

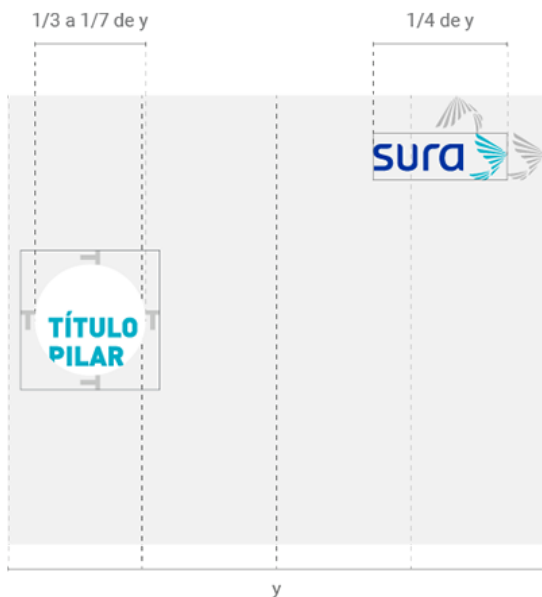
Pauta digital

Logotipo e identificador

En los formatos para pauta digital, el identificador de los pilares va siempre acompañado del logotipo de SURA. El identificador puede usarse en cualquiera de sus versiones, mientras que el logotipo de SURA debe procurarse usar en su versión oficial o en blanco dependiendo de la fotografía.

La ubicación del identificador depende de la información, y su tamaño varía de acuerdo al formato; mientras que la ubicación del logotipo de SURA es del lado de derecho en la parte superior y su tamaño también depende del formato.

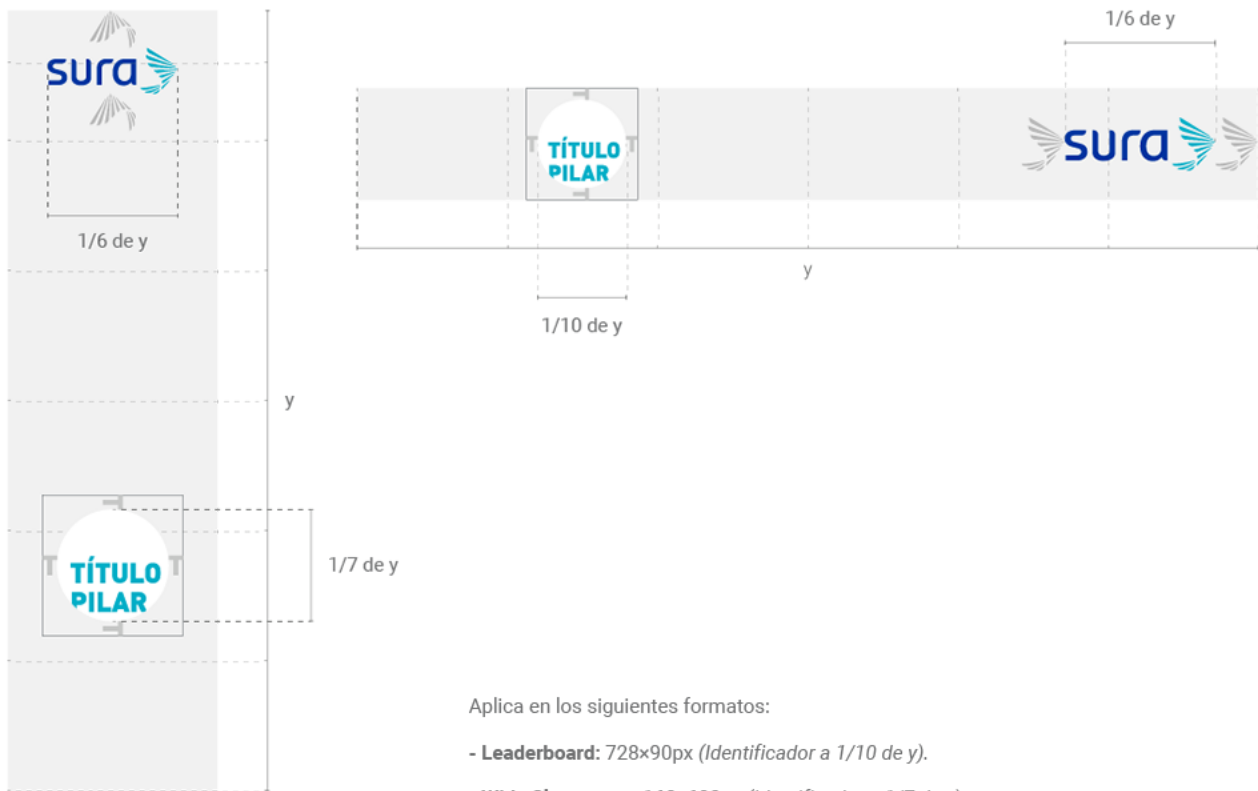
1. El logotipo de SURA debe ser igual a $1/5$ de la longitud del lado más largo del formato ("y"), el tamaño del identificador dependerá del formato (puede ir de $1/3$ a $1/7$ de y)



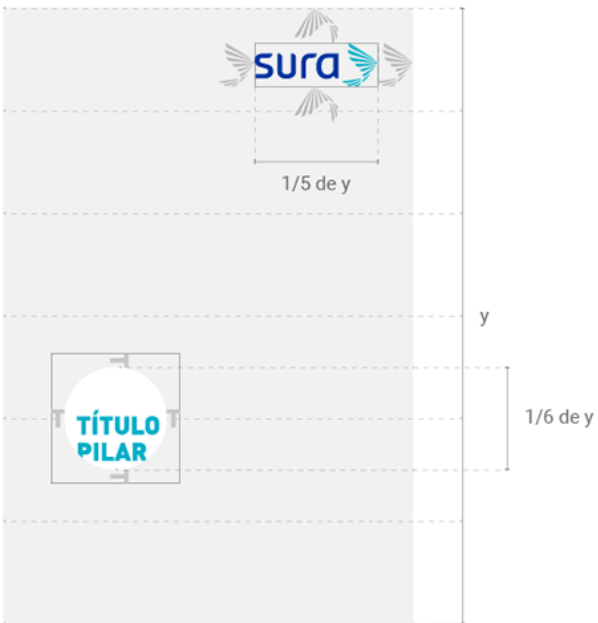
Aplica en los siguientes formatos:

- **Medium Rectangle Box Banner:** 300x250px, 320x320px y 300x300px (Identificador a $1/5$ de y).
- **Mobile Banner:** 320x50px (Identificador a $1/5$ de y).
- **Premium:** 970x250px (Identificador a $1/7$ de y).
- **Venetian:** 970x250px (Identificador a $1/7$ de y).
- **Cubo 3D:** 300x250px (Identificador a $1/5$ de y).
- **Carousel Ads:** 800x800px (Identificador a $1/3$ de y).
- **Page Post Link:** 1200x628px (Identificador a $1/6$ de y).

2. El logotipo de SURA debe ser igual a $1/6$ de la longitud del lado más largo del formato ("y"), el tamaño del identificador dependerá del formato (puede ir a $1/7$ o $1/10$ de y).

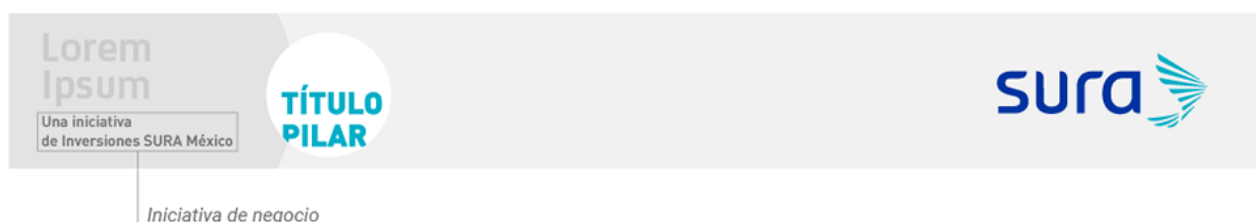


3. En el formato Interstitial (320x480px) el tamaño del logotipo debe ser igual a 1/5 de la longitud del lado más largo del formato ("y"). El identificador tendrá un tamaño de 1/6 de y.



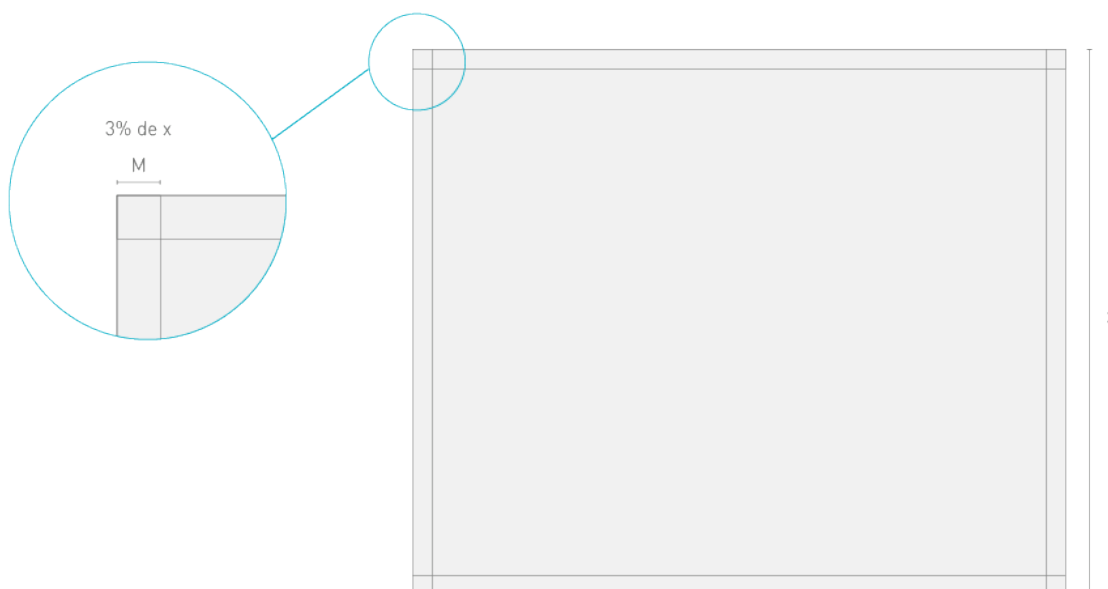
Negocio

En la pauta digital para los pilares de Innovación no se usan los descriptores, como comúnmente se hace, ya que no se deben saturar las piezas de elementos. Para incluir el negocio que emite el mensaje, se deberá hacer a través de la frase “Una iniciativa de...” la cual estará incluida como pie de la información:



Margen

Se estableció un margen ("M") para contar con un área mínima de protección y que los elementos no estén muy cerca de la orilla del formato. El margen se debe respetar en los cuatro lados del formato y su tamaño debe ser igual al 3% del lado más corto del formato.



Formatos

Display-Standard Banners

Son formatos que generan alcance y contribuyen a enviar tráfico a los canales internos.

Descarga los formatos de banners para pauta digital

Descargar



Wide Skyscraper: 160x600px



Leaderboard: 728x90px



Medium Rectangle Box Banner: 300x250px



Mobile

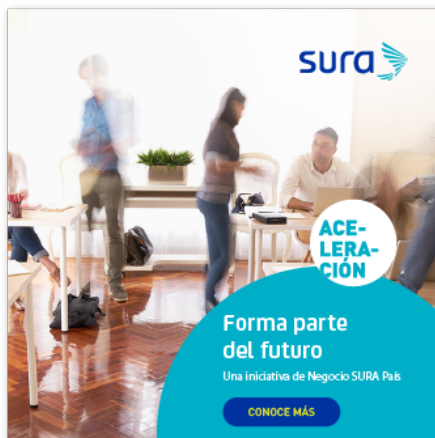
Los formatos mobile generan una mejor recordación de marca y pueden incluir video, lo que potencializa su impacto.



Medium Rectangle Box Banner: 300x250px



Medium Rectangle Box Banner: 300x300px



Medium Rectangle Box Banner: 320x320px



Mobile Banner: 320x50px. Ejemplo secuencia de video.



Display Rich Media o Formatos Premium

Son formatos interactivos que pueden tener sonido, animación y video, mejorando la recordación del mensaje, aumentando la visibilidad y favoreciendo la conversión.



Premium: 970x250px



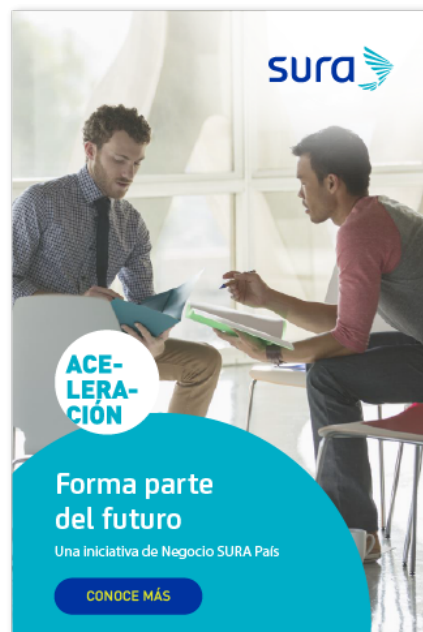
Venetian: 970x250px



Cubo 3D: 300x250px



Interstitial: 320x480px



Social

Son formatos que ofrecen filtros de segmentación por edad, estudios, situación sentimental, puesto laboral, comportamientos e intereses específicos de las personas. Además, generan tráfico a sitios web y aumentan tanto conversiones como reproducciones de video.



Carousel Ads: 800x800px



Page Post Link: 1200x628px



Native Advertising

Este tipo de anuncio respeta el formato y estilo de los contenidos editoriales de la plataforma donde se está publicitando, evitando ser intrusivo para el usuario. Crea interés que conduce al clic en el anuncio y genera tráfico.



Native Ad: 600x500px

