

→ **ESPECIFICACIONES**

Tamaño Estándar de Banner	
728 x 90	SWF / GIF / JPEG 20k, 30 Sec max animation, 30k rich media max size
300 x 250	SWF / GIF / JPEG 20k, 30 Sec max animation, 30k rich media max size
120 x 60	GIF / JPEG, 5k, 30 Sec max animation, no rich media
245 x 90	SWF / GIF / JPEG 10k, 30 Sec max animation, 30k rich media max size
Newsletter 300 x 250	GIF / JPEG 35k; no rich media
Newsletter 728 x 90	GIF / JPEG 35k; no rich media

IMPORTANTE:

Si el anuncio se encuentra en un servidor publicitario de un tercero, favor de seguir las instrucciones de ese proveedor para codificar Flash clic-through.

→ **Especificaciones para anuncios de creatividad de internet**

Expansión Online (EO) soporta una amplia variedad de tecnologías de publicidad interactivas y formatos diseñados para maximizar el impacto de su mensaje publicitario.

Formatos aceptados

- Banners aceptados: GIF o JPG.
- Etiquetas (Tags) de un tercero.
- Rich Media Estándar: Flash, HTML, Rich Media de un tercero.
- Email Newsletter Banners: GIF y JPG únicamente.

Tiempos de Entrega

EO requiere la recepción de los materiales creativos de los banners estándar 5 días hábiles previos a la fecha de lanzamiento de la campaña y 10 días de anticipación para los materiales de rich media estándar.

→ Proceso de Envío

Favor de enviar los materiales creativos de publicidad a la siguiente dirección:

Berenice Torres: btorres@expansion.com.mx

Michelle Carrillo: mcarrillo@expansion.com.mx

En el título del correo electrónico favor de incluir lo siguiente:

EO – Anunciante – Marca y Nombre de Campaña – Fechas de Campaña

Para poder elaborar el contrato lo más rápido y eficientemente posible, favor de incluir la siguiente información en el correo electrónico:

1. Nombre del Anunciante como aparece en la Orden de Inserción/Contrato
2. Nombre de la Campaña
3. Nombre, teléfono y correo electrónico de quien envía
4. Nombre del Sitio (por ejemplo, CNNExpansion)
5. Nombre del representante de ventas de EO
6. Fecha de inicio/término de contrato
7. Las características de todos los materiales creativos y los tamaños de los banners. Ningún contrato estará completo sin el tamaño adecuado de los creativos a utilizar. Los nombres de archivo pueden estar constituidos de cualquier número y tipo de caracteres siempre y cuando sea un nombre de archivo válido para Microsoft Windows. Por ejemplo:
No comas (,)
No signos de admiración (!)
Máximo 3 banners por cada línea de elemento de plan de medios
8. URL a donde se va a direccionar el banner o creativo. Ningún contrato estará completo sin el URL activo. Si no se incluye un URL viable, EO direccionará al URL que se identifique en el contrato.
9. Si hay alguna instrucción especial de la cual debemos tener conocimiento en el contrato, favor de enviarla en una hoja de cálculo detalladamente, incluyendo nombres de archivo adicionales, fechas de inicio y término y la descripción correspondiente de cada elemento de línea.

→ Proceso de Autorización

Previo a autorización de EO deben ser entregados uno de los siguientes tipos de rich media:

- Banners desplegados
- Anuncios Flotantes
- In-Banner Streaming Video
- Banners publicitarios con Audio

Todas las ejecuciones creativas, especificaciones de negociaciones y demo / mockup de la creatividad propuesta, deben ser enviadas a EO antes del cierre de la negociación.

En caso de que el usuario muestre una extrema actitud negativa EO se reserva el derecho a cancelar la campaña antes de la fecha de terminación de la misma. El anunciante entonces tendría el derecho a solicitar las impresiones con otro inventario adecuado para ambas partes.

Contacto para autorización y mayor información:

Berenice Torres: btorres@expansion.com.mx

Michelle Carrillo: Roa mcarrillo@expansion.com.mx

→ **Formato de anuncios de alto impacto para Cnnexpansion.com y Chilango.com**



Medida de banner estándar	Peso de archivo estándar	Peso de archivo multimedia	Tiempo máximo de animación	Expansión Máxima del banner	Expansión Máxima de Archivo
728x90	20k max	30k max	30 seg.	728x270	70k
336x280*	20k max	30k max	30 seg.	500x500	70k
120x60	5k max	N/A	30 seg.	N/A	N/A
Newsletter	20k max	N/A	30 seg.	N/A	N/A

Audio/Vídeo: Aceptado. Ver Lineamientos de Publicidad y Políticas para más detalles.

*También puede utilizarse un anuncio de 300x250 en esta medida.

→ **Otras medidas para Quien.com y QuoWeb.com.mx**

Medida de banner estándar	Peso de archivo estándar	Peso de archivo multimedia	Tiempo máximo de animación	Expansión Máxima del banner	Expansión Máxima de Archivo
728x90	20k max	30k max	30 seg.	728x270	70k
120x600	16k max	25k max	30 seg.	400x600	70k

Lineamientos de expansibilidad y tamaño adicional de archivos

- Tamaño de pixel incluye banners y paneles.
- 728x90 solo se despliega hacia abajo.
- 336x280 desplegable a la izquierda o hacia abajo.
- El método de despliegue y no despliegue debe ser el mismo.
- La expansión de los "hotspots" o áreas sensibles deben ser identificados claramente. Las áreas sensibles no pueden exceder el 33% del espacio publicitario y las áreas sensibles horizontales y verticales no pueden exceder el 50% del ancho en pixeles.
- El tamaño adicional de los archivos representa el tamaño total del archivo una vez que se ha descargado de la página.
- El tamaño total del archivo debe ser máximo de 100k a menos que se indique de otra forma.

Banner Desplegable de Host / Lineamientos de expansibilidad

- Controles: Debe haber un botón de "Cerrar" en la esquina superior derecha.
- Límite de Frecuencia: expansibilidad captada a un despliegue por usuario cada 12 horas.

Requerimientos de Accesibilidad

- El Anunciante/Agencia debe mandar dos etiquetas; una para el servidor inicial con su respaldo y una segunda etiqueta conteniendo su respaldo.
- Expansión Online no garantiza la visualización del servidor.

Banner Desplegable de Usuario / Lineamientos de Expansibilidad

- Los anuncios desplegables deben tener un call to action (mouseover o con un clic).
- Controles: Debe haber un botón de "Cerrar" en la esquina superior derecha (a menos que tenga mouseover).

Requerimientos de Accesibilidad

- El anunciante debe entregar dos archivos de creatividad: un banner desplegable y uno de respaldo, no desplegable.
- No todas las posiciones aplican para estas unidades, ya que requieren que se le añada de un archivo al servidor web de la página.

Formatos Estándar Aceptados de Rich Media

- Rich Media de un tercero
- Flash
- HTML

Tiempos de Entrega

- Toda la creatividad de Rich Media requiere autorización de Expansión Online, quien debe recibir la creatividad 10 días hábiles antes del inicio de la campaña.

Proveedores Autorizados de Rich Media

- Banner
- Bluestreak Video, DoubleClick, Eyeblaster, Flash, HTML, PointRoll, Unicast, Viewpoint, AdMotion, United Virtualities

Desplegable/Out-of-Banner

- Atlas, Bluestreak, DoubleClick, Eyeblander, PointRoll, Unicast, Viewpoint, AdMotion, United Virtualities

Anuncios Flotantes

- DoubleClick, Eyeblander, Atlas, Viewpoint, AdMotion, United Virtualities

Proveedores de Investigación Autorizados

- Dynamic Logic
- Insight Express

→ Lineamientos de Producción - Codificación HTML

Requerimientos de accesibilidad para la creatividad en HTML:

- Los anuncios deben estar en línea y funcionando correctamente a la hora de inicio de campaña.
- No se permiten archivos de JavaScript a excepción de eventos que puedan tener algún cambio (No etiquetas SCRIPT).
- No se permiten tablas dentro de tablas.
- Imágenes de referencia locales y fragmentos de imágenes a lo largo de la codificación de HTML.
- No incluir etiquetas (HTML, META, HEAD, TITLE o BODY).
- No cascading style sheets (CSS).
- No fragmentos de flash.
- El único método de FORM aceptado es GET. Método=POST no está permitido.
- Los mapas de imagen deben estar del lado del cliente.
- No etiquetas "mailto".
- Las FORMS deben tener un nombre único.
- El orden de las etiquetas de form y table debe ser el siguiente: FORMTABLETABLEFORM
- Máximo 30 caracteres para texto alt, incluyendo espacios.
- El URL target no debe exceder los 200 caracteres.
- Utilizar una gama de 256 colores adaptables o menos con flat, colores Web-safe.
- El diseñador debe hacer una prueba de la creatividad a través de los navegadores más importantes y de las diferentes versiones antes de su envío. Al menos las versiones de Netscape 4.0 en adelante y el Internet
- Explorer versión 5.0 en adelante deben ser probados.

→ **Codificación de Flash**

Por favor tome en cuenta que los anuncios en Flash deben apearse a las especificaciones y lineamientos estándar de los anuncios interactivos de Time Inc. incluyendo tamaño de archivo, animación y contenido.

NOTA: Si el anuncio se encuentra en un servidor publicitario de un tercero, favor de seguir las instrucciones de ese proveedor para codificar Flash clic-through.

SWF Requerimientos de Película (para Flash developer)

La mayor parte de la película esta hecha como cualquier otro video de Flash. Cualquier animación o ActionScript que se utilice normalmente, puede ser utilizado con este método. La principal diferencia está en las acciones de clic-through (getURL).

Requerimientos de Archivos SWF

Versión Flash

Archivos SWF deben ser publicados como Flash 5, 6 ó 7. Actualmente no aceptamos Flash 8.

Nombres de Archivos

Los siguientes caracteres no deben ser incluidos en el nombre de archivo:

Ampersand (&)

Asterisco (*)

Diagonal (/ \)

Espacios ()

Signo de Interrogación (?)

Cuadros por segundo (Frame Rate)

Macromedia recomienda mantener los cuadros por segundo lo más bajo posible a la hora de diseñar los banners publicitarios – 18 fps o menos; idealmente 12 fps.

Animación

Flash ofrece la habilidad de crear animación adicional en rollover. Nuestra especificación estándar de animación es de 15 segundos, pero los anuncios de Flash pueden animarse adicionalmente por medio de rollover, siempre y cuando la animación se detenga cuando el usuario quite el cursor de dicho anuncio.

GIF de respaldo

Debido a lo pesado del sniff de los anuncios Flash, se requiere de un archivo GIF de respaldo para cada campaña para asegurar el envío.

Acciones getUrl

[Favor de leer estas instrucciones detenidamente para la correcta configuración del clic tracking](#)

Macromedia actualmente recomienda un método clickTag para el monitoreo de los clic's de anuncios Flash. Este método utiliza variables para pasar el click tracking string y el URL en películas Flash. Como resultado, el único texto en el recuadro del URL es:

"_level0.clickTag" (sin las comillas). La parte de "level0" es incluida por cuestiones de trayectoria para asegurar que el

Flash pueda ubicar la variable adecuadamente. Así se debe ver el código una vez que haya sido programado de esta

forma:

on (release)

```
{  
getURL(_level0.clickTag, "_blank");  
}
```

Como clickTag es una variable, el texto que se ingresa en el recuadro del URL es una expresión. Cuando la película está corriendo, la expresión será evaluada y reemplazada con el click tracking string y el URL de destino. Para que este método funcione correctamente en Flash 5 y Flash 6 (MX), indique que el texto es una expresión

marcando la opción indicada en el recuadro. Note que hay dos botones o check boxes. Uno es para el URL y otro es para la ventana objetivo. Asegúrese que el botón o check box esté seleccionado correctamente. Adicional a esto, debe seleccionar las variables del recuadro desplegables que dicen "No enviar" o "Don't send". Los check boxes o listas desplegables son requeridas para Flash 7(MX 2004).

Como los cuadros son utilizados para servir anuncios, la ventana objetivo o target window para el URL clic-through debe ser programado como "_blank". Si la ventana objetivo es seleccionada incorrectamente, el sitio del anunciante podría aparecer en el cuadro del anuncio. Nunca deje el comando objetivo o target statement sin especificar.

En el envío, por favor mande un [click-through](#) para cada anuncio en el cuerpo del mensaje o en una hoja de cálculo.

Este URL será utilizado para que cuando se lleve a cabo el clic-through, el buscador primero contacte al servidor para contar el clic y después al sitio del click-through.

No hay un máximo de loop, pero en total la animación para todos los loops combinados no debe exceder los 30 segundos.

Los anuncios no deben utilizar persistent rapid / animación "strobing" de ningún elemento gráfico, copia o respaldo del mismo.

In-Banner Audio y Video/ Audio

User-initiated audio es aceptado. Ningún host-initiated audio está permitido en Expansión Online. La creatividad debe contener visiblemente la función de "mute" y "stop".

Video (In-Banner Streaming)

El video puede ser un host o un user initiated y debe tener los controles estándar (play / pause, audio / mute, y stop).

Duración máxima: 15 segundos.

→ Lineamientos de Diseño

- Expansión Online se reserva el derecho a rechazar cualquier inserción, gráfico, descripción de texto o URL.
- Los anuncios no deben utilizar animación de efecto de estrobo o persistent rapid de ningún elemento gráfico, copia o respaldo del mismo.
- Los banners deben estar enmarcados con un borde y diferenciados del contenido. Si los banners no tienen borde se deberá incluir el nombre del anunciante para aclarar que es un banner creativo y no contenido editorial.
- Los anuncios no deben tener fondos transparentes y no deben combinarse con el contenido de la pantalla.
- Los anuncios no deben interactuar con o manipular el contenido de los sitios de Expansión Online (por ejemplo, texto resaltado, contenido con movimiento, cambiar el color del texto, etc.)
- Los anuncios no deben ser diseñados de forma que se puedan fusionar en la pantalla para crear la misma apariencia del contenido o de la funcionalidad de Expansión Online.
- Los anuncios no deben parecerse al estilo de los botones de los sitios de Expansión Online.
- Los anuncios deben estar claramente distinguidos como publicidad. Los elementos que deben mostrar diferenciación son:
 - Borde
 - Nombre del anunciante
 - Logotipo
 - Leyenda "publicidad"
- Expansión Online prohíbe a los anunciantes emitir anuncios publicitarios o anuncios informativos en el sentido en que el espectador o el lector crea que el contenido es de noticias, en vez de publicidad. La tipografía y los elementos del texto no deben parecerse al contenido de Expansión Online.
- En Expansión Online no está permitida la creatividad que incluya elementos de funcionalidad falsos o faux functionality elements. Ejemplos de funcionalidades falsas son aquellas representaciones graficas y/o elementos de texto diseñados para imitar comandos o funciones del sistema operativo de PC o Mac.
- Los anuncios no deben engañar a los usuarios haciendo que estos naveguen en un sitio que no se encuentre relacionado con el contenido del banner publicitario.
- Elementos de funcionalidad falsa como recuadros falsos ("X") para cerrar una ventana, advertencias y recuadros de texto en ventanas falsas no están permitidos en Expansión Online.
- Expansión Online se reserva el derecho a realizar cambios en estos lineamientos en cualquier momento y a su propio juicio.

→ Autorización de Creativos de Publicidad

- Todos los archivos creativos deben ser revisados por los Estándares y Prácticas de Expansión Online y Time Inc.
- Algunas categorías publicitarias o secciones de contenido pueden estar limitadas o no disponibles debido a la existencia de algún contrato de exclusividad.
- Expansión Online y Time Inc. requieren que toda la publicidad tenga buena imagen y que no incluya vulgaridades, agresiones y/o contenido sexual explícito.
- Expansión Online y Time Inc. se reservan el derecho, a su propia discreción, de solicitar eliminar o revisar cualquier material en cualquier copia publicitaria.
- Expansión Online y Time Inc. se reservan el derecho, a su propia discreción, de rechazar o discontinuar, por cualquier razón y en cualquier momento, cualquier publicidad para cualquier producto o servicio.
- Expansión Online y Time Inc. se reservan el derecho a realizar cambios y/o excepciones a estos lineamientos en cualquier momento y a su propio juicio.
- Los anunciantes deben aceptar la suspensión de la campaña ante cualquier cambio.