



REDES SOCIALES

Iniciativa regularía ventas de influencers

La iniciativa presentada en la Cámara de Diputados que busca regular la venta de publicidad de los *influencers* debe afinarse para proteger a los consumidores.

Antonio Esquivel, especialista en temas de protección al consumidor, consideró que la iniciativa de la diputada María del Rosario Merlín García para evitar la publicidad engañosa, debe dirigirse a las empresas que emplean a los *influencers*.

“Esta iniciativa debe fortalecerse y debe enfocarse en el proveedor, que es el responsable de difundir las cualidades y características del producto o servicio que se ofrece, en lugar de castigar a los *influencers*”, dijo.

La propuesta señala que se debe regular a los *influencers* para que expresen de forma clara la naturaleza de su contenido y así evitar la publicidad engañosa en redes sociales como Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat y Tik Tok.

La agencia Cocktail Marketing señaló que, al cierre de 2021, en México se invirtieron alrededor de 2 mil 360 millones de pesos en publicidad digital, 30 por ciento más que en el 2019.

Raúl Ríos, CEO de Diseño y Optimización Online, una agencia de *marketing* digital, dijo que las Pymes son quienes, en su mayoría, invierten en estrategias de publicidad digital porque les permite tener un alcance mayor.

— Christopher Calderón

“La iniciativa debe fortalecerse y debe enfocarse en el proveedor, que es el responsable de la publicidad”

ANTONIO ESQUIVEL

Especialista en protección del consumidor