

AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS

1. CONSIDERACIONES GENERALES A TENER EN CUENTA

- Se deberán autorizar las publicidades emitidas por medios tales como folletos, revistas, publicidad radial, televisiva, etc., en forma diferenciada **por campaña individual** (a diferencia de las páginas Web).
Cuando la misma publicidad se difunda a través de más de un medio se podrá autorizar en un solo trámite, detallando todos los soportes publicitarios utilizados.
- En el caso de las publicidades emitidas a través de medios digitales (páginas Web) no se necesitará autorización individual previa mientras sea emitida por un medio digital propio del establecimiento previamente autorizado y registrado en esta Dirección de Jurisdicción Farmacia.
Para el caso de páginas Web, la autorización se hará sobre lo que muestre la URL indicada. Todo cambio de URL (ruta Web) o contenido esencial de la misma (nombre o logos de la empresa, adición de otros aspectos relacionados a la publicidad, etc.) deberán ser autorizados previamente, iniciando una nueva solicitud.
- Dichas autorizaciones serán otorgadas a los propietarios de establecimientos habilitados por la Dirección de Jurisdicción Farmacia, para lo cual estos deberán determinar un representante de la propiedad (propietario o apoderado), y al menos un farmacéutico responsable por la publicidad (no necesariamente el director técnico o directores técnicos en caso de farmacias grandes o cadenas).
- Las firmas propietarias y los farmacéuticos nombrados serán los responsables de las campañas publicitarias autorizadas y de todas las publicidades emitidas a través de los medios digitales registrados debiendo dichas publicidades cumplir con lo dispuesto en la Resolución DFJ N° 165/2026.
- En publicidades visuales se deberá consignar el nombre de fantasía del establecimiento, nombre y número de matrícula del farmacéutico responsable por la publicidad. En el caso de publicidades de nivel corporativo (farmacias con sucursales), se podrá consignar el nombre "genérico" de las farmacias (nombre de fantasía de la cadena, sin especificar sucursales).
- El diseño general deberá consignar la leyenda "PUBLICIDAD AUTORIZADA POR EL MINISTERIO DE SALUD DE LA PROVINCIA DE CORDOBA".

2. SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS

Con 10 días hábiles de antelación al inicio de la campaña publicitaria el interesado, a través de la Plataforma CiDi (Ciudadano Digital), deberá presentar el trámite de la siguiente forma

1. Ingresar a CiDi (debe tener usuario nivel 2). En el buscador, ingresar "Multinota". Entre los resultados seleccionar: Trámite Multinota Gobierno de la Provincia de Córdoba...



2. Ingresar los datos del iniciador.
3. Trámite:
 - a. Repartición: Seleccionar "Ministerio de Salud".
 - b. Asunto: Ingresar "Dirección de Jurisdicción Farmacia".
 - c. Contenido: Ingresar "Solicitud de autorización de publicidad de productos sanitarios" de... e indicar el nombre de fantasía del establecimiento.
4. Anexos: Anexar en formato pdf los siguientes documentos:
 - a. Comprobante de pago de la tasa retributiva correspondiente, disponible en <http://trs.cba.gov.ar/#!/buscar> (buscar la opción "Solicitud de autorización de publicidad de productos sanitarios").

- b. Nota de solicitud de autorización de publicidad de productos sanitarios; dirigida al/la Director/a de la Dirección de Jurisdicción Farmacia del Ministerio de Salud, y consignando los siguientes datos:
- Lugar y fecha.
 - Datos de la firma propietaria y de su representante.
 - Apellido, nombre, CUIL y matrícula del farmacéutico responsable técnico de la publicidad.
 - Medios de contacto: indicar teléfono y mail.
 - Si corresponde, declaración de URL de los sitios que utilizarán para las publicidades.
- c. Diseños generales de la publicidad a difundir
- Publicidad gráfica: archivo con diseño tal y como va a quedar en la revista, afiche u otro soporte gráfico.
 - Publicidad audiovisual: archivo del film en un formato y soporte adecuado, debidamente comprimido; o bien, enlace a drive para poder verlo. En su defecto, presentar el guion publicitario.
 - Publicidad auditiva: texto que se va a difundir de manera radial, voz en off, u otro medio.
 - Diseño gráfico de la página Web y su correspondiente URL (Localizador Uniforme de Recursos).
- d. Declaración jurada firmada por representante de la firma propietaria y por farmacéutico responsable de la publicidad.
5. Tomado el trámite por la Dirección de Jurisdicción Farmacia, la publicidad será analizada a la luz de la normativa vigente, emitiendo la autorización correspondiente, o los cambios necesarios a hacer para que dicha autorización se haga efectiva.