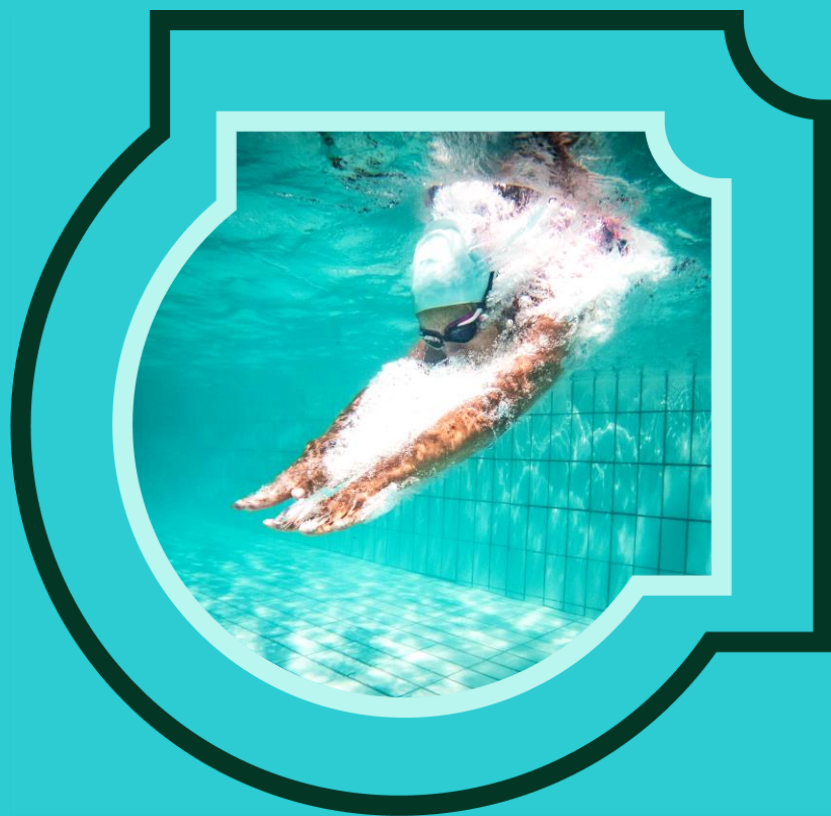


Manual de estrategias para la reputación de la marca de TikTok

**Estándares, garantías y estrategias
para generar confianza en la marca**



Fecha de publicación: febrero de 2026

Nuestro compromiso con la reputación de las marcas

En TikTok, sabemos que la reputación de la marca es uno de los recursos más valiosos que un anunciante puede proteger. TikTok se compromete a ser un socio de confianza en este viaje y ofrecer estándares, garantías y estrategias para generar confianza en la marca.

Este manual de estrategias está diseñado para proporcionarte claridad y control. En primer lugar, destacamos nuestras Normas de la comunidad y las prácticas de aplicación de las normas para demostrar cómo TikTok establece los estándares más importantes para los anunciantes. A continuación, compartimos los recursos que puedes utilizar, desde paneles y alertas hasta protecciones de la propiedad intelectual. Por último, exploramos las soluciones de idoneidad y seguridad de marca que protegen la proximidad de los anuncios, con el respaldo de verificaciones de terceros de confianza.

Y recuerda, nuestro equipo siempre se compromete a colaborar contigo para mejorar nuestras soluciones y reforzar la confianza que impulsa a tu marca.



Khartoon Weiss

Vicepresidente, GM | Soluciones empresariales globales
TikTok



SECCIÓN 01

Fijar normas: Normas de la comunidad de TikTok y su aplicación

Normas claras e informes transparentes para proteger a los anunciantes y a la comunidad de TikTok.



PÁGINA

06

Datos del algoritmo

08

Información errónea sobre la marca

10

Desprestigio de la marca

12

Denuncia de infracciones

14

Lista de verificación del plan de acción

Cómo funciona el algoritmo: Impulso del feed Para ti

Las recomendaciones personalizadas se basan en los indicadores y la seguridad.

Indicadores que determinan las recomendaciones

- **Interacciones de los usuarios:** los "me gusta", las compartidos, los seguidos, los comentarios y el tiempo de visualización influyen en lo que ven los usuarios.
- **Información del video:** los subtítulos, los sonidos y los hashtags ayudan a relacionar los videos con los intereses.
- **Ajustes del dispositivo:** optimización de idioma, dispositivo y ubicación.

Equilibrar el descubrimiento, la relevancia y la seguridad

- **Múltiples indicadores:** no hay un solo factor que impulse las recomendaciones.
- **Contenido diverso:** la mezcla de videos nuevos, actuales, populares y variados hace que los feeds sean atractivos.
- **Garantías integradas:** se aplican de manera proactiva para excluir contenido dañino o infractor.

Transparencia, control e integridad

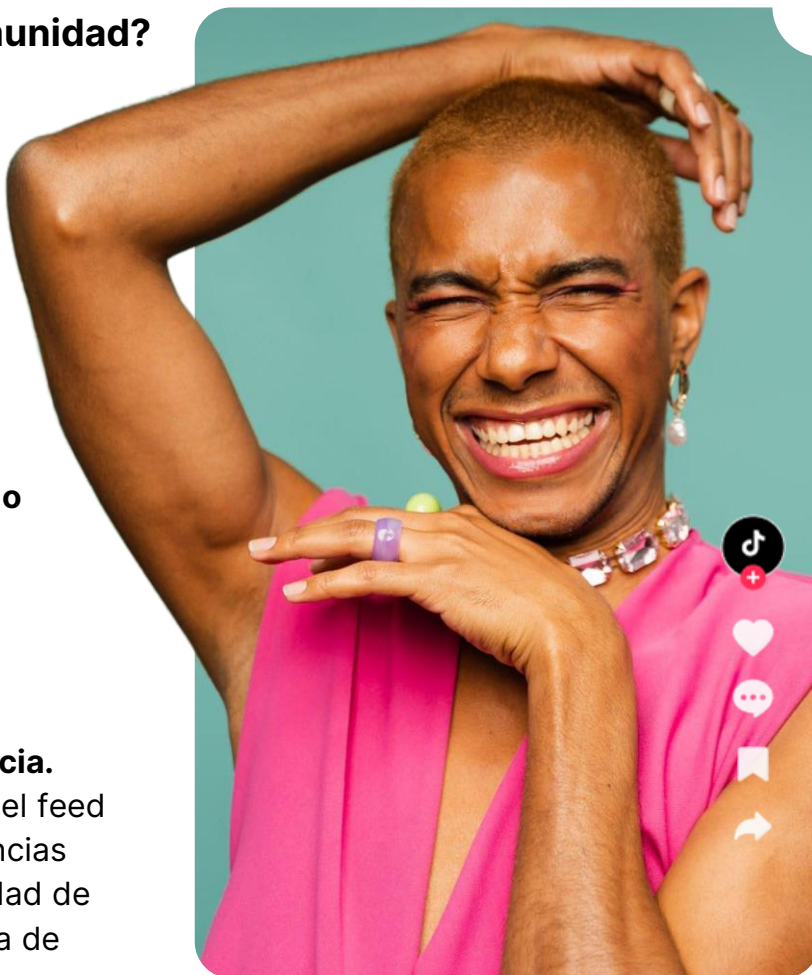
- **El usuario tiene el control:** los espectadores pueden restablecer o perfeccionar su feed Para ti.
- **Explicación detallada:** TikTok detalla cómo funcionan las recomendaciones a través de su Centro de transparencia.
- **Descubrimiento seguro:** diseñado para fomentar la creatividad dentro de las claras normas de la comunidad.

¿Qué son las Normas de la comunidad?

Las Normas de la comunidad de TikTok establecen reglas claras sobre lo que está permitido y lo que no. Se aplican a todos los usuarios de la plataforma, incluidos creadores, anunciantes, famosos y políticos.

¿Cómo protegen a las marcas?

- **Mantenemos alejado el contenido dañino.** Prohibimos la violencia, los discursos de odio, el acoso, el tráfico, la explotación sexual y otros abusos que puedan dañar a las personas y a las marcas.
- **Reducimos el riesgo de adyacencia.** El contenido que no es apto para el feed Para ti no se recomienda a audiencias amplias, lo que reduce la posibilidad de que tus anuncios aparezcan cerca de contenido dudoso.
- **Protegemos la integridad.** No permitimos la información errónea perjudicial y exigimos etiquetas para IA realista o medios editados de manera significativa que puedan engañar a los espectadores.
- **Garantizamos la aplicación de las normas.** Las cuentas pueden estar sujetas a restricciones o prohibiciones por infracciones graves o repetidas.



¿Cómo detectamos las infracciones?

En **el T2 de 2025**, las medidas de aplicación de las normas de TikTok obtuvieron muy buenos resultados: el 97.6 % del contenido de abuso sexual y físico de menores **se eliminó en 24 horas y el 93.2 % antes de que se produjera visualización alguna**. Las actividades peligrosas y el contenido editado o generado por IA lograron **tasas de eliminación proactiva superiores al 98 %**.

Echa un vistazo a las Normas de la comunidad. A continuación, obtén más información sobre cómo funciona la aplicación de las normas en el servicio de asistencia de TikTok y el Centro de transparencia.

Información errónea sobre la marca: los pormenores

Nuestro objetivo es crear políticas claras para todos en TikTok, incluidas las marcas.

Guía práctica para marcas y creadores

- | | | |
|---|--|---|
| ✓ | Precisión y pruebas | Solo haz afirmaciones verificables y basadas en pruebas. Evita las exageraciones o las promesas engañosas. |
| ✓ | Edición transparente | Etiqueta claramente las imágenes muy editadas o generadas por IA para evitar confusiones. |
| ✓ | Aviso comercial | Identifica siempre las relaciones con las marcas para mantener una buena reputación, incluida la elegibilidad para recomendaciones. |
| ✓ | Nada de información errónea perjudicial | Evita cualquier contenido que pueda causar daños en el mundo real (por ejemplo, información errónea sobre la salud, la seguridad o las elecciones). |
| ✓ | Consecuencias en la distribución | El incumplimiento puede reducir el alcance, desactivar la elegibilidad para la promoción o generar acciones en la cuenta. |
| ✓ | IA y medios sintéticos | Etiqueta o evita el uso engañoso de deep fakes, clonación de voz o manipulaciones realistas. |

Aspectos clave del contenido comercial

Prohibición de información errónea perjudicial

Prohibimos la información errónea y los contenidos manipulados que induzcan a error a los espectadores al hacerles creer que proceden de fuentes fiables.

Normas sobre contenido engañoso y falso

Los anuncios no deben hacer afirmaciones exageradas o sin fundamento (por ejemplo, "Consigue dinero en 10 segundos"). Los anuncios y las páginas de destino deben estar alineados. Nada de tácticas engañosas.

Requisito de aviso legal

Todo el contenido de pago o relacionado con la marca debe revelar patrocinios ("Colaboración de pago", "Contenido promocional", etc.). La falta de información puede reducir la visibilidad o activar alertas por incumplimiento.



**Consulta la Política
publicitaria completa en el
Centro de ayuda de TikTok.**

Desprestigio de la marca en TikTok Shop: Fomentar la competencia respetuosa

TikTok Shop prohíbe las comparaciones de marcas no compatibles.



Términos básicos de la política

"Los creadores tienen prohibido promocionar cualquier contenido que incluya comparaciones no compatibles con la intención de desprestigiar o denigrar otros productos".



Qué significa

- Puedes hacer comparaciones si son fácticas, verificables y pertinentes.
- No puedes exagerar, tergiversar ni atacar a otras marcas, ni siquiera con humor.
- Esto se aplica a los videos, las compras en directo, las descripciones de productos y las promociones de creadores en TikTok Shop.



Aplicación de las normas

Las infracciones pueden dar lugar a lo siguiente:

- Eliminación de contenido o visibilidad restringida
- Suspensión o cancelación de cuentas de vendedores o afiliados
- Reducción de los requisitos para participar en programas de colaboración o promoción

Mejores prácticas

Cuando hagas referencia a otras marcas, céntrate en los puntos fuertes de tu producto en lugar de criticar a la competencia. Respalda las afirmaciones con datos o testimonios de usuarios y asegúrate de que el tono sea neutral o positivo.

En resumen: TikTok Shop prohíbe las comparaciones engañosas o no verificadas entre marcas que puedan dañar la reputación de otra empresa o inducir a error a los consumidores.



Descubre cómo publicar tus productos de TikTok Shop con [TikTok Shop Academy](#).

Reportes de infracciones: Mantener un ecosistema seguro

Maneras de proteger y mantener los derechos de tu marca.



Paso 1: Detección proactiva

TikTok utiliza una combinación de sistemas automatizados y revisión humana para detectar de manera proactiva posibles infracciones de nuestras Normas de la comunidad y así eliminar la mayor parte del contenido infractor antes de denunciarlo.



Paso 2: Informes de la comunidad

Cuando el contenido no se detecta de forma proactiva, los miembros de la comunidad de TikTok pueden denunciar aquellos contenidos que crean que infringen nuestras Normas. Esto ayuda a mantener la plataforma segura y accesible.



Paso 3: Revisión y acción (con protección de la privacidad)

El contenido denunciado se revisa, se toman las medidas oportunas cuando se confirman las infracciones y la identidad de los denunciantes nunca se revela a la cuenta denunciada.

[Denunciar una cuenta.](#)

[Denunciar una publicación.](#)

[Denunciar un comentario.](#)



¿Lo sabías?

TikTok colabora con partners independientes acreditados por la Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN) que evalúan afirmaciones verificables mediante estándares basados en pruebas. Muchas afirmaciones relacionadas con productos, servicios o marcas pueden verificarse cuando se dispone de pruebas independientes y fiables. Obtén más información sobre nuestro programa de verificación independiente de datos por terceros en [el Centro de transparencia de TikTok](#).



Proteger y prevenir: plan de acción

Proteger la reputación de una marca no consiste solo en evitar riesgos.

En TikTok, la confianza se basa en estándares claros, garantías sólidas y equipos especializados que ayudan a las marcas a presentarse con confianza y creatividad. Desde las políticas de contenido y la protección de la propiedad intelectual hasta los controles y la verificación avanzados, TikTok proporciona los sistemas y la experiencia para proteger tu marca e impulsar el impacto.



Sienta las bases.

Adapta las políticas internas a las Normas de la comunidad de TikTok y a los estándares de idoneidad del feed Para ti. Define los umbrales de seguridad e idoneidad de tu marca antes de cada campaña.



Protege tus recursos.

Verifica los derechos de todos los elementos creativos, la música y las colaboraciones. Establece itinerarios claros de denuncia y eliminación para los problemas de IP o falsificación. Nuestras medidas específicas de aplicación de las normas de propiedad intelectual pueden ayudar.



Activa los controles.

Selecciona un nivel de Filtro de inventario y aplica Exclusión de categorías o Sensibilidad del sector donde sea necesario. Utiliza la gestión de comentarios y las listas de exclusión para guiar la adyacencia y la interacción.



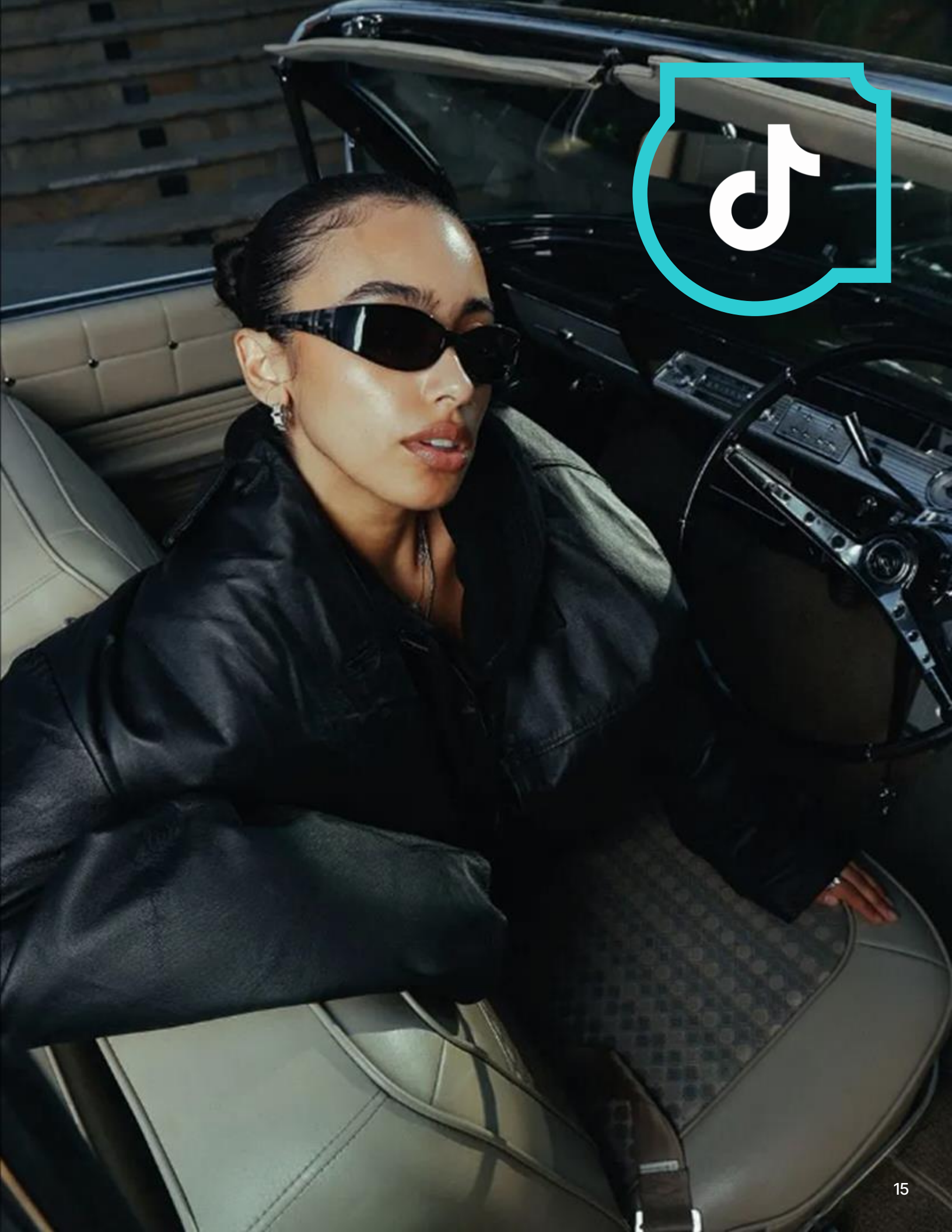
Supervisa y mide.

Utiliza Market Scope, las alertas de reputación y las verificaciones externas para rastrear el rendimiento y las opiniones. Revisa los datos posteriores a la campaña con tu equipo de TikTok.



Sigue evolucionando con nosotros.

Actualiza tus ajustes, comparte lo aprendido y mantente conectado con tus partners de TikTok para obtener asistencia continua. Considera la gestión de la reputación como una ventaja de crecimiento.



SECCIÓN

02

Tomar medidas: herramientas de reputación de marca y recursos

Recursos prácticos para supervisar los riesgos y proteger la propiedad intelectual.



PÁGINA

18	Conoce a los equipos
20	Propiedad intelectual
22	Derechos de autor
24	Marcas registradas y falsificación
26	Integridad de los productos de TikTok Shop
28	Programas piloto de reputación de marca

Partners para la protección: Cómo resuelve TikTok los problemas de marca

En TikTok, todo el mundo desempeña un papel en la protección de las marcas.

- **GBM: guías con formación**
El equipo de Seguridad de marca y medios responsables de Marketing empresarial global (GBM) fomenta la confianza de los anunciantes a través de la formación y la interacción con el sector, y ayuda a las marcas a comprender y confiar en las medidas de protección y soluciones de TikTok.
- **Ventas: saca a la superficie el indicador**
Soluciones empresariales globales (ventas) defiende los intereses de los anunciantes, ya que da a conocer las preocupaciones de las marcas a través de la interacción con los clientes y alinea los objetivos de crecimiento con los estándares de seguridad, idoneidad y rendimiento de la marca TikTok.
- **AdEx: evaluaciones y rutas**
Experiencia del anunciante (AdEx) identifica, clasifica y deriva los problemas relacionados con los productos y las políticas. Además, coordina las respuestas interfuncionales para ofrecer soluciones rápidas y equilibradas que protejan la confianza de los anunciantes y la integridad de la plataforma.
- **PSO: brinda la solución**
La organización de soluciones de productos (PSO) proporciona a los anunciantes las herramientas de seguridad adecuadas, como el filtro de inventario de TikTok y la exclusión de categorías de TikTok, lo que facilita la incorporación, la resolución de problemas y la innovación de productos para un crecimiento seguro y efectivo.
- **Términos y condiciones: acción de clientes potenciales**
Confianza y Seguridad (T&S) crea y aplica las políticas globales de TikTok, lidera las operaciones de moderación e integridad que protegen la integridad de la plataforma y mantienen un entorno seguro y fiable para los usuarios, los creadores y las marcas.

Descubre TikTok Market Scope: Un nuevo mundo de datos

Accede a datos propios en tiempo real sobre tu contenido orgánico y descubre más formas de hacer crecer tu negocio.

Datos de todo el ecosistema

TikTok Market Scope es un centro de datos completo que ayuda a las marcas a tomar decisiones más inteligentes con información exhaustiva sobre todo el ecosistema de TikTok.

A través del Centro de negocios, las marcas aptas pueden conectar de forma segura cuentas publicitarias, tiendas y perfiles para analizar el comportamiento de la audiencia, el rendimiento del contenido y la efectividad de la campaña en una vista centralizada.



Inteligencia de percepción de la marca

Dentro de Market Scope, el módulo Percepción de la marca permite realizar un seguimiento orgánico de las redes sociales para comprender la voz de la marca, rastrear la opinión neta y obtener información útil. Market Scope también se integra a la perfección con el Administrador de anuncios de TikTok y Creator Marketplace, lo que permite un flujo de trabajo unificado con acceso según roles y permisos controlados para garantizar la precisión y seguridad de los datos. Analiza el poder de tu marca. Mide y entiende la cuota de voz de tu marca. Impulsa tu estrategia de contenido con datos de tendencias.

Pregunta a tu equipo de TikTok sobre los requisitos y la incorporación a través del Centro de negocios. Obtén más información sobre TikTok Market Scope.

A man with short dark hair and a mustache is shown from the chest up, playing a green and gold accordion. He is looking upwards and to the right with a wide, joyful smile, showing his teeth. He is wearing a dark, patterned short-sleeved shirt and a black wristwatch on his left wrist. The background is a soft, out-of-focus indoor setting with warm lighting. The text 'PROPIEDAD INTELECTUAL' is overlaid in the upper right, and 'En anuncios y contenido de usuario' is below it.

PROPIEDAD INTELECTUAL

**En anuncios y contenido
de usuario**



TikTok aplica sólidos estándares de propiedad intelectual (IP) en todo el contenido comercial y orgánico para proteger a los titulares de los derechos y mantener la confianza de los anunciantes.

Los anunciantes deben usar solo recursos de elementos creativos autorizados y asegurarse de que todos los anuncios y las páginas de destino cumplan con las leyes de propiedad intelectual vigentes y la política de propiedad intelectual de los anuncios de TikTok.

El uso no autorizado de logos, música o videos sin licencia, o asociaciones engañosas con marcas o figuras públicas están prohibidos y sujetos a acciones legales.

Las infracciones pueden tener como resultado la eliminación de contenido o restricciones de la cuenta. Los casos son revisados por el equipo especializado en propiedad intelectual de TikTok a través de un proceso justo y transparente.

Para conocer las normas de propiedad intelectual y contenido de los usuarios, consulta nuestra Política legal. Para obtener orientación sobre la IP específica de la publicidad, visita el Centro de ayuda. Para señalar una posible infracción, envía una denuncia a través del formulario de infracción de los derechos de propiedad intelectual.

DERECHOS DE AUTOR

Proteger los derechos
de marca





TikTok protege los derechos de los creadores mediante la aplicación de políticas de derechos de autor que exigen el uso autorizado del contenido y establecen consecuencias claras y progresivas en caso de infracción.

Los usuarios solo pueden publicar contenido original o contenido que tengan permiso legal para compartir.

Las denuncias de derechos de autor válidas pueden dar lugar a la eliminación de contenido y a una advertencia en la cuenta.

Las advertencias caducan a los 90 días; tres advertencias por incumplimiento de derechos de autor causan la eliminación permanente de la cuenta.

TikTok también puede suspender o bloquear cuentas por infracciones graves.

Los usuarios pueden apelar las decisiones o resolver los informes si el titular de los derechos retira su denuncia.

Obtén más información sobre los derechos de autor en la plataforma a través del Servicio de asistencia de TikTok. Si identificas una posible infracción, ve a Informar de una infracción de los derechos de autor.

MARCA REGISTRADA Y FALSIFICACIÓN

Proteger la identidad de la marca





TikTok protege la integridad de las marcas y el comercio confiable al prohibir el uso indebido de marcas registradas y los productos falsificados, así como al aplicar medidas claras y progresivas cuando se producen infracciones en el contenido, los anuncios y TikTok Shop.

El uso no autorizado de nombres de marcas, logos o marcas, así como todos los productos falsificados, están prohibidos.

Se revisarán los reclamos válidos sobre marcas registradas y pueden dar lugar a la eliminación de contenido, anuncios o listados y a una advertencia al usuario.

Las advertencias caducan a los 90 días. Las infracciones repetidas o graves pueden dar lugar a la suspensión o la eliminación.

Los titulares con derechos autorizados pueden presentar reclamos con pruebas de propiedad. Se ofrecen opciones de solicitud de revisión.

Obtén más información a través del Servicio de asistencia de TikTok. Si identificas una posible infracción, ve a Informar de una infracción de marca registrada.

Echa un vistazo detrás de cámara: Criterios clave de eliminación

TikTok utiliza la tecnología, la revisión de expertos y la colaboración.



Cómo identificamos el contenido infractor

TikTok detecta y elimina proactivamente el contenido que promociona productos falsificados mediante el aprendizaje automático, los indicadores de palabras clave y la revisión contextual. Trabajamos con los titulares de derechos para verificar y actuar con rapidez, al tiempo que nos aseguramos de que el contenido educativo o los comentarios no se eliminen automáticamente.



Nuestro enfoque de la palabra "dupe"

Debido a que "dupe" puede hacer referencia a alternativas falsas o legítimas, TikTok revisa cada caso detenidamente. El término se utiliza como indicador de detección, se elimina el contenido infractor y se evalúa su uso legítimo caso por caso.



Colaboración e informes

Les sugerimos a las marcas y a los titulares de los derechos a que informen de las posibles infracciones a través de los canales oficiales y proporcionen pruebas como respaldo para acelerar la revisión. La colaboración continua ayuda a identificar tendencias y a evitar el uso indebido en el futuro.





Desde nuestra sala de prensa: un anuncio sobre la integridad de TikTok Shop

TikTok se dedica a crear una experiencia de compra divertida en la que nuestra comunidad pueda descubrir y comprar los productos que más les gustan con la confianza de que están adquiriendo un producto auténtico.

Como parte de este compromiso continuo, nos enorgullece unirnos a la **campaña Unreal de la Asociación Internacional de Marcas (INTA)**: una iniciativa para crear conciencia entre los compradores sobre las falsificaciones. Gracias a TikTok y su comunidad, Unreal generará conciencia sobre las consecuencias negativas de la falsificación y la importancia de las marcas registradas y la protección de la marca.



Lee el anuncio completo en la [sala de prensa de TikTok.](#)

Programas piloto con éxito inmediato

TikTok está probando nuevas soluciones de reputación de marca pioneras en el sector.

Juntos, están diseñados para proporcionar una visibilidad más profunda de las narrativas emergentes, menciones de marca en tiempo real y tendencias de reputación más amplias para ayudar a los anunciantes a comprender y gestionar mejor la percepción en la plataforma.

Panel de reputación

El **panel de reputación** ofrece una visión clara de cómo se habla de tu marca en TikTok. Mediante el análisis de opiniones y la detección de temas, identifica las narrativas emergentes y los posibles riesgos para la reputación a medida que se desarrollan. Con actualizaciones casi en tiempo real, las marcas pueden detectar problemas con antelación, comprender las opiniones y tomar medidas proactivas para proteger la confianza en la marca.

Alerta de reputación

Alerta de reputación proporciona notificaciones oportunas cuando tu marca se menciona en videos o comentarios de alta visibilidad. Configurada en torno a tus palabras clave y mercados, permite a tus equipos supervisar los cambios en las opiniones, comprender qué impulsa las conversaciones y responder rápidamente antes de que las narrativas se difundan. Esto te ayuda a mantenerte informado en los momentos más importantes.

Informe de reputación

El **informe de reputación** ofrece una instantánea periódica de cómo se percibe tu marca en TikTok. Al combinar datos cuantitativos con datos cualitativos, destaca temas clave y tendencias de opinión. Cada informe se puede personalizar por marca o mercado, lo que te ayuda a medir el progreso, identificar oportunidades emergentes y fortalecer las estrategias de gestión de la reputación.

Para comprobar si cumples los requisitos para participar en esta prueba, ponte en contacto con tu gestor de clientes.



SECCIÓN

03

Garantizar la idoneidad de la marca: Adyacencia de anuncios, medición y ejemplos ilustrativos

Controles de anunciantes y verificación externa para generar confianza en la campaña.



PÁGINA

32

Soluciones de idoneidad de marca

34

**Herramientas de gestión de
comentarios**

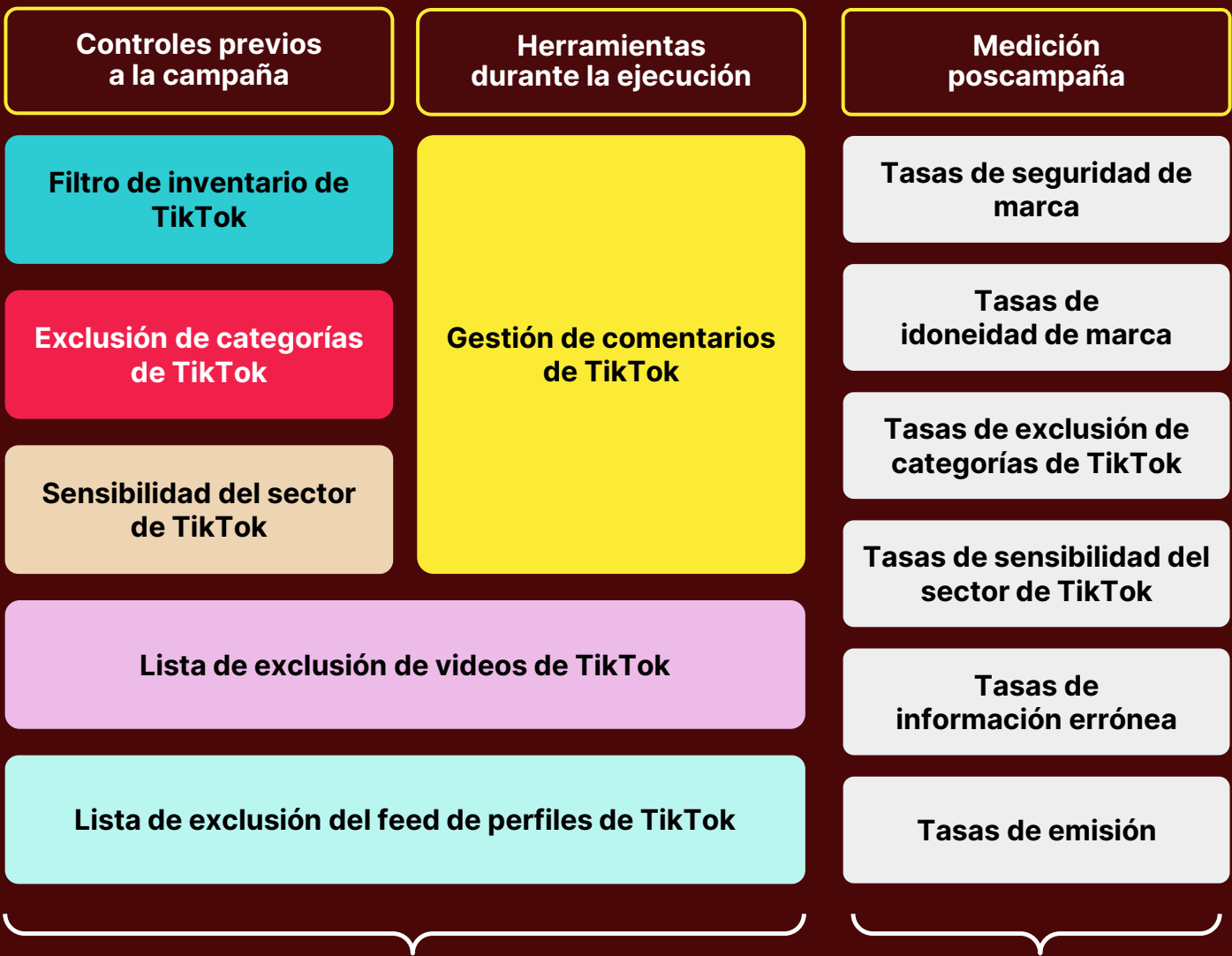
36

Ejemplos ilustrativos

Protección de la reputación de la marca: Elección y adyacencia a escala

Las marcas tienen distintos valores o preferencias en cuanto a la colocación de los anuncios.

El **Paquete de seguridad de TikTok** es un conjunto de controles, herramientas y soluciones de medición de terceros que se diseñó para brindarles a las marcas una publicidad adecuada y segura. Cubre todas las etapas de una campaña y da a las marcas la posibilidad de elegir dónde aparecen sus anuncios, lo que ayuda a alinear la inversión con los valores.



Disponible en el Centro de Brand Safety
a través del Administrador de anuncios de TikTok

Disponible a través de
nuestros partners externos



Filtro de inventario de TikTok

Proporciona a los anunciantes control sobre la colocación de los anuncios al elegir entre tres niveles de inventario (Expandido, Estándar o Limitado) antes de que comience la campaña, lo que garantiza que los anuncios aparezcan junto a contenido que se ajuste a sus preferencias de marca.



Exclusión de categorías de TikTok

Permite a los anunciantes evitar que sus anuncios aparezcan junto a cuatro categorías no estándar: juegos de apuestas y loterías, videojuegos violentos, deportes de combate y contenido juvenil, lo que ofrece un mayor control sobre la relevancia contextual.



Sensibilidad del sector de TikTok

Permite a los anunciantes excluir contenido de 11 sectores (Mascotas, Belleza, Alimentación, Moda/Venta minorista, Viajes, Servicios financieros, Tecnología, Automotriz, Videojuegos, Servicios profesionales y Entretenimiento) para garantizar la alineación con el posicionamiento de la marca.



Lista de exclusión de videos de TikTok

Permite a los anunciantes excluir videos específicos por ID, lo que evita que aparezca contenido no deseado o inadecuado junto a sus anuncios. Incluye informes externos posteriores a la campaña para aumentar la transparencia y la idoneidad de marca.



Lista de exclusión del feed de perfiles de TikTok

Permite a los anunciantes excluir a creadores específicos por ID, lo que garantiza que sus anuncios no aparezcan en los feeds de esos creadores y ayuda a mantener la alineación con la marca y la idoneidad en todas las colocaciones.



Gestión de comentarios de TikTok

Da a los anunciantes control sobre los comentarios al permitirles filtrarlos, ocultarlos o deshabilitarlos. Esto ayuda a las marcas a mantener las interacciones mientras gestionan los posibles problemas de seguridad de marca.

Resumen: Activar la tranquilidad

El umbral mínimo de seguridad de marca de TikTok garantiza que todos los anuncios se publiquen por encima de un nivel mínimo de seguridad, protegido por nuestras Normas de la comunidad y sistemas de aplicación de las normas.

Nuestro marco de idoneidad de marca va más allá y ofrece a los anunciantes controles que pueden personalizar para elegir los tipos de contenido más adecuados para su marca. Juntos, crean un entorno publicitario más seguro y adecuado para todos.



Controles previos a la campaña

Antes del lanzamiento, TikTok te permite definir dónde pueden aparecer tus anuncios mediante la selección de niveles de inventario y ajustes de idoneidad alineados con los valores de tu marca. Estos controles ayudan a garantizar que tus medios se coloquen en entornos que se ajusten a tu nivel de comodidad desde el primer día.



Herramientas durante la ejecución

Durante tu campaña, TikTok aplica una clasificación de contenido en tiempo real para mantener alineados las colocaciones de los anuncios con el nivel seleccionado. La supervisión continua te permite ajustar la configuración o revisar los datos de rendimiento a medida que entra contenido nuevo en la plataforma.



Medición poscampaña

Una vez finalizada la campaña, los partners externos independientes verifican e informan sobre la seguridad y la idoneidad de marca. Estos informes confirman que tus anuncios se publicaron dentro de los parámetros elegidos, lo que garantiza la transparencia y la responsabilidad de tu inversión en medios.

Consulta, descarga y comparte el Manual de estrategias para la seguridad e idoneidad de marca de TikTok, que incluye más información sobre todas nuestras soluciones.

Los comentarios son una oportunidad. Tú tienes el control.

Comentarios en anuncios

Los anunciantes tienen control total sobre cómo se muestran los comentarios en sus colocaciones pagas. En el Administrador de anuncios de TikTok, las marcas pueden supervisar las opiniones, filtrar u ocultar los comentarios que no se alineen con los valores de la marca e interactuar directamente con los usuarios para generar confianza. Los controles de comentarios también se pueden ajustar por campaña, lo que permite a los anunciantes equilibrar la interacción abierta con la protección de la marca.

Mejor práctica: supervisa los comentarios en busca de opiniones, responde rápidamente a las preguntas, oculta el spam y asegúrate de que la moderación se alinea con la voz de tu marca.

Consulta cómo gestionar los comentarios en los anuncios en el Centro de ayuda.

Comentarios en el contenido

Las marcas tienen una flexibilidad similar en sus propias cuentas de TikTok, donde pueden dar forma a la conversación mediante la configuración de la visibilidad de los comentarios, los filtros de palabras clave y las opciones de moderación. Estas herramientas ayudan a que las interacciones con la comunidad sean positivas y estén alineadas con el tono de la marca.

Aunque los comentarios en las publicaciones de otros creadores que mencionan una marca no se pueden gestionar directamente, se siguen aplicando las Normas de la comunidad de TikTok. Si crees que un comentario infringe nuestras políticas, háznoslo saber.

Mejor práctica: define una estrategia de comentarios para las publicaciones orgánicas (por ejemplo, respuestas a preguntas, comentarios fijados, eliminación de spam) y supervisa las menciones de la marca a través de alertas o herramientas externas.

Consulta cómo gestionar los comentarios en las publicaciones orgánicas de los usuarios en Asistencia para cuentas y privacidad.





Ejemplo ilustrativo: sector automotriz

Un importante fabricante mundial de automóviles observó en TikTok un rápido aumento de videos externos engañosos en los que se afirmaba que uno de sus modelos más vendidos tenía un defecto en un elemento de seguridad. Su partner de control de las redes sociales detectó la tendencia y los equipos internos se dieron cuenta rápidamente de que la narrativa se amplificaba más por comentarios inexactos de los creadores que por problemas reales del producto. Preocupada por el daño a su reputación y la confusión de los clientes, la marca se puso en contacto con TikTok para obtener ayuda. Así es como TikTok entró en acción.

- **Paso 1: El cliente señala un problema.** El responsable de redes sociales de la marca llamó a su partner de clientes de TikTok para informar sobre contenidos engañosos relacionados con la seguridad y proporcionar ejemplos de su proveedor de monitorización.
- **Paso 2: El contexto se recopila rápidamente.** El partner de cliente se puso en contacto con el equipo de Seguridad de marca y medios responsables de TikTok para sacar a la luz las Normas de la comunidad de TikTok y otras garantías de marca.
- **Paso 3: Los equipos de TikTok toman medidas coordinadas.** Los revisores de Confianza y seguridad evaluaron el contenido a escala e implementaron la aplicación de las normas: eliminaron las afirmaciones incorrectas y redujeron la visibilidad cuando fue necesario.
- **Paso 4: Se moviliza la comunicación interfuncional.** GBS, PSO y Ad Experience colaboraron para proporcionar al fabricante de automóviles actualizaciones continuas, mientras que TikTok Market Scope supervisó la curva de tendencia.
- **Paso 5: La marca recibe una garantía medida.** Los partners de medición de TikTok confirmaron que el contenido engañoso tenía un impacto mínimo de adyacencia de pago y que la narrativa se estaba desacelerando rápidamente.
- **Paso 6: La opinión mejora rápidamente.** Con la aplicación de las normas y las líneas de comunicación fortalecidas, los comentarios negativos disminuyeron, aparecieron las correcciones de los creadores y la crisis percibida se desvaneció.



Lo que se aprendió: la rápida derivación del cliente y la rápida coordinación entre funciones permitieron a TikTok abordar la narrativa antes de que creciera. Las actualizaciones claras, la aplicación de normas específicas y las mediciones externas demostraron que el problema era menor de lo que parecía. La marca se fue con más confianza tanto en su respuesta como en la capacidad de TikTok para proteger su reputación.



Ejemplo ilustrativo: sector de belleza

Una marca de belleza internacional vio cómo, de repente, una oleada de creadores promocionaba un "dupe" no autorizado de su producto más vendido, y afirmaba falsamente que las fórmulas eran idénticas. Su equipo interno de protección de marca, con el apoyo de un controlador de falsificación externo, detectó un aumento de las publicaciones engañosas en TikTok que podrían socavar la imagen de la marca. Preocupada por la pérdida de confianza y la confusión entre los compradores, la marca se puso en contacto con TikTok para pedir ayuda. Así es como TikTok entró en acción.

- **Paso 1: El cliente señala un problema.** El gestor de integridad de la marca envió un correo electrónico a su partner de clientes de TikTok y envió un formulario de propiedad intelectual y marca registrada con ejemplos de afirmaciones engañosas sobre ser "dupe".
- **Paso 2: TikTok verifica los detalles.** El partner de clientes se puso en contacto con los equipos de Operaciones de IP, Legal y de Seguridad de marca y medios responsables de TikTok para confirmar las protecciones de marca registrada de la marca.
- **Paso 3: Se toman las decisiones de aplicación de las normas.** El equipo de operaciones de IP y Confianza y seguridad revisó las publicaciones en busca de posibles afirmaciones falsas o engañosas o de un uso no autorizado de la IP y las eliminó o redujo su visibilidad.
- **Paso 4: La narrativa se supervisa de cerca.** Los equipos de Market Scope e Integridad rastrearon la curva de tendencia y revelaron que una gran parte de la conversación era orgánica y de corta duración.
- **Paso 5: La comunicación fluye entre los equipos.** GBS, PSO y Ad Experience mantuvieron una estrecha colaboración con los equipos globales de marketing, legal y relaciones públicas de la marca para ofrecer actualizaciones y aclarar las políticas.
- **Paso 6: Se refuerza el valor de la marca.** En cuestión de días, el contenido de reclamos de engaño se redujo drásticamente, la confusión disminuyó en los comentarios y las mediciones externas confirmaron un bajo riesgo de adyacencia de los anunciantes.



Lo que se aprendió: las charlas engañosas no autorizadas pueden parecer alarmantes, pero una rápida escalada y una revisión coordinada aclararon la verdadera magnitud. Las capacidades de IP, aplicación de las normas y supervisión de TikTok garantizaron una implementación precisa de las políticas y, al mismo tiempo, dieron confianza a la marca a través de la seguridad respaldada por datos. Al final, la marca vio que la información errónea se desvanecía rápidamente.



Ejemplo ilustrativo: sector de alimentos

Un importante fabricante de alimentos descubrió publicaciones de TikTok generadas por IA que mostraban falsamente una de sus instalaciones de producción en condiciones inseguras o antihigiénicas. El contenido se había originado fuera de la plataforma y lo habían vuelto a publicar usuarios que creían que las imágenes eran reales. Preocupada por la confianza en la marca y la posible confusión de los clientes, la empresa se puso en contacto con TikTok con urgencia. Así es como TikTok entró en acción.

- Paso 1: El cliente señala un problema. El director de Comunicaciones Corporativas de la marca llamó a su partner de clientes de TikTok después de que las redes sociales internas sacaran a la luz información errónea generada por IA en TikTok.
- Paso 2: TikTok inicia una revisión rápida. El partner de clientes derivó el caso a Confianza y seguridad para evaluar si las publicaciones infringían las políticas de información errónea, medios sintéticos o contenido manipulado.
- Paso 3: Se implementa la aplicación de las normas. Confianza y seguridad revisó los videos, aplicó eliminaciones a publicaciones manipuladas y agregó etiquetas para aclarar cuándo se detectaron imágenes generadas por IA.
- Paso 4: La alineación interfuncional se acelera. GBS y AdEx colaboraron para guiar a la marca en los procesos y se coordinaron con la Política de TikTok para aclarar los estándares de los medios sintéticos.
- Paso 5: La supervisión continúa en tiempo real. TikTok Market Scope rastreó la trayectoria de la información errónea y mostró que la tendencia alcanzó su punto máximo rápidamente y luego decayó a causa de las intervenciones de TikTok.
- Paso 6: La opinión se recupera. Con la aplicación de la normativa vigente y la comunicación más estricta, los comentarios negativos disminuyeron y las mediciones externas confirmaron una baja adyacencia en los anuncios.



Lo que se aprendió: la información errónea generada por IA puede parecer dramática, pero a menudo se desvanece rápidamente una vez revisada según las políticas de medios sintéticos y contenido manipulado de TikTok. La acción coordinada entre la aplicación de las normas, la supervisión y la comunicación con el cliente restableció la claridad y la calma. La marca y TikTok reforzaron sus procesos de respuesta.

5 aprendizajes clave

Manual de estrategias para la reputación de marca de TikTok

La colaboración en TikTok para dar forma a este manual ha reforzado cuán importantes son la confianza y la protección para las marcas. Para cerrar, he destacado cinco aprendizajes clave y los amplío en el video que los acompaña.

01

La reputación de marca se forma a través de lo orgánico, lo pago, los creadores y los comentarios, y se beneficia de una atención continua más allá de los lanzamientos de campañas.

02

Las normas claras de la plataforma crean una base sólida, lo que ayuda a las marcas a alinear las medidas de protección internas con la moderación y distribución de contenidos.

03

Activa las protecciones disponibles para controlar la colocación, el contexto y el riesgo, en lugar de confiar en los ajustes predeterminados.

04

Los datos internos y las mediciones externas generan transparencia, validan la idoneidad y refuerzan la confianza de las inversiones.

05

Considera la confianza como un recurso de crecimiento que profundiza la interacción, genera fidelidad e impulsa un rendimiento sostenido a largo plazo.



Dennis Petrone

Jefe global
de Seguridad de marca y medios responsables
TikTok



Revisión de recursos

Sistema de recomendación

- Cómo recomienda TikTok el contenido
- Centro de transparencia

Aplicación de las Normas de la comunidad

- Normas de la comunidad
- Informes de aplicación

Políticas publicitarias y contra la información errónea

- Política publicitaria: información errónea

Verificación de datos externos

- Principios de la IFCN

Desprestigio de la marca y TikTok Shop

- Política de TikTok Shop

Herramientas de informes

- Denunciar una cuenta
- Denunciar comentario
- Denunciar publicación

Moderación de contenido

- Infracciones y prohibiciones de contenido
- Moderación y apelaciones

Propiedad intelectual (IP)

- Política de derechos de autor
- Denunciar violación de derechos de autor
- Reglas de IP de los anuncios
- Informes de IP de comercio
- Política de marcas registradas y falsificación
- Denunciar violación de marca registrada

Noticias y colaboraciones

- Campaña Unreal de TikTok x INTA

Gestión de comentarios

- Gestionar comentarios en anuncios
- Gestionar comentarios en publicaciones orgánicas

Recurso complementario

- Manual de estrategias de seguridad e idoneidad de marca

Cláusula de exención de responsabilidad legal

Este documento pertenece a TikTok Inc. y TikTok Inc. lo preparó exclusivamente con propósitos informativos. Quien reciba este documento debe mantenerlo, así como cualquier información que este contenga, bajo confidencialidad estricta y no tendrá derecho de distribuir, exhibir, aprovechar o utilizarlo de cualquier otra forma para ningún propósito diferente que el de revisar la información que aquí proporciona TikTok Inc.

Por el presente, quien reciba este documento declara y garantiza que no publicará ni distribuirá públicamente este documento ni ninguno de sus elementos a través de ningún medio para ningún propósito. Quien reciba este documento reconoce que la información contenida en él solo es ilustrativa y que no dispone de licencia para distribuirla públicamente.

Ni TikTok Inc. ni ninguna de sus filiales ni sus respectivos directores, gerentes, empleados o agentes (a los que, de forma colectiva, denominaremos "TikTok") afirman ni garantizan en modo alguno, de forma expresa ni implícita, que la información contenida en este documento sea precisa o completa, y no asumen ninguna responsabilidad, obligación ni compromiso en relación con dicha información.

TikTok renuncia expresamente a cualquier tipo de responsabilidad que pueda derivarse de este documento y no se responsabiliza de ningún error u omisión que pueda contener. TikTok no asume ninguna obligación ni se responsabiliza de actualizar ninguna información que figure en este documento. El rendimiento pasado no garantiza ni predice el rendimiento futuro. Los resultados pueden variar.

