

Pauta digital

Logotipo

En pauta digital, el logotipo de protección debe usarse siempre en su versión principal. Su ubicación varía de acuerdo al formato.

1. El logotipo debe ser igual a $\frac{1}{4}$ de la longitud del lado más largo del formato ("y").



Aplica en los siguientes formatos:

- Medium Rectangle Box Banner: 300x250px, 320x320px y 300x300px
- Mobile Banner: 320x50px
- Premium: 970x250px
- Venetian: 970x250px
- Cubo 3D: 300x250px
- Carousel Ads: 800x800px
- Page Post Link: 1200x628px

2. El logotipo debe ser igual a $\frac{1}{5}$ de la longitud del lado más largo del formato ("y").



y Aplica en los siguientes formatos:

- Leaderboard: 728x90px
- Wide Skyscraper: 160x600px

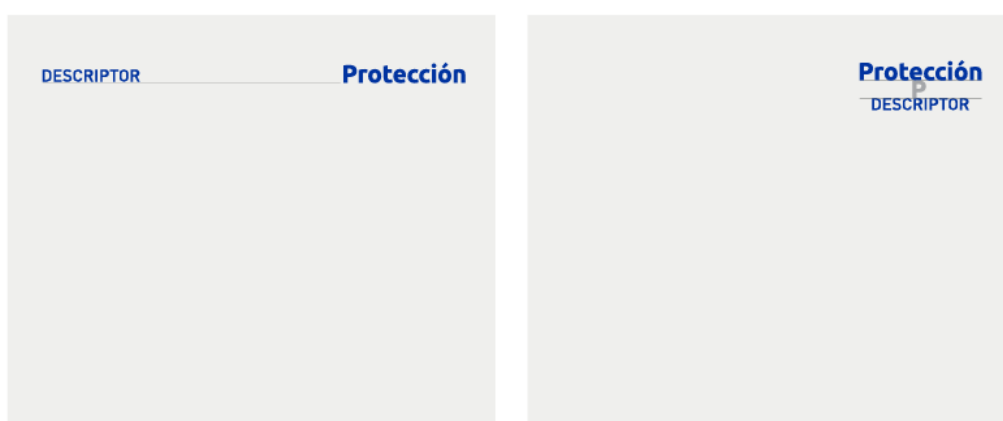
3. En el formato Interstitial (320x480px) el tamaño del logotipo debe ser igual a $1/5$ de la longitud del lado más largo del formato ("y").



Descriptor

El descriptor utiliza la tipografía DIN OT Medium. Su tamaño varía de acuerdo al formato:

1. El descriptor puede ir en el costado opuesto al logotipo de Protección siempre y cuando el formato y la imagen de fondo lo permitan. De lo contrario, deberá ubicarse debajo del logotipo. El tamaño del descriptor varía de acuerdo al número de letras del mismo. Para conocer las proporciones correctas de acuerdo al número de letras del descriptor [da click aquí](#).



2. El descriptor debe ir centrado debajo del logotipo cuando los formatos son muy horizontales o muy verticales. EL alto de la letra “P” del logotipo sirve como medida de separación.

Protección
DESCRIPTOR

Protección
DESCRIPTOR

Para tener en cuenta

Cuando el formato lo requiera, el espacio entre el logotipo y el descriptor puede reducirse a medio símbolo.

De igual manera, si el formato lo requiere, el logotipo puede reducir su tamaño para evitar que la composición pierda proporción.

Protección
DESCRIPTOR

Protección
DESCRIPTOR

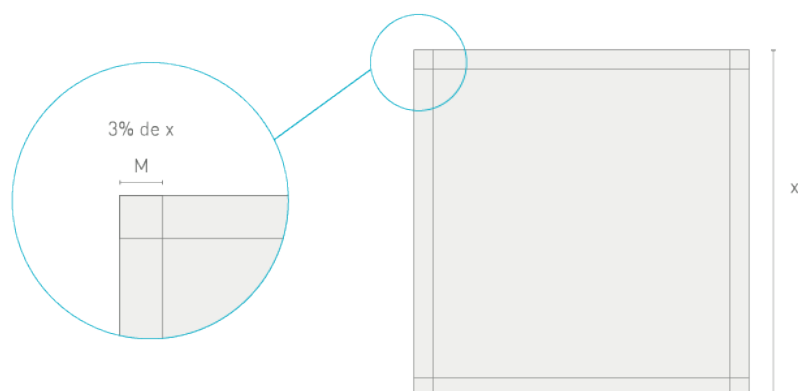
Protección
DESCRIPTOR

1/6 de y

1/7 de y

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

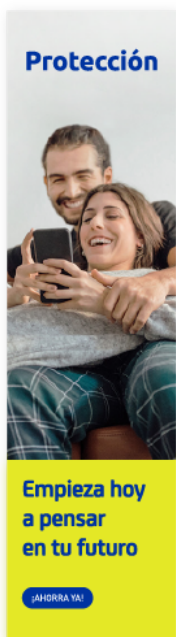
Son formatos que generan alcance y contribuyen a enviar tráfico a los canales internos.

Descarga los formatos de banners para pauta digital

Descargar



Wide Skyscraper: 160x600px



Leaderboard: 728x90px

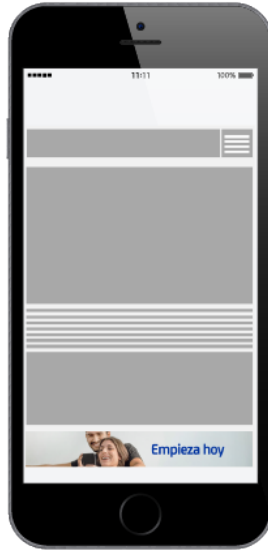


Medium Rectangle Box Banner: 300x250px



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.

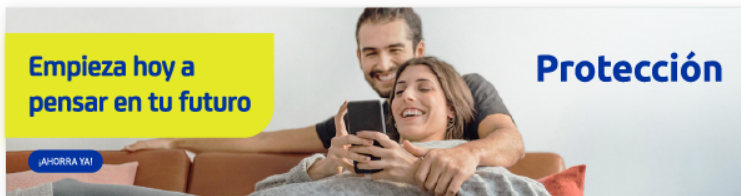


Display Rich Media o Formatos Premium

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



Premium: 970x250px

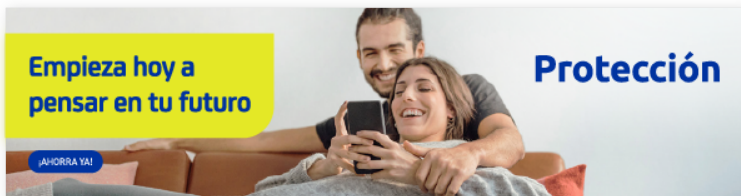


Medida que debe tener la curva de la ventana en estos formatos.



83px

Venetian: 970x250px



Cubo 3D: 300x250px



Interstitial: 320x480px

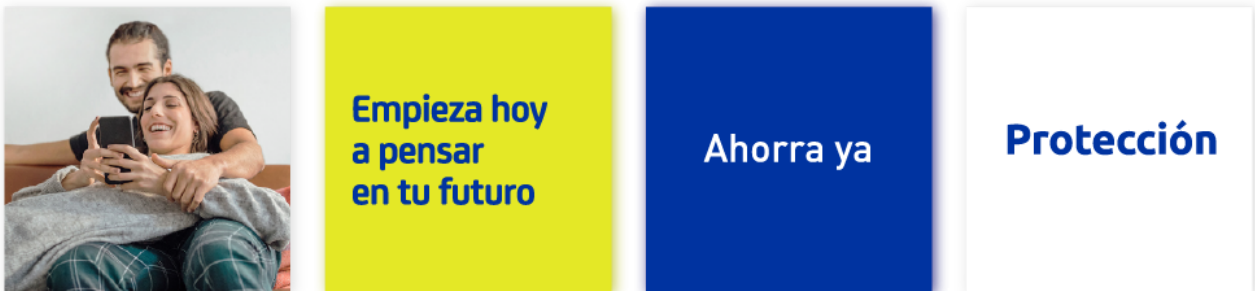


Social

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



Medida que debe tener la curva de la ventana en este formato.



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



Videos

Existen tres formatos para usar la marca Protección en pautas digitales de video:



Formato	Posición	Plataforma	Especificaciones
Anuncios de video que se pueden omitir	Estos videos les permiten a los espectadores omitirlos después de 5 segundos si así lo desean. Se insertan antes o después del video principal, o durante el mismo.	Este formato sirve en computadoras de escritorio, dispositivos móviles, TV y consolas de juegos.	Se reproducen dentro del video principal.
Anuncios de video que no se pueden omitir	Los anuncios de video que no se pueden omitir deben verse antes de que inicie el video. Pueden aparecer antes o después del video principal, o durante éste.	Dispositivos móviles y computadoras de escritorio.	Se reproducen dentro del video y duran entre 15 y 20 segundos según estándares regionales.
Bumpers publicitarios	No se pueden omitir. Son de un máximo de 6 segundos y deben verse antes de que inicie el video principal.	Dispositivos móviles y computadoras de escritorio.	Se reproducen dentro del video y no deben durar más de 6 segundos.