

Ciudad de México a 26 de abril de 2021.

Sen. Cruz Pérez Cuellar
Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía
PRESENTE

El Interactive Advertising Bureau (IAB), es una red global que reúne a un total de 48 organizaciones de IAB, incluidas tres organizaciones regionales, para compartir desafíos, desarrollar soluciones globales y promover la industria de la publicidad digital en todo el mundo. Los diferentes capítulos de IAB, están ubicados en América del Norte, América del Sur, África, Asia Pacífico y Europa.

IAB inició actividades en 1996 en Estados Unidos y en México está representada desde febrero de 2005 por la Asociación Interactiva en Publicidad A.C., es una persona moral constituida con apego a la legislación mexicana, bajo la naturaleza jurídica de asociación civil (sin fines de lucro). IAB México, cuenta con la participación de más de 160 empresas que representan al ecosistema de Publicidad Digital y Marketing Interactivo: Anunciantes, Agencias, Medios, Empresas de Tecnología e Instituciones Educativas entre otros.

El propósito principal de IAB México, es ser punto de encuentro para el crecimiento y profesionalización del ecosistema de marketing y comunicación evolucionando en un entorno digital y sus principales acciones giran en torno a el Desarrollo y difusión de Estudios, Programas Educativos y la promoción de Mejores Prácticas para todo el ecosistema de Publicidad Digital y Marketing Interactivo.

Hemos tenido conocimiento de la iniciativa presentada por el senador Ricardo Monreal Ávila respecto a la Ley de Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad, la cual fue presentada el pasado 22 de Abril para revisión de las Comisiones Unidas de Radio, Televisión y Cinematografía y de Estudios Legislativos, Segunda.

De la manera más atenta y respetuosa deseamos solicitar que dicha iniciativa pueda ser discutida y analizada en Parlamento Abierto para que en el espíritu de transparencia que el proyecto propone, pueda ser visible a todos los participantes del ecosistema, y así poder tener una valoración integral de los efectos y potenciales impactos que el proyecto propone.

Por otro lado y alineado a diversos puntos expuestos en el dictamen de la iniciativa, existen aspectos que son importantes dilucidar en pro de la transparencia y ejecución del proyecto, tales como los mecanismos y recursos que demandaría hacer los proceso de auditoría que se citan como parte de la implementación de la ley.

Otro aspecto importante a considerar, es la segunda consideración de las comisiones, en las que se cita la investigación en curso de la Comisión Federal de Competencia Económica, respecto a posibles malas prácticas y la posible realización de prácticas monopólicas relativas en el mercado de servicios de publicidad digital; esta investigación no ha concluido ya que el proceso de respuesta de los cuestionarios aún está en curso, IAB México y hasta donde tenemos entendido otras organizaciones estamos participando. Sin duda el resultado que la investigación arroje, debe ser tomado en cuenta para tener un marco legal integral con un diagnóstico correcto del mercado mexicano.

Finalmente, deseamos expresar que la publicidad en línea es un motor clave de la economía digital que promueve el crecimiento económico- empresarial y allana el camino para una innovación más amplia del sector digital, por lo que coincidimos con el espíritu de la iniciativa, sin perder de vista que en el apartado del dictamen que hace nota de las experiencias internacionales en materia de publicidad, se observa que los ejemplos citados de Alemania, Gran Bretaña y Estados Unidos reconocen un balance necesario entre la regulación y autorregulación del sector, con la intención de asegurar una práctica responsable donde tenga cabida la innovación y al mismo tiempo certidumbre jurídica ante posibles ejercicios que ameriten ser sancionados.

Atentamente



Gabriel Richaud Falcón
Director General IAB México