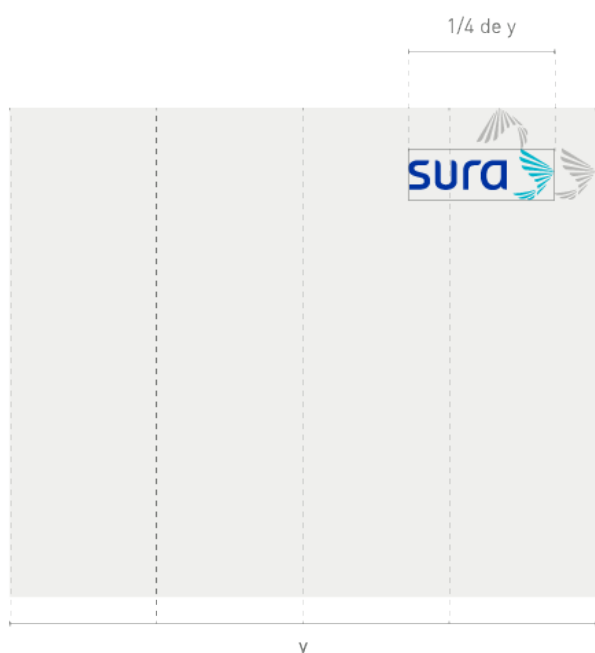


pauta digital

Logotipo

El logotipo debe usarse en su versión principal. Su ubicación varía de acuerdo al formato.

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



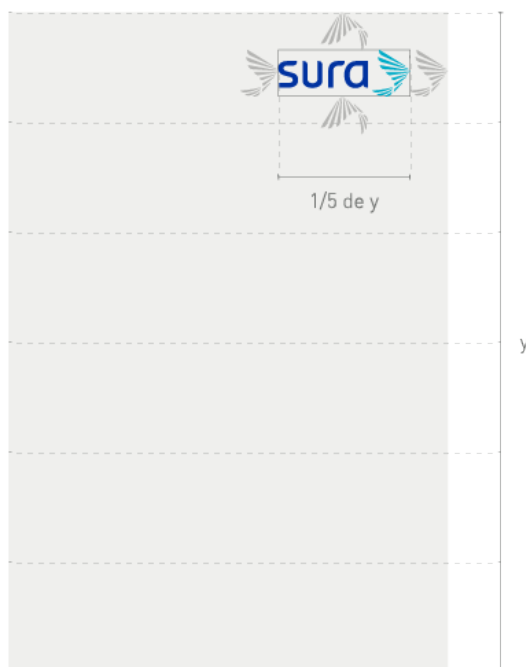
Aplica en los siguientes formatos:

- **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 $1/6$ de la longitud del lado más largo del formato ("y").



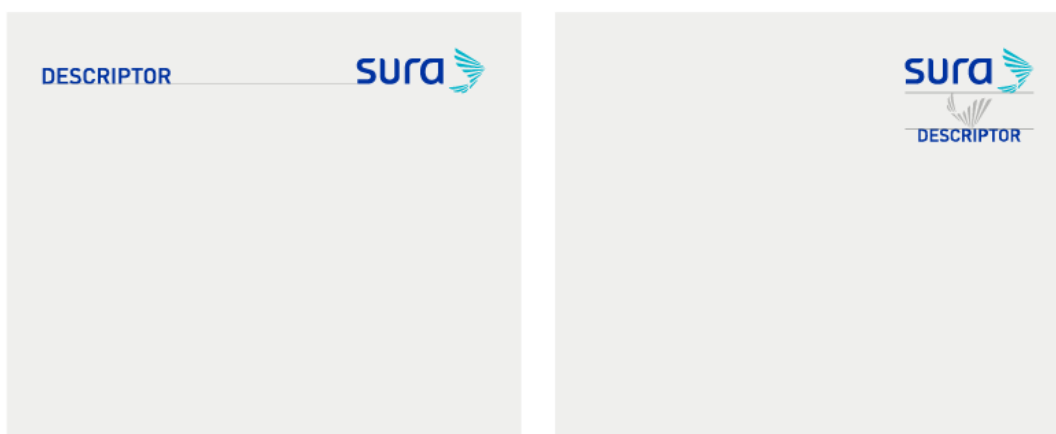
3. En el formato Interstitial (320x480px) el tamaño del logotipo debe ser igual a 1/5 de la longitud del lado más largo del formato ("y").



Descriptor

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

1. El descriptor puede ir al costado opuesto del logotipo siempre y cuando el formato y la foto lo permitan. De lo contrario, deberá ubicarse debajo del logotipo. Su tamaño dependerá del número de letras que éste tenga. Para saber los porcentajes 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 símbolo del cóndor sirve como medida de separación.



Para tener en cuenta

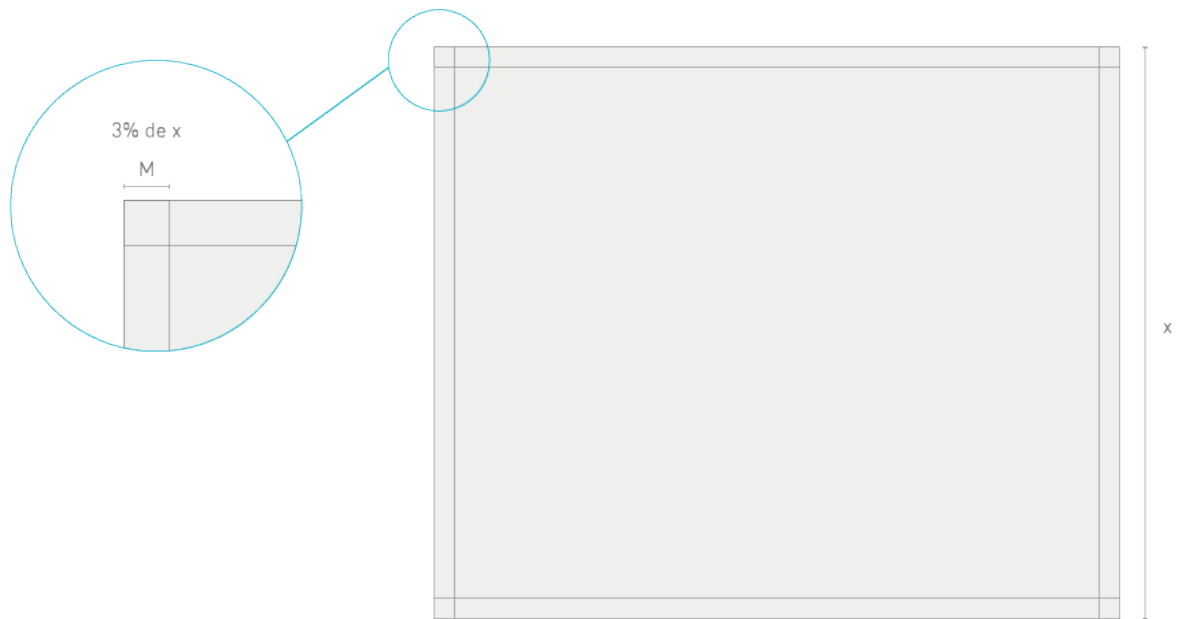
Cuando el formato lo requiera, el espacio entre el logotipo y el descriptor puede reducirse a medio símbolo.

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



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

Se pueden utilizar distintos formatos para pauta digital, de acuerdo a la plataforma que se use.

<p>Ads en buscadores</p>	<p>Facebook</p>	<p>Instagram</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Display-Standard Banners • Display Rich Media o Formatos Premium • Native Advertising • Mobile 	<ul style="list-style-type: none"> • Foto: Una sola imagen, Fotolink, Historias. • Interactivo: Canvas, Carrusel, Colección. Video: Un solo video, Enlace de video, • Presentación, Video 360, Historias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en Historias • Anuncios Fotolink • Carrusel • Video
<p>Twitter</p>	<p>YouTube</p>	<p>LinkedIn</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Fotolink • Seguidores • Interacción • Prospectos 	<ul style="list-style-type: none"> • True View In Stream • True View Discovery • In Stream Bumper • Ads 	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsored Content • Sponsored InMail • LinkedIn Lead Generation Form • Sponsored InMail Lead Gen • Followers Submission Form

Display-Standard Banners

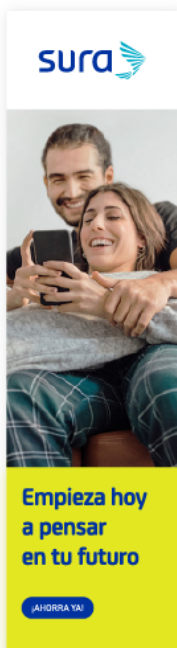
Son formatos que generan alcance y contribuyen a enviar tráfico a los canales internos.

Descarga los formatos
de banners para pauta digital

Descargar



Wide Skyscraper: 160x600px



Leaderboard: 728x90px

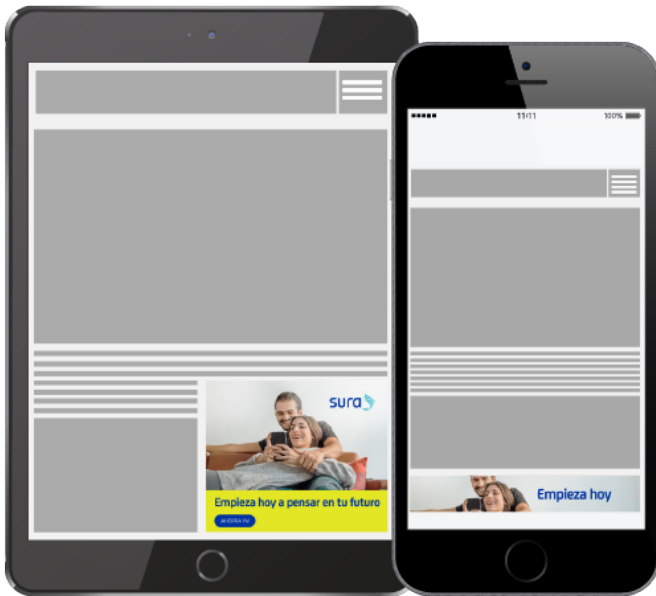


Medium Rectangle Box Banner: 300x250px



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.



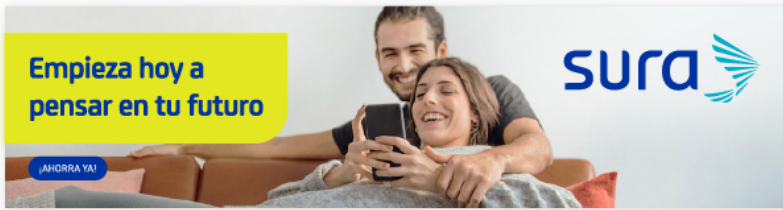
Display Rich Media o Formatos Premium

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

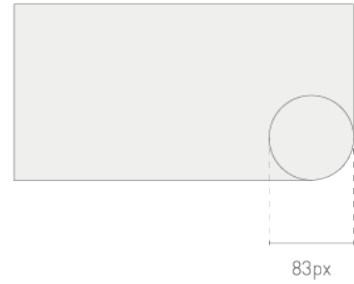
conversión.



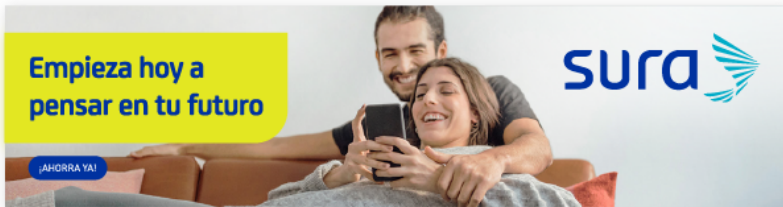
Premium: 970x250px



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



Venetian: 970x250px



Cubo 3D: 300x250px



Interstitial: 320x480px

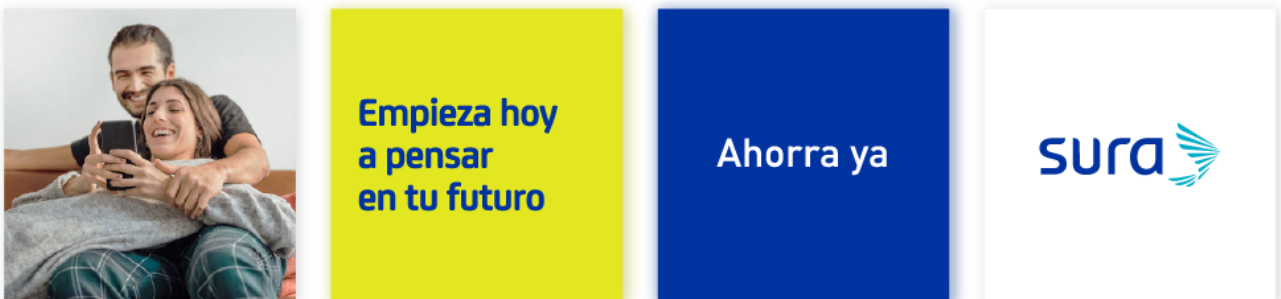


Social

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

Te Puede Gustar



Disfruta del momento seguro de tus ahorros
¿Tú cómo te preparas para el futuro?

SURAMX

Videos

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



Formato	Posición	Plataforma	Especificaciones
True View In Stream	Estos videos 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.	Computadoras de escritorio, dispositivos móviles, TV y consolas de juego.	Se reproducen dentro del video principal.
True View Discovery	Videos compuestos por una miniatura y 3 líneas de texto. Al hacer clic sobre ellos se remite al canal del anunciante donde verá el video.	Dispositivos móviles y computadoras de escritorio.	Se encuentran en lugares de descubrimiento, junto a videos de YouTube relacionados o en la página principal de YouTube para dispositivos móviles.
In Stream	Son anuncios de video que no se pueden omitir. 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.
Bumper Ads	No se pueden omitir y son de un máximo de 6 segundos. Deben verse antes de que inicie el video principal.	Dispositivos móviles y computadoras de escritorio.	Se reproducen dentro del video y no deben de durar más de 6 segundos.

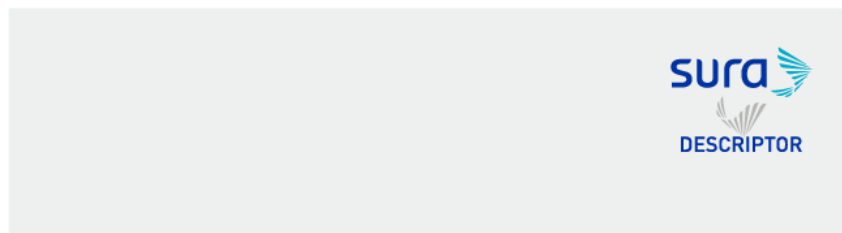
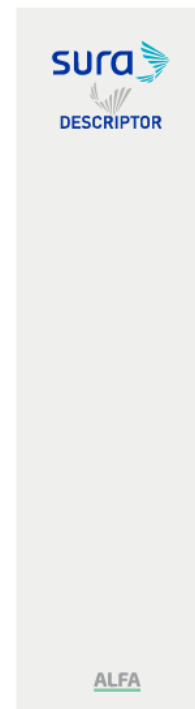
Co-branding y Patrocinio

Alternativas

Existen dos alternativas para usar la marca SURA, en casos de co-branding o patrocinio, dentro de pautas digitales. Éstas se definen de acuerdo a la negociación que se establezca con la otra marca:

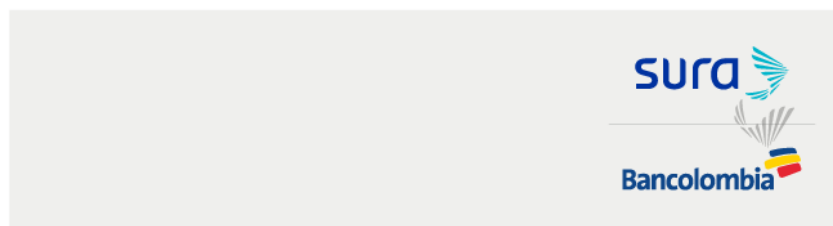
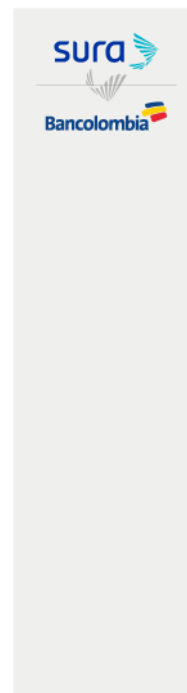
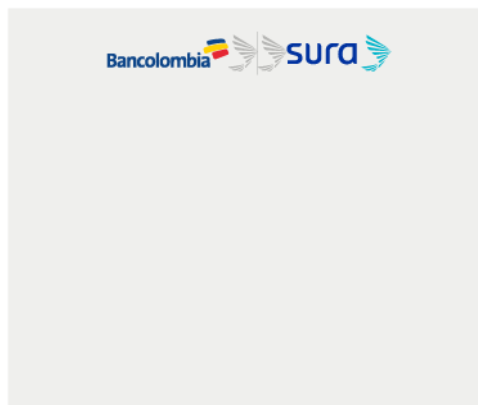
1. 75% de SURA y 25% de otra marca

Se usan los elementos de la marca SURA y la otra marca se ubica en la parte inferior izquierda o a un costado dependiendo del formato y del espacio disponible.



2. 50% de SURA y 50% de otra marca

La pieza es neutra y no se utilizan elementos principales del sistema visual de ninguna de las marcas. Los logotipos se ubican separados por una línea gris delgada y centrados o a un costado según sea el formato que se use para pautar.



Cuando el logo de SURA lleva descriptor:

