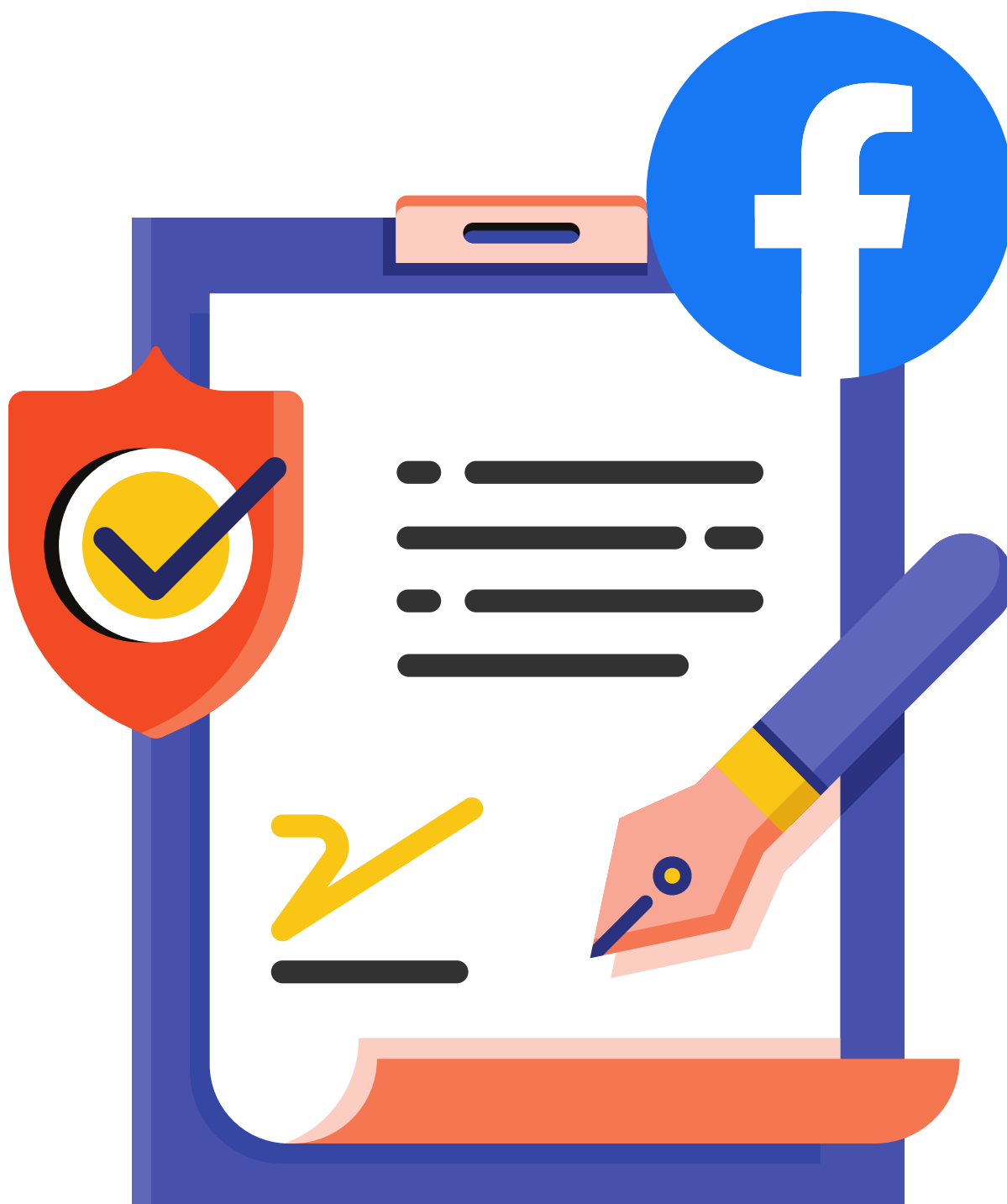




THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

# POLÍTICAS DE ANUNCIANTES, EVITA RECHAZOS EN LA PLATAFORMA



## 1. Información general

Comprender nuestras políticas

Nuestras políticas de publicidad ofrecen pautas acerca de los tipos de contenidos publicitarios permitidos. Cuando los anunciantes realizan un pedido, cada uno de los anuncios se revisa cotejándolo con estas políticas. Si crees que tu anuncio no se ha aprobado por error, puedes solicitar una revisión de la decisión en Calidad de la cuenta.

Más información

Elementos de confusión habituales

Para ayudar a que tu experiencia publicitaria cumpla las normas y sea respetuosa con los usuarios, hemos destacado algunos temas que pueden crear confusión. Haz clic en los siguientes enlaces para obtener más información acerca de cada política:

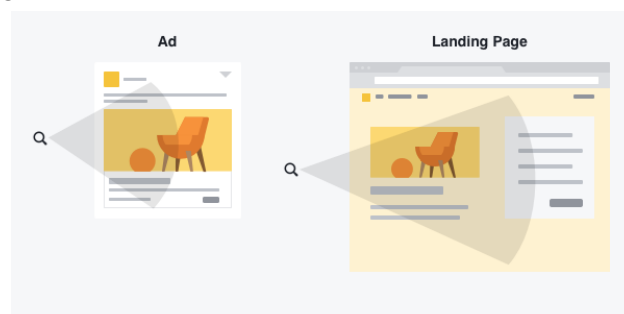
- [Características personales](#)
- [Contenido sexualmente sugerente](#)
- [Uso de las marcas de Facebook e Instagram en anuncios](#)

## 2. Proceso de revisión de anuncios

Nuestro sistema de revisión de anuncios usa principalmente herramientas automatizadas para comprobar si cumplen nuestras Políticas de publicidad. Este proceso tiene lugar de forma automática antes de que los anuncios se publiquen y suele completarse en 24 horas, aunque podría tardar más en algunos casos. Durante este periodo, el estado de los anuncios será "En revisión". Además, los anuncios pueden volver a revisarse, incluso mientras están en circulación. Puedes obtener más información en nuestro [Servicio de ayuda para empresas](#).

Qué se revisa

El sistema de revisión de anuncios examina los anuncios para comprobar que no infrinjan nuestras Políticas de publicidad. Durante el proceso pueden revisarse componentes específicos de los anuncios, como imágenes, vídeo, texto y datos de segmentación, así como su página de destino u otros destinos relacionados con ellos, entre otra información.



## Resultado de la revisión

Si se detecta una infracción en cualquier punto del proceso de revisión, el anuncio se rechazará. Los anuncios que no infrinjan nuestras políticas, pero sean de poca calidad, podrían tener problemas de rendimiento. Puedes encontrar más información sobre cómo afecta la calidad a los anuncios en nuestro [servicio de ayuda](#).

## Revisiones múltiples de anuncios

Los anuncios pueden someterse a revisión (una o varias veces) y rechazarse si infringen nuestras políticas en cualquier momento. Es tu responsabilidad conocer y cumplir nuestras Políticas de publicidad.

## Otras medidas

Además de aplicar nuestras políticas a los anuncios individualmente, la infracción de nuestras condiciones y normas podría derivar en la toma de otras medidas, como la desactivación de cuentas publicitarias, páginas, cuentas de Business Manager o cuentas de usuario. Las cuentas y páginas desactivadas no pueden publicar anuncios. Además, se podría retirar a los anunciantes la capacidad de anunciarse. Puedes obtener más información sobre qué hacer si se desactiva tu cuenta publicitaria [aquí](#), o qué hacer si se restringe tu capacidad para anunciarte [aquí](#).

## 3. QUÉ HACER SI SE RECHAZA TU ANUNCIO

Edítalo o crea uno nuevo

Puedes crear un anuncio nuevo o revisar el existente para que cumpla nuestras Políticas de publicidad. Estos anuncios se considerarán nuevos y nuestro sistema de revisión los examinará. Consulta esta página para conocer los [pasos de edición](#)

Solicita otra revisión

Si crees que tu anuncio se ha rechazado por error, puedes solicitar una revisión de la decisión en [Calidad de la cuenta](#).

## **4. CONTENIDO PROHIBIDO**

### **1. Normas comunitarias**

Los anuncios no deben infringir nuestras [Normas comunitarias](#). Los anuncios de Instagram no deben infringir las [Normas comunitarias de Instagram](#).

### **2. Productos o servicios ilegales**

Los anuncios no deben constituir, facilitar ni promocionar productos, servicios o actividades ilegales. Los anuncios dirigidos a menores no deben promocionar productos, servicios o contenido que sean inapropiados, ilegales o inseguros, ni que exploten, engañen o ejerzan una presión indebida en los grupos de edades a los que van dirigidos.

### **3. Prácticas discriminatorias**

Los anuncios no deben discriminar a las personas por motivos relacionados con características personales como la raza, la etnia, el color de la piel, la nacionalidad, la religión, la edad, el sexo, la orientación y la identidad sexual, el estado civil, una discapacidad, una enfermedad genética o problemas médicos, ni tampoco incitar a ello.

### **4. Tabaco y productos relacionados**

Los anuncios no deben promocionar la venta ni el uso de tabaco ni productos relacionados con él. En los anuncios no se pueden promocionar cigarrillos electrónicos, vaporizadores ni cualquier otro producto que simule la acción de fumar.

### **5. Sustancias peligrosas**

Los anuncios no deben promocionar la venta o el consumo de drogas ilegales o recreativas ni de otras sustancias, productos o suplementos poco seguros, tal y como determina Meta a su exclusivo criterio.

### **6. Armas, municiones o explosivos**

Los anuncios no deben promocionar la venta ni el uso de armas, munición ni explosivos, así como tampoco los accesorios para la modificación de armas.

### **7. Productos o servicios para adultos**

Los anuncios no pueden promocionar la venta ni el uso de productos ni servicios para adultos. Los anuncios que promocionan productos o servicios relacionados con la salud sexual o reproductiva, como anticoncepción y planificación familiar, deben dirigirse a personas mayores de 18 años y no pueden centrarse en el placer sexual.

## **9. Incumplimiento por parte de terceros**

Los anuncios no deben incluir ningún contenido que infrinja los derechos de terceros, como los derechos de autor, de marca comercial, de privacidad, de publicidad u otros derechos personales o de propiedad. Para denunciar contenido que crees que infringe tus derechos, visita nuestro [servicio de ayuda sobre propiedad intelectual](#).

## **10. Contenido sensacionalista**

Los anuncios no deben incluir contenido impactante, sensacionalista o excesivamente violento.

## **11. Características personales**

Los anuncios no deben incluir contenido que haga referencia a características personales de forma expresa o implícita. Por ejemplo, no se permiten alusiones ni insinuaciones directas o indirectas a cuestiones relacionadas con la raza, el origen étnico, la religión, las creencias, la edad, la orientación sexual, las prácticas sexuales, la identidad de género, las discapacidades, la salud física o mental (enfermedades incluidas), la situación financiera vulnerable, el estado del registro como votante, la afiliación a un sindicato, los antecedentes penales o el nombre de una persona.

[Más información en nuestro servicio de ayuda para empresas](#)

## **12. Información errónea**

Meta prohíbe los anuncios que incluyan contenido que haya sido desmentido por verificadores de información externos. Los anunciantes que publiquen reiteradamente información considerada como falsa pueden quedar sujetos a restricciones en cuanto a su capacidad para anunciarse en las tecnologías de Meta.

[Obtén más información sobre nuestro programa de verificación de información.](#)

Meta también prohíbe los anuncios que incluyan información errónea que infrinja nuestras [Normas comunitarias](#).

## **13. Contenido controvertido**

Los anuncios no deben incluir contenido que explote situaciones de emergencia ni temas políticos o sociales controvertidos con fines comerciales.

[Visita el servicio de ayuda para empresas](#)

## **14. Páginas de destino que no funcionan**

Los anuncios no deben dirigir a las personas a páginas de destino que no funcionen. Por ejemplo, contenido de la página de destino que impida a la persona salir de ella

## **15. Trampas y prácticas engañosas**

Los anuncios no pueden promocionar productos o servicios diseñados para permitir que los usuarios hagan trampas o se involucren en prácticas engañosas.

## **16. Gramática y lenguaje soez**

Los anuncios no pueden contener lenguaje soez ni errores gramaticales o de puntuación. Los símbolos, los números y las letras deben usarse correctamente, sin la intención de eludir nuestro proceso de revisión de anuncios u otros sistemas de cumplimiento.

## **17. Funcionalidad inexistente**

Los anuncios no deben contener imágenes que muestren funciones inexistentes, por ejemplo, imágenes que imiten botones de reproducción, notificaciones o casillas, ni funciones inoperativas, como varias opciones de respuesta dentro del contenido del anuncio en sí.

## **18. Salud personal**

El contenido de los anuncios no debe insinuar o intentar generar una imagen propia negativa con el fin de promocionar dietas, artículos para perder peso u otros productos relacionados con la salud. [Más información en nuestro servicio de ayuda para empresas](#)

## **19. Préstamos de día de pago, anticipos de sueldo y pago de fianzas**

Los anuncios no pueden promocionar préstamos de día de pago, anticipos de sueldo, pago de fianzas ni ningún otro préstamo a corto plazo destinado a cubrir los gastos de alguien hasta el día de cobro. Los préstamos a corto plazo hacen referencia a los préstamos cuyo importe debe saldarse en un periodo máximo de 90 días.

## **20. Marketing multinivel**

Los anuncios que promocionen oportunidades para generar ingresos deben describir en su totalidad el producto o modelo de negocio asociado, y no deben promocionar modelos de negocio que ofrezcan una compensación rápida a cambio de una inversión mínima, incluidas las oportunidades de marketing multinivel.

## **21. Subastas con cuota para pujar**

Los anuncios no pueden promocionar subastas con cuota para pujar, subastas con comisión por puja ni ningún otro modelo de negocio similar.

## **22. Afirmaciones engañosas**

Los anuncios no deben contener afirmaciones engañosas, falsas o confusas relacionadas con la eficacia o las características de un producto o servicio, entre las que se incluyen afirmaciones engañosas sobre la salud, el empleo o la pérdida de peso, o aquellas que generan expectativas poco realistas para los usuarios.

### **23. Contenido de baja calidad o inoportuno**

Los anuncios no deben incluir contenido que dirija a páginas de destino externas que ofrezcan una experiencia inesperada o molesta. Por ejemplo, el posicionamiento de anuncios engañosos, como titulares excesivamente sensacionalistas o avisos para que los usuarios interactúen de forma no auténtica con ellos, y el hecho de dirigir a las personas a páginas de destino con mucho contenido publicitario de calidad deficiente o que no tiene nada que ver, y que apenas incluyen contenido original. Si deseas obtener más información sobre lo que consideramos “baja calidad”, visita nuestro [servicio de ayuda](#) para empresas.

### **24. Spyware o malware**

Los anuncios no deben contener spyware, malware ni cualquier tipo de software que proporcione una experiencia inesperada o engañosa. Se incluyen los enlaces a sitios que contengan este tipo de productos.

### **25. Prácticas empresariales inaceptables**

Los anuncios no deben promocionar productos, servicios, esquemas ni ofertas mediante prácticas engañosas o fraudulentas, lo que incluye aquellos anuncios destinados a estafar a las personas o robarles información personal.

### **26. Sistemas de elusión**

Los anuncios no deben usar tácticas destinadas a eludir nuestro proceso de revisión de anuncios u otros sistemas de cumplimiento. Se incluyen las técnicas que intenten ocultar el contenido del anuncio o su página de destino.

### **27. Productos y servicios financieros prohibidos**

Los anuncios no pueden promocionar productos y servicios financieros que se suelen asociar a prácticas promocionales engañosas o falsas.

### **28. Venta de partes del cuerpo**

Los anuncios no pueden promocionar la venta de partes del cuerpo o fluidos corporales.

### **29. Disuasión del uso de vacunas**

Los anuncios no pueden disuadir a las personas de vacunarse ni posicionarse en contra de las vacunas.

### **30. Contenido provocador**

Los anuncios no deben afirmar que una persona o un grupo de personas representan una amenaza para la seguridad física, la salud o la supervivencia de los demás por motivos de raza, etnia, nacionalidad, creencias religiosas, orientación sexual, casta, sexo, identidad de género, enfermedades graves, discapacidades o condición de inmigrante. Los anuncios no deben incluir lenguaje violento o deshumanizante ni declaraciones de inferioridad, ni tampoco manifestar desprecio o repugnancia por motivo de características protegidas o la condición de inmigrante, tal y como se indica en nuestras [Normas comunitarias](#).

### **31. Movimientos sociales militarizados y redes conspirativas que inducen a la violencia**

Los anuncios no deben elogiar, apoyar ni representar a personas o grupos vinculados con la violencia.

## **5. CONTENIDO RESTRINGIDO**

### **1. Alcohol**

Los anuncios que promocionan bebidas alcohólicas o hacen referencia a ellas deben cumplir todas las leyes locales aplicables y los códigos obligatorios o establecidos del sector, así como otras normas, licencias y aprobaciones necesarias, e incluir unos criterios de segmentación por edad y país coherentes con los requisitos de segmentación de Meta y la legislación local aplicable. Ten en cuenta que nuestras políticas prohíben los anuncios que promocionan bebidas alcohólicas o hacen referencia a ellas en algunos países, entre los que se incluyen: Afganistán, Brunéi, Bangladés, Egipto, Gambia, Kuwait, Libia, Lituania, Noruega, Pakistán, Rusia, Arabia Saudí, Tailandia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos y Yemen.

### **2. Citas**

Los anuncios de servicios de citas únicamente están permitidos con la autorización previa por escrito correspondiente, y deben cumplir los requisitos de segmentación y las normas aplicables a los anuncios de citas. [Aquí](#) se enumeran cuáles son los requisitos para las autorizaciones.

### **3. Apuestas en internet y juegos**

Los anuncios que promocionan apuestas en internet y juegos en los que es necesario pagar (p. ej., con dinero en efectivo o divisas digitales o virtuales como bitcoins) para poder jugar, o cuyo premio lleve asociada una bonificación monetaria, únicamente están permitidos con nuestra autorización previa por escrito. Se incluyen los juegos en los que es necesario efectuar compras para seguir jugando y los que ofrecen ventajas para ganar premios, siempre que estos conlleven una bonificación monetaria. Los anunciantes autorizados deben cumplir todas las leyes aplicables, incluida la de dirigir sus anuncios según los requisitos legales. Como mínimo, los anuncios no se pueden dirigir a menores de 18 años.

[Solicitar permiso con nuestro formulario de contacto](#) [Más información en nuestro servicio de ayuda para empresas](#)

### **4. Promoción de farmacias en internet**

Los anuncios de farmacias online solo se permiten mediante autorización previa por escrito. Meta exige que las farmacias online que deseen publicar anuncios obtengan la certificación de LegitScript.

[Solicita la certificación de LegitScript](#)

### **5. Promoción de medicamentos sin receta**

Los anuncios en los que se promocionen medicamentos sin receta deben cumplir todas las leyes locales aplicables y los códigos obligatorios o establecidos del sector, así como cualesquiera otras normas, licencias y aprobaciones necesarias, e incluir unos criterios de segmentación por edad y país coherentes con la legislación local aplicable.

### **6. Servicios de suscripción**

Los anuncios de servicios mediante suscripción o aquellos que promocionen productos o servicios que incluyan opciones negativas, renovación automática, productos facturados tras una prueba sin cargo o marketing móvil deben satisfacer los requisitos aplicables a los servicios de suscripción.

### **7. Servicios y productos financieros y de seguros**

Los anuncios que promocionan solicitudes de tarjetas de crédito o servicios financieros con instituciones acreditadas deben divulgar suficiente información en la página de destino del anuncio sobre las tarifas asociadas, incluido el porcentaje TAE, los gastos de transacción, los tipos de interés y la dirección física de la entidad que ofrece el producto. Los anuncios que promocionan tarjetas de crédito, préstamos o servicios de seguros solo pueden dirigirse a personas mayores de 18 años. Asimismo, estos anuncios no deben solicitar directamente la información financiera de las personas, como los datos de la tarjeta de crédito.

## **8. Contenido de marca**

En los anuncios en los que se promociona contenido de marca, debe etiquetarse mediante la herramienta de contenido de marca el producto o la marca de terceros, o el socio comercial que aparezca en el anuncio en cuestión. El contenido de marca de un anuncio se define como contenido de un creador o editor en el que aparece un socio comercial (o en el que dicho socio ejerce cierta influencia) a cambio de un intercambio de valor. Para promocionar las integraciones de contenido de marca, los anunciantes deben usar la herramienta de contenido de marca. Puedes obtener más información sobre cómo etiquetar el producto, la marca de terceros o el socio comercial [aquí](#).

### **9.a Anuncios sobre temas sociales, elecciones o política**

Los anunciantes pueden publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política únicamente si cumplen todas las leyes aplicables y se someten al proceso de autorización exigido por Meta. Si es necesario, Meta puede restringir los anuncios de este tipo. Asimismo, algunos tipos de contenido relacionados con las elecciones podrían prohibirse en determinadas regiones antes de las votaciones. [Haz clic aquí para obtener más información](#).

### **9.b Descargos de responsabilidad relativos a anuncios sobre temas sociales, elecciones o política**

Si el [proceso de autorización de anuncios](#) de Meta está disponible en tu país, además de seguir las Normas comunitarias y las Políticas de publicidad, el descargo de responsabilidad que envíes para tu anuncio sobre temas sociales, elecciones o política deberá cumplir las siguientes normas. Esta información, que proporcionas durante el proceso de autorización de anuncios, se mostrará en el título de tu anuncio.

## **10. Servicios y productos de criptomoneda**

Los anuncios que promocionan plataformas de comercio de criptomoneda, software, y servicios y productos relacionados que permiten la monetización, la reventa, el intercambio o la inversión de criptomonedas precisan permiso previo por escrito. Para solicitarlo, haz clic [aquí](#). Puedes encontrar más información en el [servicio de ayuda para empresas](#).

## **11. Tratamiento de la adicción a las drogas y al alcohol**

Meta exige a los anunciantes que quieran publicar anuncios sobre tratamientos para adicciones dirigidos a personas de Estados Unidos que obtengan la certificación de LegitScript y [soliciten permiso a Meta para anunciarse](#). Los anuncios sobre tratamientos para adicciones incluyen, entre otros: sitios web o servicios clínicos para el tratamiento de adicciones que proporcionen información acerca de tratamientos presenciales, grupos de ayuda presenciales u online, y números de asistencia telefónica para situaciones de emergencia dirigidos a quienes se estén recuperando o estén buscando información sobre el tratamiento de adicciones. Los anunciantes pueden solicitar la certificación de LegitScript [aquí](#).

## **12. Procedimientos cosméticos y bienestar**

Los anuncios que promocionan productos y servicios para la pérdida de peso deben dirigirse a destinatarios de 18 años en adelante.

Los anuncios que promocionan cirugías y procedimientos cosméticos deben estar dirigidos a personas mayores de 18 años. Los anuncios que promocionan productos de herboristería o suplementos dietéticos o relacionados con la salud deben estar dirigidos a personas mayores de 18 años.

## **13. Juegos de casino sociales**

Los anuncios de juegos de casino sociales (juegos en internet que simulan las apuestas en casinos, como el póquer, las tragaperras, la ruleta, etc.) en los que no hay oportunidad de ganar dinero o un premio equivalente a su valor solo están permitidos si se dirigen a personas mayores de 18 años.

[Más información en nuestro servicio de ayuda para empresas](#)

## **14. Promoción de medicamentos con receta**

Los anuncios no deben promocionar medicamentos con receta sin consentimiento previo por escrito.

Las siguientes entidades pueden solicitar el permiso de Facebook: farmacias en internet, proveedores de servicios de telemedicina y empresas farmacéuticas.  
Cómo solicitar permiso

## **6. ANUNCIOS CON VÍDEO**

Los anuncios con vídeo y otros tipos de anuncios dinámicos deben cumplir todas las normas que se indican en estas Políticas de publicidad, incluidas las Normas comunitarias, así como las políticas que se indican a continuación:

### **1. Contenido perturbador**

Los vídeos y otros tipos de anuncios similares no deben hacer uso de estrategias excesivamente perturbadoras, como pantallas con luces intermitentes.

### **2. Restricciones relacionadas con el entretenimiento**

Los anuncios de tráileres de películas, programas de televisión, tráileres de videojuegos y otros tipos de contenido similares dirigido a una audiencia adulta solo se permiten si se cuenta con un permiso previo por escrito de Meta y se dirigen a personas mayores de 18 años. No se permiten las representaciones excesivas de los siguientes tipos de contenido en este tipo de anuncios: 1. Consumo de drogas y alcohol 2. Contenido para adultos 3. Groserías 4. Imágenes violentas o sangrientas

## **7. SEGMENTACIÓN**

1. No debes usar opciones de segmentación para discriminar, acosar, provocar o denigrar a los usuarios ni para llevar a cabo prácticas de publicidad abusivas.

2. Si segmentas tus anuncios a públicos personalizados, debes cumplir las [condiciones aplicables](#) a la hora de crear un público

## **8. POSICIONAMIENTO**

### **1. Relevancia**

Todos los componentes del anuncio, incluidos el texto, las imágenes u otros medios, deben ser pertinentes y adecuados al producto o el servicio que se ofrece, así como al público que ve el anuncio.

### **2. Precisión**

Los anuncios deben representar claramente a la empresa, el producto, el servicio o la marca que se esté anunciando.

### **3. Páginas de destino relacionadas**

Los productos y los servicios promocionados en el texto del anuncio deben coincidir con los que se promocionan en la página de destino, y el sitio web de destino no debe ofrecer ningún producto o servicio prohibido, ni establecer ningún vínculo con ellos. Obtén más información sobre las prácticas recomendadas para la [calidad de los anuncios](#) que pueden mejorar su rendimiento.

## **9. ANUNCIOS PARA CLIENTES POTENCIALES**

Los anunciantes no deben incluir preguntas en anuncios para clientes potenciales con el fin de solicitar los siguientes tipos de información sin nuestro permiso previo por escrito.

### **1. Números de cuenta**

Los anuncios no deben solicitar números de cuenta, como números de viajero frecuente, números de tarjetas de fidelidad o números de cuentas de cable o teléfono, sin nuestro consentimiento previo.

### **2. Antecedentes penales**

Los anuncios no deben solicitar información sobre los antecedentes penales o el historial de detenciones sin nuestro consentimiento previo.

### **3. Información financiera**

Los anuncios no deben solicitar información financiera, incluidos números de cuentas bancarias, números de rutas bancarias, números de tarjetas de crédito o débito, capacidad crediticia, ingresos, el patrimonio neto o las deudas que uno tiene sin nuestro permiso previo.

### **4. Identificaciones emitidas por el Gobierno**

Los anuncios no deben solicitar identificaciones emitidas por el Gobierno, como el número de la Seguridad Social, el del pasaporte o el del permiso de conducir, sin nuestro consentimiento previo.

### **5. Información sobre salud**

Los anuncios no deben solicitar información relacionada con la salud, incluida la salud física, salud mental, tratamientos médicos, afecciones médicas o discapacidad sin nuestro permiso previo.

### **6. Información sobre seguros**

Los anuncios no deben solicitar información acerca de seguros, incluidos números de póliza de seguros actuales, sin nuestro permiso previo.

### **7. Afiliación política**

Los anuncios no deben solicitar información sobre afiliaciones políticas.

### **8. Raza o etnia**

Los anuncios no deben solicitar información referente a la raza o al grupo étnico sin nuestro permiso previo.

### **9. Religión**

Los anuncios no deben solicitar información sobre creencias religiosas o filosóficas sin nuestro consentimiento previo.

## **10. Orientación sexual**

Los anuncios no deben solicitar información sobre la orientación o la vida sexual de las personas, como con personas de qué sexo tendrían citas, sin nuestro consentimiento previo.

## **11. Preguntas que se rellenan automáticamente**

Los anuncios no deben solicitar la misma información, o considerablemente similar, que la que se pueda pedir mediante una pregunta que se rellena automáticamente.

## **12. Pertenencia a sindicatos**

Los anuncios no deben solicitar información referente a la pertenencia a un sindicato sin nuestro permiso previo.

## **13. Nombres de usuario o contraseñas**

Los anuncios no deben solicitar nombres de usuario o contraseñas, incluidos los nombres de usuario y contraseñas de cuentas existentes y nuevas, sin nuestro permiso previo. Si quieres dirigir a las personas para que abran una cuenta en tu sitio o servicio, deberías usar el objetivo Clics en el sitio web o Conversiones en el sitio web cuando pongas tus anuncios en circulación.

## **10. USO DE NUESTROS ACTIVOS DE MARCA**

Para los anuncios en los que figure alguna de las [marcas de Meta](#), incluidas Facebook, Messenger, Instagram y WhatsApp, consulta el [Centro de recursos de marcas](#) de Meta para revisar las normas aplicables y descargar los activos aprobados.

### **1. Promoción de una marca**

Los anuncios no deben implicar ningún tipo de apoyo o colaboración con cualquiera de las marcas de Meta, ni apoyo alguno por parte de cualquier otra [marca, tecnología o programa de Meta](#).

### **2. Uso de marcas en anuncios**

Los anuncios que enlazan a contenido de Facebook o Instagram (incluidas páginas, grupos, eventos o sitios web en los que se use el inicio de sesión con Facebook) pueden hacer referencia limitada a “Facebook” o “Instagram” en el texto del anuncio con la finalidad de aclarar su destino.

Los anuncios no deben representar ninguna de las marcas de Meta como si fuera la característica más destacada o distintiva del contenido. Los activos de marca de Meta no deben modificarse de ninguna forma, por ejemplo, cambiando su diseño o color, ni para fines de efectos especiales o animación.

### **3. Derechos de autor y marcas registradas**

El resto de los anuncios y páginas de destino no deben utilizar nuestros derechos de autor, [marcas comerciales](#) ni ninguna marca cuya semejanza pueda dar lugar a confusiones, excepto si lo permite expresamente el [Centro de recursos de marcas de Meta](#), o bien si se obtiene nuestro consentimiento previo por escrito.

### **4. Capturas de pantalla de la interfaz de usuario**

Al incluir la interfaz de usuario (IU) de cualquier marca de Meta en un anuncio, se debe representar de forma precisa, tal y como la IU aparece y funciona actualmente en el producto. Si alguna acción o funcionalidad representada no se puede reproducir en dicho producto o en dicha IU, no debe aparecer en un anuncio.

Las representaciones de la IU en anuncios deben incluirse en el contexto de un dispositivo pertinente (p. ej., un móvil o un ordenador) y tal y como se permite en el [Centro de recursos de marcas de Meta](#). No se puede hacer ninguna modificación en la IU, como añadir efectos especiales, interferencias o animaciones, entre otros. Los glifos o los elementos de la IU no se pueden utilizar por separado ni de forma individual.

## **11. RESTRICCIONES EN EL USO DE DATOS**

1. Asegúrate de que todos los datos de anuncios recopilados, recibidos o derivados de tus anuncios de Facebook o Instagram (es decir, "datos de anuncios de Meta") solo se compartan con alguien que actúe en tu nombre, como tu proveedor de servicios. Es tu responsabilidad asegurar que el proveedor de servicios proteja los datos de anuncios de Meta o cualquier otra información obtenida desde la plataforma, limite el uso de toda esa información y la mantenga confidencial y segura.

2. No utilices los datos de anuncios de Meta para fines como establecer una nueva segmentación, combinar datos entre campañas con varios anunciantes, permitir la combinación de administradores o redirigir con etiquetas. A no ser que sea de forma agregada y anónima, o bien tengas autorización de Meta, utilízalos solo para evaluar el rendimiento y la efectividad de tus campañas publicitarias de la plataforma.

3. No utilices datos de anuncios de Meta, incluidos los criterios de segmentación de tu anuncio, para crear, añadir, editar o ampliar perfiles de usuario, o influir en ellos, incluidos perfiles asociados a cualquier identificador de dispositivo móvil u otro identificador único que esté relacionado con un usuario, navegador, ordenador o dispositivo determinados.

4. No transfieras datos de anuncios de Meta (incluidos datos anónimos, agregados y derivados) a redes publicitarias, servicios de intercambio de anuncios, agentes de datos u otros servicios relacionados de publicidad o monetización.

## 12. LO QUE DEBES SABER

1. Las Políticas de publicidad se aplican a (1) anuncios y contenido comercial publicados en Meta o comprados a través de sus plataformas, dentro o fuera de las tecnologías de Meta, incluidos los anuncios comprados según los términos y condiciones estándar de AAAA/IAB, (2) anuncios que aparecen dentro de las tecnologías de Meta y (3) anuncios en Instagram. El uso que haces de los productos y servicios publicitarios de sus plataformas forma parte de "Meta" según las condiciones del servicio de la plataforma, y está sujeto a estas. Estas condiciones se conocen formalmente como "Declaración de derechos y responsabilidades" (<https://www.facebook.com/legal/terms>). Si usas Instagram, o determinados productos o servicios de Meta relacionados con la publicidad, es posible que estés sujeto a condiciones o normas adicionales.

2. Los anunciantes son responsables de conocer y cumplir con todas las leyes y normativas aplicables. El incumplimiento puede acarrear varias consecuencias, incluidas la cancelación de los anuncios que hayas publicado y la eliminación de tu cuenta.

3. No utilizamos información personal confidencial para segmentar los anuncios. Los temas que elijas para segmentar tu anuncio no reflejan las creencias personales, las características ni los valores de las personas que usan Facebook o Instagram.

4. Una vez mostrados, los anuncios se considerarán información pública. Es posible que personas que no pertenezcan a la audiencia objetivo accedan a los anuncios y los vuelvan a compartir, por ejemplo, desde la página de Facebook donde se publican los anuncios o desde otras tecnologías de Meta. Si los usuarios han interactuado con tu anuncio, este puede seguir activo en los productos de Meta (por ejemplo, compartiéndose hasta que lo eliminen o permaneciendo visible a través de las herramientas de sus cuentas). Si se trata de un [anuncio político](#), se mostrará en nuestra [biblioteca de anuncios](#). Esto quiere decir que Meta puede mostrar, sin coste adicional para ti, el contenido del anuncio e información sobre la campaña publicitaria (por ejemplo, el gasto total y datos de entrega), así como proporcionar acceso a ello, durante un periodo de siete (7) años a partir de la realización del pedido. Meta puede divulgar tu contenido publicitario y toda la información relacionada con tu publicidad a entidades u organismos gubernamentales si considera que dicha divulgación puede ser útil en el marco de una investigación legal.

## **12. LO QUE DEBES SABER**

5. Si vas a administrar anuncios en nombre de otros anunciantes, deberás administrar el contenido de cada uno de estos anunciantes o clientes en cuentas publicitarias separadas. No debes cambiar el anunciante o el cliente asociado a una cuenta publicitaria existente; tendrás que crear otra cuenta. Tienes la responsabilidad de garantizar que todos los anunciantes cumplan las Políticas de publicidad.
6. Tal como se indica en nuestras [Normas comunitarias](#), no puedes vender, alquilar, comprar ni intercambiar privilegios del sitio web (como el acceso administrativo) para los activos que te pertenezcan o que administres. También está prohibido ayudar a alguien a evadir o eludir la aplicación de nuestras políticas o condiciones del servicio.
7. Nos reservamos el derecho de rechazar, aprobar o eliminar cualquier anuncio, según nuestro propio criterio y por el motivo que estimemos oportuno, incluidos los anuncios que afecten de manera negativa a nuestra relación con los usuarios o que promuevan contenido, servicios o actividades contrarios a nuestra posición frente a la competencia, nuestros intereses o nuestra filosofía publicitaria.
8. [Meta](#) puede conceder un permiso previo por escrito para políticas que así lo exijan.
9. Estas políticas son susceptibles de sufrir cambios en cualquier momento.