

Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria

Informe comparativo

2024 / 2025

1er bimestre

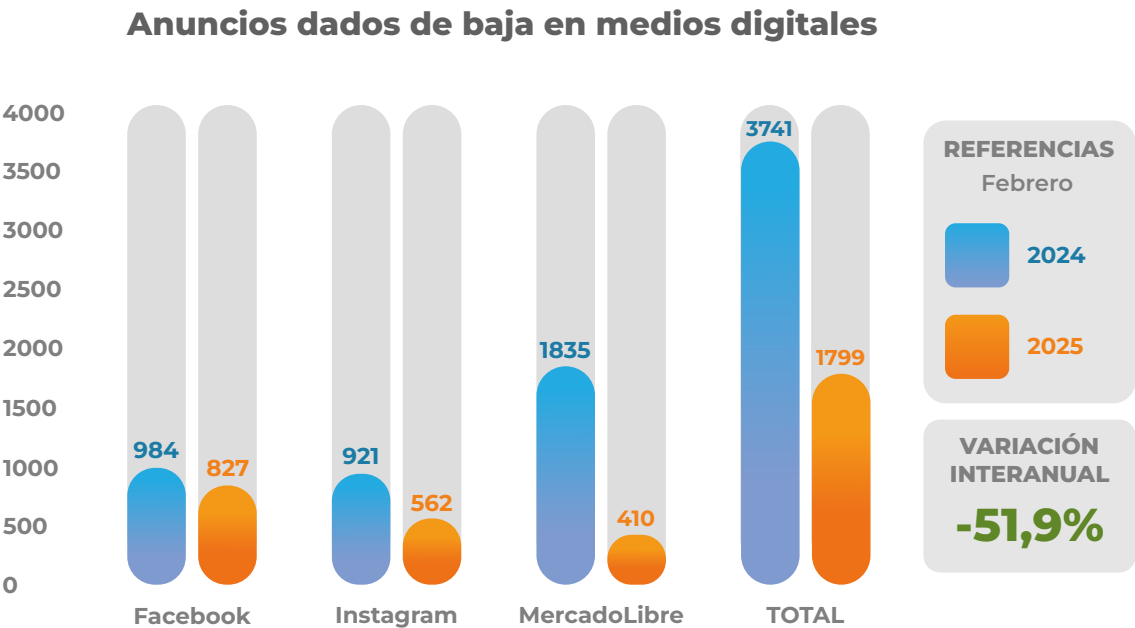
anmat

El **Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria** se encarga de analizar las publicidades que se difunden a través de medios de comunicación digitales y tradicionales sobre aquellos productos que se encuentran regulados por la ANMAT: medicamentos, alimentos, productos médicos, productos de uso domésticos, productos cosméticos y de higiene personal.

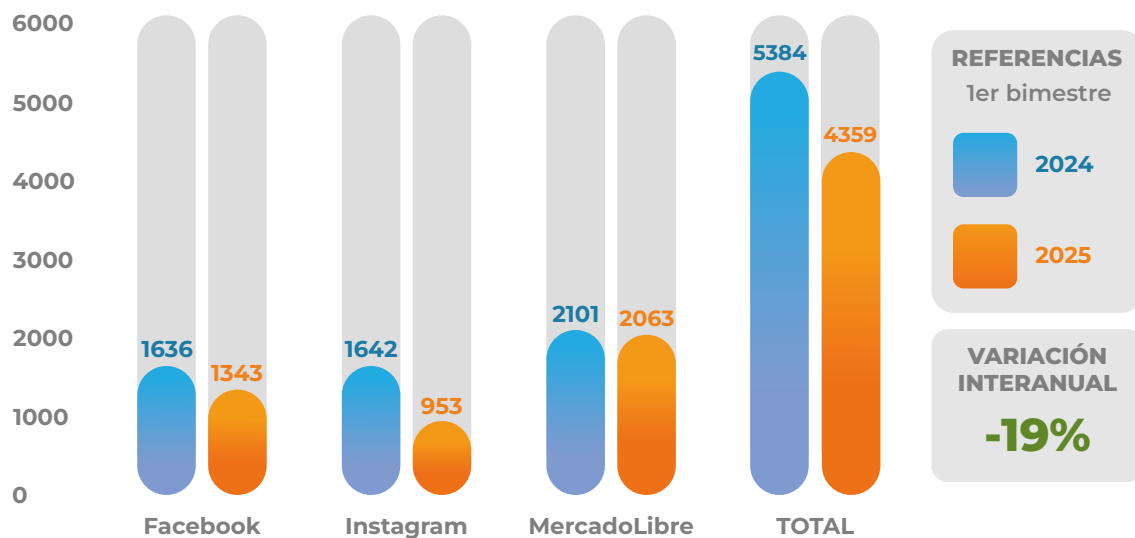
La publicidad de productos para salud influye en el comportamiento del consumidor a la hora de tomar decisiones. Por eso, el objetivo del programa es verificar que se cumplan los criterios publicitarios establecidos para este tipo de productos a fin de cuidar la salud de la población.

Fiscalización de anuncios de comercialización en internet

El monitoreo de anuncios de comercialización tiene como objetivo identificar aquellos que no cumplen con los requerimientos establecidos para luego gestionar su baja.



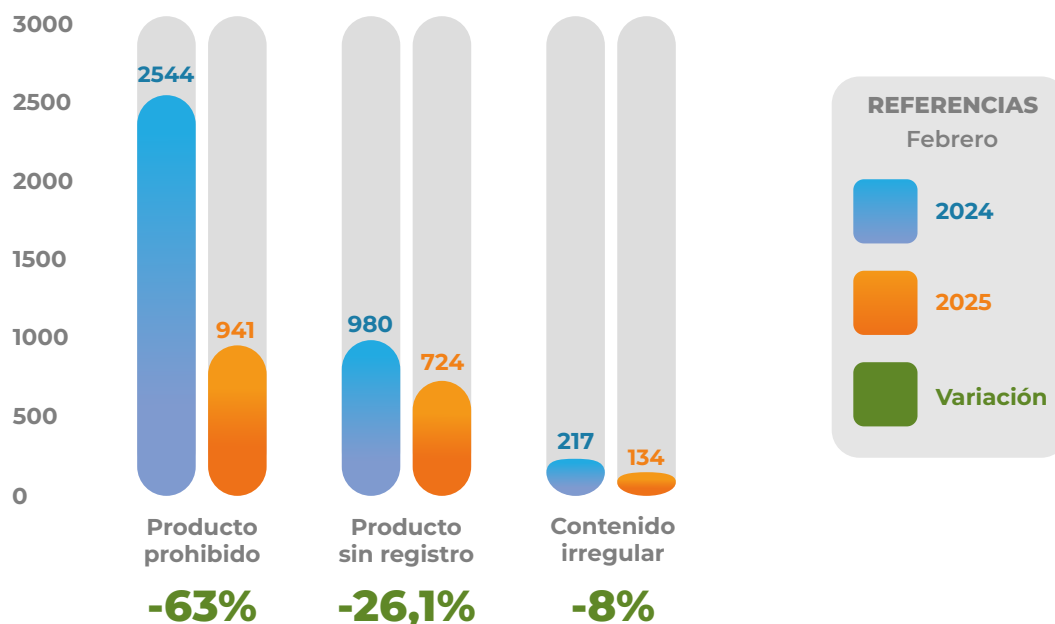
Anuncios dados de baja en medios digitales



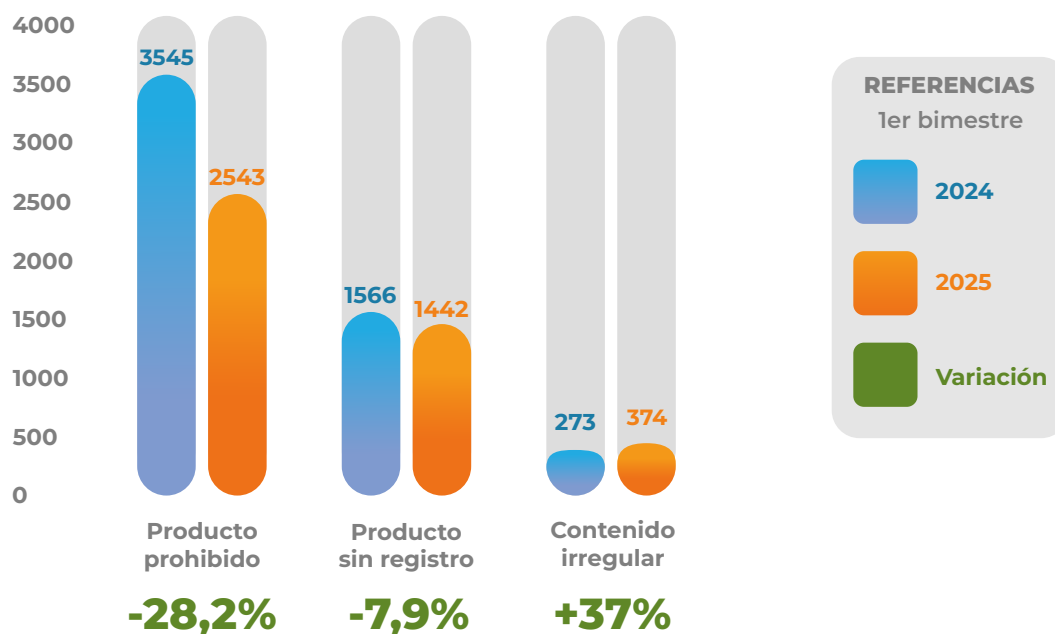
Las razones por las que un anuncio puede ser dado de baja son las siguientes:

- **Producto prohibido:** anuncios de productos que no pueden ser comercializados a través de internet.
- **Producto sin registro:** anuncios de productos que requieran autorización, registro o inscripción de la autoridad sanitaria para su comercialización y no cuenten con la misma.
- **Contenido irregular:** anuncios de productos a los que se les atribuyen acciones y/o propiedades terapéuticas que no le corresponde.

Motivos de baja



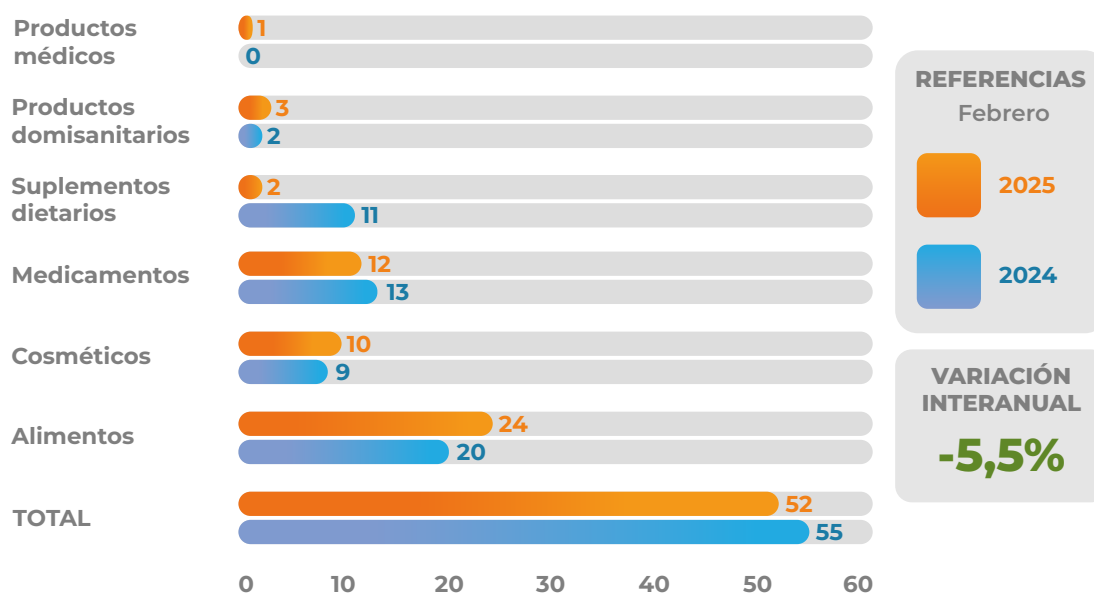
Motivos de baja



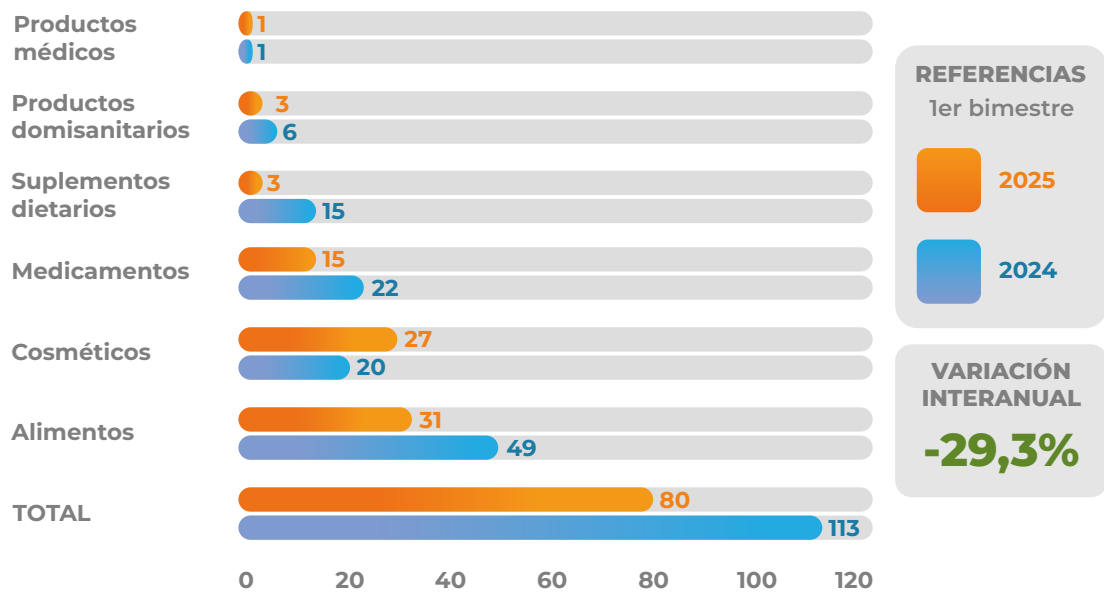
Análisis de publicidad

El análisis de anuncios publicitarios tiene como objetivo identificar aquellos que no cumplen con los requerimientos establecidos y solicitar la adecuación del contenido.

Publicidades analizadas



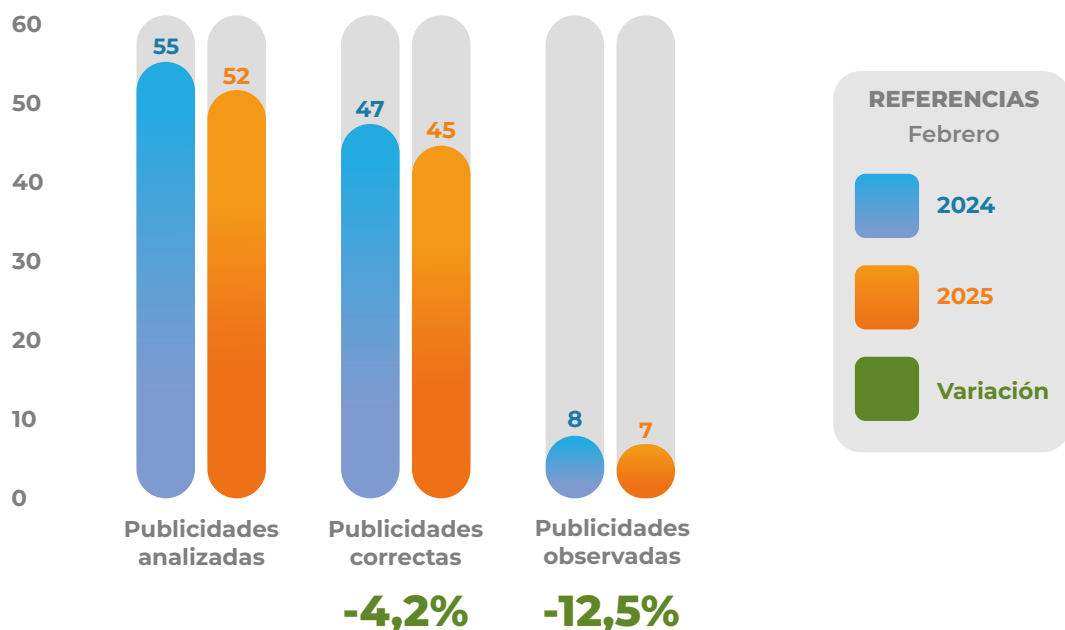
Publicidades analizadas



Las publicidades analizadas que han sido controladas y registradas por el programa se agrupan de acuerdo al resultado del análisis en dos categorías:

- **Publicidades observadas:** son aquellas que presentan contradicciones en relación a los criterios publicitarios de cada categoría de producto.
- **Publicidades correctas:** son aquellas que han demostrado respetar los criterios publicitarios para cada categoría de producto.

Resultados del análisis



Resultados del análisis

