



Walmart Connect México



WM DSP

Especificaciones de creatividades

Walmart se reserva el derecho de rechazar, eliminar o solicitar modificaciones a un anuncio a su exclusivo criterio, por cualquier motivo. Este documento no pretende ser una lista exhaustiva de todas las restricciones. Más bien, su objetivo es abordar los problemas de política que encontramos más comúnmente con los anuncios y proporcionar un recurso para revisar antes de enviar anuncios o activos para su aprobación. Revisa con el equipo de Walmart cualquier otra duda o inconveniente con los anuncios.



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. A menos que se utilicen específicamente para Connected TV, también pueden incluir creatividades complementarias, que son anuncios publicitarios que se muestran fuera del reproductor de video.
- **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 , TV Box o videoconsolas.
- **Audio:** Formatos de publicidad de audio que se transmiten digitalmente, incluidas las estaciones de radio en línea, la transmisión de música y los podcasts.
- **HTML5ads:** imagen, video y animación interactivos mediante el uso de CSS, HTML y JavaScript para servir en aplicaciones móviles o páginas web. Simplemente cree su anuncio en su sandbox, luego agrupe todas sus imágenes de respaldo y archivos de activos y cárguelos para usarlos en su campaña



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 mas detalles sobre el estatus del creativo (aprobado/rechazado y la razón), por favor contacte al equipo Walmart: DSPcontacto@walmart.com

Walmart		
Creatives		
Display Video		
Display Creatives		
Q Search display creatives by		
Creative Name	Status	Creative ID
Creative test	Inactive	11051852



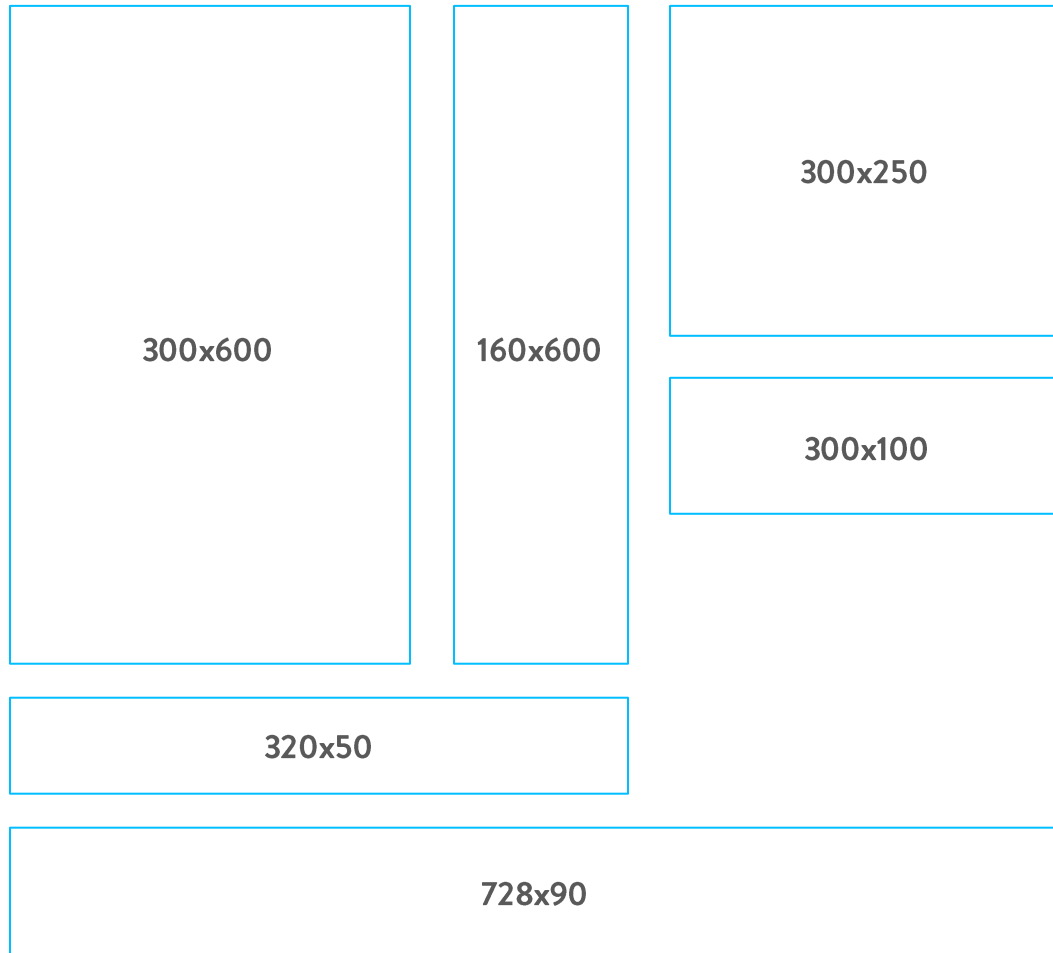
Display Offsite

Formato publicitario online en el que los anuncios se muestran en forma de banners en las páginas de destino. En su forma más básica, estos banners son una combinación de imágenes y texto. También pueden incluir audio, vídeo u otros formatos interactivos.



WM DSP – Display Offsite

Sin logotipo Walmart



- Logotipo Marca
- Sin logotipo de Walmart
- Tipo de medios : GIF, HTML, JPG, PNG
- Tamaño de archivo : MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Animación de vídeo : 15 s máx .
- Z index rango : 0 – 4,999
- Requerimientos minimos : URL de destino y 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	320x50
300x600	320x480
160x600	728x90



WM DSP – Display Offsite

Sin logotipo Walmart - Mejores Prácticas



- Tener un CTA claro
- Tener una imagen relevante y memorable
- Tener una gran marca
- Logo de la compañía
- Incluir una promoción (sin logo walmart)
- Incluir un título
- Haga coincidir su página de destino con su anuncio
- Tamaño correcto: elige tamaños que superen el rendimiento: 300x250,160x600, 728x90
- Siempre hacer pruebas
- Intenta varias versiones del creativo (A/B Testing)



WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart

Todas las creatividades offsite con el logotipo Walmart se deben de armar usando los templates editables oficiales compartidos por el equipo de Walmart. Queda prohibido editar y/o ajustar templates. Para solicitarlos por favor envíen un correo a

DSPcontacto@walmart.com

Templates editables Walmart - Offsite Walmart Supercenter

WM DSP – Display Offsite

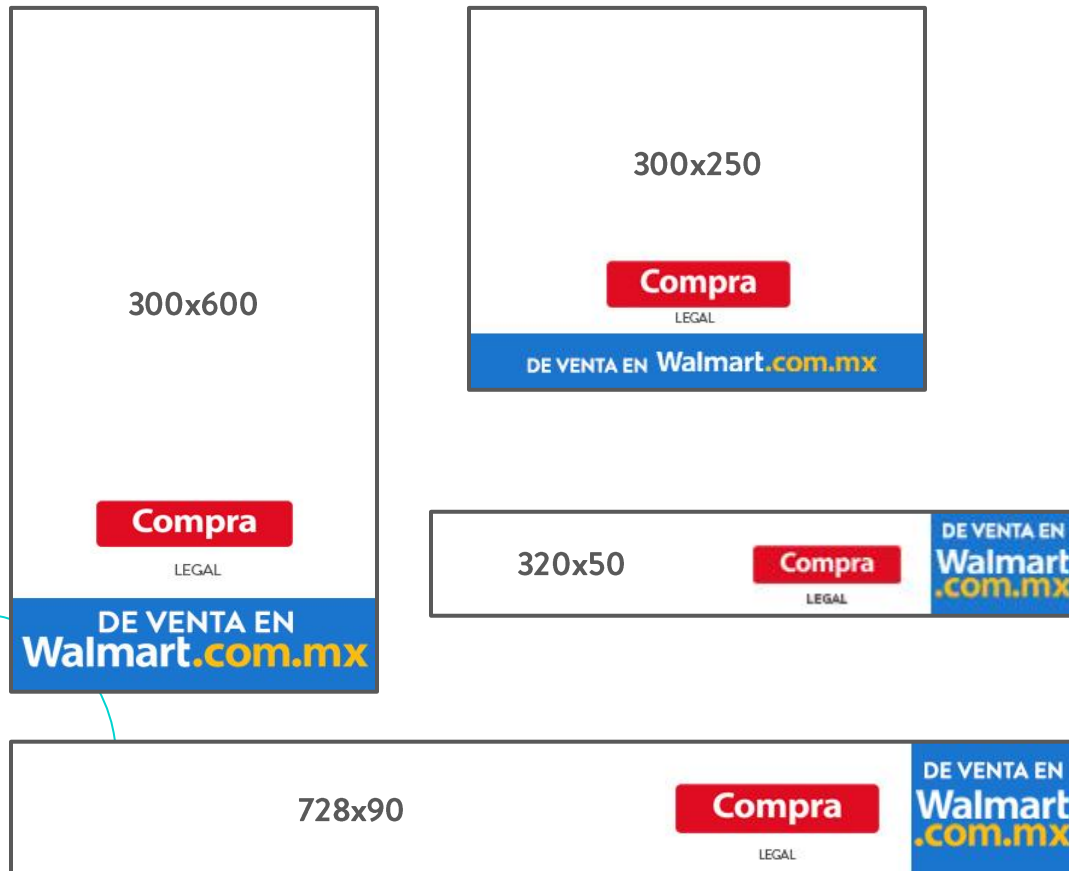
Logotipo Walmart



Al crear, cargar y activar los creativos offsite con logotipo Walmart o con el Look and Feel de Walmart en WM DSP en una manera de operación self-service, no se permite colocar precios y promociones y/o ofertas con vigencias definidas. Solo se aceptaran formatos de branding con el look and feel de Walmart.

WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart



- Logotipo Marca
- Logotipo de Walmart (revisa los templates editables)
- Creativos Branding. No se permiten creativos producto precio.
- Tipografía: Bogle
- Palabras/Frases prohibidas: descuento, gratis, ofertas, obsequio, regalo, envió gratis, exclusivo online, exclusivo, precio especial, paquete especial, súper precio, lanzamiento, cupón, precio exclusivo. Cualquier frase similar a las no permitidas no se podrá utilizar (mega precio, etc).
- Animaciones no mayores a 15s
- Tipo de medios : GIF, HTML, JPG, PNG
- Tamaño de archivo : MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Respetar los cintillos y colores de los elementos en cada plantilla
- Agregar legales y leyendas precautorias (revisa el listado permitido)
- Requerimientos minimos : URL de destino y URL rastreador de clicks.
- Tamaños disponibles :

300x250	320x50
300x600	728x90



WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart

Leyendas precautorias para creativos Display Offsite con logotipo Walmart:



SALUD ES BELLEZA
ALIMÉNTATE SANAMENTE
CONSULTA A TU MÉDICO
LA LECHE MATERNA ES EL MEJOR ALIMENTO PARA EL BEBÉ
CUIDA EL AGUA
COME BIEN
HIGIENE ES SALUD
EVITA EL EXCESO
TODO CON MEDIDA
TOMA AGUA
HIDRÁTATE DIARIAMENTE



WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart

Para realizar los materiales, seguir los siguientes pasos:



Elegir el formato que necesitarás (Walmart Supercenter, Bodega, Catálogo Extendido, Sam's Club). En caso de pertenecer a un evento, los templates se cargarán 15 días previos al evento.



Elegir el medio y el tamaño para seguir las especificaciones dentro de este mismo documento (Display Estáticos/GIFs)



Recuerda que por ser una plataforma self-service, no podemos comunicar promociones o precios dentro de los creativos. Solo creativos Branding. En caso de necesitar algún creativo producto-precio, es obligatorio validarlo con el equipo de Walmart.

WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart



Advertisement for Lady Speed Stick deodorant. The image shows three bottles of deodorant in purple and white packaging. The text "Compra" is in a red box. Below it, "SALUD ES BELLEZA" and "SSA 123300EL950533 D.R. ©Colgate-Palmolive Latin America Inc. 2022". At the bottom, "DE VENTA EN Walmart.com.mx".



Advertisement for Colgate toothpaste. The image shows a tube of Colgate toothpaste with "Cúrcuma" and "Hierbabuena" flavors. The text "NUEVA" is in a red box. Below it, "Compra" is in a red box. Below that, "ANTIBACTERIAL" and "SSA 213300202D0240 D.R. ©Colgate-Palmolive Latin America Inc. 2022 CONSULTA REGULARMENTE A TU ODONTÓLOGO.". At the bottom, "DE VENTA EN Walmart.com.mx".



Advertisement for Pato cleaning products. The text "Bonificación \$75" is at the top. Below it, "compra mínima \$300 en productos" followed by logos for Family Guard, Pato, and Pato. Below that, "participantes". The image shows various Pato cleaning products on a wooden surface. At the bottom, "Válido para pedido y entrega del 16 al 31 de enero de 2022. Consulta términos y condiciones en super.walmart.com.mx/condiciones-legales".



Advertisement for Downy and Ace laundry products. The text "— PRODUCTOS PARA — LA ROPITA DE TU BEBÉ" is at the top. Below it, "Rebaja \$75 antes \$100" and "Suavizante Downy suave y gentil 2.8 L". To the right, "Multiahorro 2 por \$230 Ahorra \$30" and "Detergente líquido Ace suave y Delicado 4 L Precio individual \$130". The image shows bottles of Downy and Ace laundry products. At the bottom, "Válido para pedido y entrega del 1 al 28 de febrero de 2022. * CUIDA EL AGUA".



Display Offsite 3PAS

Anuncios 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
- Dynamic Creative para Display y Mobile está disponible a través del proveedor externo de su elección.

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 - Integración 3PAS (MACROS)

- Las siguientes son recomendaciones solo para casos de uso estándar y no garantizan que sus creatividades funcionen correctamente. Consulte con el equipo de soporte de su servidor de anuncios para obtener instrucciones de implementación actualizadas, así como cualquier problema de funcionalidad específico.
- Varias etiquetas publicitarias de terceros necesitan las modificaciones necesarias para incluir clics en la plataforma WM DSP y macros aleatorios.
- Recuerde realizar siempre el control de calidad de sus creatividades antes de publicarlas. Si bien Walmart mantendrá este documento lo más actualizado posible, los servidores de anuncios pueden cambiar su formato de etiqueta de anuncio y/o la funcionalidad subyacente en cualquier momento, lo que puede causar que la información se vuelva inexacta. Además, en algunos casos (p. ej., etiquetas anidadas, determinadas creatividades Flash), es posible que deba utilizar una macro de clics distinta de la que se muestra en los ejemplos estándar siguientes.



WM DSP: 3PAS MACROS (Double Click)

[RANDOM_NUMBER] macro is not necessary in new DCM tags

IFRAME

```
<ins class='dcmads' style=' display:inline-block;width:728px;height:90px'  
data-dcm-placement='N7480.166018BOOKS.GOOFLE.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.GOOFLE.COMB8341756.112688609'  
data-dcm-rendering-mode='script'  
data-dcm-click-tracker='[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]'>  
<script src='// www.googletagservices.com/dcm/dcmads.js'></script>  
</ins>
```



WM DSP: 3PAS MACROS (Flastalking)

JAVASCRIPT

```
<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;MediaMath;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

JAVASCRIPT

```
<script type="text/javascript"  
src="http://<<<advisre>>>.solution.weborama.nl/fcgi-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. El equipo de soporte de su servidor de anuncios está mejor equipado para confirmar qué formato se recomienda para sus creatividades individuales.

- **[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



Vídeo Offsite

Las creatividades de vídeo offsite muestran anuncios basados en reproductores de video antes, durante o después del contenido de video del editor.



WM DSP: Video Offsite (sin logo Walmart)

VIDEO



- Logotipo Marca
- Sin logotipo de Walmart
- Tipos de medios : MMAS (avi , mov, mp4, mpeg1/2, webm , wmv) y 3PAS (mp4, webm son fuertemente recomendados).
- Tamaño de archivo MMAS: 1 GB máx .
- Nombre del archivo : MMAS: Solo caracteres alfanuméricos
- Estándares de vídeo : VAST 1.0, VAST 2.0, VAST 3.0, VAST 4.0, VPAID 1.0, VPAID 2.0.
- Inserción: [Pre-roll](#) , [mid -roll](#) , [post-roll](#)
- Requiere la URL de la página de destino

COMPANION BANNER

Actualmente no disponible. El equipo Walmart comunicará oficialmente la fecha de la liberación de esta funcionalidad.



- Tipos de medios : gif, jpg , png, tag de un servidor de tercero
- Tamaño : 300x250, 728x90, 300x600
- Tamaño del banner : MMAS (110 kb cargables), 3PAS (150 kb).
- Rastreadores de terceros: impresiones, clics de video, cuartiles de video, inicio, skip, etc.
- Recomendación etiquetas seguras (3PAS)

WM DSP – Video Offsite

Logotipo Walmart



Al crear, cargar y activar los creativos offsite con logotipo Walmart o con el Look and Feel de Walmart en WM DSP en una manera de operación self-service, no se permite colocar precios y promociones y/o ofertas con vigencias definidas. Solo se aceptaran formatos de branding con el look and feel de Walmart.



WM DSP – Video Offsite

Logotipo Walmart

- Formatos del archivo: mov/.mp4
 - 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: 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

- Recuerda que por ser una plataforma self-service, no podemos comunicar promociones o precios dentro de los creativos. Solo creativos Branding. En caso de necesitar algún creativo producto-precio, es obligatorio validarlo con el equipo de Walmart.

- Adicional a las especificaciones de video offsite con logotipo Walmart, valida los guidelines de video offsite standard (WM DSP – Video Offsite sin logo Walmart)
- Revisar y agregar las leyendas precautorias (revisa el listado).



WM DSP – Display Offsite

Logotipo Walmart

Leyendas precautorias para creativos Display Offsite con logotipo Walmart:



SALUD ES BELLEZA
ALIMÉNTATE SANAMENTE
CONSULTA A TU MÉDICO
LA LECHE MATERNA ES EL MEJOR ALIMENTO PARA EL BEBÉ
CUIDA EL AGUA
COME BIEN
HIGIENE ES SALUD
EVITA EL EXCESO
TODO CON MEDIDA
TOMA AGUA
HIDRÁTATE DIARIAMENTE



WM DSP – Video Offsite

Logotipo Walmart

Para realizar los materiales, seguir los siguientes pasos:



Elegir el formato que necesitarás (Walmart Supercenter, Bodega, Catálogo Extendido, Sam's Club). En caso de pertenecer a un evento, los templates se cargarán 15 días previos al evento.



Elegir el medio y el tamaño para seguir las especificaciones dentro de este mismo documento (Video)



Recuerda que por ser una plataforma self-service, no podemos comunicar promociones o precios dentro de los creativos. Solo creativos Branding. En caso de necesitar algún creativo producto-precio, es obligatorio validarlo con el equipo de Walmart.



WM DSP – Video Offsite

Logotipo Walmart

Todas las creatividades offsite con el logotipo Walmart se deben de armar usando los templates editables oficiales compartidos por el equipo de Walmart. Queda prohibido editar y/o ajustar templates. Para solicitarlos por favor envíen un correo a

DSPcontacto@walmart.com

Templates editables Walmart - Offsite Walmart Supercenter



WM DSP: Mejores prácticas de Video Offsite

- No utilice los mismos trackers para el click through del video y para los trackers de eventos de terceros.
 - No utilice Mime tipos RTMP.
 - 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.
-
- **Comienza con impacto:** ¿Qué sucede en los primeros segundos de su creatividad?
 - **Comience/finalice con su marca:** incluya el nombre de su marca al principio y al final de su anuncio
 - **Mensaje claro y enfocado:** mantenga el mensaje claro y enfocado para que sea memorable
 - **Haga que su mensaje se destaque:** cuente una historia convincente para que su anuncio fomente una conexión con la audiencia
 - **Muestre su marca:** cuente la historia de su marca con la voz de su marca, aportando su personalidad y tono a la creatividad de audio
 - **CTA:** use un CTA claro y memorable.
 - **Pruebe varios criterios de targeting de video:** esto puede incluir reproducción automática versus reproducción por clic, pre-roll versus mid-roll, etc.
 - **Planea las campañas de video de manera diferente:** Orientación a personas que han visto diferentes duraciones del video.
 - **Nunca dupliques una estrategia de display para video.** Una estrategia de video requiere un enfoque diferente.



Video Offsite 3PAS

3PAS: publicación de anuncios Video de terceros



WM DSP: Requisitos e integración de Video Offsite 3PAS

- 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)



CTV Offsite

Forma de publicidad digital, generalmente videos, que aparece dentro del contenido de streaming. Por ejemplo, incluye anuncios que se muestran junto con programas de televisión o transmisiones en vivo vistas en dispositivos de streaming.



Walmart **Connect** México

WALMART DSP TV Conectada

Impactos de branding de alta calidad.

Contenidos seguros y de alto rendimiento.

Inventario acorde con los hábitos de compra de usuarios Walmart.

Diversificación de inventario CTV a través de Vix, Roku y Paramount desde una sola plataforma.

Acuerdos preferenciales por departamentos y categorías Walmart

Paramount+ **VIX** **ROKU**



WM DSP: CTV Offsite

En general, todas las creatividades de video utilizadas para entornos de desktop y móviles también se pueden usar para la entrega de CTV, con algunas excepciones.



- Solo VAST. Sin etiquetas VPAID/Javascript/HTML/Flash
- Sin companion banner & sin filtro de skip.
- Dimensiones: 1920X1080
- Formatos: .mp4, Vast 2.0 / 4.0
- Duración video: 15/30 segundos
- Peso máximo: 50/90 MB
- Vast Tags certificados: Innovid, DCM, Extreme Reach
- Codec: H.264 codec
- Bitrate: 15 – 30 Mbps (no black bars)
- No se aceptan trackers de viewability



WM DSP: CTV Condiciones generales.

- Los anuncios no promocionarán productos o servicios que compitan directamente con los proveedores.
- Los anuncios no deben contener afirmaciones falsas, engañosas, fraudulentas o engañosas.
- Los anuncios deben representar claramente a la empresa, el producto, el servicio o la marca que se anuncie. Los productos y servicios promocionados en el texto del anuncio deben ser claramente representados, y el sitio de destino no puede ofrecer o vincular a ningún producto o servicio prohibido
- Los anuncios no pueden ofrecer, promocionar o vincular los siguientes productos prohibidos o servicios: narcóticos ilegales; productos de tabaco; parafernalia de drogas o tabaco; armas, municiones o explosivos; productos o servicios para adultos, o productos o servicios de naturaleza inherentemente sexual; productos o servicios diseñados para violar o eludir las restricciones de derechos de autor; productos falsificados; productos o servicios que son perjudiciales, amenazantes, acosadores, difamatorios o invasivos de la privacidad o el derecho de publicidad de otra persona; productos de juegos de azar y apuestas o servicios; productos o servicios cuya venta viola cualquier ley aplicable
- Los anuncios no pueden sugerir una relevancia falsa para las ofertas genéricas.
- Los anuncios deben publicarse en un idioma que sea relevante para el idioma del canal y/o su público objetivo.
- Cada instancia de publicidad, patrocinio, suscripción, créditos presentados por u otra atribución de terceros en logotipos de aplicaciones de canal o anuncios publicitarios debe ser expresamente aprobado previamente.



WM DSP: CTV Offsite – Especificaciones de video.

- Es posible que los anuncios no permitan la instalación de aplicaciones de canales de terceros.
- Es posible que los anuncios no ofrezcan ni vinculen a funcionalidades de búsqueda en múltiples aplicaciones Roku de canales asociados.
- Los anuncios no pueden recopilar información de identificación personal, incluidos, entre otros, limitado a, direcciones IP, o habilitar la solicitud de RFI para la recopilación de datos de información capacidades sin la aprobación previa por escrito de Roku. Los anuncios pueden no descargar o instalar código ejecutable
- Los anuncios no pueden contener “Easter Eggs” ni ninguna funcionalidad oculta.
- Los anuncios no pueden incluir píxeles, etiquetas de terceros ni kits de desarrollo de software de ningún tipo sin la aprobación y certificación previa y expresa por escrito de Roku.
- Roku se reserva el derecho de revisar el código fuente utilizado en los anuncios.
- Los anuncios deben estar disponibles en formatos SD y HD adecuados para mostrarse en una gran televisión de pantalla Baja resolución (menos de 720 x 480p) o baja velocidad de fotogramas (menos de 30 fps) no está permitido.
- Aceptas las siguientes pautas adicionales si eres un editor de canales: mostrar anuncios dentro de la interfaz de usuario del sistema operativo Roku o dentro de cualquier aplicación o canal entregado a través del sistema operativo Roku sistema (SO).



WM DSP: CTV Offsite – Especificaciones de video.

- Los editores de canales deben consultar el acuerdo de la distribución de su aplicación Roku para permanecer de acuerdo con las pautas generales de contenido.
- Es posible que las aplicaciones no ejecuten un volumen desequilibrado de anuncios en relación al contenido ("Ad Farms")
- Los anuncios que se reproducen en aplicaciones que permiten la "desplazamiento automático" o la "reproducción automática", o implementan otras tácticas diseñadas para crear impresiones de anuncios, en lugar de experiencias de contenido de calidad, están sujetos a la revisión de Roku.
- Las pausas publicitarias/grupos de anuncios mid-roll solo se permiten después de que se haya visto un mínimo de 7 minutos de contenido y, a partir de entonces, en intervalos de no menos de siete minutos.
- Los grupos de anuncios en el contenido de AVOD no pueden durar más de dos minutos, con no más de dos anuncios de menos de: 30 en un grupo dado, a menos que Roku proporcione una aprobación expresa previa por escrito de lo contrario.
- El contador de anuncios y la duración del anuncio deben estar visibles para todos los anuncios (con la excepción de los anuncios interactivos).
- Es posible que las aplicaciones no publiquen el mismo anuncio varias veces en una sola pausa/grupo.
- Los anuncios individuales no deben repetirse más de dos veces por hora por Usuario único.
- Los anuncios individuales no deben repetirse más de cinco veces al día por Usuario único.



Audio Offsite

Los audio ads, o anuncios de audio, son las publicidades que aparecen en los distintos formatos y canales de streaming de audio. Un ejemplo es la publicidad en podcast y radio online

Actualmente no disponible. El equipo Walmart comunicará oficialmente la fecha de la liberación de esta funcionalidad.

Nota: Imágenes de carácter ilustrativo. Para mayor información en medidas consulte los detalles por diapositiva



WM DSP: Audio Offsite



AUDIO

- Nombre de archivo: Caracteres alfanuméricos
- Formato: MMAS (.mp3, .wav que se codificara a .ogg al cargarlo), 3PAS (.ogg)
- Formato del archivo: Audio con calidad de CD de 44,1 kHz/16 bits
- Tamaño del archivo: 1GB máximo
- URL de página destino
- Duración de 15 o 30s
- 3PAS permitidos: Sizmek, DCM, A Million Ads, F Sharp. Para otros servidores contactar al equipo Walmart.



COMPANION BANNER

- Nombre de archivo: Caracteres alfanuméricos
- Formato: .gif, .html, .jpg, .jpeg, .png, .tif, .tiff
- Tamaño del archivo: 500 kb
- Dimensiones: 300x250
- URL de página destino



WM DSP: Mejores prácticas de Audio



- Todas las campañas de audio deberán configurarse como una creatividad de video.
- La preferencia de las creatividades es que las creatividades de audio deben ser MMAS y se debe seleccionar "Cargar un recurso de video".
- Tenga en cuenta que Spotify solo puede aceptar archivos seguros.
- Tenga en cuenta que el inventario de audio de escritorio de Pandora tiene 2 banners complementarios, lo que no es estándar para el protocolo VAST de IAB. Por eso, WM DSP no está certificado para ejecutarse en Pandora porque WM DSP no impone dos banners complementarios en las creatividades de audio y solo podría rastrear uno de esos banners en la plataforma si se cargan dos banners.
- Errores comunes de VAST de audio:
- VAST Error 301: verifique la validez de VAST URI / verifique el protocolo (HTTP/S)
- VAST Error 302: comprobar el número de redireccionamientos necesarios para reproducir EL ACTIVO
- VAST Error 303: Respuesta vacía
- VAST Error 402: tiempo de espera debido a un problema con el archivo multimedia.



HTML5 Offsite

Los anuncios HTML5 le permiten presentar imágenes, videos y animaciones interactivas mediante el uso de CSS, HTML y JavaScript para publicar en aplicaciones móviles o páginas web. ¡Simplemente cree su anuncio en su sandbox, luego agrupe todas sus imágenes de respaldo y archivos de activos y cárguelos para usarlos en su campaña!

Actualmente no disponible. El equipo Walmart comunicará oficialmente la fecha de la liberación de esta funcionalidad.

Nota: Imágenes de carácter ilustrativo. Para mayor información en medidas consulte los detalles por diapositiva



WM DSP: HTML5 Offsite

PAQUETE DE ACTIVOS MMSA HTML5



- Este archivo zip debe tener un documento HTML raíz dentro del directorio raíz.
- Tipos de medios permitidos: CSS (.CSS), HTML (.HTM, .HTML), Imagen (.GIF, .JPEG, .JPG, .SVG, .TIF, .TIFF),
- JavaScript (.JS), fuentes web (.WOFF, .WOFF2). No puede anidar archivos zip en el archivo zip.
- Los archivos de video, expandibles y MRAID no son compatibles actualmente.
- El archivo zip (paquete completo) no puede exceder los 1000 KB, y ningún elemento HTML o de recurso de imagen puede exceder los 110 KB.
- Los nombres de archivo del paquete de recursos de HTML5 y cualquier archivo dentro no pueden contener espacios en blanco ni Unicode.
- El análisis del directorio raíz determina un documento HTML raíz eligiendo el único documento HTML allí, el llamado "index.html", o el primer documento HTML que MMAS detecta allí. Por lo tanto, le recomendamos que utilice "index.html".
- Los activos incluidos en el Paquete de activos no deben usar almacenamiento local o almacenamiento de sesión..
- Documentos HTML raíz: no pueden tener ninguna etiqueta < noscript >
- Debe tener todas las URL rastreadas, incluidas las URL configuradas a través de JavaScript,
- No tiene un límite de longitud de caracteres específico (incluidos espacios y comentarios)



WM DSP: HTML5 OFFSITE

IMAGEN DE RESPALDO



- Cada creatividad HTML5 de MMAS debe tener un recurso de copia de seguridad único, que es un recurso de imagen proporcionado durante la carga.
- Ninguna imagen de respaldo puede exceder los 110 KB.
- Esta imagen de copia de seguridad se cargará fuera del archivo zip del paquete de recursos de HTML5, pero debe tener el mismo nombre que el paquete de recursos de HTML5. Se publicará cuando la creatividad se muestre a los usuarios cuyo navegador/entorno tenga JavaScript deshabilitado.
- Dado que MMAS actualmente no admite creatividades receptivas/de tamaño variable, las dimensiones de la imagen de copia de seguridad seleccionada se utilizarán como las dimensiones de la creatividad HTML5.



Política de contenido



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. MediaMath 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 MediaMath 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	•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 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.
Clasificación no válida o incorrecta	•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	Creatividad que represente, contenga o anuncie pornografía, desnudez, obscenidad y otro material de naturaleza sexual. Los materiales de naturaleza sexual pueden incluir, entre otros: • 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 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	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: • 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 arrojadizas



Las siguientes categorías de Creatividad están restringidas al usar los Servicios:

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!