Guidelines de Espacios Publicitarios

¿Por qué es necesaria esta guía?

En Mercado Libre queremos definir una experiencia de publicidad que refleje nuestra identidad, facilitando una completa cooperación con los vendedores en un único espacio, para que puedan llegar a compradores de toda nación, los pieces de anuncios son elegibles especialmente y siguen ciertos estándares que nos permiten ofrecer un mismo servicio y lectura a quienes ven anuncios de Display Ads.

Esta guía con lineamientos y definiciones nos permite hablar el mismo idioma visual en nuestro sitio y, al mismo tiempo, favorecer la diferenciación entre anunciantes para generar una competencia justa y que beneficie a todos los usuarios.

¿Cómo es nuestra publicidad?

Los anuncios que se crean en Display Ads siguen tres principios fundamentales que aseguran una buena experiencia para las personas usuarias.

Simple y clara

Procura decir las cosas con un lenguaje sencillo que cualquiera pueda entender, sin conceptos rebuscados ni jergas de palabras.

Accesible

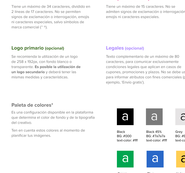
Escribe los mensajes pensando en las personas usuarias que no leen para también un público amplio. Usa fuentes y colores de alto contraste para que sean aptos para personas con baja visión y formas.

Concreta

Evita divagar, los mensajes deben ser directos, utilizando el espacio del mensaje para comunicar lo que queremos con la mayor precisión posible.

Assets necesarios para creativos en Mercado Libre

Para la construcción del creativo se tendrán distintos assets con características específicas:



Título

Tiene un máximo de 24 caracteres, divididos en 2 líneas de 17 caracteres. No se permiten signos de exclamación, palabras en mayúsculas sostenidas o caracteres especiales, salvo símbolos de marca comercial (® ™).

CTA (call to action)

Tiene un máximo de 15 caracteres. No se admiten signos de exclamación o interrogación, emojis ni caracteres especiales.

Imágenes

En nuestro utilizo dos imágenes, cada una con un **peso máximo de 1 MB**.
- 1200 x 628px
- 1:91 x 1:25px

Logo primario (opcional)

Se recomienda la utilización de un logo **PNG** de fondo transparente para evitar inconvenientes. **Es posible la utilización de un logo secundario** y deberá tener las mismas medidas y características.

Legales (opcional)

Texto complementario de un máximo de 80 caracteres, que aparecerá en letra pequeña en condiciones, aclaraciones y precios. No se debe usar para informar ambiguas con fines comerciales (por ejemplo, "Envío gratis").

Volanta (opcional)

Información complementaria que se despliega en el título. Tiene un máximo de 20 caracteres, incluyendo espacios. No se admiten signos de exclamación e interrogación, emojis ni caracteres especiales.

Paleta de colores*

El uno configuración disponible en la plataforma que determina el color de fondo y de la tipografía del título y volanta.

Son en cuenta estos colores el momento de planifica tus imágenes.

Toque las recomendaciones de nuestros assets
Cualquier otro uso desvía como resultado que tu creativo sea rechazada para ser un nuevo cumplimiento de nuestros términos.

Imagen rectangular

Medidas

La imagen deberá tener un tamaño de 1008 x 528px, con una relación de aspecto 1.91:1 para que pueda visualizarse correctamente en los espacios publicitarios que lo utilicen.

Composición de la imagen

Recomendamos **seguir los formatos correspondientes de cada imagen** para que se vea claramente.

Podrá generarse también **un patrón o una agrupación simple de elementos** en capa de la imagen, siempre teniendo en cuenta el espacio destinado al logo y a la card, como se ve en el ejemplo.

No se debe incluir textos, ya que su uso es **contextual y no informativo.**

Este es un ejemplo de composición que sea el mejor posicionar del espacio publicitario a través de patrones o elementos esenciales centrados.

¿Cómo se ve la imagen rectangular en espacios publicitarios?

Nuestros creativos aseguran composiciones prácticas. Ningún asset comprometerá a otro, sino que habrá convivencia entre todos.

Sin embargo, **es importante tener en cuenta la posición del logo en los espacios publicitarios verticales** para que no cubra parte de la información relevante.

Imagen cuadrada

Medidas

La imagen a proporcionar deberá tener un tamaño de 1:1 (528px x 528px) con relación de aspecto 1:1 para que pueda visualizarse correctamente en los espacios publicitarios que lo utilicen.

Composición de la imagen

Recomendamos **seguir los formatos correspondientes de cada imagen** para que se vea correctamente.

Podrá generarse también **un patrón o una agrupación simple de elementos** en capa de la imagen, siempre teniendo en cuenta el espacio destinado al logo y a la card, como se ve en el ejemplo.

No se debe incluir textos en la composición, ya que su uso es **contextual y no informativo.**

¿Cómo se ve la imagen cuadrada en espacios publicitarios?

Nuestros creativos aseguran composiciones prácticas. Ningún asset comprometerá a otro, sino que habrá convivencia entre todos.

Sin embargo, **es importante tener en cuenta la posición del logo en los espacios publicitarios verticales** para que no cubra parte de la información relevante.

Ejemplos

Creativos que cumplen con los criterios de aprobación
Creativos que no cumplen con los criterios de aprobación
Usan los elementos promotores solo lo indispensable para entregar contexto, evitando incluir textos y otra información importante.
Evita el exceso de elementos como logos, información y otros en una imagen cuadrada, dado que podría ocultarse y no visibilizar información relevante.
Proponen un mejor y comprensible de la compra, mostrando alternativas simples y respetando los márgenes enlaquetados.
Incluyendo que no respetan el formato rectangular o cuadrado.
Card
Logo
Card
Los tamaños correctos de imagen tendrán un rendimiento óptimo.
Usar un tamaño y proporciones diferentes a los soportes puede dar resultados inesperados en los espacios publicitarios.
PRECIO ANTERIOR
$ 1.000
PRECIO ACTUAL
$ 800
Logo
Card
Logo
Card
Logo
Card