

Publicidad Exterior

Principios Básicos

La publicidad en exteriores, también conocida como “Out of Home” (OOH) se refiere a vallas, mupis/opis, videopantallas y medios de transporte público. Debido a las condiciones bajo las que se visualizan estos materiales como la distancia y el tiempo disponible para la lectura, se debe considerar lo siguiente:

1. El texto deberá ser muy claro y concreto.
2. Usar sólo los elementos indispensables; esto permitirá comunicar el mensaje efectivamente.
3. Tener en cuenta la distancia a la que será visto el material y el posible tiempo de lectura.

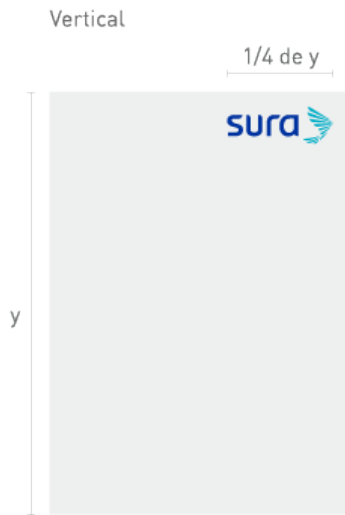
Formatos

Existen diversos formatos para publicidad en exteriores. Se definieron 3 tipos de formatos, donde varía el tamaño del logotipo y la posibilidad de uso de la ventana.

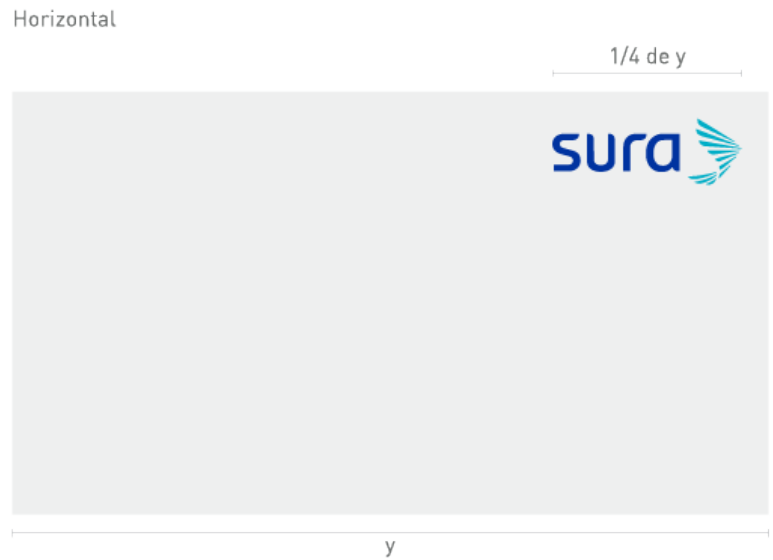
Nota

El área del logotipo reserva puede ser usada de las dos maneras que marca el manual. (Área de reserva)

Formatos convencionales

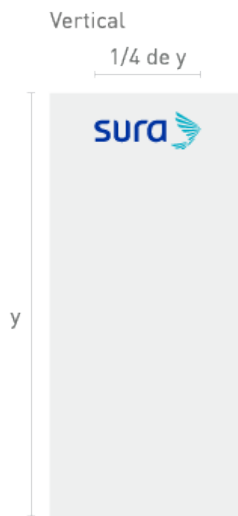


✓ Puede llevar ventana

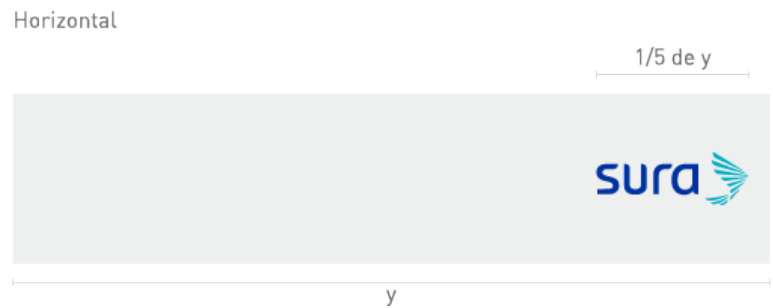


✓ Puede llevar ventana

Formatos alargados

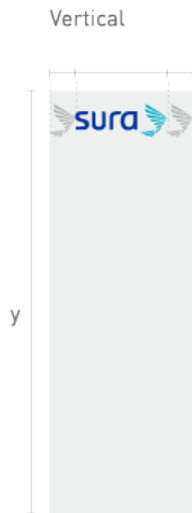


✗ NO puede llevar ventana



✓ Puede llevar ventana

Formatos muy alargados



✘ NO puede llevar ventana

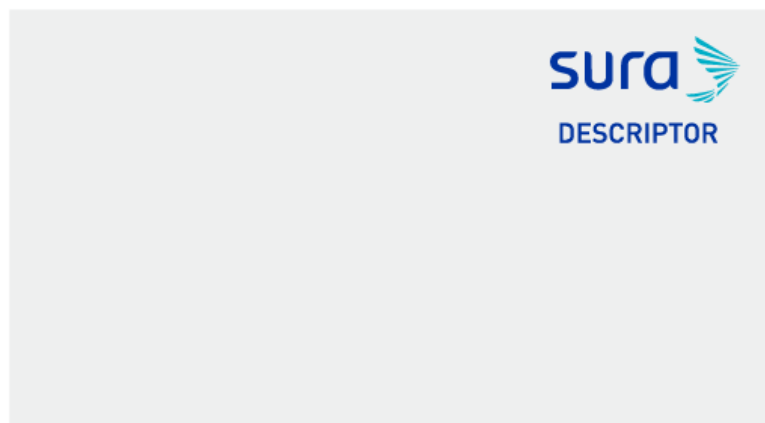
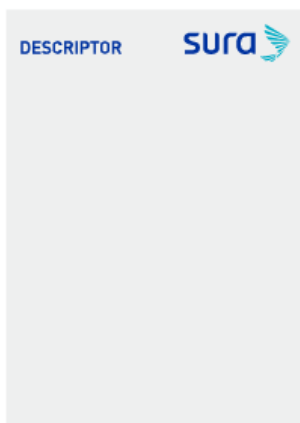
✘ NO puede llevar ventana

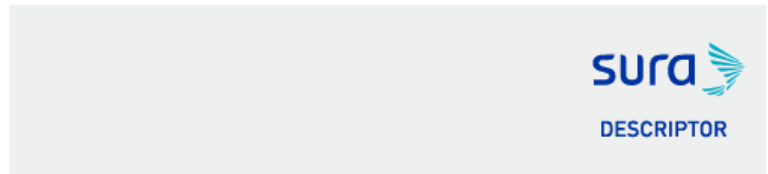
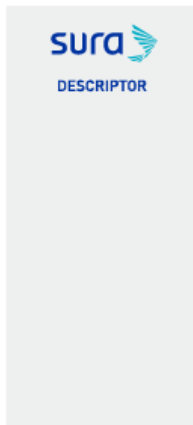
Descriptor

La proporción de cada descriptor de negocio varía de acuerdo al número de letras en el mismo (Click aquí).

A continuación se muestra su ubicación de acuerdo al tipo de formato.

Formatos convencionales





Tamaño del texto

Para determinar el tamaño del texto, sin comprometer su lectura, se estableció una fórmula que se explica a continuación.

¿Cómo calcular el tamaño máximo y mínimo de los textos?

Fórmula

$$(y) \times (b) = \text{puntaje}$$

Medida en cm del lado más largo del formato

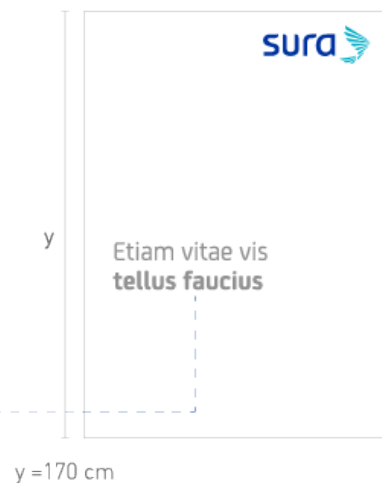
Valor establecido para cada formato

Puntaje mínimo o máximo

Ejemplo

$$(170) \times (1.8) = 306 \text{ pts}$$

Puntaje para textos



Texto en formatos convencionales (verticales)

Titulares:

(y) x (1.8) = puntaje máximo

(y) x (1.1) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

(y) x (0.7) = puntaje máximo

(y) x (0.55) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos



Texto en formatos convencionales (horizontales)

Titulares:

(y) x (1.7) = puntaje máximo

(y) x (1) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

(y) x (0.7) = puntaje máximo

(y) x (0.6) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos



Texto en formatos alargados (verticales)

Titulares:

(y) x (1.6) = puntaje máximo

(y) x (0.85) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

(y) x (0.7) = puntaje máximo

(y) x (0.5) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos



**Planea el futuro,
invierte hoy.**

Donec felis velit, euismod quis
suada non enim estibulum duis.
Felis velit, euismod quis eleif.

sura.com

Texto en formatos alargados (horizontales)

Titulares:

[y] x (1.2) = puntaje máximo

[y] x (0.75) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

[y] x (0.55) = puntaje máximo

[y] x (0.45) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos

A horizontal banner advertisement for Sura. On the left, the text reads "Planea el futuro, invierte hoy." with "invierte hoy." in bold. Below it is the Latin phrase "Donec felis velit, euismo urno". On the right, the Sura logo is displayed, consisting of the word "sura" in blue lowercase letters and a stylized blue bird icon. At the bottom right corner, the website "sura.com" is written in blue.

Texto en formatos muy alargados (verticales)

Titulares:

[y] x (1.1) = puntaje máximo

[y] x (0.65) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

[y] x (0.55) = puntaje máximo

[y] x (0.45) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos

A vertical banner advertisement for Sura. At the top, the Sura logo is displayed, consisting of the word "sura" in blue lowercase letters and a stylized blue bird icon. In the center, the text reads "Planea el futuro, invierte hoy." with "invierte hoy." in bold. Below it is the Latin phrase "Donec felis velit, euismod suada non enim sut estibu Felis velit, euismod quis". At the bottom, the website "sura.com" is written in blue.

Texto en formatos muy alargados (horizontales)

Titulares:

(y) x (0.9) = puntaje máximo

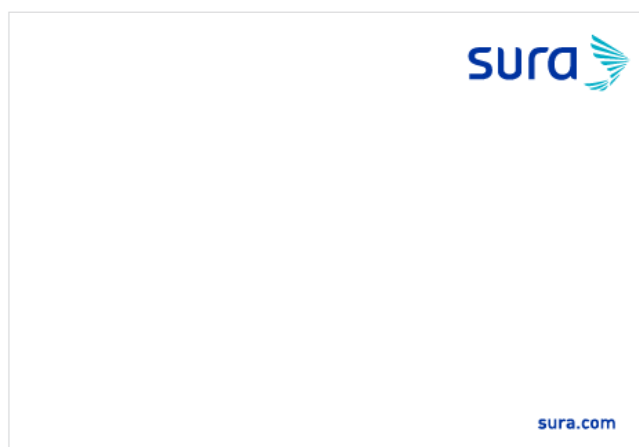
(y) x (0.6) = puntaje mínimo

Cuerpo de texto:

(y) x (0.45) = puntaje máximo

(y) x (0.4) = puntaje mínimo

Ejemplo en tamaños máximos

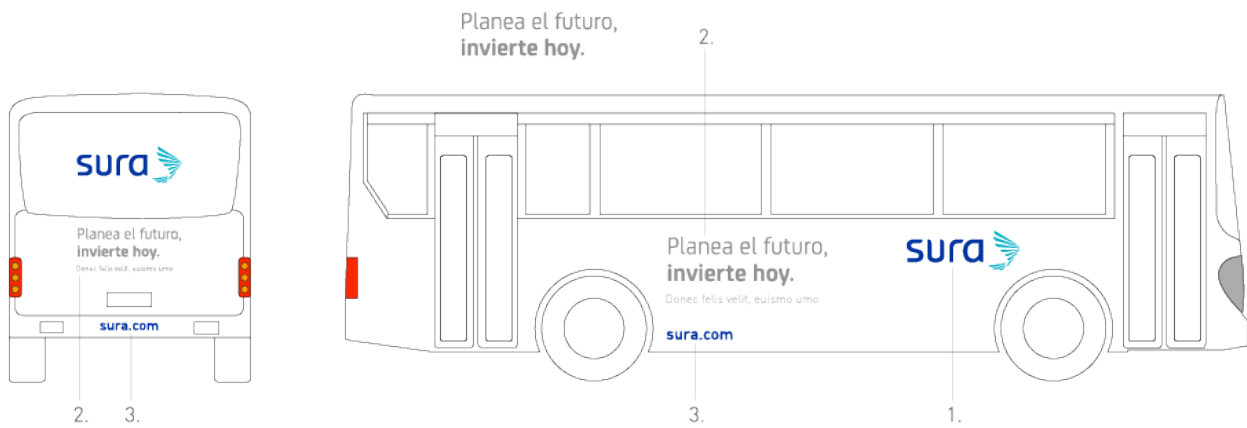


Casos especiales

Hay situaciones en las que se deberán adaptar los lineamientos establecidos ya que el material de comunicación requerirá consideraciones específicas.

Autobús

1. El logotipo no debe ubicarse en espacios donde se dificulte la lectura o donde no se pueda aplicar el área de reserva (ej: molduras de la carrocería).
2. El texto debe ubicarse en espacios donde no se afecte la lectura. No debe ubicarse sobre elementos que deformen las letras.
3. La disposición y el tamaño de algunos elementos puede variar para mejorar la lectura.



Aviso en banda de equipaje de aeropuerto

1. Cuando el formato compromete la legibilidad del logotipo, éste puede quedar en un recuadro con fondo blanco.
2. El texto se debe ubicar en espacios donde sea legible.
3. Sólo si el lugar donde va el logotipo no permite ubicarlo de manera correcta, éste puede ubicarse del lado izquierdo.

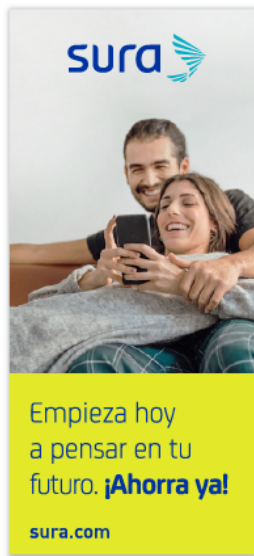


Ejemplos

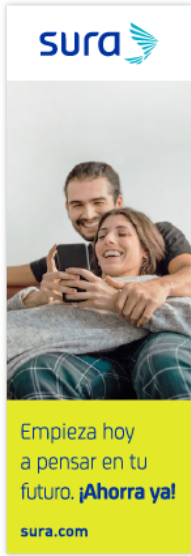
Formatos convencionales



Formatos alargados

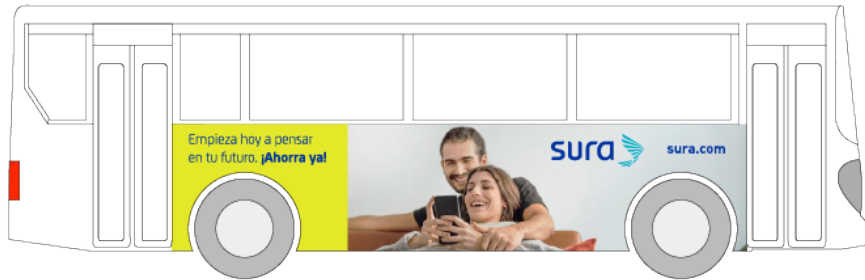


Formatos muy alargados



Casos especiales

Autobús



<p>Empieza hoy a pensar en tu futuro. ¡Ahorra ya!</p>		<p>sura  sura.com</p>
--	---	---

<p>sura  sura.com</p>		<p>Empieza hoy a pensar en tu futuro. ¡Ahorra ya!</p>
---	---	--