

## **Siete recomendaciones para que los *influencers* no cometan infracciones al difundir contenido patrocinado**

En el Día del *influencer*, el Indecopi recuerda que tiene a disposición la ‘Guía de Publicidad para *Influencers*’, herramienta informativa que permite a los líderes de opinión y gestores de contenidos difundir de manera transparente información sobre productos o servicios que comparten con sus seguidores en las redes sociales, la misma que podría ser considerada como publicidad.

Esta guía tiene el objetivo de promover y orientar el uso responsable de las nuevas tecnologías, de manera que las diversas e innovadoras prácticas publicitarias desarrolladas en el entorno digital se ajusten a lo establecido en la Ley de Represión de la Competencia Desleal (Decreto Legislativo N° 1044) y demás normas que regulan la actividad publicitaria.

El documento digital (<https://bit.ly/32O6dDu>) aborda definiciones y conceptos básicos sobre publicidad, así como la importancia de la leal competencia en entornos digitales, legislación vigente, sanciones, recomendaciones, entre otros aspectos que facilitarán el sinceramiento de los *influencers* con sus seguidores cada vez que transmitan un contenido patrocinado.

Algunas recomendaciones:

- Coloque la divulgación o etiqueta que revele el vínculo material con el anunciante en un lugar visible, comprensible y en idioma castellano.
- Evite prácticas que resten importancia y visibilidad a la divulgación o etiqueta, tales como (i) colocar el nombre del anunciante mezclado con la etiqueta o hashtag (“#nombredelanunciantepublicidad”); (ii) mezclar la etiqueta o hashtag con gran cantidad de otros hashtags; o (iii) colocar la etiqueta o hashtag al final de la publicación.
- Evite referencias y abreviaturas ambiguas como colocar únicamente “¡Gracias empresa X!”, “Embajador”, “Socio”, “Empresa X”, “#Publi” o “#Ad”.
- Cree contenidos originales que no vulneren derechos de propiedad intelectual (por ejemplo, usando marcas, canciones, imágenes o vídeos de obras cuyos derechos de autor pertenecen a terceros, sin autorización).
- Asegúrese que la publicación contenga las advertencias publicitarias aplicables al tipo de producto o servicio anunciado.
- Si realiza publicidad testimonial, debe basar sus opiniones o testimonios en experiencias auténticas y recientes.
- Use palabras e imágenes claras y adecuadas al contexto, evitando inducir a los destinatarios del mensaje a cometer actos discriminatorios, antisociales o ilegales.

**Lima, 30 de noviembre de 2022**