



Walmart DSP Creatividades Offsite CTV

Connected TV [CTV]

Glosario

- Walmart DSP – plataforma de publicidad programática omnicanal.
- Publicidad programática – la compra y venta automatizada de inventario digital.
- Offsite – publicidad programática fuera de las propiedades digitales de Walmart.
- Self-Service – autoservicio donde los clientes (marcas y agencias) operan y tienen el control total sobre sus campañas desde Walmart DSP.
- Marca endémica - marca que vende en las propiedades digitales de Walmart.
- Marca no-endémica - marca que no vende en las propiedades digitales de Walmart.
- Campaña – conjunto de anuncios difundidos en los espacios publicitarios de los medios que se encuentran disponibles a través de la plataforma DSP.
- TV Conectada (“CTV”) - cualquier dispositivo conectado a una red de internet que sea capaz de realizar transmisiones de video. Aquí podremos encontrar desde Smart TV , Set top Box y videoconsolas.
- Tipo de Comunicación Branding - Son los anuncios que tienen como objetivo de comunicación dar a conocer o impulsar tus productos y mejorar la conciencia de marca.
- Tipo de Comunicación Producto Precio – Campañas donde la comunicación se enfoca en dar a conocer precio o promoción sobre algún producto.
- Walmart QR – es un código QR realizado por Walmart. Este código QR está desarrollado para ser compatible con la tecnología propia que permite la atribución de ventas en el eComm de Walmart a tu campaña.
- 3PAS: servidor de un tercero
- MMAS: creatividades cargadas directamente en la DSP



- Todas las creatividades deben de ser cargadas a WM DSP antes de empezar la configuración de una estrategia. Sin asignación del creativo, Walmart DSP no te permitirá guardar o finalizar la configuración de tu estrategia.
- En caso de requerir más detalles sobre el estatus del creativo (aprobado/pendiente/rechazado), por favor contacte al equipo Walmart: DSPcontacto@walmart.com
- Se prohíbe usar comunicación de competencia directa de Walmart.
- El redireccionamiento del Walmart QR solo aplica para el eComm de Walmart.
- Se pueden utilizar los templates proporcionados en esta guía, o bien, se puede realizar la composición que la agencia o anunciante decida con base en sus recursos disponibles.

¿Qué es CTV?

Anuncios publicitarios que se muestran junto con programas de televisión o retransmisiones en que se ven en dispositivos de streaming en televisión conectada.

Las campañas de CTV son campañas OFFSITE en formato de video sin click-through.



Compra anuncios de video en **Connected TV (CTV)** desde **Walmart DSP**

La cobertura CTV incluyen dispositivos conectados a Internet:



Enfoques CTV en Walmart DSP

Conectamos la experiencia y conocimiento de nuestros partners de contenido sobre sus audiencias, con nuestras categorías de consumo en Walmart. **Selecciona el enfoque que más vaya con tu campaña:**



Branding

Video de hasta 30 segundos

Este tipo de campañas permite contar tu historia en un video en forma de anuncio de CTV.

- Distribuye el mensaje de tu marca de forma efectiva en campañas de concientización.
- Comunica los atributos y beneficios de tu marca por medio de los acuerdos disponibles.
- Activa por medio de una sola plataforma inventario de video premium con potencial de más de 2,000 millones de impresiones.



Walmart QR

Video de 30 segundos (sugerido)

Es un anuncio de video que incluye un llamado a la acción, a través del QR Walmart. Complementa tu estrategia de Branding con un KPI secundario de conversiones/ingreso.

- Es un anuncio de video que incluye un llamado a la acción, a través de Walmart QR, tecnología propia que permite la atribución de ventas en el eComm de Walmart a tu campaña.
- Esta solución potencia tus campañas de televisión conectada con la trazabilidad hacia lower funnel. Solo para marcas que venden en el eComm de Walmart.



Requiere la integración de un código QR gestionado por el equipo de Walmart Connect. Solo campañas de Branding, para Producto-Precio hacer consulta con base en caso. Consulta más detalles dependiendo del modelo operativo aplicado (managed o self service).

Con CTV Walmart QR realiza el seguimiento del usuario hasta la compra

Ruta del usuario desde la pantalla de TV hasta la conversión en el eComm de Walmart

Impacta

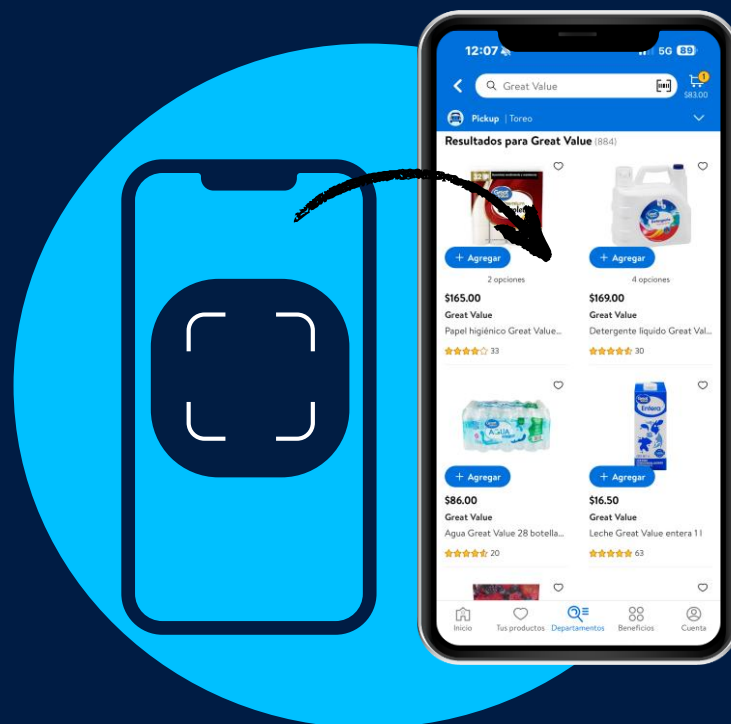
Segmentación contextual

Walmart QR



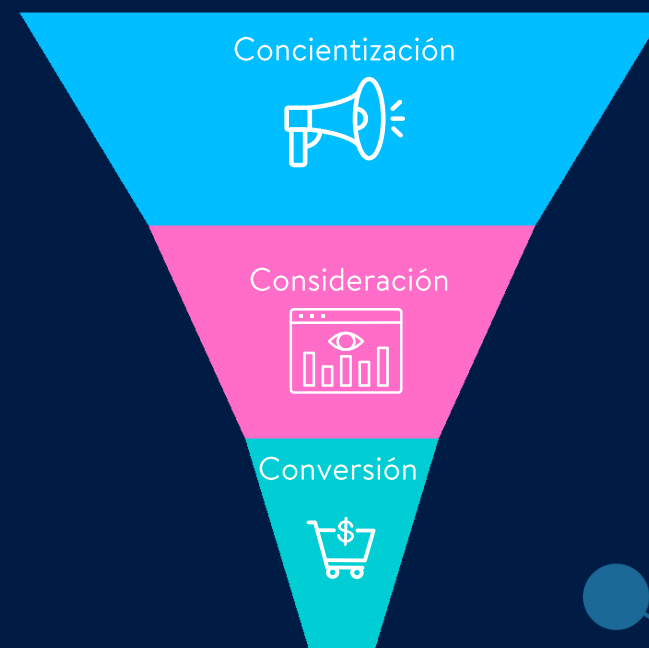
Interactúa

Escaneo de código QR



Mide full-funnel

Medición a full-funnel en el eComm de Walmart*



* Medición de códigos QR Walmart disponible para marcas que venden en el eComm de Walmart.

Imágenes de carácter ilustrativo.

Creativos

[Campañas de Branding]

Especificaciones de CTV Branding

- **Dimensiones:** 1920X1080
- **Spec ratio:** 16 x9
- **Formatos:** .mp4, Vast 3.0
- **Duración video:** 15/30 segundos
- **Peso máximo:** 30 MB
- **Codec:** H.264 codec
- **Bitrate:** 8 Mbps a 10 Mbps
- **Sample rate:** 48 kHz
- **URL:** requerida. En general, el formato no se espera el clic, sin embargo, se requiere incluir URL como parte del proceso de carga.

Lineamientos:

- Únicamente se acepta Vast. Sin etiquetas VPAID/Javascript/HTML/Flash.
- Sin companion banner & sin filtro de skip.
- Los verificadores son permitidos, la medición completa y correcta es necesaria revisarla con el proveedor de validación.
- La marca debe seguir los lineamientos publicitarios aplicables a sus productos con base en la legislación mexicana.
- No se permiten campañas publicitarias para mayores de edad en contenidos para menores de edad.
- Los partners de contenido se reserva el derecho de excluir contenidos de las pautas publicitarias.
- **Seguir los lineamientos de la política de contenidos incluida en el documento: Guidelines de creatividades offsite ([visita sitio Walmart DSP](#)).**

Algunos consejos para tu próxima campaña de CTV

- Duración del video entre más corto mejor. (15 a 30 segundos)
- Ve al punto lo más temprano posible en video.
- Mantén consistencia visual a tu marca, logos, colores, fuentes.
- No olvides que el sonido, así como las imágenes y el movimiento (efectos) son muy importantes.
- La música y los efectos de sonido ayudan a crear el mood y resaltar los puntos relevantes de tu mensaje.
- Utiliza atractivos contenidos visuales en alta definición.
- Alinea el script de tu anuncio a la voz de tu marca.
- Cuenta una historia que haga tu anuncio memorable.
- Deja un claro y convincente imágenes de qué hacer después de ver el anuncio.



Video Offsite 3PAS

[Solo disponible para campañas CTV Branding]

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

Walmart 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).

Creativos

[Campañas con Walmart QR]

Paso 1:

Comparte la url destino para creación del Walmart QR (Tiempo estimado de entrega: 48 horas).

Solicita la creación del deal a tu contacto de Walmart Connect.

Escríbenos a:
DSPcontacto@walmart.com

Pasos previos a configurar campaña



Video en CTV Walmart QR

Especificaciones:

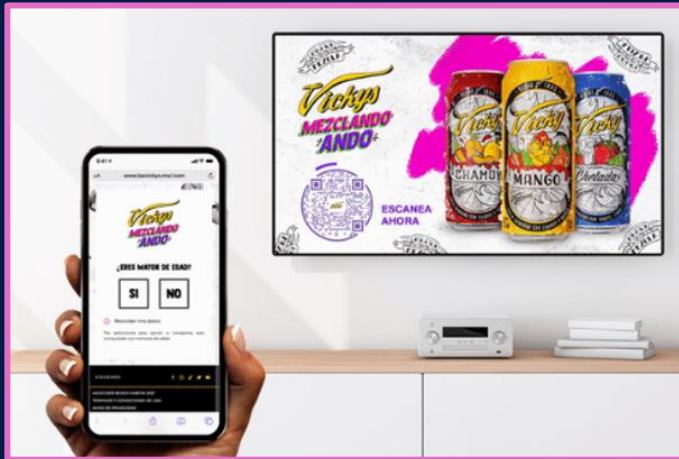
- **Dimensiones:** 1920X1080
- **Spec ratio:** 16 x9
- **Formatos:** .mp4
- **Duración video:** 30 segundos
- **Peso máximo:** 30 MB
- **Codec:** H.264 codec
- **Bitrate:** 8 Mbps a 10 Mbps
- **Sample rate:** 48 kHz
- **URL:** requerida.
- **CTA estándar:** Escanea aquí o Escanea el código QR.
- **Walmart QR:** una vez recibido el código Walmart QR es necesario integrar en el video final. Una opción para poder realizar esta integración es por medio del uso de marcos como se muestra en el layout de la dispositiva siguiente.

Lineamientos:

- Únicamente activo físico en campañas de CTV Walmart QR.
- Para campañas de CTV Walmart QR es necesario contar con el creativo físico.
- Sin companion banner & sin filtro de skip.
- Los verificadores son permitidos, la medición completa y correcta es necesaria revisarla con el proveedor de validación.
- La marca debe seguir los lineamientos publicitarios aplicables a sus productos con base en la legislación mexicana.
- No se permiten campañas publicitarias para mayores de edad en contenidos para menores de edad.
- Los partners de contenido se reserva el derecho de excluir contenidos de las pautas publicitarias.
- **Seguir los lineamientos de la política de contenidos incluida en el documento: Guidelines de creatividades offsite ([visita sitio Walmart DSP](#)).**

Ejemplos de implementación de Walmart QR

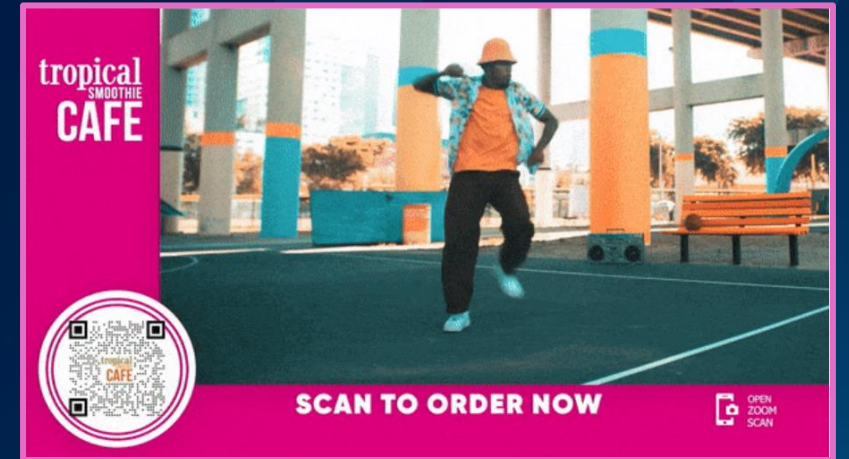
Con base en las sugerencias de su equipo creativo, pueden integrar el Walmart QR a sus videos.



Noticias NEO: Yahoo y Grupo Modelo innovan con el uso de códigos QR en publicidad para CTV



Blog QR Tiger: Códigos QR en comerciales de televisión: la nueva normalidad para publicar anuncios de televisión



Blog kortx: QR Code Magic: Enhancing CTV Advertising Viewership

Imágenes de carácter ilustrativo.

Elementos video WALMART QR por formato

Adicionalmente, están disponibles los templates de CTV incluyendo la pleca del formato para armar tu video.



WALMART QR TEMPLATE



Algunos consejos para tu próxima campaña de CTV

- Duración del video 30 segundos.
- Ve al punto lo más temprano posible en video.
- Mantén consistencia visual a tu marca, logos, colores, fuentes.
- No olvides que el sonido, así como las imágenes y el movimiento (efectos) son muy importantes.
- La música y los efectos de sonido ayudan a crear el mood y resaltar los puntos relevantes de tu mensaje.
- Utiliza atractivos contenidos visuales en alta definición.
- Alinea el script de tu anuncio a la voz de tu marca.
- Cuenta una historia que haga tu anuncio memorable.
- Deja un claro y convincente imágenes de qué hacer después de ver el anuncio.



Consejos para integrar el código QR Walmart en tu video.

- El código QR debe ser lo suficientemente grande para ser escaneado fácilmente.
- Coloca el código QR en una parte visible del video. Sugerencia del lado derecho-centro.
- Integra el QR lo suficientemente grande para escanear.
- Usa marcos sólidos para mayor destaque.
- Incluye un llamado a la acción. Sugerencia: escanea y compra.
- Deja el código QR el tiempo suficiente para que sea posible escanearlo. Sugerencia: duración el todo el video mientras funcione en composición visual.
- Integra de manera natural, ejemplo en un cartel o pantalla dentro del video. O bien, reconstruye la composición para agregar algunos elementos sólidos (formato L) que permitan colocar el QR.
- Asegurar que los disclaimers o legales de la creatividad se vean adecuadamente en la pieza final.





Política de contenido (PaeDae Inc.)

Walmart DSP

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 |
|--|---|
| Fraude publicitario | 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. |
| Auto-audio | Creatividad que inicia audio automáticamente sin la participación o acción explícita del usuario |
| Descargas automáticas | 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. |
| Redireccionamientos automáticos | Creatividad que redirige automáticamente a un usuario a otros sitios o aplicaciones, sin la participación o acción explícita del usuario. |
| Mensaje Engañoso | 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. |
| Difamación | Creatividad que representa, contiene o proporciona acceso a material que daña la reputación de otro. |
| Carga Retrasada | La creatividad tarda constantemente más de dos segundos en iniciar la experiencia publicitaria del usuario. |

| Categoría | Descripción y ejemplos |
|---|---|
| Fraude Formularios o servicios gubernamentales | 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. |
| El discurso del odio | 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. |
| Ilegal | Creatividad que es, o que Walmart cree razonablemente que es probable que infrinja cualquier ley, regulación u orden judicial aplicable. |
| Drogas ilegales | 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. |
| Interfiere con la navegación del usuario | 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. |
| Interfiere con el contenido de otra parte | Creatividad que oscurece, reemplaza o modifica los anuncios o el contenido de otra parte. |
| Oportunidades de impresiones de vídeo perdidas | 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). |
| Afirmaciones falsas y desinformación | Queda terminantemente prohibida la creatividad que haga una afirmación verificablemente falsa o engañosa. |

| Categoría | Descripción y ejemplos |
|---|---|
| Conocimiento implícito | <ul style="list-style-type: none"> • 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.) • Comisión o presunta comisión de cualquier delito • Divorcio o separación matrimonial • Información médica o de salud • Estado o situación financiera negativa • Afiliación política (aparte de la información de registro público de los votantes de los Estados Unidos) • Ubicación precisa del usuario en ese momento o en cualquier momento en el pasado • Información racial o étnica • Religión o creencia religiosa • Comportamiento u orientación sexual • 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. • Afiliación o afiliación sindical <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> |
| Clasificación no válida o incorrecta | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad que está clasificada incorrectamente con respecto a sus características, incluidas, entre otras : Clasificación incorrecta de la creatividad que circula entre múltiples anunciantes • Clasificación incorrecta de creatividades que ejecutan videos en banner (es decir, anuncios de video que se ejecutan dentro de unidades de visualización estándar) • Clasificación incorrecta de la URL de la página de destino de una creatividad • 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) • Clasificación incorrecta de la acción creativa, como acción expandible o emergente • Clasificación incorrecta de los descriptores de creatividades, como la vertical del anunciante, el idioma, etc. • Falta clasificación |

| 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 | <p>Creatividad que represente, contenga o anuncie pornografía, desnudez, obscenidad y otro material de naturaleza sexual. Los materiales de naturaleza sexual pueden incluir, entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de acompañantes y prostitución • Encuentros sexuales o sitios de citas que se centran en facilitar los encuentros sexuales. • Desnudez total y parcial, donde esta última expone una parte íntima del cuerpo • Procedimientos y productos cosméticos que se enfocan en las partes íntimas del cuerpo. • Imágenes y lenguaje lascivos • Entretenimiento sexual, por ejemplo, clubes de striptease, películas para adultos, transmisión en vivo y chat sexualmente sugerentes <p>Esta política puede aplicarse junto con factores adicionales que pueden variar según la jurisdicción, el contexto y las sensibilidades culturales.</p> |
| 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">• Armas, incluidas pistolas de airsoft, pistolas de aire comprimido, cerbatanas, pistolas de paintball, pistolas antiguas, réplicas de pistolas y pistolas de imitación• Piezas y accesorios para armas, incluidos soportes, empuñaduras, cargadores, cajas fuertes, estantes y municiones• Alquiler de armas (que no sean de campos de tiro)• Pistolas paralizantes, pistolas Taser, maza, gas pimienta u otras armas similares de defensa personal• Espadas, machetes y otras armas blancas o afiladas• Explosivos, bombas y suministros o equipos para fabricar bombas• Fuegos artificiales, lanzallamas y otros dispositivos pirotécnicos• Cuchillos, incluidos cuchillos de mariposa, cuchillos de combate, navajas automáticas, cuchillos disfrazados y estrellas arrojadas |

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

Clientes 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.

¡Gracias!

Walmart Connect