



Luisja Sánchez

Periodista jurídico



LEER
ONLINE



Consumo cerca a los principales ‘influencers’ y les notifica que incurren en prácticas de publicidad encubierta

El Ministerio de Consumo ha llevado a cabo una **investigación en las principales plataformas de redes sociales** para identificar posibles casos de **publicidad encubierta por parte de influencers** y, como fruto de la misma, ha enviado advertencias de sanción a grandes comunicadores al comprobar que han difundido mensajes publicitarios sin el aviso correspondiente de que se trata de anuncios por los que reciben algún tipo de contraprestación.

La Subdirección General de Inspección y Procedimiento Sancionador (SGIPS) de la Dirección General de Consumo, a través del Observatorio de Internet, ha sido la encargada de realizar un barrido masivo por canales de vídeo online ya que, en la actualidad, la actividad comercial llevada a cabo por **este tipo de perfiles públicos de especial relevancia todavía no cuenta en España con una regulación específica en vigor**.

Por tanto, las autoridades de Consumo son las competentes para su vigilancia siempre que puedan verse afectados los intereses de las personas consumidoras.

Como resultado preliminar de este barrido en las plataformas, la SGIPS ha detectado un **promedio de incumplimiento** de la obligación de identificar las publicaciones con contenido publicitario del **77,75%**.

Ante ello, **Consumo se ha puesto en contacto con los perfiles públicos potencialmente infractores** y les ha instado a ces ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |