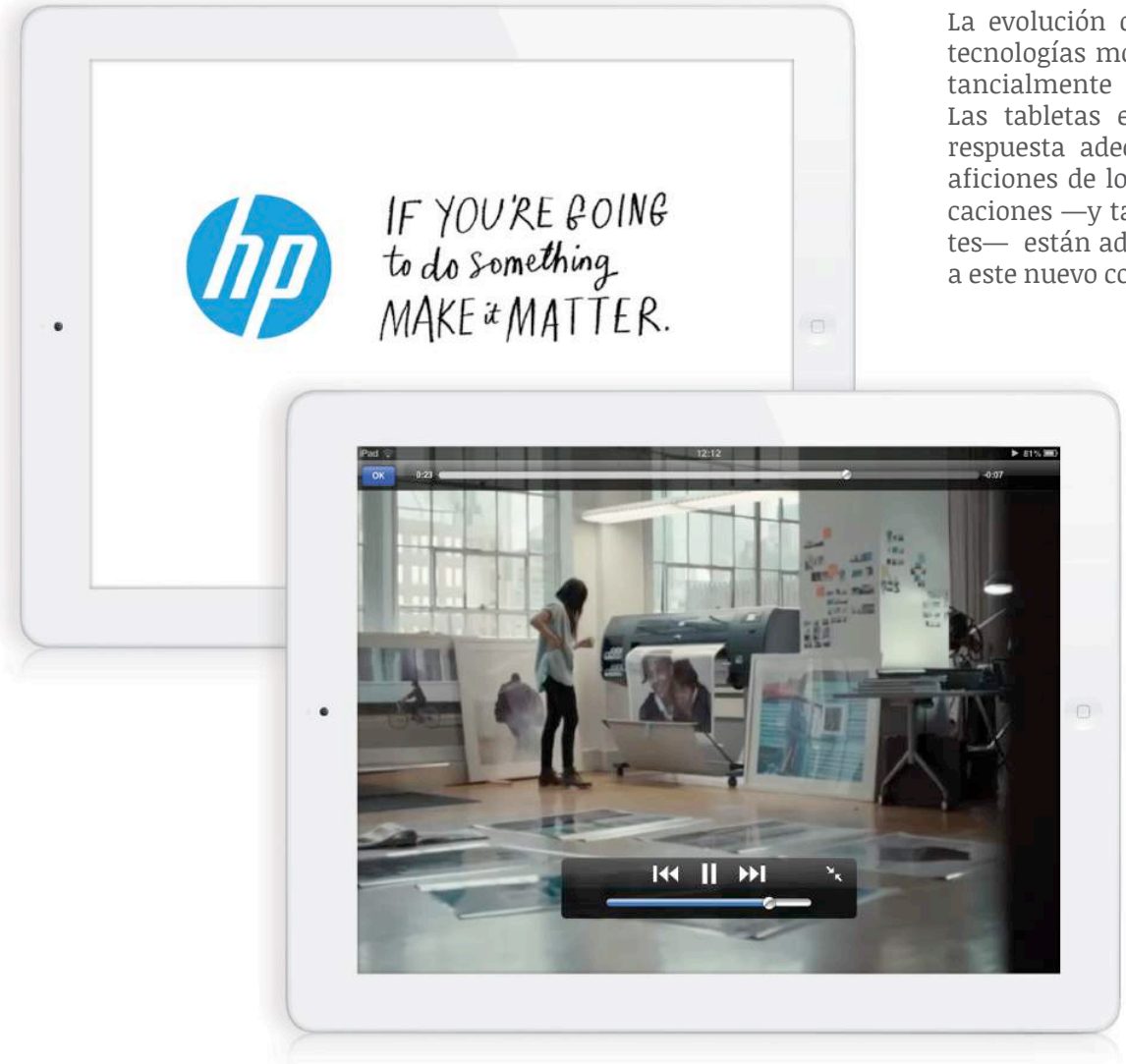
ESPACIOS PUBLICITARIOS

EDICIÓN DIGITAL PARA TABLETS

LEANERS

MAGAZINE

¡UN NUEVO CONCEPTO DE PUBLICIDAD!



La evolución del mercado y de las tecnologías móviles ha variado sustancialmente el mercado editorial. Las tabletas están ofreciendo una respuesta adecuada a los gustos y aficiones de los lectores y las publicaciones —y también los anunciantes— están adaptando su propuesta a este nuevo contexto.

Las Webs con revista, o las revistas con Web, están dejando paso a las publicaciones digitales y la publicidad se está trasladando desde el contexto físico (impreso) al digital.

LOS MENSAJES QUE LLEGAN DESDE EL MERCADO SON CLAROS...

- El número de tabletas distribuidas crecerá un 58,7% en 2013, para situarse en los 229,3 millones de unidades.
- En 2012, en Estados Unidos y China, se vendieron más tabletas que ordenadores portátiles y, en 2013, esta tendencia se hace global.
- Este año, el número de tabletas vendidas superará al de portátiles y, para el año 2015, se espera que superen también al mercado conjunto de PCs y portátiles.
- Los emplazamientos digitales han supuesto la mitad de los ingresos publicitarios de la revista Wired durante los últimos tres meses de 2012.
- Otra revista, The Atlantic, consigue el 59% de sus ingresos publicitarios a través de sus propuestas digitales.
- Según una encuesta realizada por WorldPay, el 22% de los usuarios de internet en Estados unidos ha comprado una versión descargable de una revista o periódico a través de un sistema de suscripción. Fuente. Marketing Directo.
- Según el estudio realizado por The Publishers Information Bureau (PIB) y Kantar Media sobre 58 cabeceras de revistas estadounidenses, entre 1Q 2012 y 1Q 2013 el número de unidades publicitarias en páginas impresas fue más o menos estable, mientras que el número de unidades disponibles en las versiones sólo para tabletas aumentó un 24%. Fuente. Marketing Directo.
- ZenithOptimedia: el gasto mundial en publicidad digital sobrepasará al gasto en periódicos en 2013 y pasará lo mismo con la combinación de publicidad en medios impresos (periódicos y revistas) en 2015. Fuente PuroMarketing.

SOMOS PIONEROS

Kerunet Digital Publishing es una editorial pionera en el ámbito de las publicaciones digitales para tabletas y desde 2011 todas nuestras cabeceras han nacido ya con una doble distribución.

Nuestras publicaciones digitales para tabletas proporcionan una experiencia de lectura mucho más viva y profunda y va mucho más allá de la mera visualización de PDF que predomina en el mercado editorial. Incorpora contenido multimedia enriquecido (vídeo, audio, infografía) integrado de forma nativa así como un sinfín de opciones de interactividad que se extienden a los formato publicitarios.

En estos espacios se conjuga contexto e interactividad. La publicidad cobra un nuevo valor añadiendo posibilidades como la integración de vídeo, enlaces externos, imágenes, música o animaciones, mediante los que potenciar la interactividad, la actitud a la marca y la intención de compra.

¿QUÉ OPCIONES TE OFRECE, LA PUBLICIDAD EN TABLETA?

Transiciones, audio, vídeo, animaciones, etc.

¡PODEMOS AYUDARTE! CONTACTA CON NOSOTROS
EN INFO@KERUNET.COM O EN EL TELÉFONO 91 112 46 97

ESPACIOS PUBLICITARIOS Edición Digital Tabletas

Los espacios publicitarios para la versión digital (tabletas) de *Leaners* deben presentarse en dos formatos:

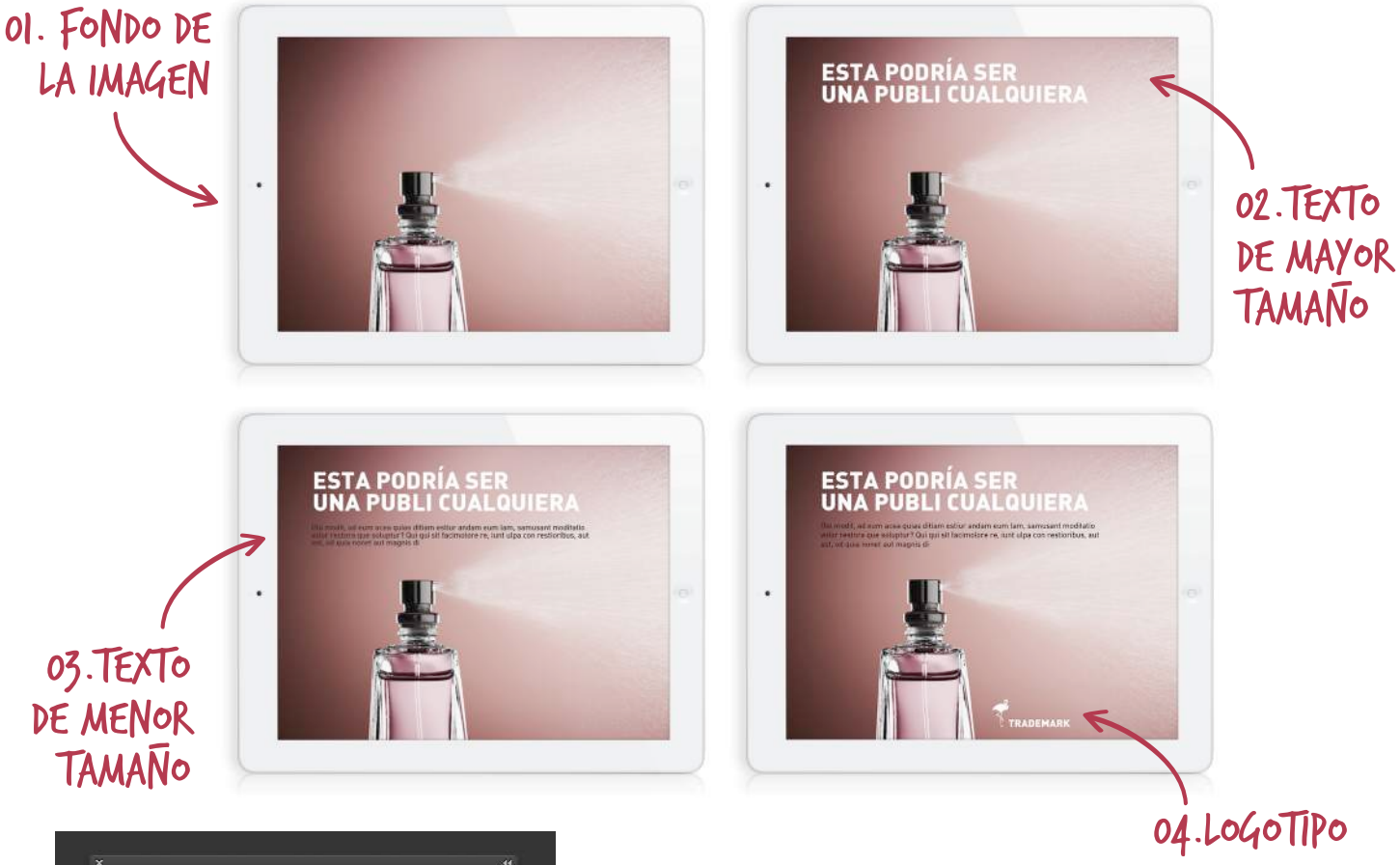
- **FORMATO HORIZONTAL:** 2048 x 1536 px
- **FORMATO VERTICAL:** 1536 x 2048 px

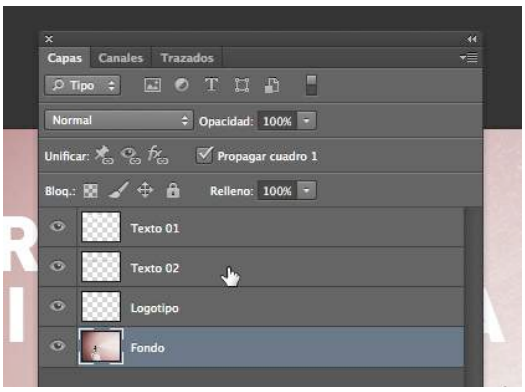
El modo más sencillo es entregarlas como imágenes **(formato JPG),** con el tamaño indicado anteriormente y **una resolución mínima de 72ppp.**

No obstante, la plataforma digital de la revista permite integrar otro tipo de elementos como transiciones, audio, vídeo, enlaces, animaciones, etc.

01 **TRANSICIONES**

Puede hacerse, por ejemplo, que determinados elementos vayan apareciendo en la pantalla de forma progresiva:





En este caso la publicidad se entregaría en **formato PSD o TIFF con capas.** Dentro del archivo, cada capa de la imagen se correspondería con cada uno de los elementos que se quiere hacer aparecer de forma progresiva.

Asimismo, el archivo irá acompañado de un **documento de texto** que explique el orden en el que deben aparecer cada uno de los elementos del anuncio.

02 **INCORPORAR AUDIO**

El audio puede reproducirse tanto como acompañamiento al anuncio (reproducción automática), como al pulsar un elemento o botón determinado.

En caso de incluir audio hay que entregarlo como un archivo separado de la imagen, en **formato MP3.**

Asimismo, este archivo irá acompañado de un **documento de texto** que explique la forma en la que se debe incluir el sonido en el anuncio, esto es, si se trata de una reproducción automática o si el audio se activa al pulsar algún elemento. En el segundo caso se ha de indicar, también, cuál es el elemento que se ha de pulsar.

EN ESTA PUBLICIDAD, POR EJEMPLO, PODRÍA SONAR "SSSSHHHHH" AL PULSARSE SOBRE EL BOTE DE COLONIA, IMITANDO EL SONIDO DE UN DIFUSOR

03 **INTEGRAR VÍDEO**

Por lo que respecta al vídeo se puede reproducir tanto como una parte de la imagen como a pantalla completa.

Si se reproduce a pantalla completa su ancho **mínimo** es de 1024px, mientras que si se reproduce como parte de la imagen, su ancho **máximo** es de 768px.

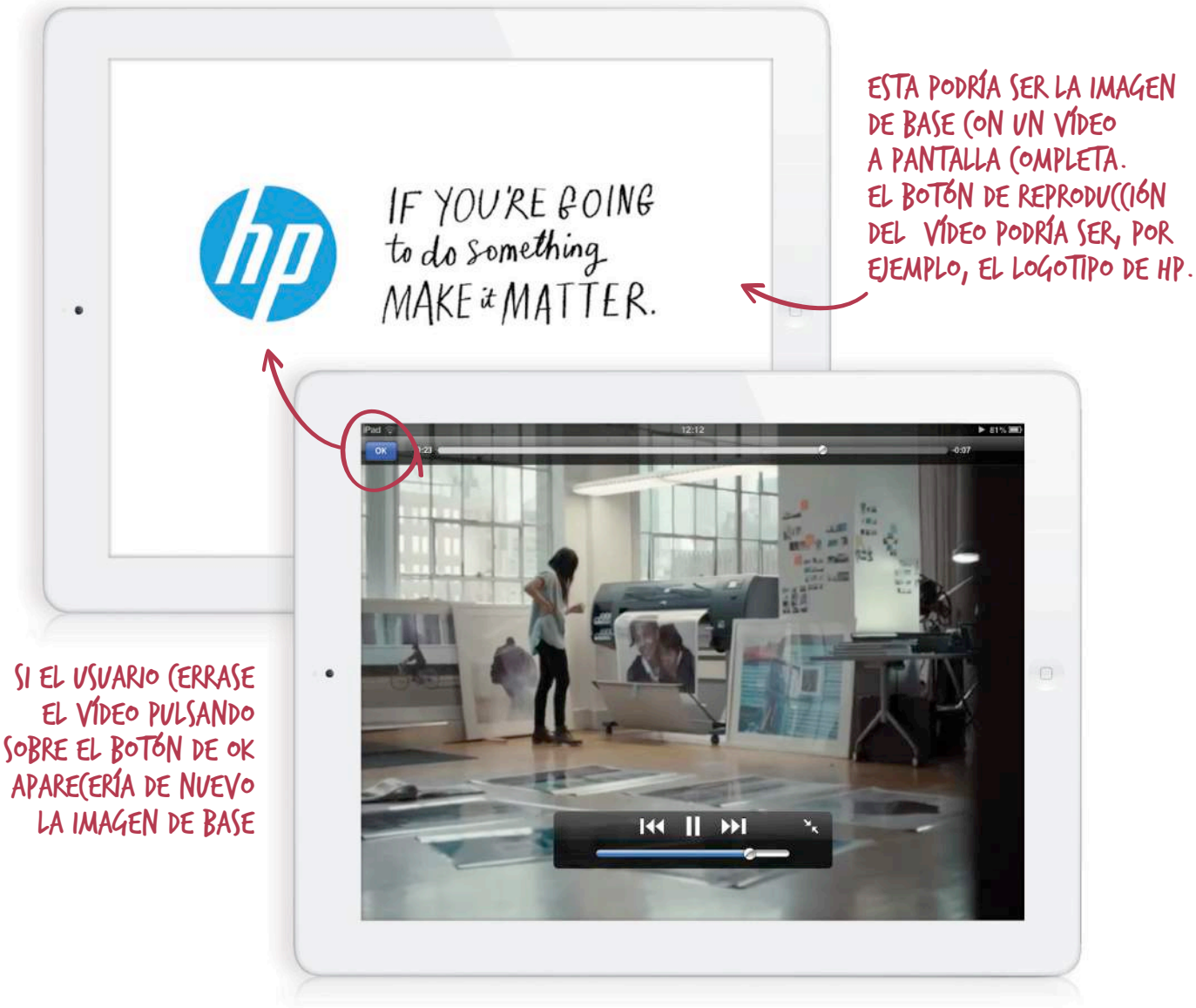
En ambos casos, el vídeo hay que entregarlo como un archivo separado de la imagen en **formato MP4** y con el tamaño deseado.

Asimismo, este archivo irá acompañado de un **documento de texto** que explique la forma en la que se debe incluir el vídeo en el anuncio, esto es, si se trata de una parte de la imagen o si se reproduce a pantalla completa.

Por último, también deben enviarse dos imágenes estáticas del anuncio (horizontal y vertical) que servirán para indicar cual ha de ser la composición visual de los diferentes elementos que aparecen en la imagen publicitaria.

03.1 **Vídeo a pantalla completa** | *Factores a tener en cuenta*

Es importante señalar que, en caso de que el vídeo se reproduzca a pantalla completa, es necesario contar con una imagen de base desde la cual se pueda proceder a la reproducción del vídeo.



ESTA PODRÍA SER LA IMAGEN DE BASE CON UN VÍDEO A PANTALLA COMPLETA. EL BOTÓN DE REPRODUCCIÓN DEL VÍDEO PODRÍA SER, POR EJEMPLO, EL LOGOTIPO DE HP.

SI EL USUARIO CERRASE EL VÍDEO PULSANDO SOBRE EL BOTÓN DE OK APARECERÍA DE NUEVO LA IMAGEN DE BASE

03.2 **Imagen en movimiento**

También es posible incluir un vídeo como si se tratase de una imagen en movimiento. En este caso es necesario entregar dos vídeos, uno que corresponda con el formato horizontal de la revista (1024 x 768px) y otro con el formato vertical (768 x 1024px), ambos en **formato MP4.**

Asimismo, el resto de los elementos del anuncio (textos, logotipos, etc.) deberán ser entregados en **formato vectorial** o en archivos de imagen con el fondo transparente **(PNG, PSD, TIFF).**

Por último, también deben enviarse dos imágenes estáticas del anuncio (horizontal y vertical) que servirán para indicar cual ha de ser la composición visual de los diferentes elementos que aparecen en la imagen publicitaria.

FORMATO HORIZONTAL
1024 X 768 PX.

FORMATO VERTICAL
768 X 1024 PX.

SI EN ESTE CASO SE OPTASE POR LA INCLUSIÓN DE VÍDEO PODRÍA VERSE, POR EJEMPLO, EL MOMENTO EN EL QUE EL DIFUSOR DEL BOTE DE COLONIA ES PRESIONADO HACIA ABAJO PARA EXPULSAR LA FRAGANCIA AL EXTERIOR.

04 **INCLUSIÓN DE ENLACES**

Por otro lado, la publicidad en la versión digital de *Leaners* también permite incluir enlaces a sitios externos a través de la correspondiente URL, pulsando sobre cualquier parte de la imagen publicitaria (tenga forma de botón o no).

En el caso de que se quieran incluir enlaces dentro del espacio publicitario es necesario que se envíe, además de las imágenes en formato vertical y horizontal (2048 x 1536 px y 1536 x 2048 px), un **documento de texto** que explique el lugar en el que se deben incluir los enlaces (botones o cualquier otro elemento de la composición), así como la URL a la que estos elementos deben dirigirse.

EN ESTE CASO, POR EJEMPLO, PODRÍAMOS DIRIGIRNOS A LA WEB DEL ANUNCIANTE AL PULSAR SOBRE EL LOGOTIPO. DESDE LA REVISTA SE ABRIRÍA ENTONCES LA VENTANA DE UN NAVEGADOR QUE NOS PERMITIRÍA ACCEDER A LA PÁGINA EN CUESTIÓN.

05 **ANIMACIONES**

Finalmente, la publicidad en la versión digital de *Leaners* también admite la inclusión de animaciones en formato HTML5.

Estas animaciones deben entregarse, por lo tanto, como **archivos HTML** y sus dimensiones nunca pueden sobrepasar el tamaño de la página de publicidad (1024 x 768px en formato horizontal y 768 x 1024px en formato vertical).

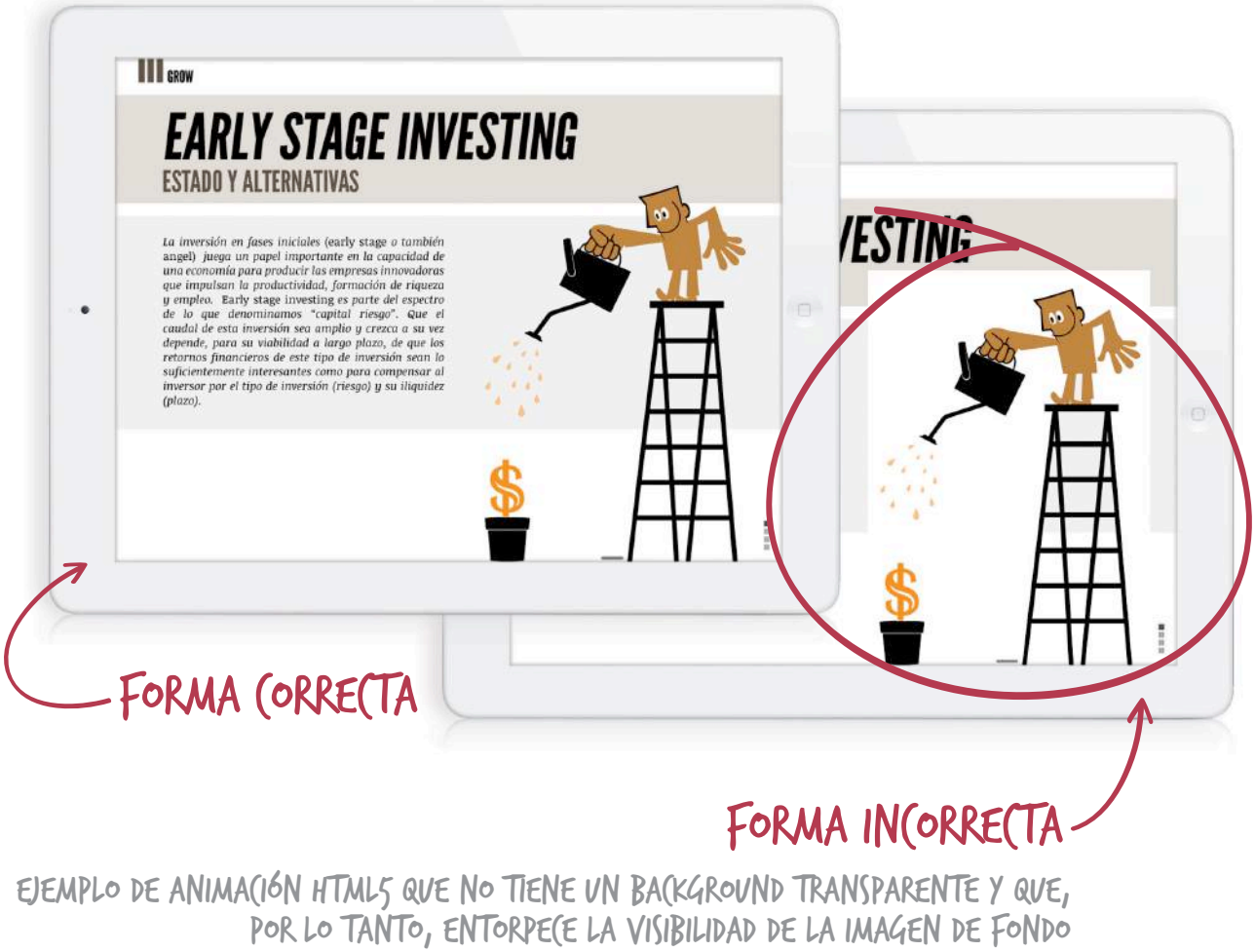
Las animaciones pueden conformar la totalidad del espacio publicitario o aparecer como parte una imagen mayor.

En el segundo de los casos las imagenes de fondo de la animación (tanto en vertical como horizontal) han de entregarse en **formato JPG** y con una resolución mínima de **72ppp.**

ESTE ES UN EJEMPLO DE UNA ANIMACIÓN REALIZADA EN HTML5 QUE OCUPA SÓLO UNA PARTE DE LA IMAGEN. LA ANIMACIÓN CONSISTE EN UN PERSONAJE QUE HACE CRECER UN SÍMBOLO DEL DÓLAR REGÁNDOLO.

05.1 **Animaciones en pequeñas zonas de la pantalla** | *Factores a tener en cuenta*

En el caso de utilizar animaciones en determinadas zonas de la pantalla hay que tener en cuenta que el contenido en HTML5 debe tener un **background transparente** para no entorpecer la visibilidad de la imagen que está detrás del mismo.



EJEMPLO DE ANIMACIÓN HTML5 QUE NO TIENE UN BACKGROUND TRANSPARENTE Y QUE, POR LO TANTO, ENTORPECE LA VISIBILIDAD DE LA IMAGEN DE FONDO

NOTA FINAL: *Estas instrucciones están redactadas con el animo de facilitar la tarea a los anunciantes y, por lo tanto, se orientan a que el montaje final de la publicidad sea realizado por parte del departamento de diseño de* Leaners.
También existe la posibilidad de recibir estas composiciones ya generadas desde el departamento creativo o publicitario de las empresas anunciantes. En este caso, será necesario que se envíe el montaje final y/o composición del espacio publicitario en un formato InDesign (INDD), generado a través de la plataforma Tablet Planet. Para cualquier duda de tipo técnico puede ponerse en contacto con nosotros en ***info@kerunet.com***

LEANERS

MAGAZINE

www.leanersmagazine.es

Tel. 911 124 697
Mov. 644 185 444
Fax. 912 186 428
info@kerunet.com

C/ Humanes, 27
28944 Fuenlabrada - Madrid