

Directrices para socios proveedores

Criteo opera a través de una red de inventario premium. Por este motivo, los socios proveedores de Criteo (“Publishers”) deben respetar y cumplir siempre las siguientes directrices.

Además, los Publishers de Criteo son responsables de asegurarse de que sus Sitios Web cumplan con las leyes y normativas aplicables, incluidas las leyes y normativas de protección de datos y privacidad aplicables. “Sitios Web” incluyen páginas web, apps móviles y cualquier otra fuente de inventario de publicidad que sea proporcionada a Criteo por parte del Publisher. Para obtener más información sobre tus obligaciones relacionadas con la información de los usuarios y la recogida de consentimiento, haz clic [aquí](#).

Los siguientes puntos enumerados no forman parte de una lista exhaustiva y Criteo se reserva el derecho de rechazar o eliminar a Publishers o Sitios Web de su red a su entera discreción. Criteo se reserva el derecho de detallar, modificar o actualizar esta política en cualquier momento. En ese caso, Criteo publicará dichos cambios directamente en esta página.

1. Restricciones de contenido

Los Sitios Web no incluirán el siguiente contenido:

1.1 Incentivos comerciales y determinados servicios financieros

Esto incluye, sin limitarse a, contenido que:

- Anime a los usuarios, de manera engañosa, a hacer clic en la oferta de un tercero, que no esté asociado con el contenido del sitio
- Ofrezca incentivos a los usuarios a cambio de clics en anuncios, por ejemplo, acceder a contenido en redes sociales u obtener dinero virtual, incluidas fichas de juego o créditos.
- Promocione o facilite esquemas Ponzi, estructuras piramidales, estructuras «hágase rico rápidamente», ofertas de ayuda monetaria u otras oportunidades de generación de dinero que sean cuestionables desde un punto de vista legal
- Promocione o facilite programas de asesoramiento financiero que exageren los retornos potenciales u ofrezcan «garantías» del retorno financiero
- Promocione ganancias financieras sin riesgos (p.ej. “¡Sin riesgos!” “¡Garantizado!” “¡Grandes ingresos!” “¡100% de retorno de la inversión!” “¡Hazte rico rápidamente!” “¡Rápido y fácil!” “Empieza a ganar hoy mismo”)
- Ofrezca información sobre evasión de impuestos, blanqueo de dinero y/u otras actividades financieras ilegales

1.2 Acoso, enaltecimiento del odio y de la violencia

Esto incluye, sin limitarse a, contenido que:

- Sea odioso o discriminatorio para cualquier grupo o persona en función de su raza, sexo, nacionalidad, creencia religiosa, edad u orientación sexual
- Difama o amenaza a cualquier grupo o persona

- Promueve la enajenación o el acoso de grupos o personas
- Promueve grupos de odio, incluidos grupos que aseveran la supremacía por razones de raza, sexo, nacionalidad, filiación religiosa, edad u orientación sexual.
- Promueve, vanagloria o tolera la violencia contra otros
- Ofrece información sobre, o aboga por, el suicidio u otras formas de lesión personal

1.3 Sitios Web de contenido infantil

Esto incluye Publishers o Sitios Web que:

- Se dirijan a niños menores de la edad a la que es obligatorio el consentimiento explícito para la recopilación de información personal, tal y como se define en la ley aplicable
- Muestren anuncios de Criteo a usuarios de los que el Publisher tiene conocimiento real de que son niños menores de la edad a la que es obligatorio el consentimiento explícito para la recopilación de información personal, tal y como se define en la ley aplicable

1.4 Contenido adulto, desnudez, pornografía y encuentros sexuales

Esto incluye, pero sin limitarse a, contenido que:

- Sea de naturaleza sexualmente explícita o pornográfico
- Incluya desnudez, vídeos y/o imágenes de personas en posiciones sexuales provocadoras o insinuantes
- Promocione o facilite el sexo como compensación

- Incluya imágenes de dibujos animados explícitamente sexuales, como hentai o ecchi
- Se relaciona con fetiches, objetos o juguetes sexuales
- Incluya texto explícitamente sexual, incluidos chistes, historias eróticas y descripciones de actos sexuales
- Incluya lenguaje crudo o profanidad excesiva
- Presenta un aviso “18 USC 2257”
- Contenga imágenes de personas con ropa transparente
- Ofrezca consejos sobre actos sexuales o infecciones de transmisión sexual

1.5 Contenido impactante, ofensivo o engañoso

Esto incluye, sin limitarse a, contenido que haya sido diseñado intencionadamente para horrorizar o escandalizar al usuario o generar atención mediante publicidad intencionalmente engañosa o grotesca.

Esto incluye, pero sin limitarse a, contenido que:

- Comparta falsedades o cosas que faltan a la verdad
- Contenga lenguaje e imágenes que sean violentos, irrespetuosos, vulgares o explícitos
- Sea «NSFW» (no es apropiado para el trabajo) o «NMS» o haya sido diseñado para generar repulsa, repugnancia o rechazar al usuario
- Incluya cualquier uso deliberado de afirmaciones fraudulentas, objetivamente incorrectas o engañosas para atraer tráfico (es decir, ciberanzuelo)
- Promueva la precisión o garantía de obtención de resultados basándose en la astrología, física o paranormal, o servicios o productos paranormales

1.6 Alcohol, tabaco, drogas ilegales y parafernalia relacionada

Esto incluye, pero sin limitarse a, contenido que:

- Facilite o promueva el uso de cigarrillos, cigarrillos electrónicos, vaporizadores, dispositivos puros, puritos, pipas, papel de fumar o tabaco sin humo
- Presente principalmente un consumo excesivo de alcohol
- Promueva sustancias (incluidas sustancias que puedan ser legales según la legislación local), que induzcan «subidones» o alteren el estado mental con fines recreativos. Ejemplos: cocaína, salvia, kratom, metanfetamina, heroína, marihuana, sustitutos de la cocaína, mefedrona, «drogas legales»
- Promocione o facilite el uso de drogas para fines recreativos, incluidas las drogas para fines médicos o recreativos como la marihuana, incluso en jurisdicciones en las que sea legal según la normativa local. Esto incluye contenido relacionado con pipas, cachimbas o coffe shops de cannabis
- Ofrezca instrucciones sobre la producción, compra o uso de drogas para fines recreativos
- Incluya consejos o recomendaciones sobre el uso de drogas

1.7 Juego

Esto incluye, pero sin limitarse a: Sitios Web con productos de juego con dinero real.

Se permiten las loterías, los concursos y otros sorteos promocionales siempre y cuando los premios se entreguen sin cargos monetarios para las personas que deseen participar. Estos Sitios Web deben cumplir con toda la legislación pertinente.

1.8 Armas y armas de fuego

Esto incluye, pero sin limitarse a, contenido que:

- Promocione o facilite la venta de munición, armas de fuego, pistolas, pistolas de aire, explosivos, bombas, pirotecnia, navajas o armas de cualquier tipo
- Enseñe a hacer bombas u otros explosivos u ofrezca instrucciones explícitas sobre cómo hacer daño o matar

1.9 Actividad ilegal

Esto incluye todo el contenido que no cumpla con todas las leyes relevantes, incluidos, pero sin limitarse a, los Sitios Web que contengan, promuevan o faciliten de alguna manera:

- Descargas ilegales, P2P u otras formas de intercambio de archivos
- Tráfico humano o prostitución
- Servicios o venta de mercancía ilegales
- Creación u obtención de documentos falsos o falsificados, como pasaportes o identidades falsas
- Información o productos para superar pruebas de drogas
- Piratería informática o cracks
- Infracción o violación de derechos de propiedad intelectuales de terceros (como, por ejemplo, infracción de copyright)
- Infracción o violación de leyes de privacidad
- Productos o monedas falsas

2. Anuncios nativos

Cualquier formato de archivo nativo mostrado en tu Sitio Web debe marcarse claramente como un anuncio. Los anuncios nativos deben distinguirse claramente del resto del contenido de tu Sitio Web e incluir texto claramente visible que indique «Promoted» (Promocionado), «Sponsored» (Patrocinado), «Ad» (Anuncio) o su versión localizada. De acuerdo con la nueva guía autorreguladora del sector de la Digital Advertising Alliance (DAA), Criteo exige que todos los anuncios nativos muestren el icono de AdChoices o de información de privacidad y región del clic, que redirija a la página de privacidad de Criteo. El icono debe tener un tamaño de al menos 20x20px y puede colocarse en cualquiera de las cuatro esquinas del anuncio.

3. Directrices sobre las inserciones de anuncios

3.1 Directrices generales sobre las inserciones de anuncios

No deben insertarse anuncios ni muy cerca de botones u otros objetos ni debajo de ellos, pues podrían interferir con la interacción habitual del usuario con el contenido o funcionalidades del Sitio Web. Especialmente:

- No deben insertarse anuncios en un lugar que oscurezca u oculte una zona de interés para los usuarios durante su interacción normal con el Sitio Web.
- No deben insertarse anuncios en zonas de la pantalla en las que los usuarios hagan clic de manera accidental o coloquen los dedos en la pantalla (In-App) sin realmente querer hacer clic sobre le anuncio.

- No deben insertarse anuncios en una pantalla sin salida. Debe haber alguna manera para salir del Sitio Web sin hacer clic en el contenido del anuncio (por ejemplo, un botón «Volver» o «Menú»).
- No deben insertarse, generarse ni ejecutarse anuncios en segundo plano en el dispositivo.
- No deben lanzarse los anuncios antes de que se haya abierto el Sitio Web o después de que se haya cerrado.
- Debe quedar claro para el usuario con qué Sitio Web está asociado el anuncio o dónde está implementado.
- Todos los anuncios e inserciones de anuncios generados por tu Sitio Web deben permanecer únicamente en el entorno del Sitio Web, incluidas las zonas del sitio con widgets.
- Los anuncios y las inserciones de anuncios generadas por tu Sitio Web no deben interferir con otros sitios, anuncios o con el funcionamiento del dispositivo, incluyendo, sin limitarse a, la funcionalidad del sistema operativo, los botones y puertos del dispositivo.
- No deben insertarse anuncios de una manera que interfiera con la visualización, la navegación o la interacción con la funcionalidad y el contenido central del Sitio Web. Algunos ejemplos: un anuncio emergente que se activa cada vez que un usuario hace clic en el Sitio Web.
- Los anuncios no deben insertarse en ninguna pantalla que no presente contenido, como pantallas de agradecimiento, de error, de inicio de sesión o de salida, que puedan confundir al usuario haciéndole pensar que los anuncios son contenido real. Esto incluye las pantallas que los usuarios pueden ver al abrirse el Sitio Web, antes de dejarlo o después de realizar una acción concreta en la pantalla, como una compra o una descarga.

Ten en cuenta que los anuncios emergentes solo están permitidos en un entorno In-App, siempre y cuando cumplan con las directrices de Criteo para anuncios intersticiales In-App (consultar más abajo).

3.2 Anuncios pop-up, emergentes prohibidos y otros anuncios molestos

Los Publishers no deben mostrar anuncios de una manera que sea confusa o que influya negativamente en la experiencia del usuario, incluidos, pero sin limitarse a:

- Postitial Ads (con o sin relojes de cuenta atrás): estos anuncios se muestran después de que el usuario haya hecho clic en un enlace y obligarán al usuario a cerrar el anuncio o a esperar unos segundos antes para poder continuar a otra página.
- Prestitial Ads (con o sin relojes de cuenta atrás): estos anuncios se muestran en una página web o móvil antes de que se cargue el contenido y obligarán al usuario a cerrar el anuncio para poder ver el contenido o a esperar unos segundos para poder continuar leyendo el contenido.
- Anuncios emergentes (antes, durante o después de la salida): estos anuncios aparecen en la pantalla del usuario y cubren el contenido principal del sitio web y bloquean su acceso hasta que se cierra el anuncio.
- Anuncios que se amplíen automáticamente: Estos anuncios se amplían automáticamente sin el consentimiento del usuario o acción por su parte (p.ej. clic, toque).

3.3 Anuncios a pie de página siempre visibles (Web, mobile)

Los anuncios a pie de página siempre visibles en la parte inferior de la página móvil, independientemente de si el usuario está desplazándose por la página. Los publishers

pueden utilizar anuncios a pie de página siempre visibles solo si cumplen las siguientes condiciones:

- Los anuncios siempre visibles deben incluir un botón de cierre claramente identificable para cerrar el anuncio.
- El botón de cierre debe ser lo suficientemente grande para evitar clics accidentales o no intencionados en dicho anuncio, como en el caso de personas con los dedos grandes.
- El botón Cerrar debe colocarse en un lugar separado del contenido del anuncio para evitar clics accidentales en el anuncio.
- El anuncio no debe ocupar más del 30% de la altura vertical de la parte de contenido principal de la pantalla.

3.4 Clics con incentivo o recompensa

- Los Publishers pueden ofrecer a sus usuarios la oportunidad de ver anuncios a cambio de recompensas o incentivos para el usuario, pero solo si no se obliga o incentiva al usuario a interactuar con el anuncio, como, por ejemplo, un clic incentivado.
- Los Publishers no deben, directa o indirectamente, ofrecer incentivos a los usuarios a cambio de clics en los anuncios, ni hacer uso de ningún mecanismo o recompensa monetizable para incentivar clics.

4. Directrices adicionales específicas para Mobile Apps

4.1 Densidad de publicidad

Las Apps no deberán mostrar anuncios que ocupen más del 30% de la altura vertical de la parte de contenido de la pantalla. La regla del 30% aplica a anuncios “siempre visibles” y anuncios in-line y anuncios de desplazamiento por toda la pantalla (anuncios que hacen que el usuario se tenga que desplazar por el anuncio para ver el contenido). Se permiten algunas excepciones para los anuncios emergentes si cumplen con las directrices de Criteo sobre anuncios emergentes.

4.2 Permisos para Apps, Apps fuera de las tiendas oficiales

- Los anuncios de Criteo no deben mostrarse en apps que no sean de las tiendas oficiales (Apple App Store y Google Play Store).
- Los anuncios de Criteo no deben mostrarse en ninguna app que haya sido eliminada de las tiendas oficiales (Apple App Store y Google Play Store).
- En el caso de que una app sea eliminada de la tienda debido a problemas relacionados con los permisos de la app, el Publisher no debe ejecutar ningún anuncio de Criteo en la app hasta que esta haya sido revisada y restaurada en tienda.

4.3 Anuncios en pantalla bloqueada y anuncios que se publican fuera del entorno de la app

A menos que el Sitio Web sea una app anunciada explícitamente como una herramienta para pantalla bloqueada, los Publishers no pueden presentar anuncios en la pantalla bloqueada del dispositivo del usuario ni utilizar funcionalidades que moneticen la pantalla bloqueada.

4.4 Anuncios emergentes aceptados (solo In-App)

Los anuncios emergentes In-App son anuncios a pantalla completa que aparecen en las fases de transición natural en la app, como, detener un juego, antes o después de mostrar los resultados de un juego o entre dos actividades diferentes dentro de la app.

Los Publishers de app pueden utilizar anuncios emergentes solo si cumplen con las siguientes condiciones:

- Los anuncios emergentes deben incluir un botón Cerrar claro y fácilmente identificable que permita a los usuarios saltar el anuncio y volver a la app.
- El botón Cerrar debe ser lo suficientemente grande y estar convenientemente alejado del contenido del anuncio para evitar clics accidentales en el caso de personas «con los dedos grandes».
- Los anuncios emergentes solo se pueden mostrar In-App.
- Los anuncios no deben mostrarse de tal manera que provoquen clics no involuntarios o no intencionados.

5. Directrices sobre la calidad del tráfico

La calidad del tráfico es de suma importancia para Criteo y exigimos a los Publishers que se abstengan de las siguientes prácticas:

5.1 Clics, instalaciones, atribuciones y conversiones no válidas

La actividad no válida incluye cualquier clic, impresión, conversión, instalación o atribución que se genere sin la intención legítima del usuario humano y que pueda inflar artificialmente los costes de un anunciante o las ganancias de un publisher. La actividad no válida abarca el tráfico fraudulento intencionado así como las impresiones, los clics, las atribuciones y las instalaciones accidentales. Se prohíbe a los Publishers cualquier tipo de actividad no válida, como se detalla a continuación, y los Sitios Web no deben contener ningún código que genere solicitudes de puja, impresiones, clics, instalaciones o atribuciones artificiales.

La actividad no válida incluye, sin limitarse a:

5.1.1 Clics no válidos:

Los clics en los anuncios de Criteo deben provenir de un usuario humano con interés genuino. Cualquier método o mecanismo que genere artificialmente clics o impresiones queda estrictamente prohibido, incluido pero sin limitarse a los siguientes:

- Clics generados por publishers que hagan clic en sus propios anuncios
- Clics repetidos en la misma unidad de anuncio
- Publishers que animen a los usuarios a hacer clic en sus anuncios (entre algunos ejemplos: mensajes en cualquier idioma que animen a los usuarios a hacer clic en los anuncios; implementaciones de anuncios que pueden causar un alto volumen de clics accidentales; incentivos monetarios o no monetarios o recompensas por clics, etc.)
- Uso de herramientas de clic automatizado o fuentes de tráfico, robots u otro software engañoso, spam de clics o inyecciones de clics
- El uso de cualquier otro mecanismo artificial utilizado para generar o inflar clics

5.1.2 Instalaciones y atribuciones no válidas

En Criteo, consideramos que se realiza una instalación una vez que el usuario haya abierto una app por primera vez después de haberla descargado de una tienda de apps oficial. Una instalación de app y su atribución debe ser el resultado de una actividad de usuario legítima. Los publishers no deben usar, directa o indirectamente:

- Un mecanismo cuya finalidad sea computar, de manera artificial, la atribución de instalaciones de app
- Cualquier mecanismo o práctica cuya finalidad sea capturar tráfico orgánico, computar un usuario o inflar el valor del usuario, como spam de clics o inyección de clics.
- Cualquier mecanismo cuya finalidad sea generar instalaciones que no sean producto del interés legítimo del usuario, como simulaciones en dispositivos de simulación (suplantación de usuarios) o solicitudes falsas (suplantación de SDK)
- Cualquier mecanismo destinado a computar, de manera artificial, una atribución de instalación de una app, como el secuestro de instalaciones, el secuestro de clics, la suplantación de SDK, spam de clics, inyección de clics o inundación de clics.

5.2 Presentación de anuncios

- Inyección de anuncios – Los Publishers tienen terminantemente prohibido utilizar mecanismos de inyección de anuncios para mostrar o sustituir anuncios en el Sitio Web de un publisher o anunciante.
- Anuncios ocultos – Anuncios que no se puedan ver bien, ya sea por su tamaño, color, opacidad u otros motivos

- Anuncios apilados – Anuncios que se emitan uno detrás de otro y cuyo objetivo sea generar varias impresiones de anuncios por una única solicitud de puja
- Pre-publicación en navegador – Los Publishers no deben hacer solicitudes de publicación de anuncio sin realmente publicarlo
- Los Publishers no deben adquirir tráfico ni impresiones mediante actividades maliciosas o engañosas (instalaciones de barras de herramientas, malware, adware)
- Actualización automática – Los Publishers no deben utilizar la actualización automática de anuncios, excepto en los casos expresamente permitidos por Criteo. Nos reservamos el derecho de eliminar este permiso en cualquier momento.

5.3 Manipulación de la información personal

Los publishers no deben, directa o indirectamente:

- Ocultar, manipular o rotar la dirección IP original del usuario
- Ofuscar o alterar el id_dispositivo o cualquier información personal
- Crear o generar un id_dispositivo virtual o cualquier información personal

5.4 Manipulación del agente de usuarios

Los publishers no deben, directa o indirectamente, hacer ocultar, modificar, rotar o manipular de ninguna manera la cadena del agente de usuarios del usuario.

5.5 Uso indebido de cookies

- Acumulación de cookies – Se prohíbe a los Publishers capturar cookies con la intención de insertarlas en el caché de un navegador o la transacción http para hacer ver que un usuario legítimo ha visitado el dominio de un anunciante o de un publisher.
- Queda terminantemente prohibida la manipulación de rastreadores de Criteo (cookies) de una forma u otra.

5.6 Manipulación de encabezados HTTP

Queda terminantemente prohibida la manipulación de los campos de encabezados de HTTP.

5.7 Manipulación de pujas

Los Publishers no deben tratar de interferir, abusar o buscar, de ninguna manera, una ventaja injusta en la subasta de impresiones de anuncios, incluyendo, sin limitarse a:

- Realizando repetidas llamadas de anuncios a Criteo para una única impresión.
- Usando cualquier mecanismo o código que genere múltiples displays de anuncios a partir de una sola respuesta de puja de Criteo.
- Utilizando cualquier mecanismo o código que interfiera o perturbe la integridad o el rendimiento del código de Criteo.

5.8 Manipulación de Url, dominio y id de app (id del paquete)

- «Suplantación de dominios» – Los publishers tienen prohibido falsear o alterar cualquiera de las siguientes informaciones: url de la página, dominio, id de app, id del paquete.
- Los publishers no deben ofuscar, alterar o tergiversar la fuente, el dominio, la ip de la app o la URL de origen.

5.9 Fuentes de tráfico prohibidas

Los Publishers no deben utilizar fuentes de tráfico prohibidas para generar impresiones para los anuncios de Criteo. Las fuentes prohibidas incluyen:

- El tráfico generado por la actividad iniciada por máquinas o los navegadores no legítimos, incluidos, pero sin limitarse a:
 - Botnets o rastreadores
 - Granjas de tráfico, centros de datos, servidores alojados en instalaciones de co-ubicación o instalaciones de hosting
 - Máquinas virtuales (ya sean alojadas en un servidor o en un entorno virtualizado)
 - Emuladores
- Adware/Malware – Tráfico generado por llamadas de anuncios en impresiones o clics por un software que no sea un navegador legítimo
- Tráfico proxy – Tráfico que se dirige a través de servidores proxy, donde se enmascara el origen de procedencia del tráfico, entre los que se incluyen, sin limitarse a, proxies anónimos como Tor
- El tráfico de países y regiones sujeto a sanciones del United States Office of Foreign Assets Control (OFAC) u otro organismo regulador competente

5.10 Diseño de sitios maliciosos y prácticas engañosas

Los publishers y sus Sitios Web no deben, directa o indirectamente:

- Realizar un arbitraje o conexión encadenada, que genere tiempos de carga largos anómalos, rendering o consumo de otro software/hardware informático
- Generar impresiones que eviten elecciones explícitas del consumidor (p.ej. bloqueo de anuncios)
- Cambiar las preferencias de usuario o configuración del navegador
- Iniciar descargar sin el consentimiento explícito del usuario
- Redireccionar automáticamente al usuario a otra página sin el consentimiento previo de este
- Confundir o engañar al usuario intencionadamente
- Contenido de pasarelas en apps móviles
- Forzar descargas para el acceso a contenido (p.ej. barras de herramientas o cualquier tipo de software o código que se fuerce en un dispositivo de usuario)
- Contener, distribuir o promover adware, spyware, aplicación P2P, malware, virus, gusanos, troyanos u otros códigos informáticos malintencionados

Última actualización: 15 de enero de 2020

La versión anterior está disponible [aquí](#).