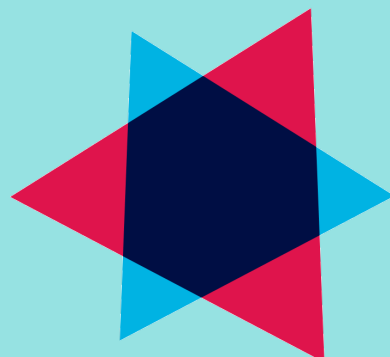


LEY PARA LA TRANSPARENCIA PREVENCIÓN Y COMBATE DE PRÁCTICAS INDEBIDA EN MATERIA DE CONTRACION DE PUBLICIDAD



- Los legisladores consideraron “incorrecto” que las agencias pudieran estar cobrando honorarios a sus clientes anunciantes y por otro lado una comisión a los medios de comunicación y con la nueva ley pretenden prácticamente eliminar a las agencias en dicha ecuación y que solo puedan cobrar honorarios por su labor creativa.
- Esta Ley se publicó el 3 de junio del 2021.
- Vigente a partir del 1 de septiembre del 2021.



1 OBJETO:

Promover la **transparencia en el mercado de la publicidad**, prevenir y combatir prácticas comerciales que constituyan una ventaja indebida en perjuicio de anunciantes y consumidores

2 ÁMBITO DE APLICACIÓN:

Actos, contratos, convenio, acuerdos o procedimientos, sin importar cómo se les llame que **celebren las agencias, los medios y los anunciantes**.

3 NUEVOS TÉRMINOS:

Como el de **Publicidad Digital Programática**: Publicidad Digital vendida a través de mecanismos automatizados, en particular a través de subastas en tiempo real, que establecen como criterio principal de venta el acceso a audiencias con perfiles segmentados.



4 LIMITACIONES Y/O PROHIBICIONES:

Una Agencia sólo puede adquirir Espacios Publicitarios por cuenta y orden de un Anunciante y en el marco de un contrato de mandato celebrado por escrito entre el Anunciante y la Agencia. **Una Agencia no puede adquirir Espacios Publicitarios por cuenta propia para su posterior reventa a un Anunciante.**



5 CONTENIDO DEL CONTRATO DE MANDATO:

El contrato entre la agencia y anunciante debe contener **monto a cobrar**. Cualquier **descuento** del medio a la agencia debe ser a favor del anunciante, quien controlará la ejecución de la campaña. Ni la agencia ni sus terceros relacionados podrá recibir remuneración **comisión** o beneficios en especie por un medio a quien tampoco podrá prestarle servicio al mismo tiempo que al anunciante.

6 FACTURACIÓN DE SERVICIOS:

El Medio deberá enviar la factura por concepto de la venta de los Espacios Publicitarios directamente al Anunciante, aun cuando la Agencia realice el pago en su nombre, conforme a la normatividad en materia fiscal aplicable. Además se le notificará al anunciante I. Las fechas y los lugares de difusión; II. Los Espacios Publicitarios difundidos y los formatos utilizados, y III. Los precios unitarios de los Espacios Publicitarios, incluyendo, los montos de cualquier descuento otorgado por el Medio

7 PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA:

La Agencia que adquiera Publicidad Digital Programática a nombre de un Anunciante **deberá comunicar inmediatamente al medio vendedor de los Espacios la identidad del anunciante** y entregarle, durante el mes siguiente a la difusión de los Espacios Publicitarios considerados, información que incluya: Los resultados de los servicios prestados en términos de indicadores cuantitativos de desempeño y en términos de los criterios acordados entre Anunciante y Agencia, qué instrumentos tecnológicos propios o de terceros utilizados en la prestación de servicios, así como los medios que se utilizarán para evitar aparecer en plataforma o entornos señalados por el Anunciantes como perjudiciales a su imagen.



8 OBLIGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA AGENCIA

La Agencia debe **informar por escrito al Anunciante de las relaciones financieras que la Agencia, o el grupo económico al que pertenece, tiene con el o los Medios que pretende contratar**



9

CONTRATACIÓN CON ENTES PÚBLICOS:

En caso de que la contratación se lleve a cabo por un ente público, sin perjuicio de las disposiciones de esta Ley, se deberá atender a los criterios, principios y disposiciones previstas en la Ley General de Comunicación Social y demás ordenamientos aplicables en la materia

10

SANCIONES:

Multa hasta por el equivalente de **dos por ciento** de sus ingresos a:

- a) El Anunciante o la Agencia que no celebre un contrato en los términos de la ley.
- b) El Medio que no entregue directamente al Anunciante la factura y la información asociada y
- c) La Agencia que no entregue la información establecida en la Ley.

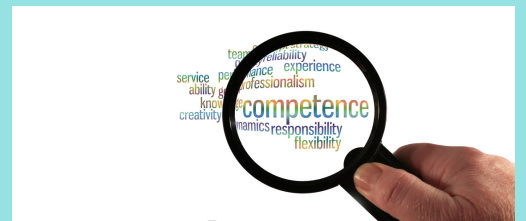
Multa hasta por el equivalente de **cuatro por ciento** de sus ingresos a:

- a) La Agencia que adquiera Espacios Publicitarios por cuenta propia para su posterior reventa a un Anunciante; La Agencia que recomiende a un Anunciante, o contrate a su nombre, un Medio con el que tiene relaciones financieras, si deliberadamente comunica al Anunciante información falsa o distorsionada sobre las características del Medio referido o de los Medios que le pueden ser sustitutos;
- c) La Agencia que, actuando por cuenta y orden de un Anunciante, reciba remuneración, comisión o beneficio en especie alguno de cualquier persona distinta de dicho Anunciante;
- d) El Medio que entregue remuneración, comisión o beneficio en especie alguno a una Agencia que actúa por cuenta y orden de un Anunciante o a terceros utilizados por la Agencia para la prestación de los servicios al Anunciante, y
- e) La Agencia que preste directamente servicios a un Medio en términos contrarios a lo señalado la Ley

**11**

AUTORIDAD COMPETENTE PARA CONOCER DE DENUNCIAS:

Las denuncias derivadas serán conocidas por la **Comisión Federal de Competencia Económica** de conformidad con los procedimientos previstos por la Ley Federal de Competencia Económica.

**12**

ÁMBITO TERRITORIAL DE APLICACIÓN DE LA LEY:

Las disposiciones establecidas en la presente Ley **son aplicables con independencia del lugar de establecimiento de la Agencia**, si el Anunciante tiene residencia en México y el anuncio es difundido en el territorio nacional.



Para más información contacta a Escartín Abogados en:

www.escartin.mx

