



Walmart Connect

Walmart DSP México

Creatividades Offsite sin logo Walmart





## Terminología

**3PAS:** servidor de un tercero

**MMAS:** creatividades cargadas directamente en la DSP

**Display:** creatividades que se pueden ver en navegadores en páginas web o en aplicaciones móviles.

**Offsite:** publicidad fuera de las propiedades digitales de Walmart

**Video:** anuncios basados en reproductores de video antes, durante o después del contenido de video del editor.

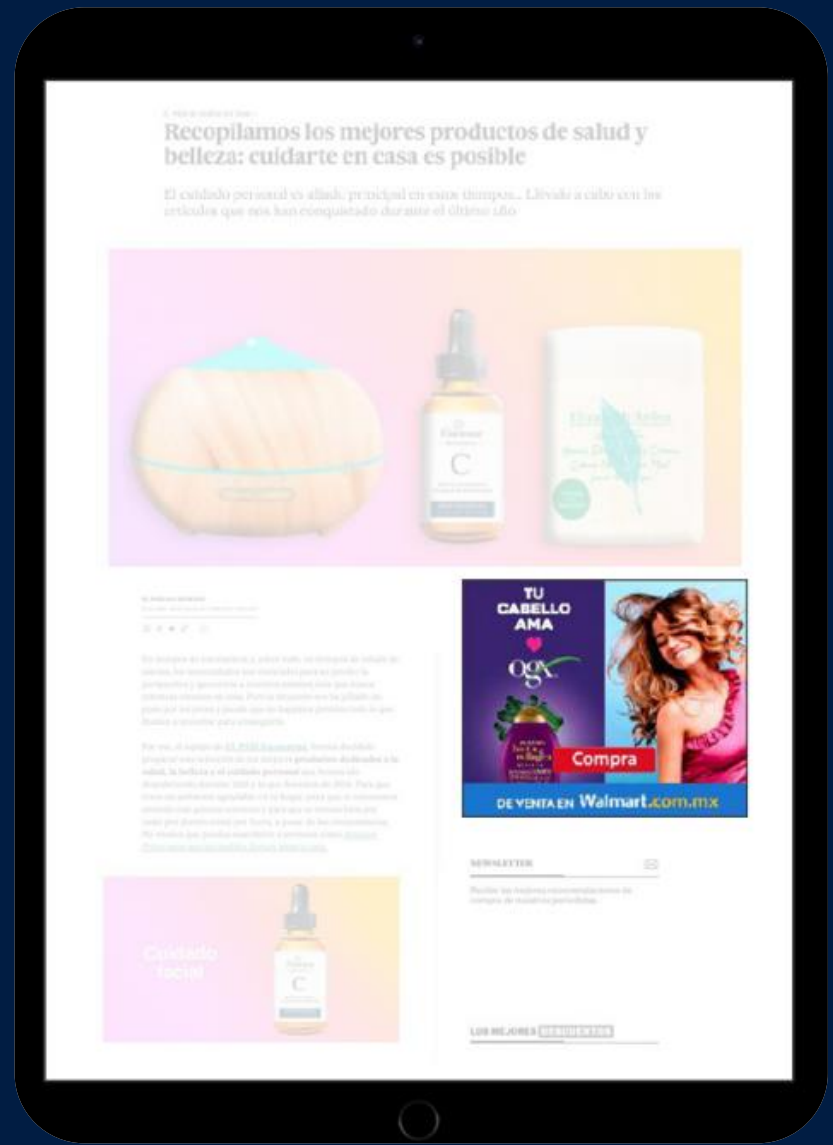


- Todas las creatividades deben de ser cargadas a WM DSP antes de empezar la configuración de una estrategia. Sin asignación del creativo, WM DSP no te permitirá guardar o finalizar la configuración de tu estrategia.
- En caso de requerir más detalles sobre el estatus del creativo (aprobado/rechazado), por favor contacte al equipo Walmart: [DSPcontacto@walmart.com](mailto:DSPcontacto@walmart.com)
- Se prohíbe usar sitios de competencia directa de Walmart para URL destino y URL rastreador de clicks dentro de los creativos. Para redireccionamiento a sitios externos, validar la URL con el equipo de Walmart.
- Para cualquier creatividad utilizada fuera de un sitio propiedad de Walmart, se pueden activar creativos sin logo y plecas Walmart.
- Al subir creatividades con pleca y logo Walmart, revisar la guía y las especificaciones de creatividades con logo Walmart.



# Display Offsite

Formato publicitario online mostrado en forma de banners en sitios web fuera de las propiedades digitales de Walmart y que puede dirigir (click-through) al dominio de Walmart (marcas endémicas) o al algún sitio externo que no sea competencia directa de Walmart (marcas no-endémicas).





## Do's

- Creativos sin pleca se pueden usar en campañas de marcas endémicas y no-endémicas.
- Tipo de medios: GIF, JPG, PNG
- Tamaño de archivo : MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Requerimientos mínimos : URL rastreador de clicks.
- Tamaño creativo : WM DSP no impone restricciones de dimensiones siempre cuando el creativo cumple con los tamaños existentes de las fuentes de inventario seleccionadas.
- Recomendación de tamaños: 300x250, 300x600, 160x600, 320x50, 320x480, 728x90
- En caso de subir creatividades físicas (MMAS), la plataforma asignara un servidor de terceros integrado en la DSP.
- Agregar el logo del producto y/o marca.
- Creativos para campañas de awareness sin medición de atribución en venta.
- Para generar la medición de conversiones con creativos sin pleca Walmart de alguna no-endémica, validar los detalles con el equipo Walmart.



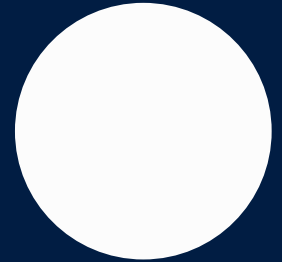
## Don't's

- No saturar las creatividades.
- No se permiten copias en inglés. Excepto en aquellos casos en los que el slogan publicitario institucional de una marca esté redactado en inglés.
- No actives creatividades de tamaño pequeño si tienes various productos y copias dentro del creativo.





# Display Offsite 3PAS



Formatos publicitarios display cargados a la plataforma a través de un código emitido por un servidor de terceros.



## WM DSP Display Offsite\_3PAS Requisitos

- Todo el tráfico debe probarse antes del lanzamiento para garantizar una funcionalidad adecuada.
- Tipos de etiquetas de anuncios: JavaScript (preferido) IFRAME HTML estándar (a href / img origen ).
- Las etiquetas publicitarias pueden incluir etiquetas de partes añadidas o anidadas
- Etiquetas seguras (https://)
- Todo el contenido debe mostrarse dentro de los 2 segundos de una solicitud de anuncio.
- Macros de seguimiento de clics:
- 3PAS masivo: doble clic Administrador de campañas : .xls, .TXT Sizmek : .TXT Versado : .TXT

### Macros de seguimiento de clics:

- El tag publicitario debe permitir que WM DSP transmita una macro de seguimiento de clics como un parámetro de cadena de consulta o una variable.
- WM DSP ofrece macros de seguimiento de clics sin codificar, codificadas o con doble codificación según las necesidades de 3PAS
- Los rastreadores de terceros se agregan al tag de la creatividad original. Si está ejecutando una creatividad 3PAS y desea incluir también un rastreador de un tercero diferente, deberá envolver la URL con código HTML. El mismo concepto se aplica a las creatividades de Display MMAS, ya que carga una imagen, pero aún es necesario agregar este rastreador de terceros envuelto en código HTML. Tenga en cuenta que algunos rastreadores de terceros ya vienen envueltos (usando <script> en lugar de <div> por ejemplo) y esta es la razón por la cual el campo no se puede formatear previamente.



## WM DSP Display Offsite\_3PAS Macros (DCM)

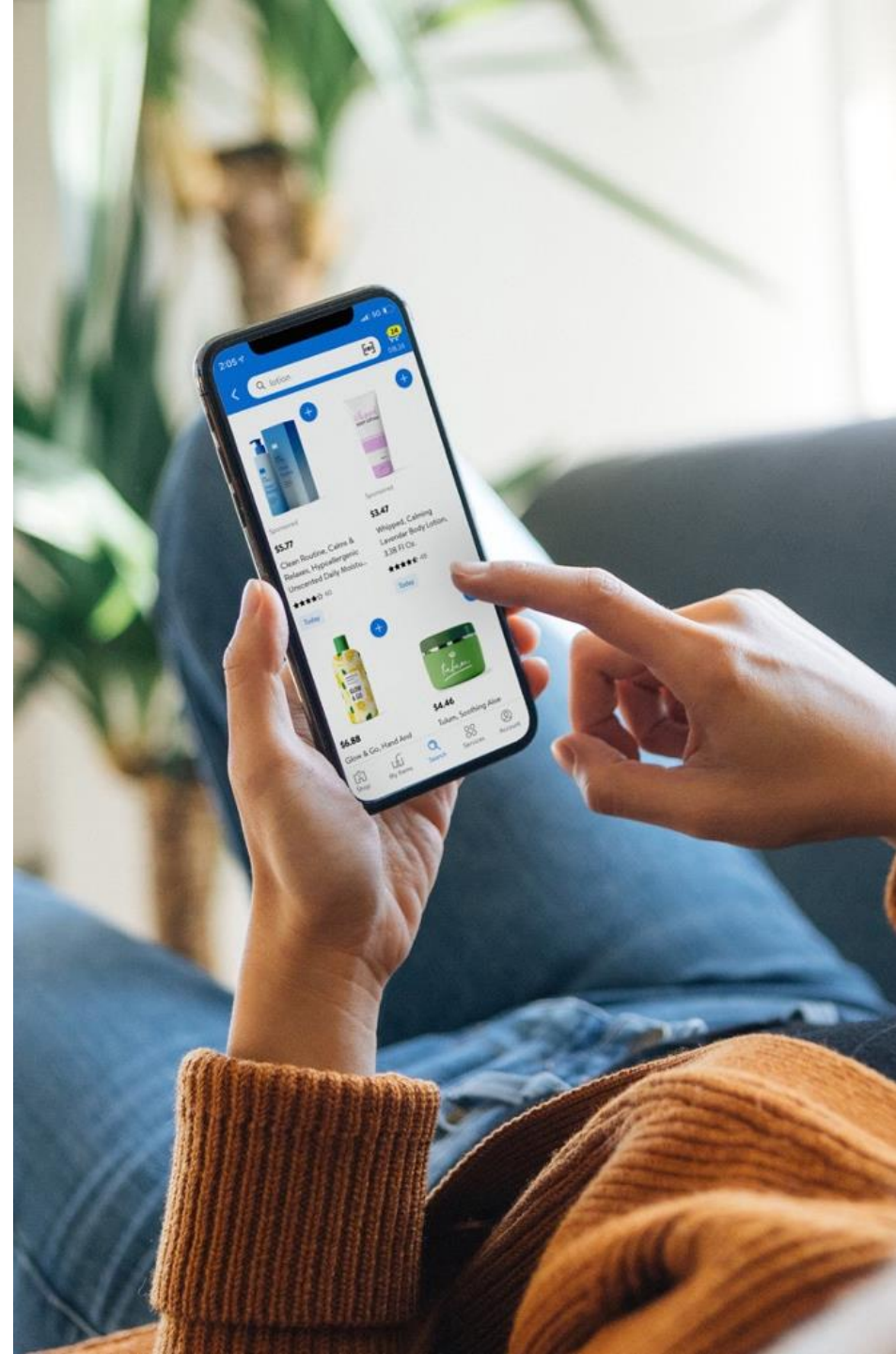
[RANDOM\_NUMBER] macro no se requiere en los tags nuevos de DCM.

### IFRAME

```
<ins class='dcmads' style=' display:inline-block;width:728px;height:90px'  
data-dcm-placement='N7480.166018BOOKS.GOOFL.COM/B8341756.112688609'  
data-dcm-rendering-mode='iframe'  
data-dcm-click-tracker='[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]'  
<script src='//www.googletagservices.com/dcm/dcmads.js'></script>  
</ins>
```

### JAVASCRIPT

```
<ins class='dcmads' style=' display:inline-block;width:728px;height:90px'  
data-dcm-placement='N7480.166018BOOKS.GOOFL.COM/B8341756.112688609'  
data-dcm-rendering-mode='script'  
data-dcm-click-tracker='[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]'  
<script src='// www.googletagservices.com/dcm/dcmads.js'></script>  
</ins>
```







# WM DSP Display Offsite\_3PAS Macros (Flashtalking)

```
<script type="text/javascript">
var ftClick = "[DBL_ENCODED_CLICK_REDIRECT]";
var ftX = "";
var ftY = "";
var ftZ = "";
var ftContent = "";
var ft300x250_OOBclickTrack = "????";
var ftRandom = Math.random()*1000000;
var ftBuildTag1 = "<scr";
var ftBuildTag2 = "</";
var ftTag = ftBuildTag1 + 'opt language="javascript1.1" ';
ftTag +=
'src="http://servedby.flashtalking.com/imp/12345;11111;201;js:xxxxxxx;TestTescoMobileMPU/?click='es
id="ftscript_300x250";
ftTag += ">' + ftBuildTag2 + 'script>';
document.write(ftTag);
</script>
<noscript>
<a href="[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]http://servedby-flashtalking.com/click/12345;11111;0;209;0/?
</script>
<noscript>
<a href="[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]
HTTP://bs.serving-sys.com/BurstingPipe/BannerSource.asp?FlightID=1786619&Page=&PluID=0&Pos=1
</noscript>

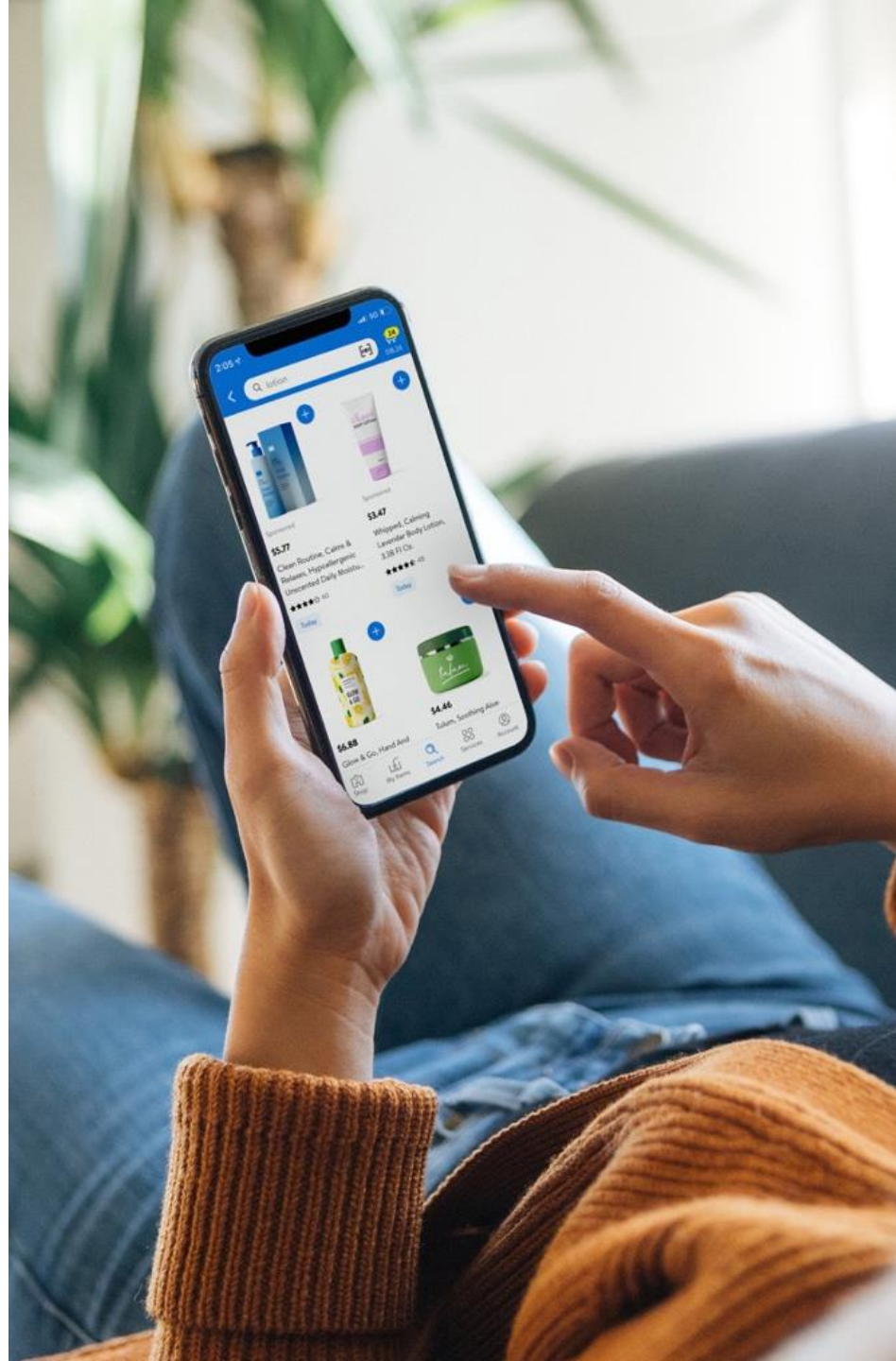
```

## Weborama

```

<script type="text/javascript"
src="http://<<advise>>.solution.weborama.nl/cgi-bin/adserv.fcgi?tag=30000&f=4&ef=0&rnd=
[RANDOM_NUMBER]/&clicktag=[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]">
</script>
<noscript></noscript>

```



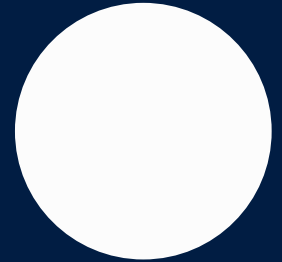


## WM DSP Display Offsite\_Bidder 3PAS Macros

- Todas las etiquetas 3PAS cargadas en WM DSP deben de tener una macro de clic y de número aleatorio insertada por los siguientes motivos.
- Si no inserta una macro de clics en sus etiquetas de anuncios 3PAS, la plataforma no tendrá en cuenta los eventos de clics. En consecuencia, los recuentos de clics, posteriores a la conversión y todas las métricas derivadas (p. ej., CTR) serán 0. Para satisfacer las necesidades únicas de los diferentes servidores de anuncios, tenemos las tres opciones de macro a continuación:
  - [UNENCODED\_CLICK\_REDIRECT] : pasa la URL de redirección de seguimiento de clics sin codificar de la plataforma WM DSP a la etiqueta publicitaria 3PAS
  - [ENCODED\_CLICK\_REDIRECT] : igual que arriba, pero la URL se codifica una vez
  - [DBL\_ENCODED\_CLICK\_REDIRECT] : igual que arriba, pero la URL está codificada dos veces
- Si no inserta la macro de números aleatorios - [RANDOM\_NUMBER] - en sus etiquetas de anuncios 3PAS, su servidor de anuncios puede contar menos impresiones. El número aleatorio garantiza que cada impresión se codifica (cachebusted) , lo que significa que la llamada a su servidor 3PAS es única. Sin un número aleatorio, la etiqueta 3PAS puede almacenarse en caché y no solicitarse al servidor en cada impresión. En estos casos, el 3PAS no contará una impresión. \* Indica que las macros son compatibles con las creatividades de video.



# Video Offsite



Formato publicitario online mostrado en forma de video en sitios web fuera de las propiedades digitales de Walmart y que puede dirigir (click-through) al dominio de Walmart (marcas endémicas) o al algún sitio externo que no sea competencia directa de Walmart (marcas no-endémicas).



- Dimensiones (px):
  - Horizontal: 1280 x 720, 1920 x 1080, 1440 x 1080
  - Vertical: 720 x 1280, 1080 x 1920, 1080 x 1440
  - Cuadrada: 720 x 720, 1080 x 1080, 1920 x 1920
- Relación de aspecto:
  - Horizontal: 16:9 o 4:3
  - Vertical: 9:16 o 3:4
- Codec: H.264
  - Fotogramas por segundo: 23,98 o 29,97
  - Tasa de bits: al menos 20 Mbps.
  - Duración recomendada: 6/10/15 o 30 segundos.
  - Sin barras negras y sin efecto panorámico
- Codec: PCM (preferido) o AAC (Audio)
  - Tasa de bits: al menos 192 kbps (Audio)
  - Bits: solo 16 o 24 bits (Audio)
  - Frecuencia de muestreo: 48 kHz (Audio)
  - Configuración de audio: obligatoria
- Tipos de videos: MMAS ( avi , mov, mp4, mpeg1/2, webm , wmv ) y 3PAS (mp4, webm son fuertemente recomendados). Tamaño del archivo: MMAS (150MB max). Estándares de video: VAST 1.0/2.0/3.0/4.0, VPAID 1.0/2.0
- “Companion banner “ no esta disponible en Walmart DSP. El video se puede cargar a la plataforma via MMAS (video físico) o 3PAS (código de un servidor de tercero). En caso de subir creatividades físicas (MMAS), la plataforma asignara un servidor de terceros integrado en la DSP.



Para cualquier creatividad utilizada fuera de un sitio propiedad de Walmart, se pueden activar creativos sin logo y plecas Walmart. En caso de activar videos con Logo Walmart, por favor revisa la guía de creatividades offsite con Logo Walmart.

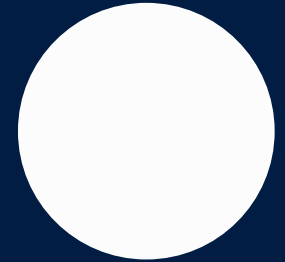
## Mejores prácticas para el uso de video sin logo Walmart:

- Creativos sin pleca se pueden usar en campañas de marcas endémicas y no-endémicas.
- Agregar el logo del producto y/o marca.
- Creativos para campañas de awareness sin medición de atribución en venta.
- Para generar la medición de conversiones con creativos sin pleca Walmart de alguna no-endémica, validar los detalles con el equipo Walmart.
- No utilice los mismos trackers para el click through del video y para los trackers de eventos de terceros.
- No envuelva sus etiquetas VAST en múltiples wrappers.
- Remover espacios en blanco en su XML para evitar problemas con seguimiento.
- Cuidado con sus píxeles de error (solo un píxel de error permitido)
- Todas las URL de destino y de destino debe ser rastreable.





# Video Offsite 3PAS



Formato publicitarios videos cargados a la plataforma a través de un código emitido por un servidor de terceros.



## WM DSP – 3PAS Offsite Video

- Las URL de seguimiento se incorporan en un XML de VAST, que es responsable de que la creatividad se ejecute en los reproductores, y VAST. Los XML son los únicos responsables de la entrega, independientemente de usar MMAS o 3PAS
- Etiquetas seguras (https://)
- Tiempo de respuesta del servidor: todo el contenido debe mostrarse dentro de los 2 segundos posteriores a la solicitud del anuncio
- Creatividad rotativa: cualquier etiqueta de VAST que cambie su contenido para cada llamada de anuncio. Las creatividades rotativas se pueden identificar a través de cambios en los siguientes elementos: Título del anuncio , ID de la creatividad, Anunciante (no compatible), Duración (no compatible), Tipos MIME (no compatible), Tasa de bits (no compatible)
- Contenedores: no se recomiendan más de 2 contenedores VAST anidados
- Se admiten rastreadores de eventos de terceros: impresión, clic de destino de video, primer cuartil (25 % visto), punto medio (50 % visto), tercer cuartil (75 % visto), vista completa (100 % visto), pausa, silenciar, cerrar, Reanudar, Rebobinar, No silenciar, Expandir (anteriormente maximizar), Contraer (anteriormente minimizar), Pantalla completa, Aceptar invitación, Vista creativa, Iniciar, Omitir (solo creatividades saltables), Interactuado (solo creatividades saltables)





## Walmart DSP México

### Política de contenido (PaeDae Inc.)





Su uso de cualquier servicio (“Servicios”) proporcionado por Walmart DSP (Whitelabel de PaeDae Inc.) está sujeto a las siguientes políticas (“Políticas”). Nos reservamos el derecho de cambiar o modificar cualquier parte de estas Políticas en cualquier momento sin previo aviso y esta Política de usuario está destinada a actualizarse con el tiempo a medida que se actualiza la legislación y los requisitos legales, la práctica regulatoria, las prácticas comerciales, las necesidades comerciales y otros factores relevantes. cambiar.

1. Su uso de los Servicios debe cumplir con todas las leyes, regulaciones y pautas del grupo de autorregulación aplicables, incluido, entre otros, el Código de conducta de Network Advertising Initiative (“NAI”), Digital Advertising Alliance (“DAA”) Principios de autorregulación para la publicidad conductual en línea y aplicación de principios de autorregulación al entorno móvil (“Principios de la DAA”), la aplicación de la DAA de los principios de autorregulación de transparencia y control a los datos utilizados en todos los dispositivos, la aplicación de la DAA de los Principios de autorregulación de transparencia y responsabilidad en la publicidad política, los principios rectores de la Alianza Europea de Publicidad Digital Interactiva (“EDAA”) establecidos en el Marco de autorregulación de la industria europea para la publicidad basada en datos y la Recomendación de mejores prácticas para la publicidad conductual en línea de la Alianza Europea de Normas de Publicidad (“EASA”), la Alianza de Publicidad Digital de Canadá (DAAC), Principios de autorregulación de la publicidad conductual en línea y transparencia para la publicidad política, la Oficina de Publicidad Interactiva (“IAB”) Europa Marco de la UE para la publicidad conductual en línea , la Guía de mejores prácticas para la publicidad basada en intereses de la Alianza Australiana de Publicidad Digital (“ADAA”) y el Marco de Privacidad de la Cooperación Económica Asia-Pacífico (“APEC”), independientemente de su estado de membresía en cualquiera de estas organizaciones.

2. Su uso de los Servicios debe cumplir con todos los requisitos y pautas aplicables proporcionados por los intercambios o fuentes de suministro de medios donde compra el inventario de medios a través de los Servicios.



Todas las infracciones confirmadas se registran de forma permanente. Los clientes con infracciones graves y/o repetidas estarán sujetos a la desactivación de toda su Organización Walmart DSP.

Walmart DSP no aprueba ni tolera ninguna actividad que degrade la experiencia del consumidor, impacte negativamente a nuestros clientes o socios, o ponga en riesgo nuestro propio negocio y reputación. Por lo tanto, mantenemos políticas estrictas contra el malware y otros códigos maliciosos, el fraude publicitario, el contenido ofensivo, el contenido engañoso o el contenido intrusivo que inicia acciones sin que el usuario lo solicite y cualquier otro contenido que se considere inapropiado para un entorno fácil de usar y seguro para la marca.

Para mantener un ecosistema de pujas en tiempo real de calidad, los editores y los intercambios han presionado para declarar los atributos técnicos y las categorías de contenido de las creatividades por las que se pueden pujar. WM DSP proporciona una mejora del flujo de trabajo para las clasificaciones autodeclaradas de las creatividades. Puede clasificar las creatividades en las siguientes categorías:

- Atributos: Atributos Técnicos
- Categorías: Categoría de contenido
- Idiomas: lenguaje creativo

Ejemplo de clasificación inválida o incorrecta de la creatividad que infringe la política de creatividades de dsp : Creatividad clasificada incorrectamente con respecto a sus características, que incluye:

- Clasificación incorrecta de la creatividad que pasa por varios anunciantes. Clasificación incorrecta de la creatividad que se ejecuta en video en banner (es decir, anuncios de video que se ejecutan en unidades de visualización estándar).
- Clasificación incorrecta de la URL de la página de destino de una creatividad. Clasificación incorrecta de la creatividad que se reproduce automáticamente (es decir, la creatividad que inicia la reproducción de video sin la participación o acción explícita del usuario).
- Clasificación incorrecta de la acción de la creatividad, como la acción expandible o emergente. Clasificación incorrecta de los descriptores de la creatividad, como la vertical del anunciante, el idioma, etc.

La clasificación de creatividades es muy importante y puede evitar que su creatividad se marque o desactive debido a la incoherencia con la información proporcionada dentro de la plataforma.



Las siguientes categorías de Creatividad están prohibidas al usar los Servicios. "Creativo" se refiere a bloques de anuncios, páginas de destino o cualquier otro contenido relacionado o utilizado en relación con la publicación de anuncios que utilizan los Servicios.

Categoría	Descripción y ejemplos
<b>Fraude publicitario</b>	Creatividad asociada con cualquier actividad diseñada para vender publicidad bajo pretextos fraudulentos, incluidos, entre otros, tráfico no humano, secuestro de etiquetas, anuncios ocultos, falsificación de dominios, relleno de cookies, generación de impresiones o clics falsos, tergiversación de las características del anunciante (como la página de destino URL, vertical del anunciante, etc.), reventa de anuncios bajo pretextos falsos (p. ej., tergiversar el editor o el tipo de bloque de anuncios), etc. Walmart se reserva el derecho de identificar nuevas categorías y tipos de fraude publicitario a medida que surjan.
<b>Auto-audio</b>	Creatividad que inicia audio automáticamente sin la participación o acción explícita del usuario
<b>Descargas automáticas</b>	Creatividad que contiene o proporciona acceso a archivos que ejecutan o descargan software sin interacción intencional del usuario. Hacer clic en un anuncio tampoco debe iniciar una descarga de ningún tipo de archivo.
<b>Redireccionamientos automáticos</b>	Creatividad que redirige automáticamente a un usuario a otros sitios o aplicaciones, sin la participación o acción explícita del usuario.
<b>Mensaje Engañoso</b>	Creatividad que intenta engañar al usuario para que realice alguna acción (por ejemplo, creatividad de "cebo de clic", creatividad que se parece a los elementos de la interfaz de usuario, creatividad que muestra errores o advertencias falsas, como advertencias sobre virus, códecs faltantes o discos corruptos, etc.) o comercializa promesas falsas o poco realistas como pérdida extrema de peso, antienvjecimiento, etc.
<b>Difamación</b>	Creatividad que representa, contiene o proporciona acceso a material que daña la reputación de otro.
<b>Carga Retrasada</b>	La creatividad tarda constantemente más de dos segundos en iniciar la experiencia publicitaria del usuario.



Categoría	Descripción y ejemplos
<b>Fraude Formularios o servicios gubernamentales</b>	Creatividad que representa, contiene o brinda acceso a ofertas que cobran por formularios gubernamentales o servicios que están disponibles por un cargo menor o gratuitos del gobierno.
<b>El discurso del odio</b>	Creatividad que represente, contenga o proporcione acceso a contenido que incite a la violencia o a la acción perjudicial hacia un individuo o grupo protegido; o contenido que menosprecie o intimide a un individuo o grupo protegido.
<b>Ilegal</b>	Creatividad que es, o que Walmart cree razonablemente que es probable que infrinja cualquier ley, regulación u orden judicial aplicable.
<b>Drogas ilegales</b>	Creatividad que presente o promueva la venta de drogas ilegales, productos farmacéuticos o parafernalia de drogas. Las creatividades seleccionadas que presenten productos relacionados con el cannabis pueden ser aceptables cuando cumplan con la ley local y la sección "Productos de cannabis" de esta Política de usuario.
<b>Interfiere con la navegación del usuario</b>	Creatividad que interrumpe la capacidad del usuario para navegar por su experiencia, por ejemplo, al evitar que un usuario abandone una página al abrir cuadros de diálogo modales o ventanas emergentes.
<b>Interfiere con el contenido de otra parte</b>	Creatividad que oscurece, reemplaza o modifica los anuncios o el contenido de otra parte.
<b>Oportunidades de impresiones de vídeo perdidas</b>	Creatividades de vídeo en las que se gana una subasta pero la impresión no se publica/la creatividad no se carga (p. ej., porque el VAST está en blanco o el servidor de anuncios cancela la suscripción después de ganar la impresión).
<b>Afirmaciones falsas y desinformación</b>	Queda terminantemente prohibida la creatividad que haga una afirmación verificablemente falsa o engañosa.



Categoría	Descripción y ejemplos
<b>Conocimiento implícito</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creatividad que implica el conocimiento de información de identificación personal o cualquiera de las siguientes características confidenciales sobre el usuario al que se dirigió el anuncio: actividades de adultos (incluido el alcohol, los juegos de azar, las citas de adultos, etc.)</li><li>• Comisión o presunta comisión de cualquier delito</li><li>• Divorcio o separación matrimonial</li><li>• Información médica o de salud</li><li>• Estado o situación financiera negativa</li><li>• Afiliación política (aparte de la información de registro público de los votantes de los Estados Unidos)</li><li>• Ubicación precisa del usuario en ese momento o en cualquier momento en el pasado</li><li>• Información racial o étnica</li><li>• Religión o creencia religiosa</li><li>• Comportamiento u orientación sexual</li><li>• Condición de niño (“Niño”) menor de la edad definida en esa jurisdicción. Por ejemplo, en los EE. UU., COPPA define a los niños como aquellos menores de 13 años.</li><li>• Afiliación o afiliación sindical</li></ul> <p>Por ejemplo, un Anuncio no puede indicar "Explora tu herencia judía" porque esto implica el conocimiento de la religión del usuario. Se permitiría un anuncio que diga "Aprenda sobre el judaísmo". De manera similar, se puede entregar un Anuncio de café cuando un consumidor está cerca de una cafetería, pero el Anuncio no puede indicar "El café está a solo unos pasos de distancia" porque esto implica el conocimiento de la ubicación precisa del usuario en ese momento.</p>
<b>Clasificación no válida o incorrecta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creatividad que está clasificada incorrectamente con respecto a sus características, incluidas, entre otras : Clasificación incorrecta de la creatividad que circula entre múltiples anunciantes</li><li>• Clasificación incorrecta de creatividades que ejecutan videos en banner (es decir, anuncios de video que se ejecutan dentro de unidades de visualización estándar)</li><li>• Clasificación incorrecta de la URL de la página de destino de una creatividad</li><li>• Clasificación incorrecta de creatividades que se reproducen automáticamente (es decir, creatividades que inician la reproducción de video sin la participación o acción explícita del usuario)</li><li>• Clasificación incorrecta de la acción creativa, como acción expandible o emergente</li><li>• Clasificación incorrecta de los descriptores de creatividades, como la vertical del anunciante, el idioma, etc.</li><li>• Falta clasificación</li></ul>



Categoría	Descripción y ejemplos
Malware	Creatividad que contiene, instala, vincula o solicita la descarga de cualquier malware, caballo de Troya, virus o cualquier otro código malicioso. Walmart se reserva el derecho de identificar nuevos tipos de malware a medida que surgen.
Moralmente reprobable	Creatividad que Walmart considera razonablemente moralmente reprobable o manifiestamente ofensiva, y sin redimir el valor social.
Suplantación de identidad	Creatividad diseñada para obtener información de un usuario bajo pretextos falsos (p. ej., intentar extraer información financiera haciéndose pasar por una empresa legítima, etc.).
Piratería	Creatividad que Walmart cree razonablemente que (a) contiene contenido que infringe o es probable que infrinja o se apropie indebidamente de derechos de autor, marcas comerciales, secretos comerciales o patentes de un tercero o (b) promueva o induzca a la infracción o apropiación indebida de derechos de autor, marcas comerciales, secreto comercial o patente de un tercero.
Pornografía y contenido para adultos	Creatividad que represente, contenga o anuncie pornografía, desnudez, obscenidad y otro material de naturaleza sexual. Los materiales de naturaleza sexual pueden incluir, entre otros: <ul style="list-style-type: none"><li>• Servicios de acompañantes y prostitución</li><li>• Encuentros sexuales o sitios de citas que se centran en facilitar los encuentros sexuales.</li><li>• Desnudez total y parcial, donde esta última expone una parte íntima del cuerpo</li><li>• Procedimientos y productos cosméticos que se enfocan en las partes íntimas del cuerpo.</li><li>• Imágenes y lenguaje lascivos</li><li>• Entretenimiento sexual, por ejemplo, clubes de striptease, películas para adultos, transmisión en vivo y chat sexualmente sugerentes</li></ul> Esta política puede aplicarse junto con factores adicionales que pueden variar según la jurisdicción, el contexto y las sensibilidades culturales.
Reventa	Creatividad involucrada en cualquier transacción en la que el comprador de una impresión desencadena una subasta externa posterior o creatividad en la que no se respetan las restricciones y limitaciones originales del vendedor/editor (p. ej., comprar una creatividad de visualización y revenderla como creatividad de video).



Categoría	Descripción y ejemplos
Violencia	Creatividad que representa, contiene o brinda acceso a contenido violento o contenido que glorifica el sufrimiento humano, la muerte, las autolesiones, la violencia contra los animales o contiene imágenes gráficas o violentas.
Armas	<p>Creatividad que presenta la venta de, o instrucciones para crear, bombas, pistolas, armas de fuego, municiones u otras armas o accesorios de armas. Los ejemplos de armas y accesorios de armas incluyen, entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Armas, incluidas pistolas de airsoft, pistolas de aire comprimido, cerbatanas, pistolas de paintball, pistolas antiguas, réplicas de pistolas y pistolas de imitación</li><li>• Piezas y accesorios para armas, incluidos soportes, empuñaduras, cargadores, cajas fuertes, estantes y municiones</li><li>• Alquiler de armas (que no sean de campos de tiro)</li><li>• Pistolas paralizantes, pistolas Taser, maza, gas pimienta u otras armas similares de defensa personal</li><li>• Espadas, machetes y otras armas blancas o afiladas</li><li>• Explosivos, bombas y suministros o equipos para fabricar bombas</li><li>• Fuegos artificiales, lanzallamas y otros dispositivos pirotécnicos</li><li>• Cuchillos, incluidos cuchillos de mariposa, cuchillos de combate, navajas automáticas, cuchillos disfrazados y estrellas arrojadas</li></ul>





## Canabis

La publicidad relacionada con el cannabis (publicidad de productos derivados de la planta de cannabis, incluidos los compuestos THC así como cualquier otro producto derivado del cannabis; en adelante, "Anuncios de cannabis") está permitida únicamente en determinadas jurisdicciones. Los anunciantes que deseen publicar Cannabis Ads deben completar un cuestionario de admisión y enviar su creatividad a Walmart para su aprobación. Solo los anunciantes aprobados pueden publicar anuncios de cannabis, siempre que ellos y su creatividad cumplan con los estándares de publicidad publicados por la Asociación Nacional de Negocios de Cannabis, disponibles en <https://www.nacb.com/advertising>, además del resto de la Política de usuario de Walmart. Debido a la naturaleza cambiante del panorama regulatorio en torno a los productos de cannabis, Walmart se reserva el derecho de rechazar anunciantes o creatividades por cualquier motivo.

Independientemente de la jurisdicción, las audiencias objetivo de los productos de cannabis pueden no incluir usuarios basados en cualquier conocimiento o inferencias sobre el abuso de sustancias, la rehabilitación, la depresión u otros factores sensibles. Esta prohibición incluye ubicaciones de geocercas asociadas con condiciones de salud delicadas, como los servicios de rehabilitación de drogas. Antes de la reorientación en función de las visitas al sitio, los clientes deben recibir confirmación de que los usuarios son mayores de edad en la jurisdicción correspondiente. Esto puede tomar la forma de un cuadro de diálogo donde un usuario debe indicar su edad antes de ingresar al sitio. Los anunciantes solo pueden publicar anuncios de cannabis en editores e intercambios aprobados por Walmart. No todos los editores o intercambios de sitios web y aplicaciones aceptan Cannabis Ads. Los editores y los intercambios pueden restringir aún más los anuncios de cannabis más allá de esta política. Si no está seguro de si un editor o intercambio aceptará Cannabis Ads, comuníquese con su representante de cuenta de Walmart.

## Descargas

- Cuando Creative se vincule directa o indirectamente a un sitio que contenga software, el software debe: No contener malware;
- Proporcionar al usuario un aviso claro y conspicuo sobre toda la funcionalidad material;
- Obtener el consentimiento informado del usuario antes de la descarga o instalación;
- Proporcionar una desinstalación fácil de usar para el usuario; y
- Permita que el usuario mantenga el control sobre su entorno informático.

## Tabaco, cigarrillos electrónicos y productos relacionado

Cientes de Walmart deben cumplir con todas las leyes aplicables y las autorregulaciones de la industria relacionadas con la publicidad de tabaco o cigarrillos electrónicos en las jurisdicciones en las que operan, recopilan datos y publican anuncios. Esto incluye cualquier ley o regulación relacionada con el contenido creativo y la edad mínima de los usuarios objetivo o potenciales. Las fuentes de suministro de Walmart pueden tener sus propias políticas y pueden ser más restrictivas que esta Política. Los clientes son responsables de garantizar que sus anuncios cumplan con las políticas de los proveedores.

Esta Política también se aplica a los productos que no contienen tabaco o que solo contienen nicotina. Walmart considera estos tipos de productos como productos de tabaco y, por lo tanto, sujetos a todas las leyes y reglamentaciones aplicables a las jurisdicciones en las que operará el cliente. Los clientes son responsables de asegurarse de orientar correctamente este contenido, incluida cualquier orientación necesaria para evitar usuarios menores de edad. Comuníquese con su representante de cuenta de Walmart si tiene alguna pregunta.



## Político

A los efectos de esta Política, los Anuncios políticos incluirán cualquier comunicación pagada que promueva o se oponga a un partido político, a un candidato a cualquier nivel de gobierno para un cargo público o a una iniciativa electoral, o que intente influir en la opinión o las acciones políticas, incluidas publicidad que toma una posición sobre un tema asociado con un partido o candidato registrado, incluso si el nombre de ese partido, candidato o iniciativa no se menciona explícitamente. Los siguientes requisitos se aplican a los Clientes que utilizan los Servicios para publicar Anuncios políticos:

- 1.- Los anunciantes que publican Anuncios Políticos deben ser reconocidos como anunciantes políticos para poder activar campañas de contenido político en la plataforma.
- 2.- Los clientes deben marcar como políticos todos los anunciantes de la plataforma y las entidades de campaña a través de las cuales se ejecutan los anuncios políticos.
  - Los anunciantes deben marcarse como políticos habilitando la opción "Anunciante político" en la pantalla Administrador > Nuevo/Editar anunciante.
  - Las campañas deben marcarse como políticas marcando la casilla de verificación "Campaña política" en la pantalla Nueva/Editar campaña en Configuración avanzada.
- 3.- Como se indicó anteriormente, los clientes no pueden publicar mensajes publicitarios (políticos o no políticos) que presenten una afirmación demostrablemente falsa. Dada la importancia de un diálogo político sólido para la democracia y los desafíos para evaluar la veracidad de cada reclamo político, esperamos hacer cumplir este requisito en un número muy limitado de instancias y para violaciones claras. Los ejemplos de tales violaciones incluyen, entre otros, creatividad:
  - Que indique o dé a entender que la gente debe votar en el día equivocado o por mensaje de texto, que o un candidato ha muerto
  - Eso hace afirmaciones engañosas sobre el proceso del censo.
  - Eso incluye medios manipulados ("falsificaciones profundas")
  - Que de otro modo haga afirmaciones demostrablemente falsas que podrían socavar significativamente la participación de los votantes o la confianza en un proceso electoral o democrático
- 4.- Los clientes que publican anuncios políticos en los Estados Unidos deben adherirse a la aplicación de los principios de autorregulación de transparencia y responsabilidad a la publicidad política de la DAA. Los clientes son responsables de insertar el ícono morado de anuncios políticos en su creatividad. Walmart no proporciona este servicio.
- 5.- Los clientes que publican anuncios políticos en Canadá deben cumplir con el Principio de autorregulación de transparencia para publicidad política de DAAC. Los clientes son responsables de insertar el ícono morado de anuncios políticos en su creatividad. Walmart no proporciona este servicio.
- 6.- Los anuncios políticos están sujetos a revisión por parte de Walmart y pueden requerir requisitos adicionales de evaluación y admisión.
- 7.- Los clientes interesados en publicar anuncios políticos en jurisdicciones fuera de EE. UU. o Canadá deben comunicarse con su representante de Walmart. Las reglas locales con respecto a la publicidad política pagada varían significativamente, por lo que los servicios de Walmart pueden estar limitados o no estar disponibles.



Walmart  
Connect



**¡Gracias!**