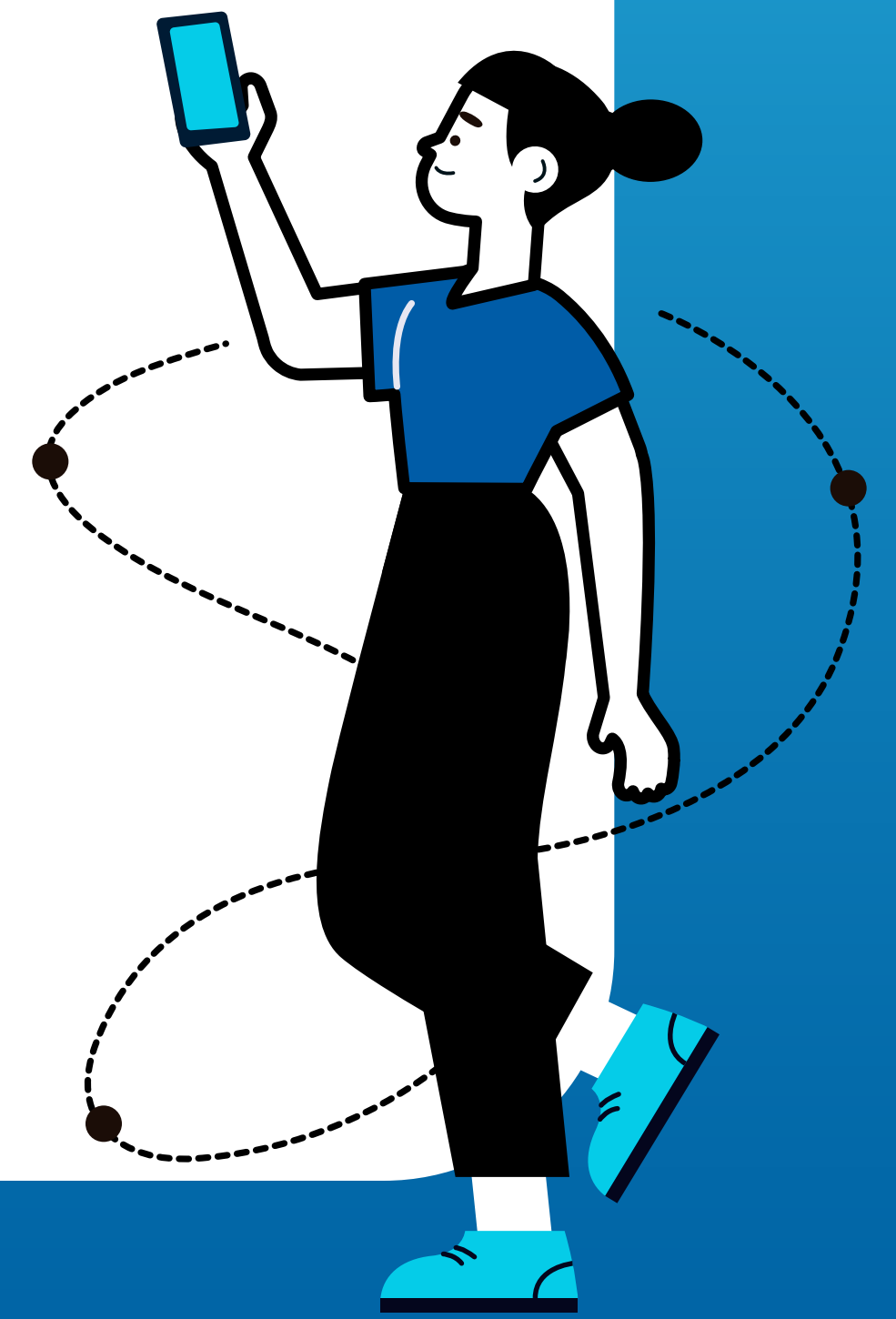
Al no recibir nada de parte de la marca ni tener vínculo previo, en principio es tu opinión personal.

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.



CONARP

CONSEJO NACIONAL DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA



Por mas información: secretaria@conarp.com.uy
Gracias por difundir.