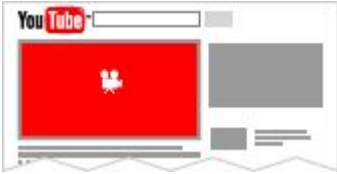
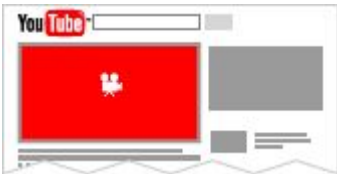


Guia para Anuncios de YouTube

Formatos de Anuncios

Anuncios de video que se pueden omitir 	Los anuncios de video que se pueden omitir les permiten a los espectadores omitirlos después de 5 segundos si así lo desean. Se insertan antes o después del video principal, o durante este.
Anuncios de video que no se pueden omitir 	Estos anuncios pueden aparecer antes o después del video principal, o durante este.
Bumpers publicitarios 	Anuncios de video que no se pueden omitir, de un máximo de 6 segundos, que deben mirarse antes de que se inicie el video.

Formatos

Especificaciones generales de videos y banners complementarios:

Creatividad de video

- ASF, AVI, Quicktime, Windows Media, MP4, MPEG (códec de video preferido: H.264, MPEG-3 o MPEG-4)
- El archivo de video debe subirse a YouTube con la categoría de "público" o "no listado"
- Resolución recomendada de 640 x 360 px (16:9) o 480 x 360 px (4:3) (los videos deben tener una proporción nativa de 4:3 o 16:9 sin formato letterbox)
- 30 FPS
- Tamaño de archivos máximo de 1 GB

Banner complementario personalizado opcional

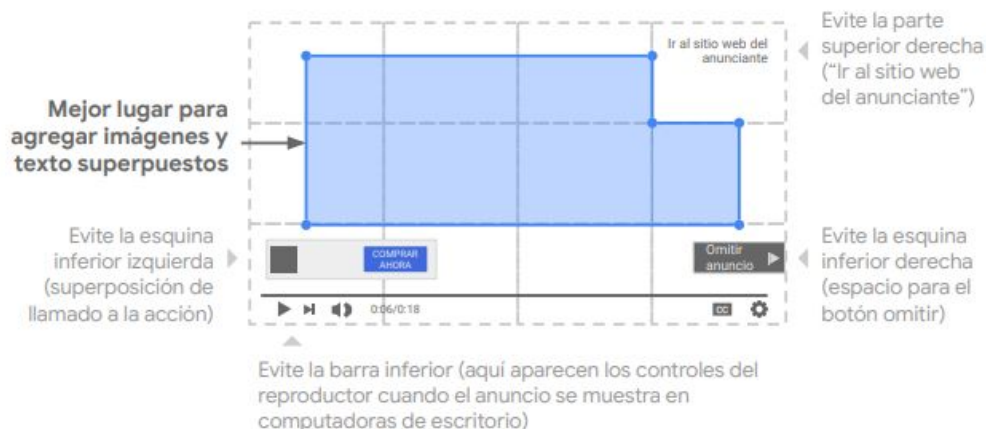
(solo para computadoras de escritorio; en dispositivos móviles aparecerá un banner generado automáticamente)

- 300 x 60 px
- Puede ser .JPG, .PNG (solo elementos de imagen permitidos; sin etiquetas de terceros)
- 150 KB máx.
- Si no se sube un banner complementario personalizado, se genera uno automáticamente (igual que en dispositivos móviles)
- Se utilizará solo para computadoras de escritorio

Recomendaciones para optimizar los videos



Edite para dispositivos móviles



PRINCIPIO GUÍA

DISEÑO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

- Cortes y ritmo rápidos
- Videos más claros
- Gráficos y texto grandes
- Texto alineado a la derecha
- Recorte de reducción



Principios guía generales que se deben tener en mente



Disponibilidad para dispositivos móviles

Las ediciones sencillas, como los cortes de reducción, los textos y gráficos grandes y brillantes tienen mejor rendimiento en pantallas pequeñas.



Corto, agradable y rápido

Realice cortes rápidos y use un ritmo acelerado. Adelante su mensaje. Trate de reducir 30 segundos a 15 y 15 a 12.



Gane en los primeros 5 segundos

Entretenga, presente el problema o muestre una oferta. Y recuerde usar imágenes y sonidos.



Llamado a la acción claro

Sea muy directo en cuanto a lo que las personas deben hacer para tomar medidas. Considere la repetición con voz en off, gráficos incorporados y sus superposiciones de anuncios.

