
Su información

¿En calidad de qué o en representación de quién participa en esta consulta pública?
Consumidores

Nombre completo (del particular o de la institución representada)

¿Desea publicar el nombre junto a su respuesta o mantenerlo confidencial (en cuyo caso se publicará como respuesta anónima)?
Confidencial

E-mail de contacto (se mantendrá confidencial)

Breve justificación del interés del particular o de la institución por el sector de la publicidad online (máximo 1.000 caracteres)
Los youtuber/influencers NO ESTÁN IDENTIFICANDO LA PUBLICIDAD.

Tanto si reciben un pago económico o en especies (ya sean productos, servicios, referidos

o derivados de las reproducciones de vídeos gracias a la prestación o cesión del mismo) debe incluir la etiqueta de "EMPLAZAMIENTO COMERCIAL" en caso de video, como también una "SEÑAL ACÚSTICA" para todas aquellas personas con problemas visuales o cualquier tipo de minusvalía. Y en redes sociales un hashtag identificativo de "CONTENIDO PROMOCIONAL", inaplicable en nuestro país el hashtag "#ad" por ser un anglicismo y así poder proteger entre otros a menores y discapacitados. Tal y como lo exige la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico en su artículo 20.

PRÁCTICAMENTE NADIE cumple esta ley, FOMENTÁNDOSE ASÍ LA COMPETENCIA DESLEAL entre empresas y servicios, al no estar regulada la publicidad por igual entre medios de comunicación (ya sea televisiva, escrita o radiodifusión).

¿Con qué empresas se relaciona en este ámbito? (máximo 1.000 caracteres)
No sé si son empresas como tal, porque no sé si declaran los impuestos pertinentes a todos los bienes que reciben (tanto en metálico, especies, referidos o por publicidad incrustada en los videos de sus "reviews"). No obstante dejo la lista de canales de youtube donde los podrán encontrar.
El Camionero Geek
Topes de Gama
Tecnonauta

Dan Hunter
Movilzona
Just Unboxing
ProAndroid
El Rincón de China
Android From China
El Andriode Libre
Clipset

¿Desea publicar esta información (la relativa a las empresas con las que se relaciona) dentro de su respuesta o mantenerla confidencial para que se publique su respuesta sin esta información?

Pública

¿Cuáles considera que son los principales operadores del sector en los distintos segmentos: anunciantes, plataformas digitales, agencias de mediación, etc.? (máximo 1.000 caracteres)

Creo que las principales operadoras son las plataformas digitales como YouTube, Instagram, Twitter, Facebook, Twitch...etc
Después estarían los propios creadores de contenido, mencionados en la anterior pregunta.
Por ultimo pondría a las distribuidoras de dichos productos:
Achocom
Mediaelectrónica
Gearbest...

Valoración general

Los desarrollos en el sector de publicidad online suponen en términos netos un impacto positivo sobre la competencia y la eficiencia

0

Los anunciantes pueden llegar al consumidor final a un menor coste

5

Los anunciantes pueden llegar de manera más efectiva al consumidor objetivo por la mayor capacidad de segmentación del target o público objetivo

5

Existe más variedad de opciones de abordar una campaña publicitaria

5

Existe más variedad de agentes con los que contratar servicios de emplazamiento publicitario

5

Si lo desea, puede proveer comentarios adicionales a sus respuestas anteriores (máximo 4.000 caracteres)

Cabe destacar que un youtuber o influencer mediante su canal o redes sociales llegan a un público objetivo mucho más amplio y conciso, ya que se estima que su contenido es un

60% más efectivo que los anuncios tradicionales. Sin embargo no etiquetan, ni dejan ver de forma clara que ese contenido es comercial. Por lo que esta publicidad se convierte en publicidad encubierta.

Entendemos como influencer cualquier persona o sujeto con seguidores en sus redes sociales y que su contenido sea en su mayoría comercial hablando y/o exponiendo características de cualquier tipo de producto, pero...

-¿Esa recomendación ha sido imparcial ?

-¿Existen intereses lucrativos detrás de ese vídeo o publicación ?

-¿O sin embargo es un anuncio?

No queda de forma clara y específica.

Impacto sobre el consumidor

La publicidad online genera más ventajas que inconvenientes para el consumidor final

0

La publicidad online es una forma más eficiente de provisión de contenido publicitario.

5

La mayor eficiencia en el sector de publicidad online se traduce en menores precios y/o mejor calidad de los bienes y servicios finales

3

El consumidor dispone de más y mejor información para tomar mejores decisiones

0

El consumidor recibe una publicidad más personalizada y acorde a sus preferencias y necesidades

0

El consumidor recibe más promociones personalizadas que se traducen en descuentos y otras ventajas

5

Las ventajas de la publicidad online para el consumidor compensan los posibles costes por una eventual pérdida de privacidad o por el exceso de atención requerida

0

Si lo desea, puede proveer comentarios adicionales a sus respuestas anteriores (máximo 4.000 caracteres)

Si la publicidad fuera veraz si sería una ventaja para los consumidores. Pero hay que tener en cuenta que desde hace mucho tiempo no se toman medidas y sanciones económicas para evitar los "fraudes encubiertos".

Problemas específicos de competencia

El sector de la publicidad online presenta problemas específicos de competencia.

0

El acceso a datos supone una barrera para la entrada de nuevos operadores o para el crecimiento de los de menor tamaño

3

Existe un problema de concentración excesiva del sector en unos pocos operadores

3

Se pueden producir cambios bruscos de condiciones contractuales por parte de los principales operadores del sector

3

La integración vertical de las plataformas, que intermedian pero también alquilan espacio publicitario como creadoras de contenido y proveedoras de servicio, supone condiciones más perjudiciales para los anunciantes, como empaquetamiento de otros servicios o trato discriminatorio

3