



# MANUAL DE MODERACIÓN DE CONTENIDO **PARA INMUEBLES:**

*Todo lo que necesitas saber  
para que tu video sea  
aprobado.*





## ÍNDICE



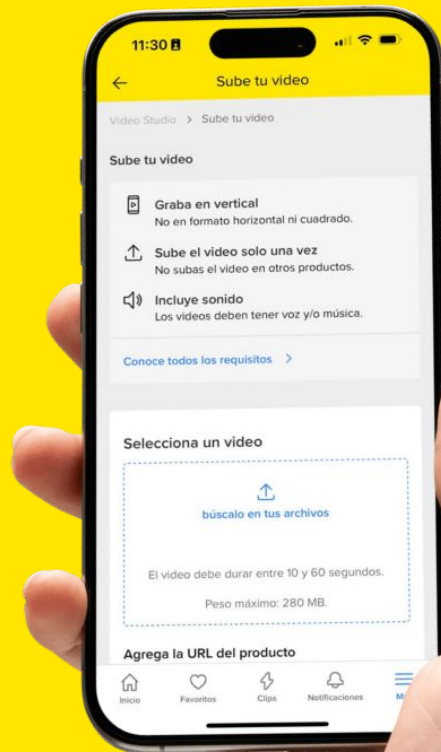
- 01 •** ¿Cómo funciona Clips?
- 02 •** Dentro de las reglas del juego
- 03 •** Requisitos básicos.
- 04 •** Criterios de moderación: Real Estate
- 05 •** Criterios de moderación general
- 06 •** Elevando el nivel de tu contenido.
- 07 •** Publicando tu video.



## Dentro de las reglas del juego

Pensando en la experiencia del cliente (y siguiendo las principales tendencias en la creación de contenido), hemos creado algunas reglas básicas para que Clips sea relevante y atractivo para el público. Además, es una herramienta más para que los vendedores incrementen sus visitas y, por ende, sus ventas.

El primer paso para jugar bien es conocer las reglas del juego. Sin embargo, más que explicar las reglas, este documento tiene como objetivo mostrar lo que debes hacer para que tu video sea aprobado y no infrinja ninguna norma de la plataforma.





# ¿QUÉ ES CLIPS

## Y CÓMO PUEDE **AYUDARTE?**



# CHECKLIST PARA QUE TUS CLIPS SEAN APROBADOS



## REAL ESTATE:

- No muestra el baño
- No muestra la cocina
- No muestra la habitación/ambiente principal
- No menciona el barrio y/o ciudad
- No menciona metros cuadrados

## MOTIVOS FRECUENTES DE MODERACIÓN:

- Video repetido
- Formato diferente da vertical
- Publicidad de marca o de Mercado Libre
- Sin audio ni sonido
- Producto no relacionado

## CRITERIOS AUDIOVISUALES:

- Marcas de agua o logos
- No respeta la zona segura del video
- Imagens estáticas
- Pantalla negra en lugar de video
- Resolución/estabilidad
- Iluminación deficiente
- Sonido de mala calidad
- Producto sin contexto
- Otro idioma
- Sin cierre
- Producto en malas condiciones



Conoce en detalle todos los criterios [aquí](#)

## CRITERIOS DE CONTENIDO SENSIBLE:

- Contenido sexual
- Contenido ofensivo/discriminatorio
- Contenido violento
- Contenido de lotería/concursos
- Contenido comparativo o difamatorio
- Contenido político
- Artículos prohibidos
- No se permite mostrar ni escuchar a menores de edad

## CRITERIOS DE SEGURIDAD:

- Datos personales
- Imágenes de Mercado Libre
- Propiedad intelectual
- Información engañosa
- Normativas de publicidad
- Condiciones de venta



# ¿Cómo funciona Clips?

*Tres pilares sostienen el éxito de la plataforma de videos cortos de Mercado Libre:*

01

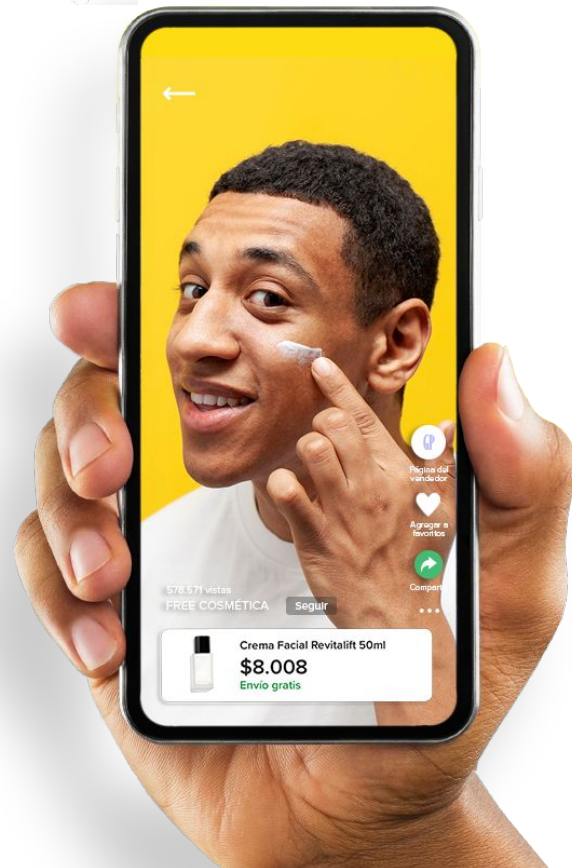
Conectar con potenciales compradores

02

Eliminar dudas sobre tu producto

03

Aumentar las visualizaciones de tus publicaciones



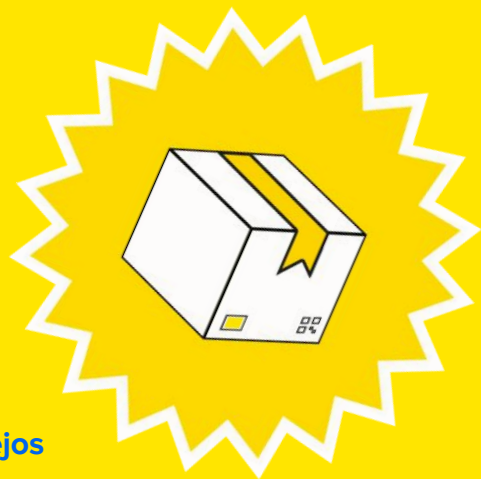


PERO **ANTES** DE CONTINUAR CON  
LOS **CRITERIOS DE MODERACIÓN:**  
**VAMOS A REPASAR LOS REQUISITOS**  
**BÁSICOS PARA PUBLICAR TUS CLIPS**



## REQUISITOS BÁSICOS

- Graba en **formato vertical 9:16**
- Asegúrate de que el vídeo ocupe toda la pantalla, **sin bordes ni espejos**
- La duración puede ser entre **10 segundos y 1 minuto**
- Envía el video en uno de estos formatos: **mp4, mov, mpeg, avi.**
- Recuerda que el tamaño máximo es de **280 MB**
- La calidad mínima que necesitas es de **360 x 640 píxeles**
- ¡Y no olvides **el sonido** para hacerlo **más atractivo!**



# INMUEBLES NO PERMITIDOS



**Camas nauticas**

**Campos**

**Cocheras**

**Consultorios**

**Depósitos y galpones**

**Fondos de comercio**

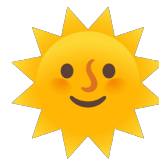
**Locales**

**Oficinas**

**Parcelas, Nichos y Bóvedas**

**Terrenos y lotes**

**Tiempo Compartido**



**SALE**

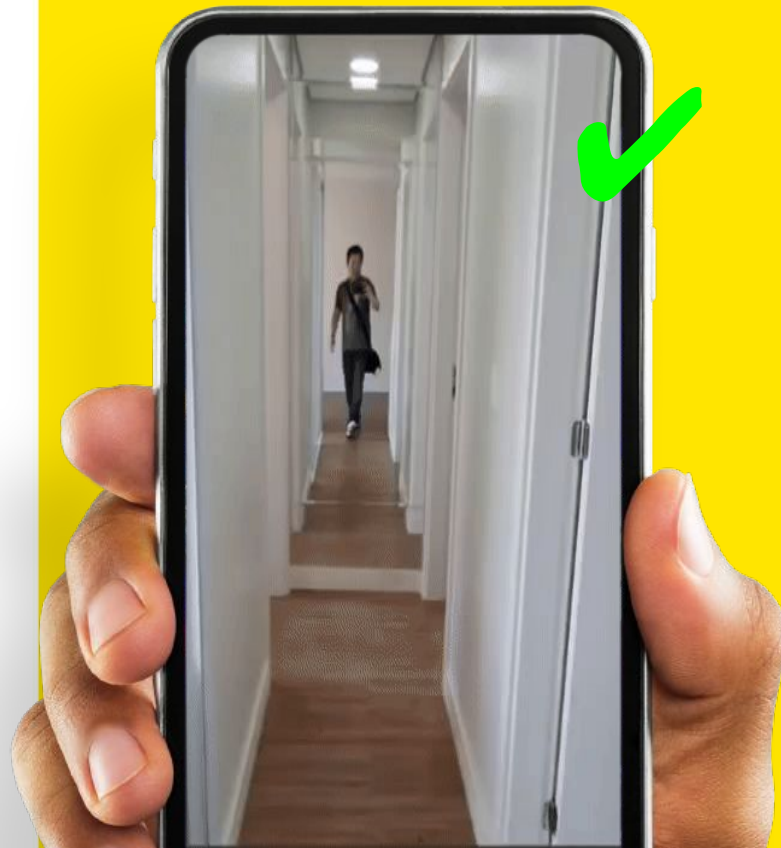


# NO MUESTRA EL BAÑO

El vídeo debe mostrar, **al menos**, un baño de la propiedad. **Se trata de un espacio clave para los compradores.**

## Qué hacer:

Asegúrate de incluir planos que muestren no solo el diseño y la distribución del baño, sino también detalles como los materiales, la iluminación y cualquier característica que consideres importante.





## NO MUESTRA LA COCINA

**Incluir la cocina es indispensable**, ya que es uno de los ambientes más importantes del hogar.

### Qué hacer:

Asegúrate de incluir en tu vídeo planos que muestran su diseño, distribución y cualquier característica especial, como electrodomésticos modernos o almacenamiento adicional. Considera resaltar los detalles que destaquen su funcionalidad y estilo.



# NO MUESTRA HABITACION/ AMBIENTE PRINCIPAL (AL MENOS 1)

Es necesario que el vídeo incluya al menos **una habitación o el ambiente principal** para que los interesados puedan evaluar el espacio.

## Qué hacer:

Asegúrate de incluir **al menos un ambiente principal** en tu presentación. Esto es esencial para que las personas interesadas evalúen el espacio y su distribución. Resalta características clave, como la iluminación, los acabados y la conexión con otros espacios, para mostrar el potencial del inmueble.





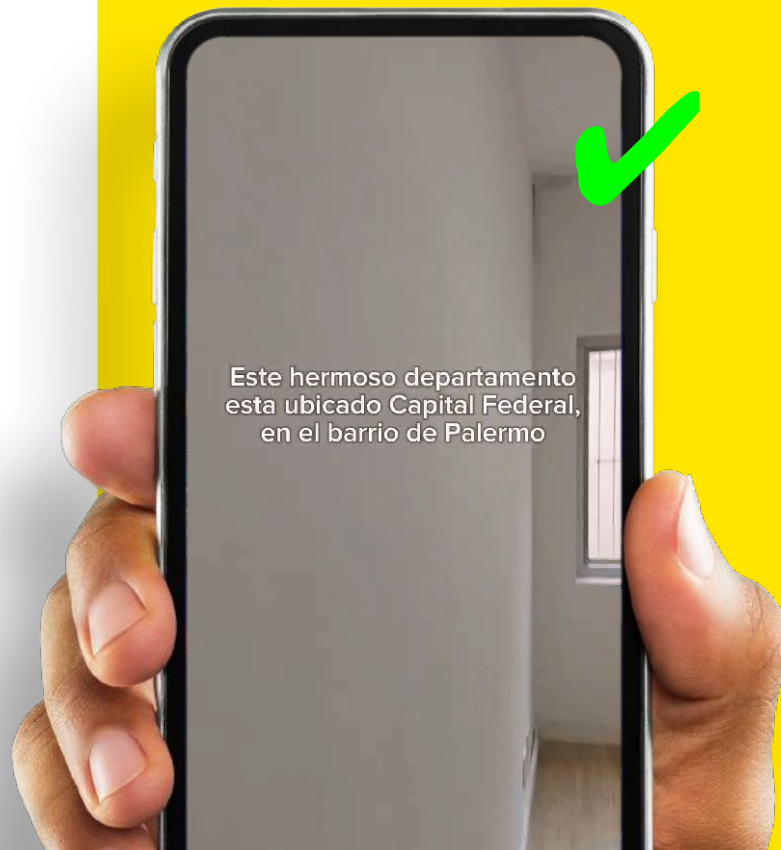


## NO MENCIONA BARRIO Y/O CIUDAD

El vídeo **debe mencionar** el barrio y/o la ciudad donde se encuentra la propiedad. La ubicación es un factor crucial a la hora de decidir una compra.

### Qué hacer:

Destaca **aspectos relevantes**, como la cercanía a servicios, transporte y áreas recreativas, para resaltar el atractivo de la zona.



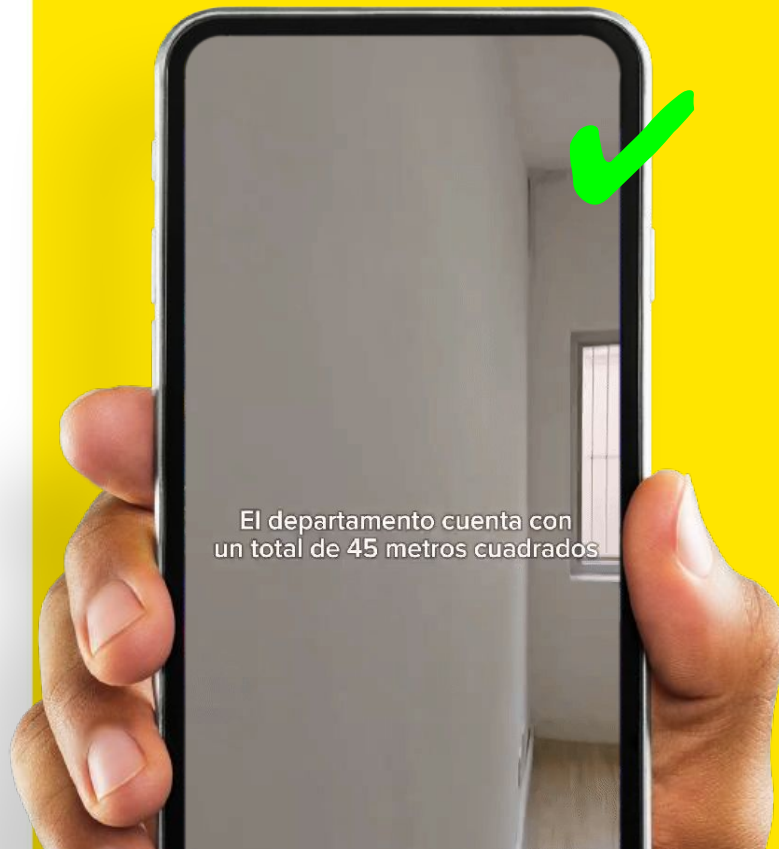


## NO MENCIONA METROS CUADRADOS

Los **metros cuadrados deben indicarse**, ya que son esenciales para que los compradores tengan una idea clara del tamaño de la propiedad.

### Qué hacer:

Asegúrate de mencionar tanto la **superficie total** como la distribución de los espacios, lo que ayudará a los interesados a visualizar mejor el potencial del lugar.



# GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



- 1 Vista general y presentación inicial:** Comienza mostrando una vista completa de la propiedad e incluye una breve introducción.
- 2 Ubicación:** Menciona la ciudad y el barrio donde se encuentra la propiedad.
- 3 Tamaño de la propiedad:** Informa sobre los metros cuadrados, hectáreas o el número de ambientes. Comenta el número de habitaciones y baños.
- 4 Escenas obligatorias:** No te olvides de incluir tomas de los espacios clave, como la cocina, el baño y las habitaciones.

## Te recomendamos incluir facilidades cercanas:

Aprovecha para destacar las comodidades alrededor de la propiedad, como escuelas, supermercados, restaurantes y transporte público.

# GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



## Escenas Indispensables

Para asegurar que los videos de propiedades sean informativos y atractivos, es fundamental incluir las siguientes tomas:

1

### **Tomas detalladas desde diferentes ángulos:**

Muestra la propiedad en su totalidad, capturando diferentes perspectivas.

2

### **Escenas obligatorias:**

- **El baño:** Asegúrate de incluir tomas del baño para ofrecer una visión clara de este espacio.
- **La cocina:** es importante mostrar y resaltar su diseño y características.
- **La habitación principal:** incluye tomas para que los compradores puedan evaluar el espacio.

# GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRATIVOS DE PROPIEDADES



## Informaciones Indispensables

Cada video debe contener la siguiente información clave:

- 1 Tamaño de la propiedad:**  
Indica el tamaño de la propiedad en metros cuadrados para que los interesados tengan una idea clara del espacio.
- 2 Ubicación:**  
Menciona la ciudad y el barrio donde se encuentra la propiedad, lo cual es esencial para los potenciales compradores.

# GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



Para que tus videos de propiedades sean efectivos, **incluye:**

- 1 Historial de la propiedad:** Mencionar si ha tenido un solo dueño, el estado del mantenimiento y actualizaciones.
- 2 Documentación en regla:** Asegúrate de indicar que todos los documentos están en orden.
- 3 Tecnología adicional:** Destaca luces conectadas, los electrodomésticos disponibles y los sistemas de alarma.
- 4 Llamado a la acción:** Termina invitando a los interesados a contactarse para obtener más información.
- 5 Concisión:** Mantén el vídeo **breve y directo** para captar y mantener la atención del espectador.
- 6 IMPORTANTE:** Consulta la sección de [motivos de moderación](#) para saber las excepciones a la regla sobre el uso de logotipos y marcas de agua



YA SABES TODAS LAS ESPECIFICACIONES  
PARA **REAL ESTATE**, AHORA

**APRENDE LOS CRITERIOS GENERALES PARA  
QUE TUS CLIPS SEAN APROBADOS**



## PRINCIPALES CRITERIOS DE MODERACIÓN RECHAZADOS



- **Formato diferente al vertical**
- **Publicidad de marca y/o de Mercado Libre**
- **Falta de audio**
- **Producto no relacionado**





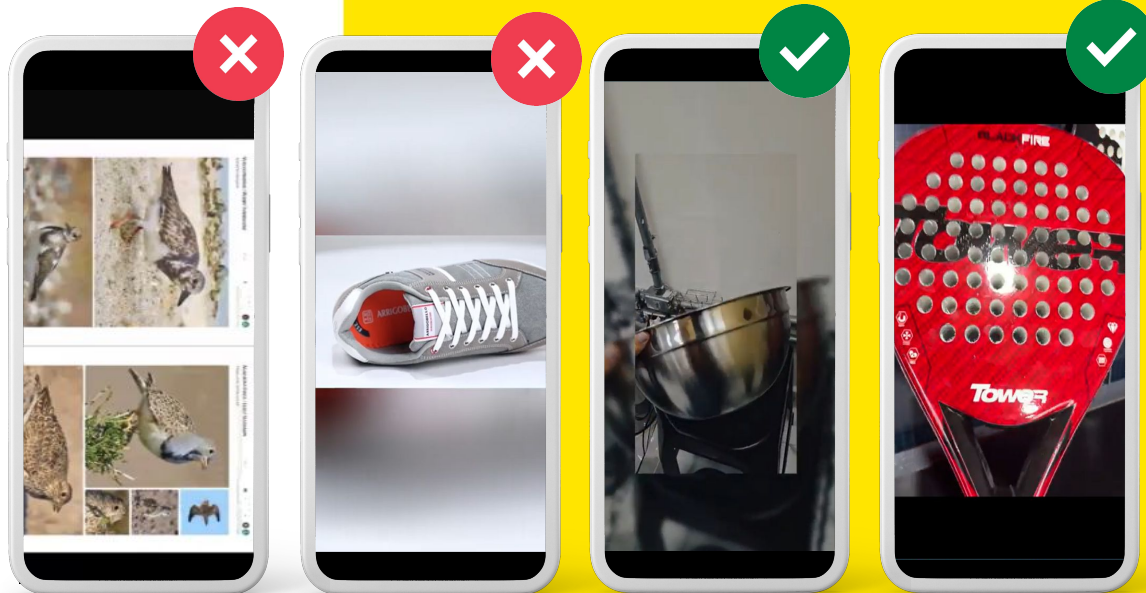
## FORMATO DIFERENTE AL VERTICAL

Los videos deben estar en formato vertical (9:16), ocupando toda la pantalla. Esta es la proporción de visualización estándar en la plataforma y permite que el producto se muestre de manera más clara y atractiva.

### ¿Qué hacer?

Esta permitido usar bordes o efectos (como desenfoques, espejos o fondos de colores), siempre que el video tenga orientación vertical y conserve buena calidad visual. Es importante que estos efectos no dificulten la visualización del producto ni distraigan al cliente.

Horizontal con bordes



# PUBLICIDAD DE PRODUCTO SIN MARCAS

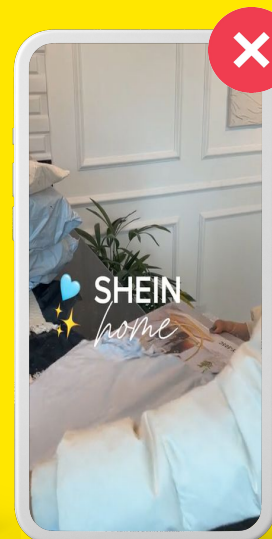
Evita prácticas que puedan confundir o desviar la atención del enfoque principal: el producto. Por eso, no está permitido que los videos hablen o destaquen la marca, ni que promocionen la tienda o las ventajas de la tienda, Mercado Libre u otras plataformas (competidoras o no).

## Qué hacer:

Concéntrese únicamente en el producto: muéstrelo en acción y hable sobre sus funcionalidades. Grabe imágenes desde varios ángulos o resuelva las principales dudas de los clientes. Este no es el momento para hacer publicidad de la marca, la tienda o Mercado Libre.



Destaca la tienda, sus beneficios y roupas



Destaca otra plataforma de e-commerce



## EVITA EL SILENCIO

El sonido del video debe ser de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias. El video puede tener un máximo del 20% de su duración sin audio. Los videos sin sonido o con mal audio pierden el interés del público.

### ¿Qué hacer?

Usa música de fondo o graba una narración en un lugar sin ruidos. Tip adicional: Las canciones de nuestra biblioteca no tienen derechos de autor.

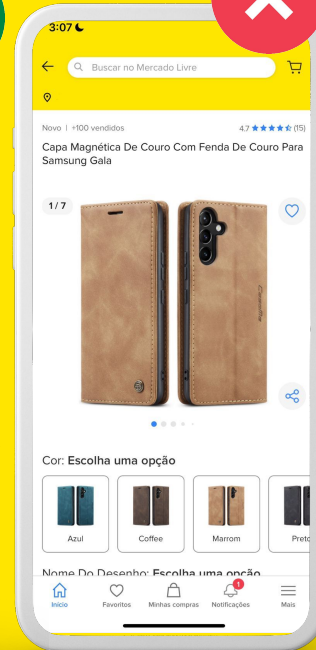
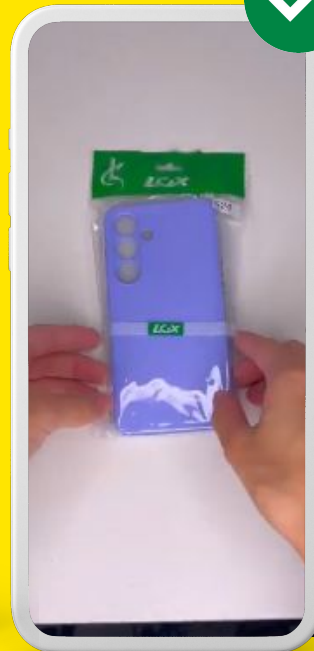
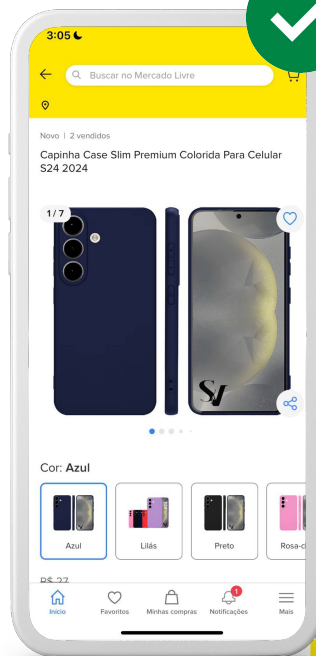


# PRODUCTO NO RELACIONADO

El vídeo debe mostrar el producto correspondiente al anuncio.

## ¿Qué hacer?

Muestra en el video exactamente lo que el cliente recibirá al realizar la compra. Además de presentar el producto en uso y sus características, asegúrate de mostrar todo el producto, así como todas sus piezas y accesorios.



Para anuncios de kits con productos diferentes, es necesario mostrar todos. Si es un kit de productos iguales, puedes mostrar solo uno y mencionar que es un kit de X unidades.



# MÁS CRITERIOS DE **MODERACIÓN**



## **CRITERIOS AUDIOVISUALES**

- Marcas de agua o logotipos.
- No respeta el área útil.
- Imágenes estáticas.
- Pantalla en negro.
- Resolución/estabilidad deficientes.
- Mala iluminación.
- Sonido de baja calidad.
- Producto sin contexto.
- En otro idioma.
- Sin cierre.
- Producto en mal estado.



## **CRITERIOS DE CONTENIDO SENSIBLE**

- Contenido sexual.
- Contenido ofensivo/discriminatorio.
- Contenido violento.
- Contenido de loterías/concursos.
- Contenido comparativo o difamatorio.
- Contenido político.
- Artículos prohibidos.
- Menores de edad.



## **CRITERIOS DE SEGURIDAD**

- Datos personales.
- Imágenes de Mercado Libre.
- Propiedad intelectual.
- Información falsa.
- Normas de publicidad.
- Condiciones de venta.

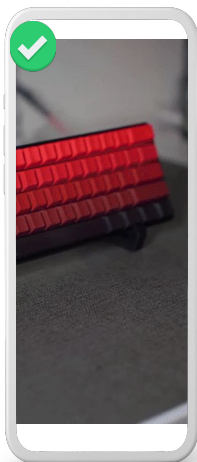


## MARCAS DE AGUA O LOGOS

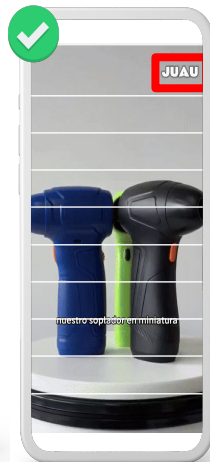
Se permite incluir logotipos o marcas de agua en los vídeos, ya sea de la marca, de la tienda o del editor utilizado, siempre que no interfieran en la calidad visual del contenido. Estos elementos deben ser discretos y no deben exceder el 10% del tamaño de la pantalla o estar presentes por más del 10% de la duración total del vídeo.

Las grabaciones de pantalla están permitidas sólo cuando son requeridas por el producto, como en el caso de aplicaciones, software, plataformas digitales o productos digitales (por ejemplo, hojas de cálculo de automatización). En esos casos, se espera que el contenido sea claro, nítido y se centre en mostrar cómo funciona el producto o sus características.

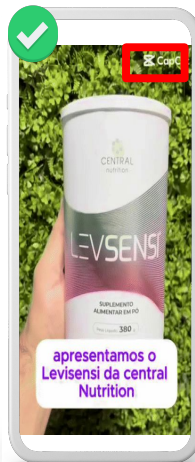
Carteles: menos del 10% del tiempo del video



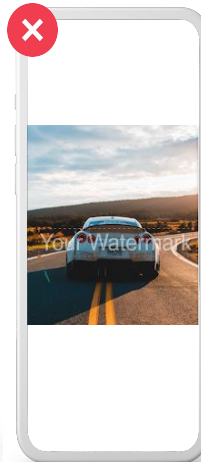
Logo: menos del 10% del tamaño de la pantalla



Logo de apps de edición



Logos y marcas de agua centralizados y permanentes



Logos redes sociales

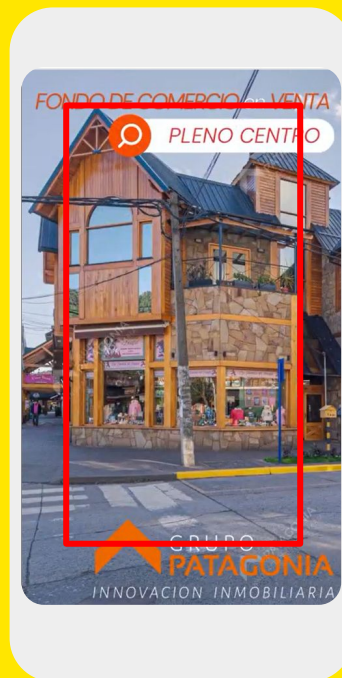


# FLEXIBILIZACIÓN SOBRE EL USO DE LOGOTIPOS (EXCLUSIVO PARA INMUEBLES)



El uso de cortinillas y logotipos al inicio o final de los vídeos para identificar a la empresa o entidad relacionada con el inmueble, **siempre que no superen el 20% del video.**

Deben ser breves, discretos y no interrumpir la experiencia del usuario. **El logotipo debe colocarse en los laterales** sin cubrir detalles clave del inmueble y debe integrarse armoniosamente para mantener la calidad visual.





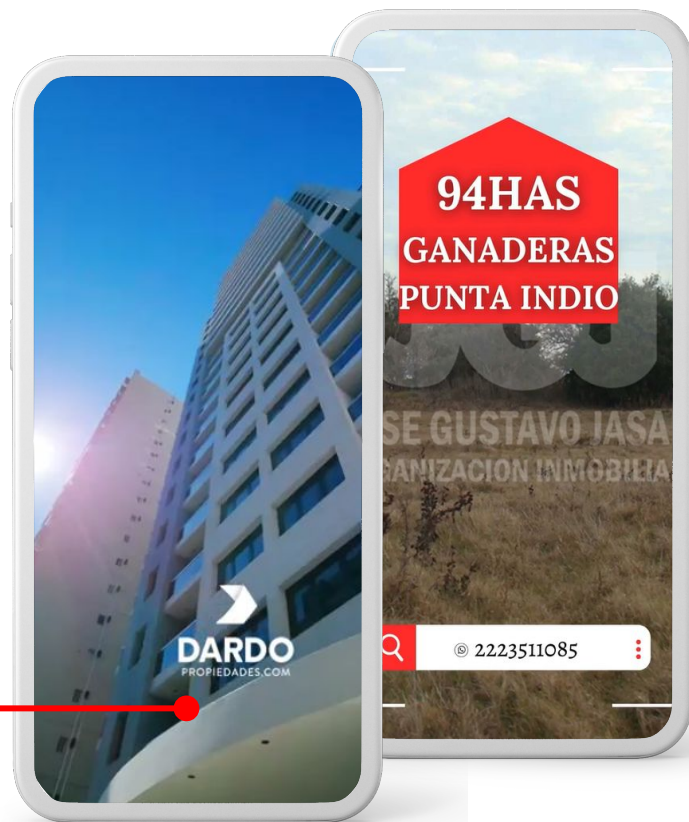
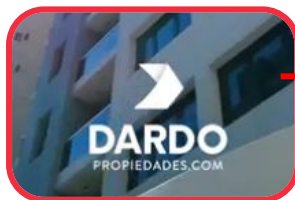
# FLEXIBILIZACIÓN SOBRE EL USO DE LOGOTIPOS (EXCLUSIVO PARA INMUEBLES)

**✗ NO ESTÁ PERMITIDO!**

**La utilización de marcas de agua durante todo el vídeo, ni en el centro.**

Estas deben ubicarse en lugares que no obstruyan el contenido principal ni interfieran con la visualización del inmueble, incluso si son semitransparentes, y no deben ocupar más del 20 % del vídeo.

**Tampoco se permite incluir logotipos con información de contacto, como direcciones, números de teléfono, WhatsApp o correos electrónicos.**







## DATOS PERSONALES

Está **prohibido** mencionar o mostrar información de contacto o canales de venta fuera de Mercado Libre. Ejemplos: sitios web, redes sociales, teléfono, correo electrónico, QR Code, dirección, entre otros.

### ¿Qué hacer?

No menciones ningún tipo de información como las citadas anteriormente, tampoco las incluyas en la edición del video. Cubre o elimina información de cajas y embalajes, como por ejemplo, direcciones en paquetes de entrega.



# IMÁGENES ESTÁTICAS

El video puede ocupar como máximo el 20% del tiempo con imágenes estáticas y/o texto, sin perder la dinámica y presentando información sobre el producto.

## ¿Qué hacer?

Graba videos desde diversos ángulos de tu producto en lugar de usar fotos. Muestra cómo se utiliza, qué tipo de problema soluciona, sus funcionalidades o responde a las preguntas más frecuentes.



# MENORES DE **EDAD**

No se permite utilizar imágenes de menores de edad, ni siquiera si se omite su rostro (por ejemplo, manos, pies o un niño de espaldas). Tampoco se permite el uso de narración con voz infantil (ni siquiera artificial o automática).

## ¿Qué hacer?

Si tu producto está dirigido al público infantil, enfócate únicamente en mostrar el producto y sus características.

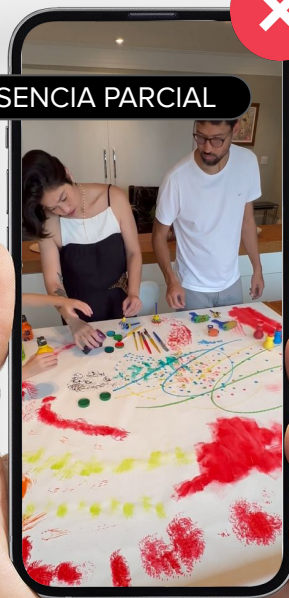


## MENORES DE **EDAD**

PRESENCIA



PRESENCIA PARCIAL



VOZ



DIRECCIONAMENTO

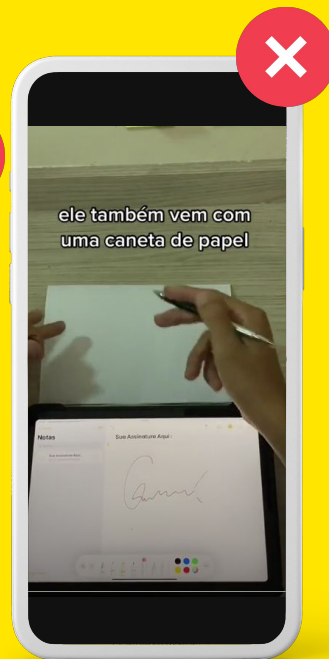


# CONDICIONES DE VENTA

El video no debe mencionar ofertas, precios, envío gratis, condiciones de venta, garantías, obsequios o descuentos, ni hacer referencia a campañas específicas como **Hot Sale** o **Black Friday**. Esta norma evita la divulgación de información que puede estar desactualizada o ser confusa, ya que los usuarios no pueden verificar la validez de las promociones en el momento en que ven el video.

## ¿Qué hacer?

Enfócate únicamente en mostrar tu producto, resolver las preguntas más frecuentes, explicar qué tipo de problema soluciona o sus funcionalidades. Puedes mencionar garantías solo si provienen del fabricante. Otras informaciones como las mencionadas anteriormente deben estar solo en el anuncio.

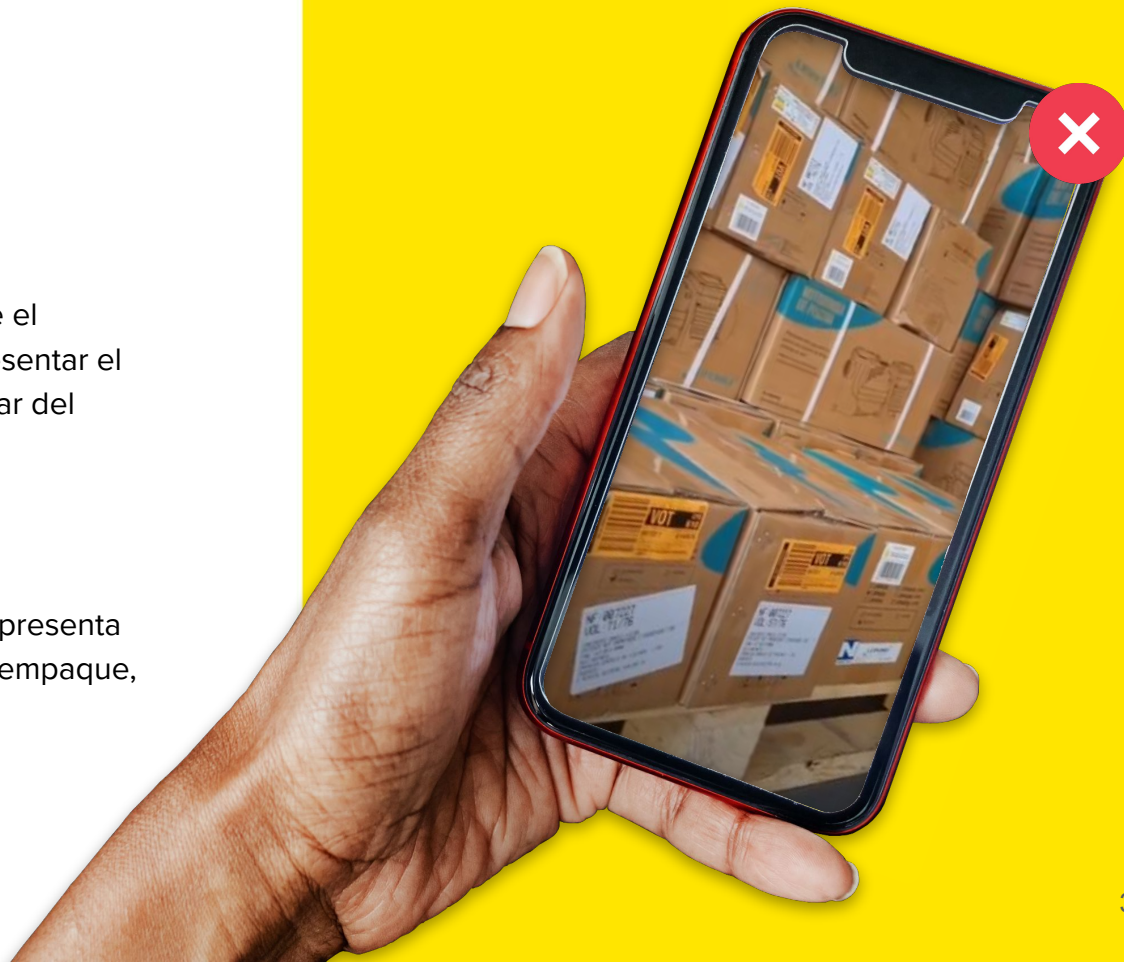


## PRODUCTO SIN CONTEXTO

El vídeo debe mostrar obligatoriamente el producto en uso. No está permitido presentar el producto sólo mostrando la caja o hablar del mismo sin mostrarlo.

### ¿Qué hacer?

Muestra tu producto siendo utilizado o presenta mejor los detalles en el video, como el empaque, el modo de uso, sus características diferenciadoras, etc.





## RESOLUCIÓN Y ESTABILIDAD DEL VIDEO

El video no puede contener imágenes que no permitan ver claramente los detalles del producto. Por ejemplo: mala iluminación, imagen invertida, escenas repetidas en “looping”, desenfocadas, pixeladas o con reflejos de luz excesivos.

### ¿Qué hacer?

Busca un ambiente bien iluminado, pero cuida los reflejos. Realiza varias tomas mostrando el producto desde diferentes ángulos. Si la imagen está invertida, puedes ajustarla en la edición del video.

1

Baja resolución



2

Misma toma  
repetida en un bucle



3

Vídeo tembloroso



4

Video con reflejo  
(evita que se vea el embalaje)

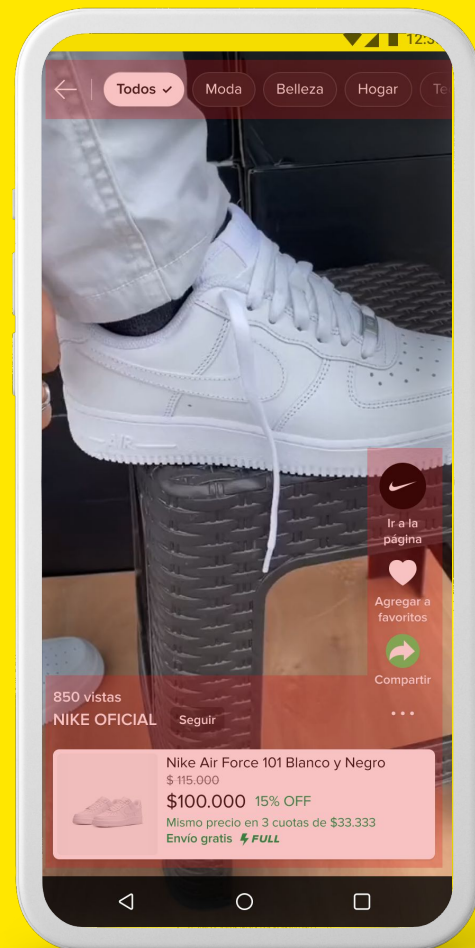


# NO RESPETA EL ESPACIO ÚTIL

Todos los textos, normas publicitarias, subtítulos u otros elementos deben permanecer dentro del área útil del vídeo, sin quitar espacio a los botones ni al producto.

## Qué hacer:

Inserta los textos dentro del área útil del vídeo para que no quede oculta ninguna información y procura no estropear la visualización del producto.





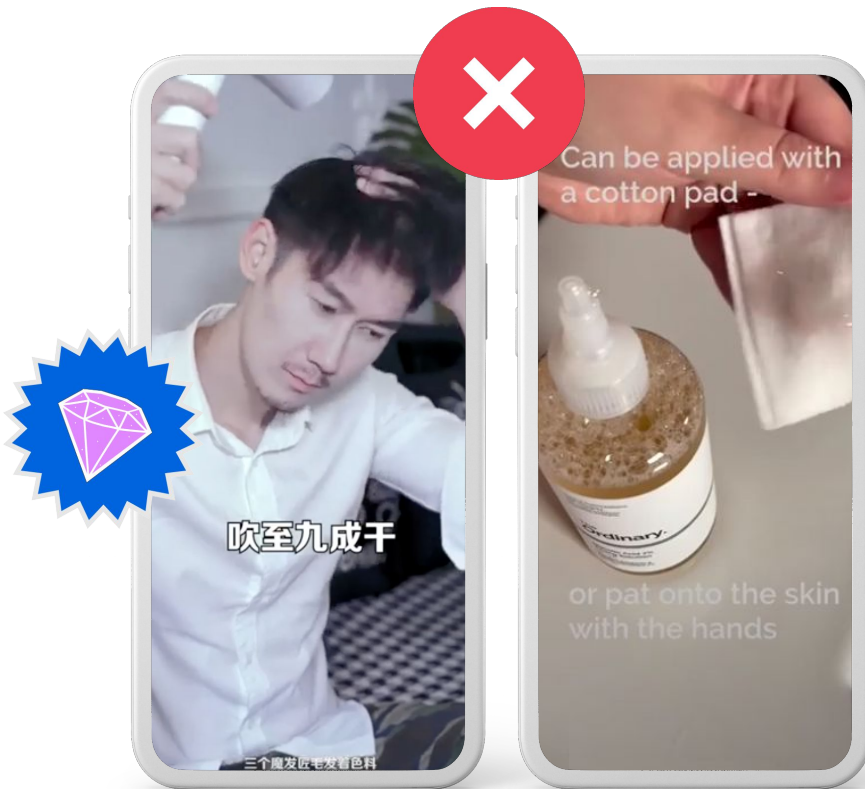


## IDIOMA

El video no debe contener voz y/o textos en otro idioma que no sea el español.

¿Qué hacer?

Utiliza únicamente el español para hablar o describir el producto. Es importante que el cliente comprenda bien todo el video y sepa exactamente qué está comprando.





# NORMATIVAS DE PUBLICIDAD

Algunas categorías de productos tienen normativas específicas y el vídeo debe mencionar la normativa aplicable en materia de publicidad y marketing y no infringirla.

## Qué hacer:

Inserta las normativas necesarias según tu categoría de producto, procurando que estén dentro del área utilizable del vídeo y no entorpezcan la visualización del producto.

**BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

**SUPLEMENTOS**

**COSMÉTICOS**



### Bebidas Alcohólicas

- Los videos no pueden mostrar el consumo del producto y deben incluir en la narración y por escrito la frase:

**"Bebe con moderación"  
y/o "Prohibida la venta a  
menores de 18 años".**

### Cosméticos

- **No se deben** hacer afirmaciones sobre las acciones del producto que no estén respaldadas por evidencia clínica o científica.
- **No debe** presentarse de manera que sugiera un uso diferente a las acciones terapéuticas aprobadas por la autoridad sanitaria.
- **Se debe** evitar cualquier insinuación sobre el uso excesivo del producto.

### Suplementos

- Los videos no deben incluir ni mencionar indicaciones o expresiones, incluso subjetivas, sobre cualquier acción terapéutica.

Deben incluir las siguientes advertencias:

**"Este producto no es un medicamento". "No exceder la recomendación diaria de consumo indicada en el envase". "Mantener fuera del alcance de los niños".**





## Bebidas Alcohólicas

- Se debe exhibir un recuadro que cumpla con las normas gráficas establecidas en la legislación aplicable. Debe incluir el logo del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, la palabra “ADVERTENCIA” y una de las siguientes leyendas: I) **“Todo consumo de alcohol es dañino durante el embarazo”**; II) **“Todo consumo de alcohol limita la capacidad de conducir”**; III) **“El consumo de alcohol en menores de 18 años está prohibido”**; o IV) **“El consumo nocivo de alcohol daña tu salud”**.  
(Ver el siguiente slide)

## Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio no deben incluir mensajes como: **“aprobado o recomendado por expertos”**, **“demostrado en ensayos clínicos”** o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación o evaluación. No se puede referir a
- productos como “naturales” cuando estos sean semisintéticos o formulados con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda **“Su uso no es recomendable para consumo por menores de 8 años, embarazadas y nodrizas, salvo indicación profesional competente y no reemplaza a una alimentación balanceada”** **“Consulte a su médico y/o farmacéutico”**

## Bebidas Alcohólicas

- El recuadro a utilizar deberá abarcar al menos el 15% de la superficie total del video, poseer un fondo de color negro y letras blancas, en mayúsculas e incluir el logo del Ministerio de Salud . El recuadro deberá exhibirse en la esquina superior derecha. La frase que deba exhibirse será escogida por quien encomienda la publicidad.

[Link para descargar el sello](#)





### Bebidas Alcohólicas

- Se debe incluir la leyenda: **“PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”**

### Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio **no** deben incluir mensajes como: **"aprobado o recomendado por expertos", "demostrado en ensayos clínicos"** o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación.

### Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda: **“Este Producto es un Suplemento Dietario, no es un Medicamento y no suple una Alimentación Equilibrada. Consulte a su médico y/o farmacéutico”.**





### Bebidas Alcohólicas

- Se deberá incluir alguna de las siguientes leyendas:
- **“NADA CON EXCESO, TODO EN MEDIDA.”**
- **“EVITA EL EXCESO.”**
- **“CONOCER NO ES EXCEDERSE.”**
- **“EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD”**

### Cosméticos

- Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:
- Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras. Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo
- Se presentan como indispensables para la vida del ser humano.

### Suplementos dietarios

- Está prohibido que mencionen a los suplementos como dietéticos y se debe de incluir la siguiente leyenda de advertencia: **“EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES RESPONSABILIDAD DE QUIEN LO RECOMIENDA Y DE QUIEN LO USA”** y **“ESTE PRODUCTO NO ES UN MEDICAMENTO”**, en letra mayúscula destacadas en negritas y con un espacio libre de texto alrededor de estas.



## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir la leyenda:

**"SOLO PARA MAYORES DE 18 AÑOS. ADVERTENCIA: EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL LIMITA SU CAPACIDAD DE CONDUCIR Y OPERAR MAQUINARIAS, PUEDE CAUSAR DAÑOS EN SU SALUD Y PERJUDICA A SU FAMILIA. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR."**

, o la advertencia dispuesta por la normativa aplicable.

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras. Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.**

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

- i) **"Manténgase fuera del alcance de los niños."**
- ii) **"El producto no es adecuado para ser consumido como única fuente de alimento. No superar la dosis recomendada;"**
- iii) **"Este producto es un suplemento dietario, no es un medicamento y no suple una alimentación equilibrada."**







## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir el mensaje:

**"Prohibida la venta a menores de dieciocho años de edad" y "El abuso en el consumo de alcohol es nocivo para su salud. El consumo de bebidas alcohólicas durante el embarazo, incluso en pequeñas cantidades, puede dañar seriamente la salud. El consumo de bebidas alcohólicas perjudica su capacidad para conducir vehículos u operar maquinaria".**

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras.** Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo. Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

**"Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o nutricionista".**



## Bebidas Alcohólicas

Se debe incluir la leyenda:

**“Tomar bebidas alcohólicas es dañino para la salud”, en un espacio no menor al 10% del video.”**

## Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

**Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras.** Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo Se presentan como indispensables para la vida del ser humano. Referirse a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.

## Suplementos dietarios

Se debe incluir la leyenda:

**“Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o farmacéutico”.** Se podrá incluir la leyenda **“Ayuda a prevenir (...)”** o **“Ayuda a proteger (...)”** siempre que esas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes. Sucedáneos de leche materna: No está permitida la publicidad dirigida al público en general y a las madres en especial de los productos sucedáneos de leche materna y aquellos que fomenten el uso del biberón y tetina.

PERÚ



# IMPORTANCIA DEL CIERRE EN LOS VIDEOS

El video debe incluir un cierre, pero no debe realizar una llamada a la acción no permitida, como comentar, suscribirse, redirigir a enlaces o invitar a acceder a un sitio web.

## ¿Qué hacer?

Graba un breve cierre o utiliza acciones permitidas, como “comprar”, “acceder al producto”, “agregar a favoritos”, “compartir” o “ver más videos”.

Esto es lo que **NO**  
debes poner:

1

Link en la bio



2

Comenta



3

Suscribete



4

Accede al sitio web

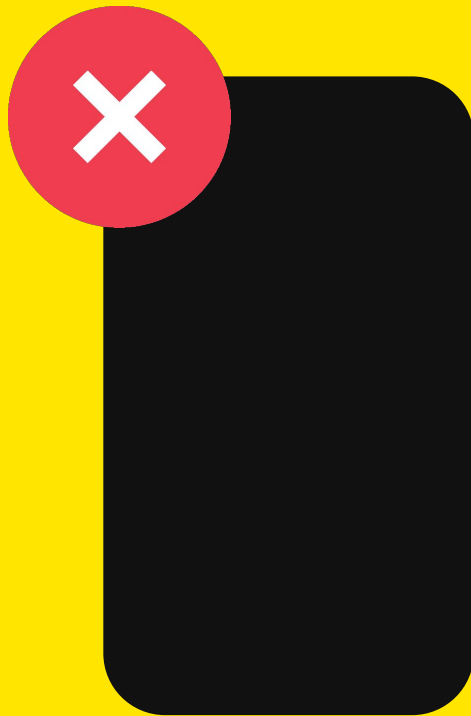


## EVITA LA PANTALLA EN NEGRO

No se permite que el video tenga sólo narración o que quede sin ninguna imagen por un tiempo prolongado.

### ¿Qué hacer?

Graba videos desde distintos ángulos de tu producto. Muestra cómo se utiliza, qué tipo de problemas resuelve, sus funcionalidades o aclara las principales dudas de los clientes. Lo importante es que el producto se presente de forma clara en el video.



## CONTENIDO SEXUAL

El video **no** debe mostrar contenido sexual explícito o sugestivo, ni movimientos o bailes de naturaleza sensual. Productos de sex shop como disfraces, lubricantes, vibradores, entre otros no pueden ser mostrados en video. De la misma manera, **no se permite** la simulación de situaciones asociadas a fetiches o prácticas eróticas, como BDSM y similares.

### ¿Qué hacer?

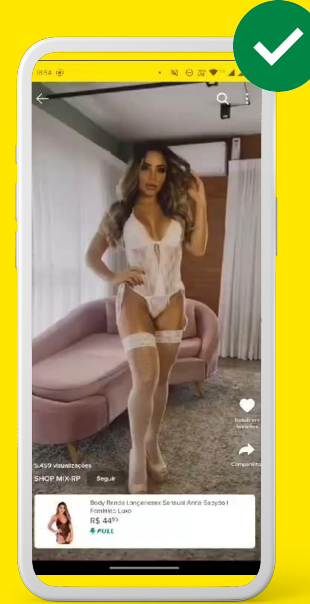
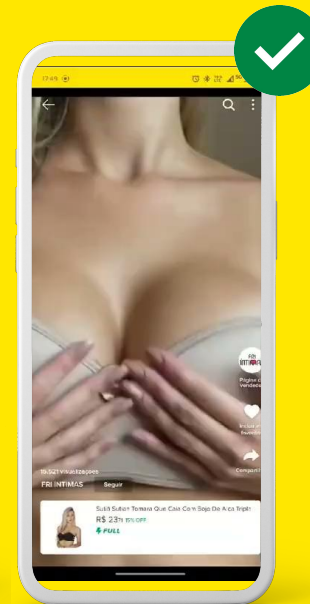
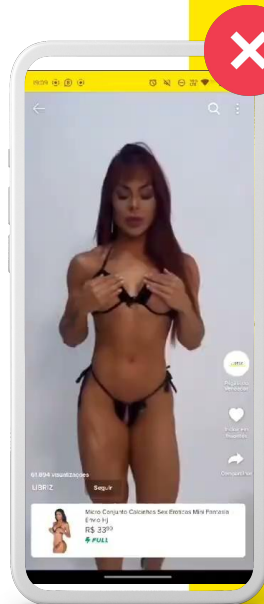
Intenta no hacer un video sugestivo, concéntrate en la calidad de tu producto o en la información más técnica.



# CONTENIDO SEXUAL

## Contenido de Lencería

Es importante describir los materiales e información relevante de la prenda en texto, además de mostrar diferentes tallas para atender a variados perfiles de clientes. Cuando los detalles del producto estén en áreas íntimas (senos, ingle, nalgas), se recomienda mostrar esas partes con la prenda fuera del cuerpo, evitando la exposición innecesaria del modelo. Enfoques en áreas íntimas solo están permitidos si son esenciales para mostrar características del producto (como lencería o bikinis). No se permite exponer o tocar deliberadamente partes íntimas, ni mostrar pezones, vellos púbicos o áreas íntimas, incluso por transparencia o cortes.





## PROHIBICIÓN DE CONTENIDO OFENSIVO O DISCRIMINATORIO

Está terminalmente prohibido aquel contenido que puede suscitar, de manera razonable, enojo, insultos o un desprecio extremo en las personas.

**Un video puede ser considerado ofensivo y/o discriminatorio si contiene contenidos que no respetan las normas sociales y legales.**



*¡Ten cuidado al reproducir canciones que contengan malas palabras o connotaciones sexuales!*  
Opta por músicas neutras o narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



PROHIBICIÓN DE CONTENIDO OFENSIVO O DISCRIMINATORIO

## EXPLOTACIÓN Y CRUELDAD ANIMAL

Están prohibidos los videos que muestran maltrato, explotación o crueldad hacia animales:

- **Contenidos Relacionados con Pesticidas y Venenos:**

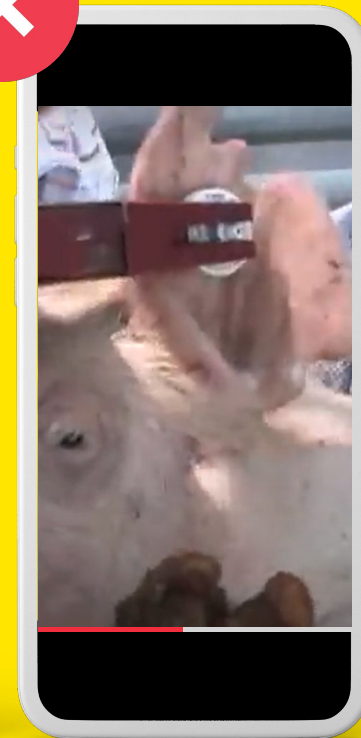
Videos que muestran animales siendo envenenados, atrapados en trampas, sufriendo o muriendo de forma cruel, como roedores, insectos, u otras especies en evidente sufrimiento.

- **Condiciones de Insalubridad o Estructuras**

**Inadecuadas:** Videos donde los animales aparezcan en ambientes sucios, demasiado pequeños para su tamaño, o que causen incomodidad, dolor, o condiciones insalubres evidentes.

- **Contenido Relacionado con Utensilios para el Manejo**

**de Animales:** Videos donde los animales aparezcan en situaciones de insalubridad, incomodidad, dolor o en estructuras no adecuadas a su tamaño.

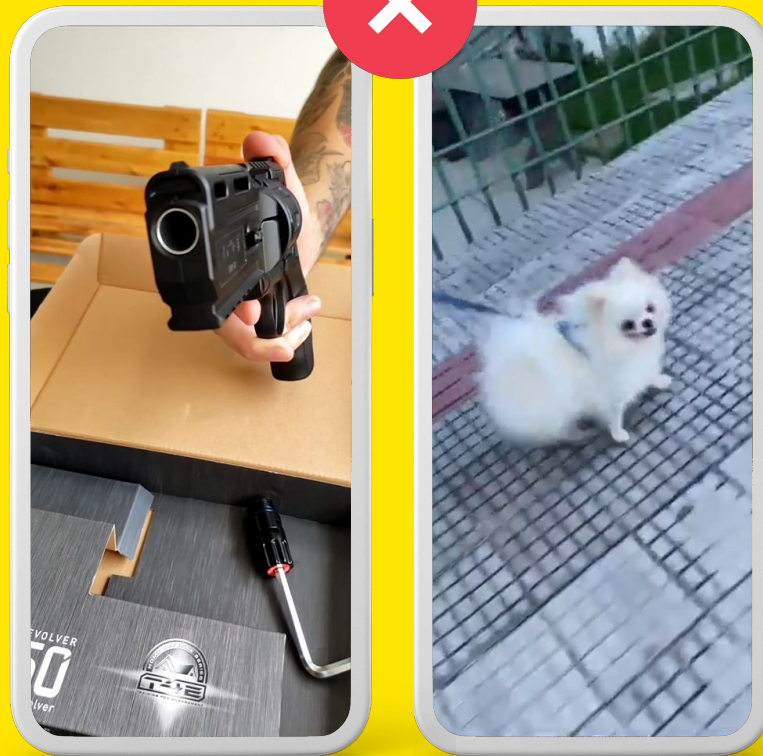




# ARTÍCULOS PROHIBIDOS

No está permitido transmitir videos sobre ningún producto que viole la política de "Artículos prohibidos".

Para comprender mejor esta política, haga clic en la bandera del país que le interese.



# PRODUCTOS PROHIBIDOS EN CLIPS

## ARMAS

- Réplicas y/o juguetes que imitan armas de fuego.
- Se aceptan las armas de paintball, aire comprimido y airsoft si tienen un calibre igual o inferior a 6 mm y con una marcación en el extremo del caño en naranja fluorescente o rojo vivo, así como sus accesorios y municiones.
- Armas para artes marciales y combate cuerpo a cuerpo, como matracas, grilletes y bastones.

## MEDICAMENTOS, PRODUCTOS QUÍMICOS Y/O VENENOS

- Medicamentos que requieran receta o no.
- Productos con efectos terapéuticos o curativos sin aprobación sanitaria.
- Soluciones inyectables o intravenosas para fines medicinales o cosméticos.
- Clorito de sodio, dióxido de cloro y productos similares.
- Pesticidas, agroquímicos y raticidas.

## SEX SHOP

- Fantasías eróticas y mallas enterizas.
- Productos para prácticas sexuales o fetiches eróticos, como productos BDSM, látigos, arneses, entre otros.
- Juguetes sexuales, incluyendo vibradores, anillos, muñecas inflables y estimulantes sexuales.
- Recuerdos para adultos y/o souvenirs con formas sexuales

## ANIMALES

- Medicamentos que precisan de receta veterinaria
- Animales vivos y huevos de animales.

## DROGAS Y TABACO

- Drogas, narcóticos, precursores de drogas y otras sustancias prohibidas o controladas.
- Productos de cannabis y CBD (con o sin THC).
- Productos relacionados con el tabaco, como puros, tabaco y cigarrillos electrónicos.
- Parafernalia, incluyendo armadores, recipientes, picadores y pipas.



## CONTENIDO VIOLENTO

El video no debe contener contenido grosero, ofensivo, vulgar o discriminatorio en ningún aspecto, ya sea en la imagen, la música o la narración.

### ¿Qué hacer?

No utilices imágenes y músicas que contengan las características mencionadas anteriormente. Enfócate únicamente en el producto y da preferencia a las músicas ambientales o narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



***Cuidado ao usar  
vídeos de jogos  
violentos e/ou  
contendo armas.***



## SONIDO DE **BAJA CALIDAD**

El video debe contener un audio limpio y de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias de sonido.

### ¿Qué hacer?

Utiliza una música ambiental de fondo o graba una narración en un ambiente sin ruidos para ser insertada en el video durante la edición.

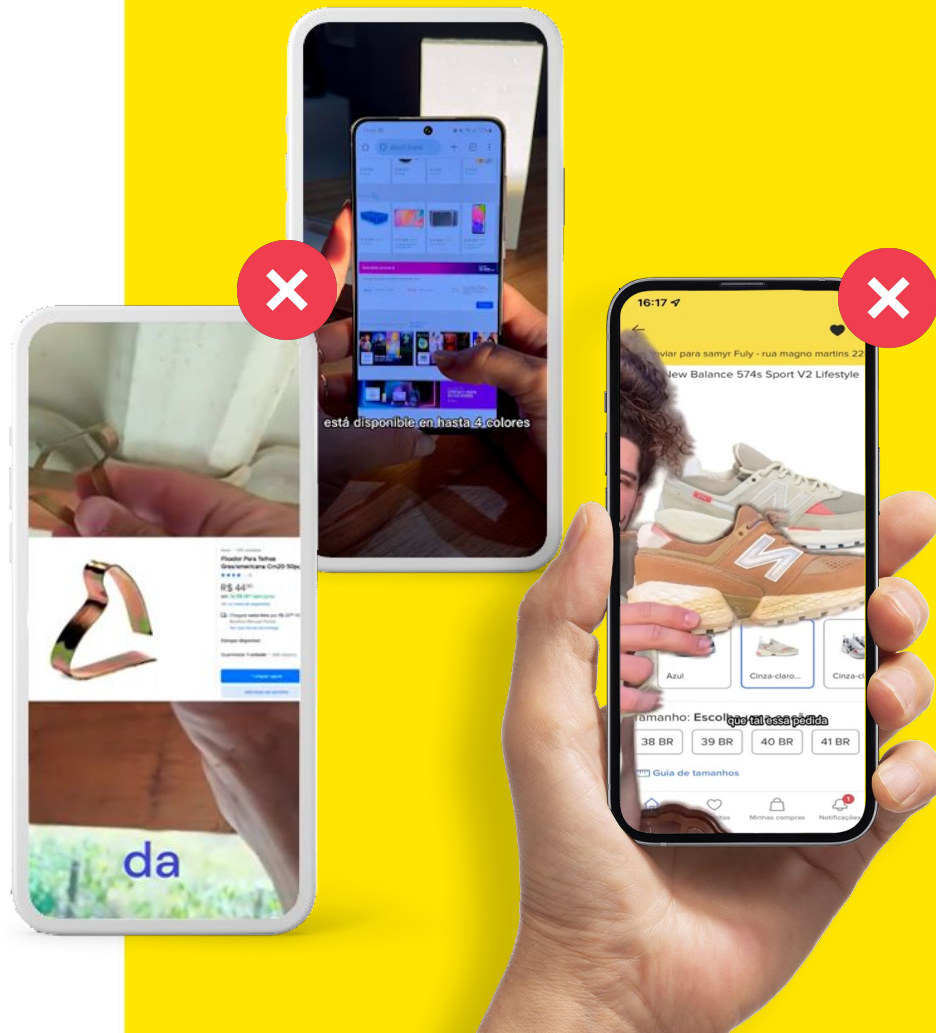


# IMÁGENES DE MERCADO LIBRE

No está permitido mostrar la página del producto ni secciones de Mercado Libre.

## ¿Qué hacer?

Toma imágenes solo del producto, utiliza diferentes ángulos para mostrarlo bien y que el cliente tenga una mejor noción de él. Recuerda que el enfoque siempre debe estar en el producto y nada más.



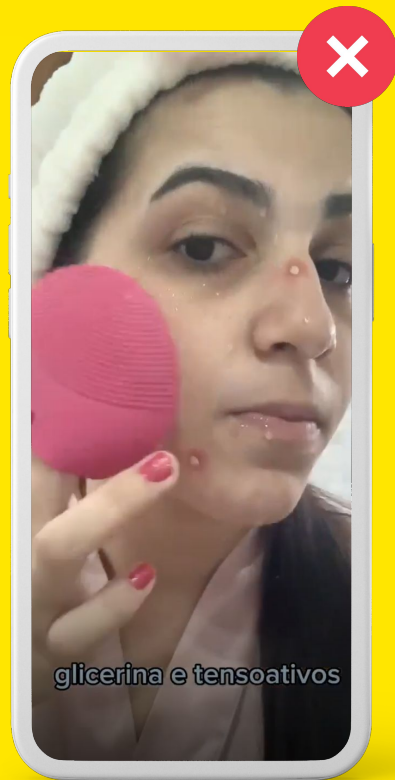


## INFORMACIÓN FALSA

El video no debe mostrar información sobre el producto que sea incorrecta, falsa o que no haya sido comprobada.

### ¿Qué hacer?

Realiza un video mostrando lo que realmente puede hacer el producto, qué tipo de problema resuelve o aclara las principales dudas de los clientes. De esta forma, el cliente sabrá exactamente lo que está comprando, estará más satisfecho con la compra y disminuirán las posibilidades de una devolución.



## CONTENIDO DE LOTERÍA/CONCURSOS

Está prohibida la promoción de concursos, sorteos, juegos de azar o promesas de descuentos, cupones o regalos a cambio de compras.

### ¿Qué hacer?

Enfócate únicamente en el producto, muestra sus características diferenciadoras y aclara las principales dudas de los clientes al respecto. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.



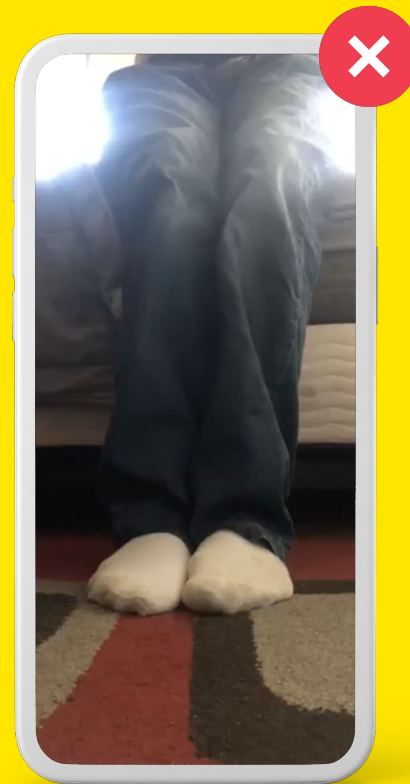


## FALTA DE ILUMINACIÓN

La iluminación del video debe estar diseñada para mostrar el producto y sus detalles. Un video mal iluminado no permite ver correctamente los detalles del producto.

### ¿Qué hacer?

Busca un ambiente con buena iluminación, pero ten cuidado con los reflejos. Realiza varias tomas mostrando el producto desde diferentes ángulos y, si la imagen está invertida, puedes ajustarla en la edición del video.







## CONTENIDO COMPARATIVO O DIFAMATORIO

El video no debe contener comparaciones con otros productos o marcas que tengan connotaciones difamatorias.

### ¿Qué hacer?

Enfócate en tu producto, en sus características diferenciadoras y en qué tipo de problema ayuda a resolver. No es necesario mencionar otros productos o marcas para presentar el tuyo.



***Recuerda:  
Tu cliente quiere  
conocer tu producto,  
no a tu competencia.***



## PROPIEDAD INTELECTUAL

El video no puede infringir derechos de imagen o propiedad intelectual (como derechos de autor o de marca).

### ¿Qué hacer?

Siempre presenta en los videos productos originales y no uses videos de terceros; crea contenido original. Para la música de fondo, utiliza canciones sin derechos de autor, también conocidas como música ambiental.



*¿Conoces esa canción  
que está de moda?  
**Probablemente tenga  
derechos de autor y no  
se pueda utilizar.***



## PRODUCTO EN MALAS CONDICIONES

Está prohibido publicar un video mostrando un producto en malas condiciones.

### ¿Qué hacer?

Utiliza siempre un producto nuevo en buenas condiciones, ya que la idea es mostrar el producto tal como llegará al cliente. Presentar un producto que ya ha sido muy usado no resulta atractivo para quienes están interesados en comprar.





## CONTENIDO **POLÍTICO**

No está permitido difundir contenido político, ni exhibir opiniones a favor o en contra de leyes, partidos y candidatos políticos.

### ¿Qué haces?

Enfócate únicamente en el producto, muestra sus características diferenciadoras y aclara las principales dudas de los clientes al respecto. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.








# VIDEO DUPLICADO

Esta permitido reutilizar videos ya publicados en otras publicaciones, siempre que esten asociados al mismo producto o articulo equivalente. Esto garantiza que la presentacion sea coherente y facilita el uso de contenidos previamente aprobados.

Es importante asegurarse de que los videos publicados esten actualizados y representen correctamente el producto, evitando repeticiones excesivas en un mismo espacio.

La eliminacion de la regla de duplicidad es **retroactiva**; es decir, los videos que fueron moderados anteriormente por duplicidad, pero que estan vinculados a un item ya aprobado, seran validados.

En caso de dudas, puede consultar las [preguntas frecuentes](#)

Video	Produto	Status	Visualizações	27	Reação	27	Interações	27	Seguidores	27
	Nespresso Aeroccino 3 110v - Espumador Leite...	PUBLICADO	Tópicos	0	0%	0	Para gerenciar requisitos, váia uma página			
			No anúncio	0						
			No seção Clips	0						
	Aeroccino 110v Vermelho Espumador De Leite...	EM REVISÃO	Tópicos	-	-	-	Em até 2 dias úteis você saberá se o seu vídeo cumpre com os requisitos			
			No anúncio	-		-				
			No seção Clips	-		-				
	Fone Apple AirPods Max Círculo especial	PUBLICADO	Tópicos	522	23%	33	Para gerenciar requisitos, váia uma página			
			No anúncio	522						
			No seção Clips							
	Nova Camisa Breitford Original Torcedor Oficial...	PUBLICADO	Tópicos	394	123%	315	Para gerenciar requisitos, váia uma página			
			No anúncio	394						
			No seção Clips							
	Aeroccino 3 110v Vermelho Espumador De Leite...	PUBLICADO	Tópicos	275	50,2%	33	Para gerenciar requisitos, váia uma página			
			No anúncio	275						
			No seção Clips							



Nespresso Aeroccino 3 110v - Espumador Leite -...

PUBLICADO

Ha 23 horas

#21190470



Aeroccino 110v Vermelho Espumador De Leite...

EM REVISÃO

Em até 2 dias úteis você saberá se o seu vídeo cumpre com os requisitos.

#40228726



Aeroccino 3 110v Vermelho Espumador De Leite...

PUBLICADO

17 de outubro

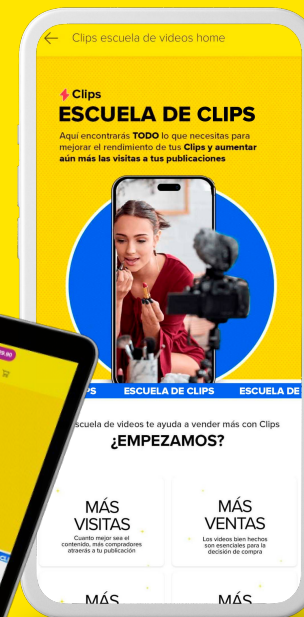
#2164562071

# ELEVANDO EL NIVEL DE TU CONTENIDO

La Escuela de Clips es una plataforma de enseñanza completamente gratuita que creamos para ti, con consejos sobre todo lo relacionado con la producción de contenido, ideal tanto para quienes recién comienzan como para quienes buscan inspiración.

**¡Haz clic en la bandera para acceder!**

Escuela de Clips

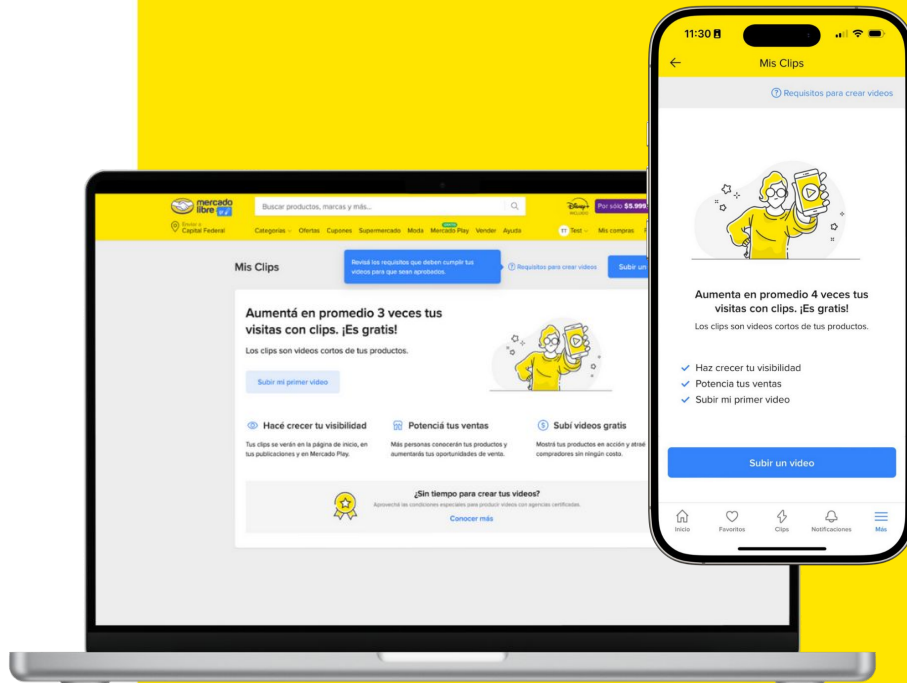


# PUBLICA TU VIDEO

¿Ya tienes el video listo y solo necesitas publicarlo? Entonces solo ve a **Clips** ingresando con tu cuenta principal de Mercado Libre.

**¡Haz clic aquí y te llevaremos directo allí!**

Publica Clips





**¡GRACIAS!**  
**Y MUCHO ÉXITO CON TUS CLIPS**