

Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN)

**RESEÑAS Y PATROCINIOS EN LÍNEA
GUÍA DEL ICPEN PARA GESTORES DE RESEÑAS**

Junio 2016

¿Qué es el ICPEN?

La Red Internacional de Protección del Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN por sus siglas en inglés), es una organización conformada por autoridades de protección del consumidor de aproximadamente 60 países. El objetivo del ICPEN es proteger los intereses económicos de los consumidores alrededor del mundo, compartir información sobre actividades comerciales transfronterizas que podrían afectar el bienestar del consumidor, y promover la cooperación mundial entre las agencias a cargo de la aplicación de la ley.

Para más información, visite el sitio web del ICPEN en www.icpen.org.

Proyecto de reseñas y patrocinios en línea

El 1 de julio de 2015 la Autoridad de Competencia y Mercados del Reino Unido (CMA por sus siglas en inglés) asumió la presidencia del ICPEN y definió los reseñas y las patrocinios en línea como un enfoque de trabajo para su año presidencial 2015-2016 (detalles [aquí](#)). Estos lineamientos nacieron como producto del Proyecto de Reseñas y Patrocinios en Línea, recopilados bajo la presidencia británica del ICPEN.

Estos lineamientos fueron desarrollados por miembros del ICPEN con el fin de ayudar a gestores de reseñas a recolectar, moderar y publicar reseñas en línea de forma adecuada.

Estos lineamientos brindan una guía general para los gestores de reseñas. En esencia, los lineamientos reflejan principios básicos de publicidad veraz en países miembros del ICPEN; sin embargo, no exoneran de responsabilidad a ningún país miembro. Los promotores de cumplimiento del ICPEN deben evaluar la conducta bajo su legislación nacional caso por caso y tendrán el derecho de realizar acciones para abordar cualquier conducta que infrinja sus leyes nacionales, indiferentemente de si técnicamente cumple con cualquier aspecto de estos lineamientos. Asimismo, estos lineamientos no tratan la totalidad de los aspectos asociados con reseñas y patrocinios expresados en línea o la totalidad de los principios jurídicos de cada país miembro del ICPEN. No obstante, los gestores de reseñas deben llevar a cabo su propia evaluación de los requisitos legales en el país donde operen.

Esta guía es parte de un conjunto de materiales más amplio relativo a reseñas y patrocinios en línea. Estos materiales cubren específicamente lo siguiente: guía para gestores de reseñas (Guía 1), comerciantes y profesionales en marketing (Guía 2) y líderes de opinión digitales (Guía 3), ilustrado en la página 5. Los materiales brindan guía para algunos de los participantes en la cadena funcional, tal y como se identifica en la figura en la página 4.

Figura 1: cadena funcional de reseñas y patrocinios en línea

[Traducción del texto en cajas, de arriba hacia abajo:]

Autores de reseñas
Presentan reseñas

Gestores de reseñas
Guía 1

Consumidores

Interacciones (solicitar reseñas)

Comerciantes (y profesionales en marketing)
Guía 2
Pagan o inducen

Agentes de influencia digitales
Guía 3

Consumidores

Guía 1: Guía del ICPEN para Gestores de Reseñas

Esta guía está dirigida a **gestores de reseñas**. Un gestor de reseñas es una organización o una persona que procesa reseñas de consumidores.

Los gestores de reseñas deben guiar su trabajo según los siguientes principios claves:

- Ser equitativo y justo en la recolección de reseñas;
- Estar alerta y ser proactivo en la moderación de reseñas; y
- Ser transparente en la publicación de reseñas.

Guía 2: Guía del ICPEN para Comerciantes y Profesionales en Marketing

Esta guía brinda lineamientos para **comerciantes y profesionales en marketing** sobre reseñas y patrocinios en línea.

Los comerciantes y profesionales en marketing deben guiar su trabajo según los siguientes principios clave:

- No impedir a consumidores ver el panorama completo de las reseñas genuinos, relevantes y válidas;
- No redactar, encargar o publicar reseñas falsas;
- Revelar contenido pagado de forma clara y notoria; y
- Revelar otras relaciones comerciales según sean relevantes para el contenido.

Guía 3: Guía del ICPEN para Líderes de Opinión Digitales

Esta guía está dirigida a **líderes de opinión digitales**, como blogueros, vlogueros, twitteros, y colaboradores en publicaciones en línea.

Los líderes de opinión digitales deben guiar su trabajo según los siguientes principios:

- Revelar de forma clara y notoria si el contenido fue pagado;
- Estar al tanto de otras relaciones comerciales que pudiesen ser relevantes para el contenido; y;
- Expresar puntos de vista genuinos sobre mercados, negocios, bienes y servicios.

Introducción: la importancia de las reseñas y los patrocinios en línea

Las reseñas y los patrocinios en línea son una herramienta en crecimiento utilizada por consumidores y negocios al comprar y vender productos y servicios. Asimismo, los participantes en la economía colaborativa están administrando sus reputaciones en línea (léase el recuadro al dorso).

Mediante reseñas y patrocinios en línea los consumidores pueden acceder a una amplia variedad de puntos de vista sobre marcas y productos e informarse antes de tomar sus decisiones de compra. También brindan una fuente significativa de retroalimentación a negocios que permite que estos mejoren sus productos y servicios.

No obstante, si una reseña o un patrocinio en línea no fundamentado en una experiencia de usuario auténtica, o bien, si muestra indicios de sesgo sin la adecuada divulgación (por ejemplo, dónde se pagó o se solicitó sin la adecuada divulgación) puede tener un impacto negativo en los consumidores y la competencia:

- Los consumidores podrían ser engañados con el fin de que tomen decisiones que no tomarían en circunstancias diferentes (por ejemplo, decisiones de compra), y por ende se reduce la confianza de los consumidores en las reseñas en línea;
- Los competidores que no están involucrados en prácticas engañosas son penalizados a costa de los comerciantes que sí lo están, o bien se ven perjudicados por reseñas falsas publicadas por competidores.

En vista de la importancia de este asunto, el propósito de esta guía es establecer principios claros relativos a la **recolección, moderación y publicación** de reseñas en línea.

Reseñas en línea en la economía colaborativa

El impacto de las reseñas y los patrocinios en línea está en aumento con el crecimiento de la economía colaborativa.

En la economía colaborativa, los compradores individuales usan una plataforma para ponerse en contacto con vendedores, que usualmente también son individuos. Puesto que es menos probable que compradores estén familiarizados con un vendedor individual en una transacción de economía colaborativa, los compradores confían más en las reseñas y los patrocinios de usuarios.

Muchos sitios de economía colaborativa utilizan los llamados métodos de reseña «bidireccionales», mediante los cuales se insta a los compradores a emitir su opinión de los vendedores y los vendedores de los compradores. Si bien los métodos de reseña bidimensionales aumentan la cantidad de información tanto para los compradores como para los vendedores, también podrían cambiar los resultados (por ejemplo, los compradores y los vendedores podrían otorgarse calificaciones más altas o bien calificaciones deshonestas con el fin de evitar represalias del tipo “ojo por ojo”).

Al mismo tiempo, los proveedores en la economía colaborativa están usando cada vez más plataformas para reseñas para promocionar sus productos a costa de formas más tradicionales de publicidad. Estos proveedores suelen confiar más en reseñas de usuarios como formas de marketing que los proveedores tradicionales. Esto a su vez amplifica la importancia de asegurar que las reseñas en plataformas de economía colaborativa sean genuinas, que se divulguen las relaciones comerciales y que los sistemas de calificación y las escalas de evaluación se utilicen de forma justa.

Gestores de reseñas y plataformas para reseñas

Estos lineamientos están dirigidos a **gestores de reseñas**.

Un gestor de reseñas es una organización o una persona que procesa reseñas de consumidores. Los gestores de reseñas son de diferente naturaleza, por ejemplo:

- Entidades que fabrican, distribuyen y proveen productos y servicios y que reciben reseñas sobre estos;
- Terceros que reciben reseñas a nombre de la entidad que fabrica, distribuye y provee productos y servicios; y
- Terceros totalmente independientes involucrados en la recolección, moderación y exposición de reseñas.

La plataforma que usa un gestor para publicar un conjunto de reseñas es llamada en estos lineamientos **plataforma para reseñas**, la cual podría ser un sitio web o una herramienta de software (como una *app*).

Principios clave para gestores de reseñas

Los gestores de reseñas deben guiar su trabajo según los siguientes principios clave:

- **Ser equitativo y justo** en la recolección de reseñas;
- **Estar alerta y ser proactivo** en la moderación de reseñas; y
- **Ser transparente** en la publicación de reseñas.

Guía para recolección de reseñas

Publicar términos y condiciones antes de la recolección

El gestor de reseñas debe publicar los términos y condiciones bajo los cuales recolectará, moderará y publicará las reseñas de usuarios. Estos términos y condiciones deben ser de fácil acceso para al público y deben estar disponibles para aquellas personas que presentarán una reseña antes de que lo lleven a cabo. Los términos y condiciones deben explicar de forma clara cómo se recolectan, moderan y publican las reseñas.

Verificar la autenticidad de reseñas de consumidores

Los gestores de reseñas deben recolectar información sobre autores con el fin de asegurar que se pueda verificar la autenticidad de las reseñas. No obstante, se podría permitir a los usuarios del servicio presentar en la plataforma una reseña que no revele su identidad al público.

Los gestores de reseñas podrían tomar la iniciativa para mejorar la autenticidad de las reseñas, mediante acciones como solo aceptar reseñas de consumidores que compraron el producto, o bien permitir a los usuarios del sitio evaluar la fiabilidad de autores de reseñas.

Ser justo en la manera en que se solicitan reseñas

Al solicitar reseñas, los gestores de reseñas deben ser cuidadosos para evitar incitar cierto tipo de reseñas más que otras; deben tratar a todos los autores potenciales de forma equitativa, independientemente de si es probable que redacten una reseña positiva o una negativa.

Ser justo en el uso de calificaciones y otras escalas de evaluación

Los gestores de reseñas podrían solicitar que las reseñas de usuarios califiquen un negocio usando un criterio de evaluación (tal como calificación por estrellas). De ser así, el gestor de reseñas no debería desviar la reseña en ninguna dirección. Por ejemplo, el gestor de reseñas no debe limitar la oportunidad de los consumidores para otorgar calificaciones negativas a negocios. Al usar escalas de calificación, el gestor de reseñas debe también divulgar en cuántas reseñas se basa la calificación y cómo se calcula.

Divulgar en qué situaciones los gestores de reseñas o los negocios han ofrecido incentivos

En ocasiones, los gestores de reseñas ofrecen incentivos como, por ejemplo, otorgar un beneficio económico o material a los consumidores con el propósito de obtener reseñas. Si este es el caso:

- El gestor de reseñas no debe limitar la otorgación del incentivo exclusivamente a reseñas específicas (por ejemplo, reseñas favorables); y
- En la página de reseñas del negocio, el gestor de reseñas debe divulgar de forma notoria que se otorgó un incentivo a quien redactara una reseña del negocio.

Durante el proceso de recolección, el gestor de reseñas podría percatarse de que un negocio ha otorgado incentivos a consumidores con el fin de que estos redactaran reseñas en la plataforma para reseñas. De ser así, el gestor de reseñas debe, como mínimo, divulgar de forma notoria en la página del negocio que este ha otorgado incentivos a cambio de reseñas.

Guía para moderación de reseñas

Mantener procedimientos de identificación y eliminación de reseñas

Los gestores de reseñas deben tener establecidos procedimientos adecuados para identificar y eliminar reseñas falsas. En el siguiente cuadro se incluye una guía para identificar reseñas falsas.

Moderar reseñas adecuadamente

Los gestores de reseñas deben eliminar, o marcar como sospechosas, aquellas reseñas cuyo contenido se considere falso, ofensivo o difamatorio. Los gestores de reseñas, sin embargo, deben abstenerse de:

- Eliminar reseñas genuinas solamente porque el negocio o el individuo interpone una queja sobre la reseña;
- Ofrecer incentivos asociados con que el consumidor modifique o elimine una reseña;
- Aplicar revisiones desproporcionadamente más rigurosas sobre reseñas negativas que sobre las positivas.

Actuar respecto a quejas de comerciantes sobre reseñas

Tras recibir una reseña, los negocios tienen el derecho de oponerse u objetar a una reseña de usuario en el mismo medio donde esta se publicó.

En los casos en los que un negocio cuenta con suficiente justificación para creer que una reseña es falsa o bien que viola los términos y condiciones de la plataforma para reseñas relativos a reseñas de usuarios, la plataforma debe, tras realizar la investigación respectiva, eliminar la reseña tan pronto como sea posible. No obstante, como se indica anteriormente, los gestores de reseñas no deben eliminar reseñas genuinas solamente porque se presentó una queja al respecto.

Tomar acciones para impedir comportamiento “fénix”

Los gestores de reseñas deben implementar métodos para impedir que los negocios que reciben reseñas negativas creen nuevos perfiles para evitar daño a su reputación (el llamado comportamiento “fénix”). Estos métodos deben especificarse en los términos de uso de la plataforma para reseñas.

Identificación de reseñas falsas

Por su naturaleza, las reseñas falsas publicadas en línea son difíciles de detectar. En muchos casos, los negocios que se involucran en la creación de reseñas falsas toman pasos para hacer que su conducta sea más difícil de identificar, tales como:

- Disfrazar reseñas falsas de maneras que los hacen parecer genuinas;
- Usar direcciones IP en el extranjero, identidades falsas o incluso la “red oscura” para permanecer en el anonimato;
- Usar compañías, individuos o direcciones IP que no están vinculados con el negocio para publicar reseñas (crear distancia entre el negocio y la reseña);
- Adoptar un comportamiento “fénix”: crear nuevos perfiles para evitar que reseñas negativas dañen la reputación.

A pesar de lo anterior, los gestores y reguladores de reseñas han identificado métodos para detectar reseñas falsas. Por ejemplo, si bien cada caso dependerá de sus propios hechos, ciertas señales indican que una reseña podría ser falsa, como, por ejemplo:

- La reseña es parte de un repunte en reseñas para un negocio (positivas o negativas);
- La reseña usa un lenguaje igual o parecido al usado en otras reseñas sobre el negocio;
- La reseña viene del mismo correo electrónico o dirección IP de otra reseña recibida, del mismo negocio o de un intermediario que trabaja para el negocio (tal como una compañía de gestión de la reputación);
- La reseña incluye fotografías u otros identificadores que claramente son falsos;
- La reseña está redactada en un tono excesivamente positivo y utiliza jerga de marketing;

o

- La reseña está redacta en un tono excesivamente negativo y sugiere el uso de un producto diferente.

Asimismo, los gestores de reseñas pueden implementar métodos para detectar comportamiento “fénix”, como realizar de forma periódica búsquedas de datos de perfil de usuarios para asegurarse que estos no han creado múltiples perfiles bajo diferentes nombres.

Guía para publicar reseñas

Publicar reseñas de forma neutral

Las reseñas deben publicarse de una forma objetiva y neutral. Los gestores de reseñas deben abstenerse de:

- Impedir o retrasar la “subida” de reseñas por mantener una relación comercial con el negocio;
- Editar, rechazar o eliminar de forma selectiva las reseñas de un negocio con el objetivo de influenciar la calificación general del negocio;
- Presentar información de una manera que provoca confusión entre el contenido comercial o patrocinado y las reseñas genuinas; y
- Seleccionar una reseña positiva o negativa para que aparezca en la parte superior de la página de reseñas del negocio, porque mantienen una relación comercial, a menos que esta sea revelada al consumidor de forma explícita.

Cuando los consumidores están realizando una búsqueda inicial de productos, los gestores, a causa de que mantienen una relación comercial, no deben usar métodos para asegurar que ciertos negocios aparezcan en los primeros lugares de los resultados de búsqueda, a menos que dicha relación sea revelada explícitamente.

Revelar relaciones comerciales al publicar reseñas

En algunos casos, los gestores de reseñas mantienen una relación comercial con el negocio que está recibiendo reseñas mediante la plataforma para reseñas. Por ejemplo, un gestor de reseñas podría recibir una comisión por cada compra hecha al negocio por medio de la plataforma, o bien podría vender publicidad al negocio. Si este es el caso, el gestor de reseñas debe revelar a los consumidores la naturaleza y la extensión de la relación comercial de manera clara y notoria, por medio de la página del negocio, como se muestra a continuación:

[Plataforma para reseñas] recibe una comisión/incentivo por cada compra hecha a [negocio que recibe las reseñas] por medio de este sitio.

[Plataforma para reseñas] vende publicidad a [negocio que recibe las reseñas]

Investigación y guía sobre reseñas y patrocinios en línea para miembros del ICPEN

Australia:

<http://www.accc.gov.au/business/advertising-promoting-your-business/managing-online-reviews>

Canadá:

<http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03782.html>

Dinamarca:

<http://www.consumerombudsman.dk/~media/Consumerombudsman/dco/Guidelines/Guidelines%20on%20publication%20of%20user%20reviews.pdf>

Francia:

<http://www.afnor.org/en/news/news/2013/july-2013/a-world-first-france-adopts-a-standard-enabling-reliable-processing-all-online-consumer-reviews>

Noruega:

<https://forbrukerombudet.no/english/guidelines/user-reviews-in-marketing-short-version>

Reino Unido:

<https://www.gov.uk/cma-cases/online-reviews-and-endorsements>

Estados Unidos:

<https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-publishes-final-guides-governing-endorsements-testimonials/091005revisedendorsementguides.pdf>

<https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/ftcs-endorsement-guides-what-people-are-asking>

https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/896923/151222deceptiveenforcement.pdf

<https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/native-advertising-guide-businesses>