



Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos

Contenido

1 Resumen	3
2 Funciones y formato de los anuncios	3
3 Requisitos de contenido	3
a) Requisitos generales	3
b) Contenido prohibido	3
c) Imágenes de ASIN	5
d) Logotipo de la marca	5
e) Llamada a la acción	5
f) Afirmaciones y pruebas	5
g) Titulares	6
h) Mensajes promocionales y del periodo de fiestas	6
4 Aceptabilidad del producto	7
a) Requisitos generales	7
b) Productos prohibidos	8
c) Productos restringidos	8
i) Bebidas alcohólicas	9
ii) Fórmulas de continuación y para lactantes	10
iii) Cuchillos	10
iv) Medicamentos y suplementos sin receta	11
v) Productos religiosos.....	11
vi) Salud sexual.....	11
vii) Productos de deportes y actividades al aire libre	12

1 Resumen

Las políticas de esta sección se aplican a Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos. Como anunciante, debes cumplir con nuestras políticas de anuncios para las campañas publicitarias que se ejecuten con Amazon. Si tus anuncios no cumplen con nuestras políticas de anuncios, las campañas no se podrán aprobar hasta que no se arregle el incumplimiento de las obligaciones contractuales. Revisa las políticas de esta sección para más información sobre nuestras restricciones de contenido específicas para Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos, así como qué productos son aptos o no aptos para estos tipos de anuncios.

Estas políticas se añaden a nuestras [Políticas de aceptación de creación de anuncios](#). Se aplican a las campañas publicitarias tanto nuestras Políticas de aceptación de creación de anuncios como las políticas específicas del producto.

Para más información sobre anuncios patrocinados en Amazon, visita [Anuncios patrocinados](#).

2 Funciones y formato de los anuncios

Asegúrate de que el formato del anuncio cumple con las siguientes pautas:

- Prohibimos anuncios animados. Todos los anuncios deben ser estáticos.
- Los anuncios de Sponsored Brands deben tener un formato de 728 x 90, 800 x 90, 300 x 250, 160 x 600, 245 x 135 o 900 x 45.
- Los Anuncios de Display de Productos deben tener un formato de 728 x 90, 300 x 250, 160 x 600, 245 x 135 o 900 x 45.

3 Requisitos de contenido

Los siguientes requisitos de contenido se aplican a todos los elementos de tus anuncios: el texto del titular, los logotipos de las marcas y las imágenes del ASIN.

a) Requisitos generales

Los anuncios deben:

- Ser adecuados para un público general
- Reflejar con precisión el contenido de la página de destino
- Estar en el idioma del sitio web de Amazon en el que aparece el anuncio

b) Contenido prohibido

Prohibimos el siguiente contenido en tus anuncios:

- Marcas registradas de Amazon o referencias a productos o servicios de Amazon
- Contenido que pueda considerarse inapropiado culturalmente en la ubicación geográfica en la que vaya a aparecer el anuncio

- Contenido que promueve el odio, incita a la violencia o a la intolerancia, o discrimina o defiende la discriminación a un grupo protegido, ya sea por motivos de su raza, color, nacionalidad, religión, minusvalía, sexo, orientación sexual, discapacidad, edad u otra categoría
- Direcciones de correo electrónico o direcciones web, ya sean completas o parciales
- Errores de ortografía, puntuación excesiva o uso incorrecto de gramática y puntuación
- Contenido político, incluido el contenido relacionado con procesos electorales, el contenido que hable a favor o en contra de partidos políticos, candidatos o representantes electos, defensas políticas u otros asuntos relacionados con la política
- Contenido relativo a enfermedades o funciones fisiológicas potencialmente embarazosas
- Blasfemias, texto difuminado o dobles sentidos inapropiados
- Referencias a nombres o productos de otras empresas para denigrar, comparar o utilizar la otra marca o producto con el fin de promocionar tus productos (por ejemplo, "de mejor calidad que [other product]")
 - Si quieres comunicar la compatibilidad de tu producto con otros productos en el titular, debes incluir la otra marca o producto en la parte final del titular con una fórmula apropiada como "compatible con".

Pautas sobre imágenes

Además de los requisitos anteriores, se aplican las siguientes pautas de contenido prohibido a las imágenes en los anuncios.

- Imágenes de armas (por ejemplo, armas de fuego, espadas, arcos y flechas, ya estén representadas de forma realista o no) que:
 - Se muestren de manera violenta o amenazante. Por ejemplo, hiriendo a otro personaje
 - Se muestren de modo macabro (por ejemplo, cubiertas de sangre)
 - Apunten a un personaje
 - Apunten al cliente
 - Aparezcan manejadas por o asociadas a un menor
 - Se muestren en el acto de disparar (por ejemplo, balas que se ven saliendo del arma, humo u otros residuos alrededor del cañón)
 - Consulta la sección "Productos de deportes y actividades al aire libre" para conocer las restricciones específicas de dichos productos.
- Violencia realista o excesiva, brutalidad, imágenes intimidatorias, representaciones gráficas de sangre, heridas abiertas o suturadas, escenas de tortura, desmembramiento o mutilaciones de cuerpos.
- Contenido sexual:
 - Poses sexualmente sugerentes, como la abertura de piernas, agarre del pelo o acentuación de la cadera junto con expresiones faciales que indiquen pasión o que sean sexualmente sugerentes
 - Las imágenes que atraigan atención indebida a partes íntimas del cuerpo, como pechos o nalgas, con carácter sexual

- Representación de menores en situaciones sexuales
- Imágenes que sugieran el proceso de desnudarse, como bajarse el tirante de un sostén o la ropa interior
- Modelos que lleven puesta lencería sugerente, como medias, ligas o accesorios como látigos y cadenas
- Abrazos provocativos o en una situación provocativa, como en una ducha o en una cama

c) Imágenes de ASIN

Las imágenes de ASIN que muestres en los anuncios deben cumplir con nuestras políticas.

d) Logotipo de la marca

Requerimos la presencia del logotipo de la marca en el anuncio para que los clientes sepan que eres el anunciante.

Si no dispones del logotipo de la marca, puedes utilizar una de las imágenes ASIN, como imágenes relacionadas con el estilo de vida, si el producto aparece claramente identificable.

e) Llamada a la acción

Recomendamos el uso de una llamada a la acción en el anuncio para mejorar su rendimiento, pero no es necesaria.

Si utilizas una llamada a la acción en el titular, esta debe:

- Ser clara y precisa
- No utilizar lenguaje que pueda presionar al cliente a tomar medidas como "Última oportunidad" o "No te lo pierdas"

Las siguientes llamadas a la acción están prohibidas:

- "Haz clic aquí" y otras variantes no específicas
- "Comprar ahora" (prohibida solo para Sponsored Brands, excepto en Japón)
- "Comprobar ahora" (prohibida solo para Sponsored Brands en Japón)

f) Afirmaciones y pruebas

Las afirmaciones publicitarias que incluyas en tus anuncios deben ser veraces y correctas. Debes tener pruebas que apoyen las afirmaciones que incluyes en los anuncios.

Si realizas una afirmación en el anuncio, dicha afirmación no debe contradecirse en la página de detalle de producto.

Pruebas

Necesitamos información que demuestre los siguientes tipos de afirmaciones en la página de detalle de producto, en el titular o en el embalaje del producto.

- Reconocimientos y galardones: Deben respaldarse con detalles como la fecha de concesión y la entidad adjudicadora.
- Resultados de encuestas: Las afirmaciones sobre los resultados de encuestas de consumo deben probarse, incluso si la encuesta recoge opiniones subjetivas. Por ejemplo, la afirmación "al 33 % de personas les gusta XXX" se debe acompañar de una cita que indique la fuente y la fecha de la encuesta ("* US Surveys Ltd, enero de 2017").
- Rendimiento cuantificado: Afirmaciones que dan a entender al cliente que se han llevado a cabo mediciones objetivas. Por ejemplo, "Reduce el 99 % de arrugas", "Los dientes se ven tres tonos más blancos" o "La mejor crema hidratante".
- Comparativas: Se deben respaldar con una cita que provenga de una fuente independiente publicada en los últimos 12 meses. Por ejemplo, "America's best hat" ("Mejor sombrero de América"), revista Hat Makers, 2017. No permitimos la comparación directa con las marcas de la competencia.

No requerimos pruebas adicionales para demostrar los siguientes tipos de afirmaciones.

- Descripciones de producto: Afirmaciones que describan el producto mediante una comparación objetiva. Por ejemplo, "compatible con Bluetooth".
- Afirmaciones subjetivas: Afirmaciones que se relacionen con una opinión. Por ejemplo, "Te encantará XXX" o "Nuestra crema hidratante más efectiva".
- Afirmaciones subjetivas sobre el rendimiento del producto: Afirmaciones que no se pueden probar de forma objetiva como "este gel de ducha te dejará una sensación de frescor".

Garantías

La página de detalle de producto debe describir claramente las garantías, incluidas las limitaciones correspondientes.

El responsable de atender la garantía debe especificarse en la página de detalle de producto o en el titular.

g) Titulares

Requerimos que los titulares utilicen la mayúscula inicial para la primera palabra. Solo se puede poner mayúscula a la primera palabra de una oración y a los nombres propios o de marcas registradas (nombres oficiales de marcas, modelos de producto o eslóganes).

Prohibimos que el texto del anuncio aparezca TODO EN MAYÚSCULAS. Se acepta el uso de mayúsculas en abreviaturas de uso común (por ejemplo, EE. UU.) o para nombres de marcas registradas que usen mayúsculas.

- Esta política no se aplica a Japón y China.

h) Mensajes promocionales y del periodo de fiestas

Japón: Queda prohibido cualquier mensaje promocional para Japón.

Queda prohibida cualquier referencia a promociones de precios específicos en Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos. Esto incluye ofertas o descuentos como "Ahorra el 50 % en {Producto}" o "\$20 de descuento en {Producto}".

Se permiten los siguientes tipos de mensajes promocionales, incluidas las variantes similares, en Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos si la promoción es visible en la página de detalle de producto y válida durante la duración de la campaña:

- Ahorro en [Product]
- Ahorros en [Product]
- Ahorra ahora
- Precios increíbles en [Product]
- Gran ahorro en {Product}
- Geniales lotes de productos para [Products]
- Compra [Product] y llévate [Additional free product]

El uso de mensajes promocionales debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Queda prohibido el uso de superlativos como "Descuentos enormes" o "Descuentos gigantescos".
- Las fechas de inicio y de fin de tu campaña publicitaria deben reflejar la duración de la oferta o el periodo de ahorro para que los anuncios no aparezcan en fechas en las que la oferta o el ahorro no se aplican.
- Las campañas deben programarse para finalizar el último día de la promoción.
- Las fechas de campaña para una fiesta o evento estacional (por ejemplo, Halloween, San Valentín y Navidad) deben empezar en un plazo razonable antes del evento y terminar en un plazo de 24 horas después de la fecha del evento o, dependiendo del evento, en un plazo razonable tras su finalización.
- Si amplías la campaña hasta después de que termine la oferta o periodo de ahorro, debes modificar el texto del anuncio para eliminar el mensaje promocional que ya no se aplica.

4 Aceptabilidad del producto

En esta sección se enumeran los productos que no son aptos para publicitarse, así como las restricciones que se aplican al formato o método de promoción de los productos que cumplen los requisitos para poder anunciarse. Estas políticas se aplican a Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos, a no ser que lo indiquemos de otro modo.

a) Requisitos generales

Como anunciante, solo puedes promocionar los productos que te pertenecen o que puedes vender o distribuir legalmente.

Los anuncios deben ser veraces y correctos. Al crear los anuncios, asegúrate de describir con precisión el producto anunciado.

b) Productos prohibidos

Los siguientes productos están prohibidos en todo el mundo para Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos. Revisa la sección (c) que aparece más abajo sobre los requisitos que se aplican a categorías de producto específicas.

- Productos para adultos, incluida la pornografía y otros productos sexualmente explícitos, productos que afirmen mejorar la vida sexual, así como otros productos y servicios sexuales para adultos
- Pinturas de aerosol y cremas para grabado
- Belleza y cuidado personal: están prohibidos los productos que afirmen blanquear o cambiar físicamente el tono de la piel y otras propiedades naturales del cuerpo
- Servicios de documentos falsos
- Quemadores de grasa o productos similares que afirman acelerar el metabolismo, mejorar la libido, suprimir el apetito o agilizar otras funciones fisiológicas naturales
- Drogas ilícitas y recreativas, así como accesorios relacionados con las drogas (incluidos los kits para pruebas de drogas)
- Dispositivos médicos diseñados o comercializados para uso profesional
- Medicamentos con receta médica
- Productos diseñados para la violación de la esfera privada, como las cámaras espía, o para eludir a las fuerzas del orden, como un escáner de radios policiales
- Productos relacionados con servicios de juego
- Productos que puedan infringir, fomentar o permitir la infracción de derechos personales o de la propiedad intelectual
- Productos de tatuaje y body branding
- Tabaco y otros productos para fumar, incluidos aquellos productos que contengan nicotina, papel de fumar, cigarrillos electrónicos, vaporizadores y productos similares (incluidos equivalentes sin nicotina)
- Equipos y servicios de bronceado
- Armas (revisa la lista de explosivos, armas y productos relacionados para una lista más completa), entre las que se incluyen:
 - Munición y recargas
 - Partes o accesorios de armas de asalto o productos comercializados como partes o accesorios de armas de asalto, incluidas las referencias a modelos de armas de asalto
 - Dispositivos destructivos y explosivos como fuegos artificiales
 - Certificados de seguridad de armas de fuego
 - Pistolas, revólveres o cualquier tipo de arma de fuego
 - Armas u otros productos diseñados exclusivamente para el uso por parte de las fuerzas de la ley o uso militar

c) Productos restringidos

Los siguientes productos son aptos para la publicidad a través de Sponsored Products,

Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos, siempre y cuando los anuncios cumplan con las restricciones que se indican a continuación.

i) Bebidas alcohólicas

Esta política se aplica a los anuncios de bebidas alcohólicas (cerveza, vino y bebidas espirituosas) y productos relacionados con el alcohol.

Anuncios de Display de Productos

Los anuncios de bebidas alcohólicas y productos relacionados están prohibidos en todo el mundo.

Sponsored Products

Se permite la promoción de las bebidas alcohólicas y productos relacionados para Sponsored Products en China, Francia, Alemania, Italia, México, España y Reino Unido.

En Canadá y EE. UU. solo se permiten anuncios de productos relacionados con bebidas alcohólicas si el anunciante no es un fabricante o distribuidor de bebidas alcohólicas.

Sponsored Brands

Se permite la promoción de bebidas alcohólicas y productos relacionados para Sponsored Brands en China, Alemania, Italia, Japón, México, España y Reino Unido.

En Canadá y EE. UU. solo se permiten anuncios de productos relacionados con bebidas alcohólicas si el anunciante no es un fabricante o distribuidor de bebidas alcohólicas.

Requisitos de contenido

Los siguientes requisitos se aplican a la imagen y el texto tanto para Sponsored Products como para Sponsored Brands:

- Los anuncios deben fomentar el consumo responsable de las bebidas alcohólicas.
- El contenido de los anuncios no debe:
 - Asociar la acción de beber a vehículos de motor, conducir o manipular maquinaria
 - Asociarse al embarazo, maternidad o paternidad
 - Estar dirigido ni contener imágenes o contenido destinado a menores
 - Menospreciar la abstinencia de bebidas alcohólicas
 - Incentivar a beber de manera irresponsable
 - Promocionar el consumo excesivo, sugerir que beber tiene beneficios terapéuticos o de cualquier otro tipo (por ejemplo, que el alcohol mejora el rendimiento, contribuye a tener éxito o resuelve problemas) o enfatizar el volumen de alcohol de la bebida
- Las palabras clave seleccionadas deben estar estrictamente relacionadas con el alcohol. Por ejemplo, "whisky", y no "bebida".

Requisitos específicos del sitio web local

- En Francia (solo Sponsored Products), Alemania, Italia, España y Reino Unido las imágenes o texto de estos anuncios no se pueden asociar a deportes.
- En Japón (solo Sponsored Brands), los anuncios deben incluir el aviso legal obligatorio.
- En México están prohibidos los productos con una graduación alcohólica del 55 % o más.

Kits de test de alcohol y curas o tratamientos para la resaca

No están permitidos:

- Remedios y curas para la resaca en SB y PDA
- Alcohómetros en PDA

ii) Fórmulas de continuación y para lactantes

India: Prohibimos anuncios de productos para la alimentación de bebés, como biberones, en la India.

Se permiten anuncios de fórmulas para lactantes solo en EE. UU. y Canadá y solo para Sponsored Products y Sponsored Brands.

Permitimos anuncios para Sponsored Products y Sponsored Brands de fórmulas de continuación. Solo permitimos Anuncios de Display de Productos de fórmulas de continuación en México y EE. UU.

Cuando se permitan, los anuncios de fórmulas de continuación y para lactantes no deben contener mensajes que menosprecien la lactancia materna o que afirmen que el producto puede ser un sustituto de la lactancia.

iii) Cuchillos

Prohibimos los cuchillos que se promocionen o tengan como propósito principal su uso para el combate o el uso militar, para la defensa personal o para alentar comportamientos violentos. Por ejemplo, cuchillos zombi, cuchillos de combate, cuchillos de asalto, cuchillos arrojados, dagas, cuchillos para bota, navajas automáticas, cuchillos de pelea, navajas de gravedad, bayonetas, navajas drop point (México), espadas, cuchillos de defensa personal o estrellas ninja.

REINO UNIDO: En el Reino Unido solo se permiten anuncios de cuchillos de cocina, cubertería o utensilios de plata.

Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos

Permitimos los siguientes cuchillos para Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos:

- Cuchillos cuyo propósito principal sea para diversas actividades al aire libre, tales como la acampada

- Cuchillos domésticos, cuchillos de cocina, cubertería o utensilios de plata
- Herramientas multiusos como navajas y cuchillos para supervivencia.

Sponsored Products

Se permiten los siguientes cuchillos para Sponsored Products:

- Cuchillos domésticos, cuchillos de cocina, cubertería o utensilios de plata

iv) Medicamentos y suplementos sin receta

Los anuncios para suplementos y medicamentos sin receta (incluidos los anuncios de vitaminas) no deben:

- Afirmar que los medicamentos sin receta son tan efectivos como los medicamentos con receta
- Afirmar que diagnostican, curan, mitigan, tratan o previenen cualquier enfermedad o adicción
- Hacer afirmaciones falsas o que no tengan relación con la eficacia del producto
- Disuadir a los clientes de visitar a un profesional médico cualificado

Productos para la pérdida o control de peso

México: Prohibimos los anuncios de productos para la pérdida de peso, aumento de peso, desarrollo muscular y productos similares en México.

Los anuncios de productos para la pérdida o control de peso no deben afirmar que:

- El cliente puede perder peso solo mediante el uso del producto o sin seguir una dieta con control de calorías y un programa de ejercicio
- Los resultados de la pérdida de peso serán efectivos para todo el mundo o que esos resultados serán permanentes
- El producto puede quemar grasas, mejorar el metabolismo, suprimir el apetito o agilizar otras funciones fisiológicas naturales

v) Productos religiosos

Los productos concretos de una religión o fe solo se permiten en Sponsored Brands.

Las palabras clave seleccionadas deben estar estrictamente relacionadas con la religión a la que se asocia el producto promocionado, o con la religión en general.

vi) Salud sexual

Prohibimos todos los productos de esta categoría en los Anuncios de Display de Productos.

Permitimos la promoción de productos para la salud sexual en Sponsored Brands y Sponsored Products, siempre y cuando los anuncios cumplan con los siguientes requisitos:

- Los anuncios no deben contener afirmaciones relativas a aumentar el rendimiento sexual o la libido
- Los anuncios no pueden hacer referencia explícita a afecciones físicas o médicas de carácter privado, íntimo o sensible ni a enfermedades o funciones fisiológicas sensibles
- Las palabras clave seleccionadas deben estar estrictamente relacionadas con el producto o la marca que se promociona

Prohibimos anuncios para preservativos, lubricantes y productos similares:

- En Japón y México
- En EE. UU. e India para Sponsored Products

vii) Productos de deportes y actividades al aire libre

Los anuncios para productos de deportes y actividades al aire libre no deben:

- Animar a los clientes a descuidar o no responsabilizarse de su salud y seguridad
- Justificar o fomentar comportamientos o violentos o antisociales
- Engañar a los clientes, lo cual incluye presentar como seguros productos que, por lo general, se consideran peligrosos si no se prestan el cuidado y precaución necesarios

Pautas sobre imágenes

Si un anuncio de productos de deportes y actividades al aire libre contiene imágenes de armas, el anuncio no debe mostrar la utilización del arma o accesorio y no debe incluir productos superfluos o no relacionados con el producto. Por ejemplo, no debe aparecer un cuchillo de combate en el anuncio para una funda de pistola.

Las imágenes de los anuncios que promocionen accesorios para armas deben:

- Centrarse en el accesorio para el arma y no en la propia arma
- No mostrar el arma en proceso de utilización o a punto de utilizarse (por ejemplo, el anuncio de una funda de pistola no debe mostrar la pistola desenfundada o en proceso de desenfundarse)
- No contener productos o accesorios superfluos o sin relación con el producto principal

Las imágenes deben cumplir los requisitos de contenido mencionados anteriormente (consulta los requisitos de contenido para el texto de anuncios).

Aceptabilidad de productos

México: Prohibimos todos los productos de esta categoría en México.

Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos

Permitimos los siguientes productos para Sponsored Products, Sponsored Brands y Anuncios de Display de Productos:

- Accesorios para airsoft como máscaras y guantes
- Reposaflechas, plumas para flecha, cuerdas para arco
- Prismáticos, telescopios monoculares y monoculares de visión nocturna
- Señuelos
- Linternas
- Cámaras de caza
- Catalejos de mano
- Máscaras, cascos y gafas protectoras para paintball
- Cámaras telemétricas
- Dianas

Sponsored Products y Sponsored Brands

Permitimos los siguientes productos para Sponsored Products y Sponsored Brands (pero no para Anuncios de Display de Productos):

- Productos para el almacenamiento de munición, como contenedores y cajas de caudales
- Bolígrafos para supervivencia, multifunción o tácticos
- Kits de limpieza de armas de fuego
- Fundas de armas de fuego
- Cajas fuertes para armas de fuego
- Maletines, bolsas, cuerdas paracord

Sponsored Products en los EE. UU.

Permitimos los siguientes productos para Sponsored Products y solo en EE. UU.:

- Armas y munición para airsoft
- Puntas de flecha
- Pistolas de perdigones y munición
- Arcos y flechas
- Ballestas
- Soportes de apoyo para armas de fuego y accesorios
- Correas para armas de fuego
- Visores fijos de láser, telescópicos y no telescópicos
- Armas y munición para paintball
- Aerosoles de pimienta
- Soportes de disparo
- Tirachinas
- Pistolas paralizantes
- Tasers