

# Redes sociales

## Guías generales

Los pilares de Innovación no tienen cuentas propias en redes sociales; su contenido es compartido a través de la cuenta oficial de cada negocio por lo que en este manual no se incluyen lineamientos generales para las cuentas (nomenclatura, foto de perfil, etc.)

## Portada

Existen dos tipos de portada:

1. **Fotografía:** Se deben seleccionar imágenes con espacios vacíos para que no se afecte la legibilidad de los elementos. Pueden usarse textos, íconos y destacados.



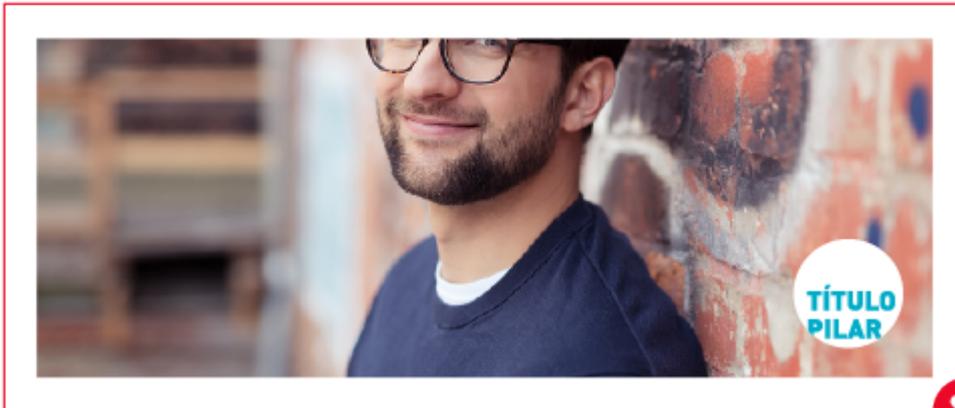
### 1. Video o GIFs animado:

- Deben durar de 6 a 10 segundos.
- Deben ser lentos para lograr su lectura.
- No deben incluir el logotipo.



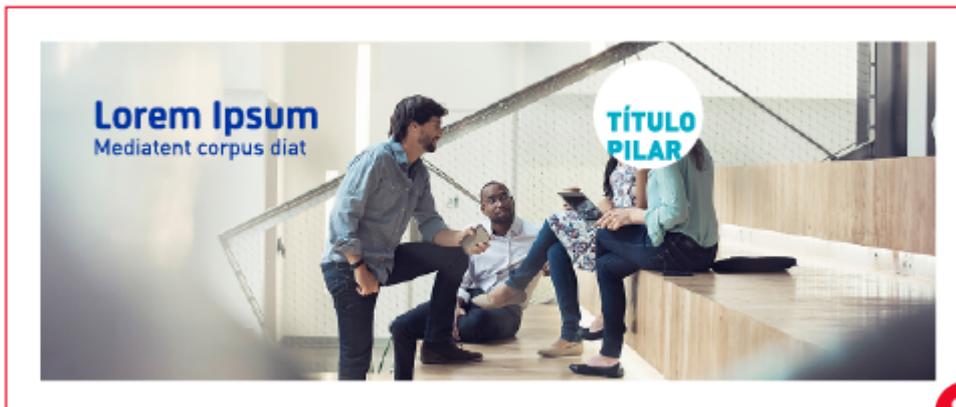
# Usos incorrectos

1.



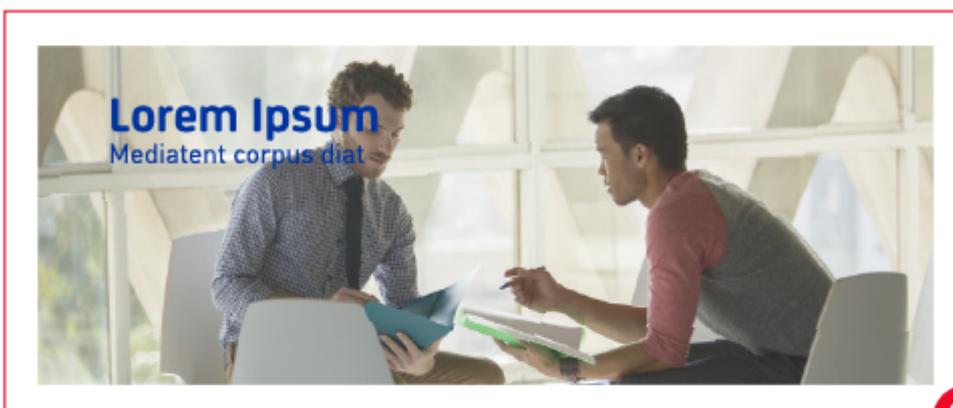
Las fotografías no se deben cortar. Revisar que se visualicen correctamente en distintos dispositivos. Nunca debe usarse el identificador solo con una fotografía, siempre debe haber un texto.

2.



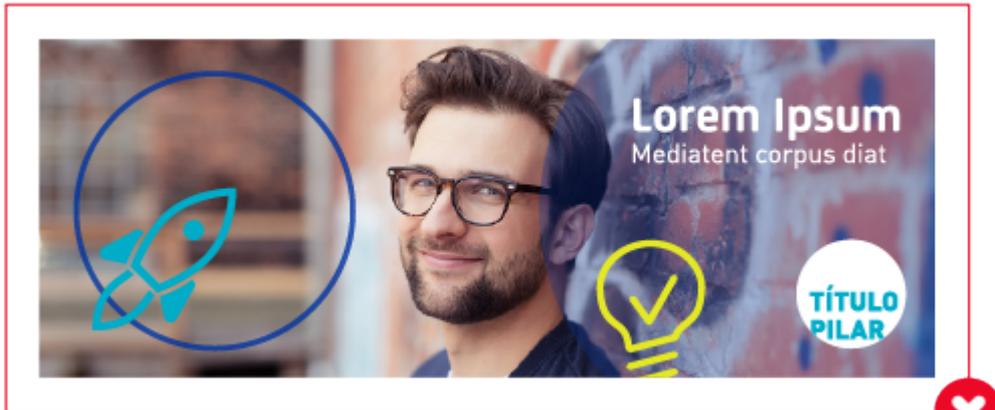
Los identificadores no debe cubrir aspectos importantes de la imagen, por ejemplo el rostro de las personas.

3.



No se debe ubicar texto en partes de la imagen donde se compromete la legibilidad.

4.



No se debe saturar la portada con elementos gráficos.

## Post

Las publicaciones siempre deben tener el identificador del pilar de Innovación y el contenedor del logotipo de SURA. El identificador debe medir 15% de  $x$ , donde  $x$  es el lado más chico del formato.





El identificador se puede ubicar ya sea arriba o abajo, dependiendo del contenido del post.



El color del contenedor dependerá del negocio de SURA que esté comunicando la información de Innovación.

Descarga los archivos editables para posts

[Descargar](#)

## **Post con imagen**

1.



**Post con contenedor e identificador:** La imagen lleva el logotipo de SURA dentro de un contenedor. El identificador puede ir en sus distintas versiones dependiendo de la imagen de fondo.

2.



**Identificador y logotipo dentro de la imagen:** Cuando el identificador y el logotipo de SURA ya aparecen en la imagen, no es necesario repetir los elementos.

# Post con textos

1.



El texto puede estar sobre la imagen siempre y cuando no se afecte su legibilidad.

2.



Se pueden usar frases sobre colores planos de fondo.

3.



El texto puede estar dentro de un círculo de color que va justificado a algún lado del post.

4.



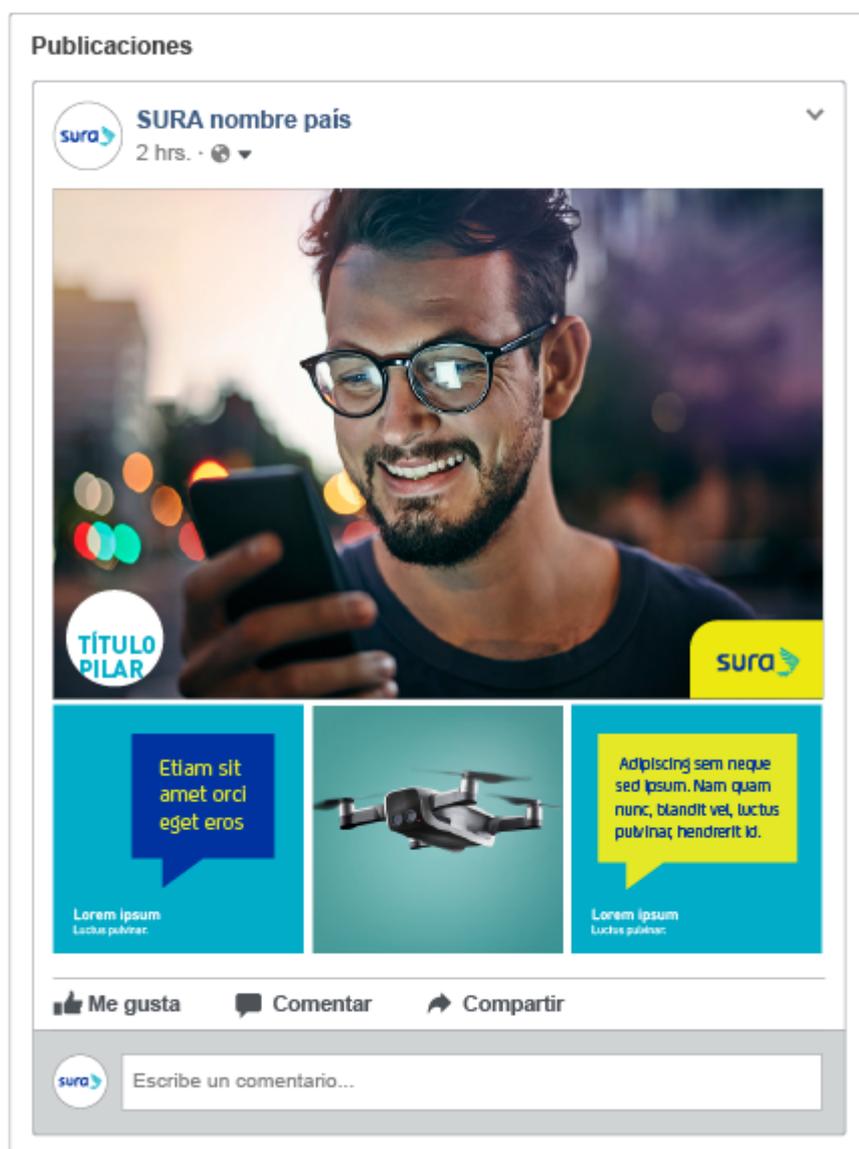
El texto se puede usar dentro de algún recurso gráfico permitido.

# Mini Álbum

La portada del mini álbum puede ser cuadrada o ligeramente rectangular siempre y cuando el ancho sea de 700 px y el alto se encuentre entre los 370 px a 700 px.

El logotipo y el identificador siempre deben aparecer en la portada, para que el usuario identifique la información de cada pilar.

Se recomienda utilizar este formato para compartir eventos y campañas, aprovechando la portada para agradecer o explicar el contenido del álbum.

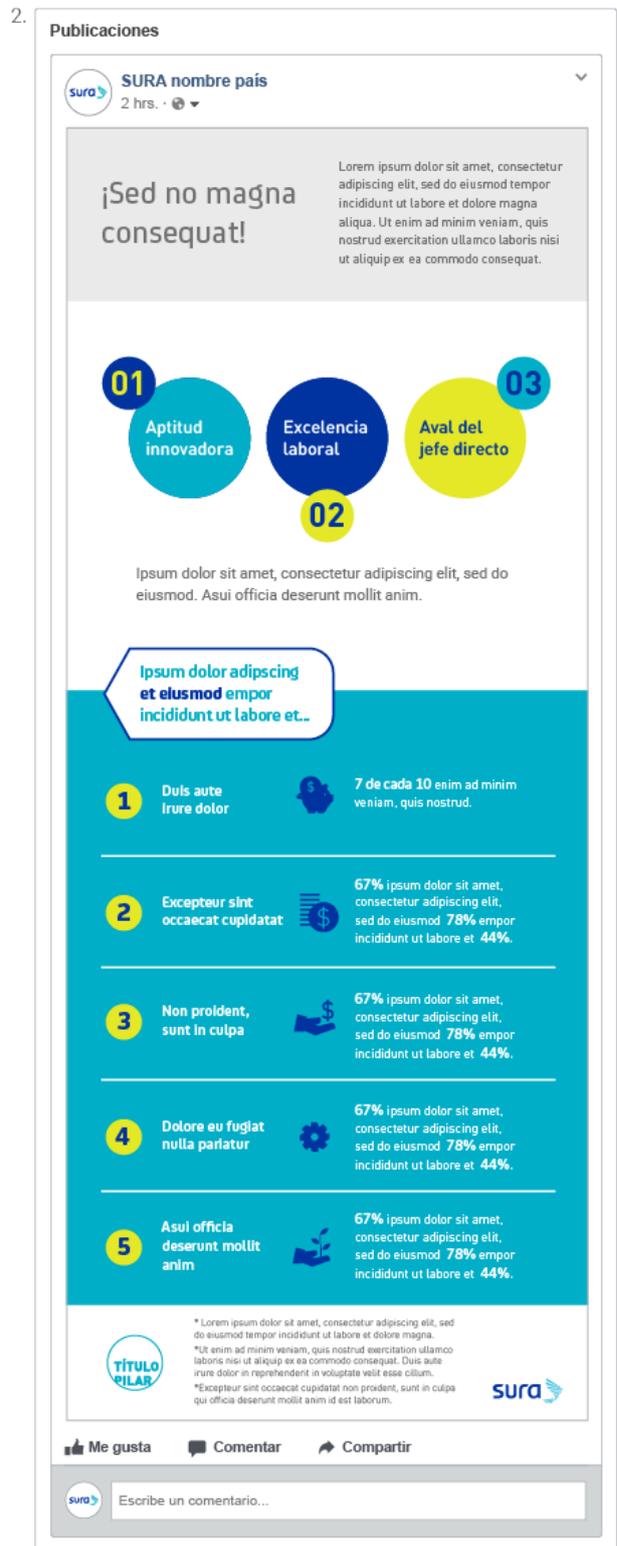
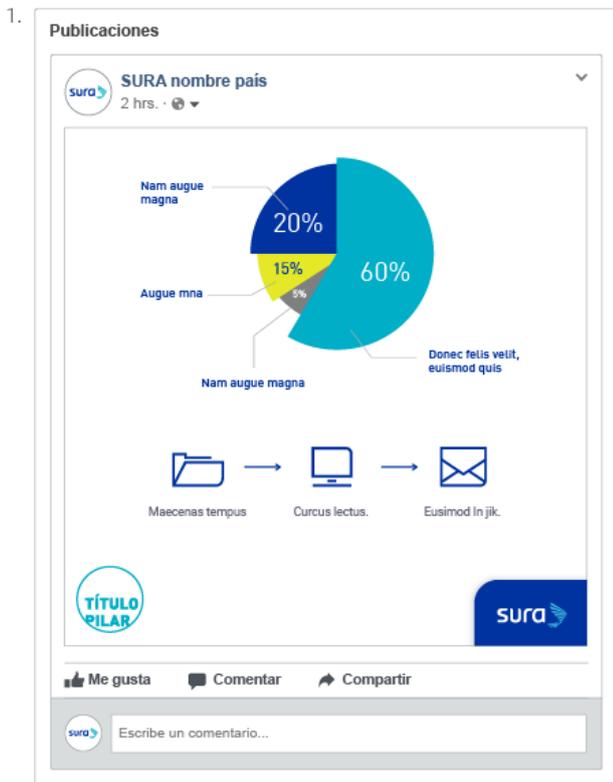


# Infografía

Las infografías permiten presentar información estadística de una manera visualmente atractiva y dinámica. El tamaño de la tipografía puede ser más reducido que en un post normal sin por ello perder legibilidad o saturar

demasiado el espacio. Se recomienda utilizar íconos y recursos gráficos para representar conceptos y mantener el orden de los elementos y jerarquías claras.

1. En aquellos casos donde sólo se presente un concepto o dato, es decir, donde se cuente con poca información, el formato del post debe ser cuadrado. El logotipo se deberá ubicar dentro de un contenedor en la esquina inferior derecha, y el identificador del otro lado del post, ya sea arriba o abajo del mismo.
2. Cuando se genere una infografía más compleja, con gran cantidad de datos a presentar, se puede utilizar un formato más vertical manteniendo un ancho de 700 px. En este caso, no se utiliza el contenedor de logotipo; éste se ubica en un pie de página o nota en la parte inferior de la imagen. Si el fondo lo permite, el logotipo debe ir en su versión principal o en versión monocromática, según lo permita el color de fondo. El identificador debe ir del otro lado del logotipo y acoplarse al espacio del formato.



## Colección

Es un formato que facilita el descubrir, explorar y comprar productos, servicios o eventos, desde un dispositivo móvil de una forma visual y envolvente.

Una colección contiene normalmente una imagen o un video de portada, en los que puede ubicar una breve descripción o mensaje, seguidos de varias imágenes

de productos, servicios o eventos. Cuando se hace clic en cualquiera de las imágenes se despliega un “canvas” o lienzo, una experiencia en pantalla completa que promueve la interacción y fomenta el interés.

La portada puede ser cuadrada o ligeramente rectangular siempre y cuando el ancho sea de 700 px y el alto se encuentre entre los 370 y 700 px.



## Carrusel

El formato por secuencia o carrusel permite mostrar hasta diez imágenes o videos, títulos y enlaces o llamadas a la acción en un solo anuncio. Por su extensión, el uso del carrusel se vuelve óptimo para:

1. Destacar las características de un evento o campaña.
2. Contar una historia mostrando imágenes o videos en sucesión para

ilustrar una narrativa relevante.

3. Explicar un proceso, ya sea sobre cómo usar un producto o cómo navegar una app.
4. Mostrar una imagen panorámica.
5. Compartir fuentes y artículos.
6. Mostrar un estilo de vida.
7. Compartir testimonios de personas o empresas pertenecientes a algún pilar.

Las imágenes deberán ir en formato cuadrado (mínimo 700×700 px). El logotipo debe aparecer al cierre con un ancho mínimo de 100 y máximo de 400 px. El identificador debe aparecer en la primera pantalla, para que de esta manera se sepa qué pilar está comunicando.

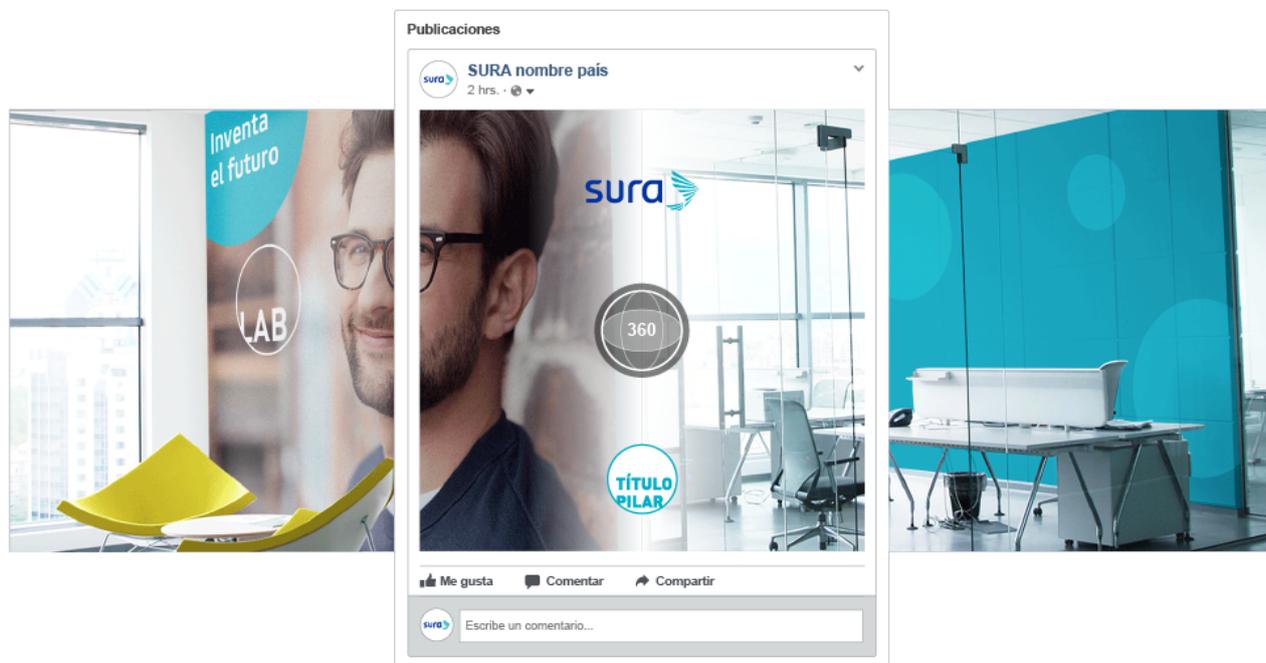


## 360°

Las imágenes 360 grados son aquellas que se visualizan con el celular alzado en posición vertical y que al moverlo en distintas direcciones, se descubren las distintas partes de una misma foto. Este formato de imagen se puede capturar mediante dispositivos, aplicaciones o software específicos.

Se recomienda utilizar esta herramienta para mostrar imágenes de eventos y dinámicas hechas por los pilares de Innovación. Se debe tratar de iniciar la

captura mostrando el logotipo de SURA y el identificador del pilar, dentro de alguna aplicación en el espacio, para posteriormente mostrar el suceso a registrar. El logotipo de SURA puede tener un ancho mínimo de 100 y máximo de 400 px dependiendo de la composición. Siempre debe ir con el identificador, pero nunca juntos.



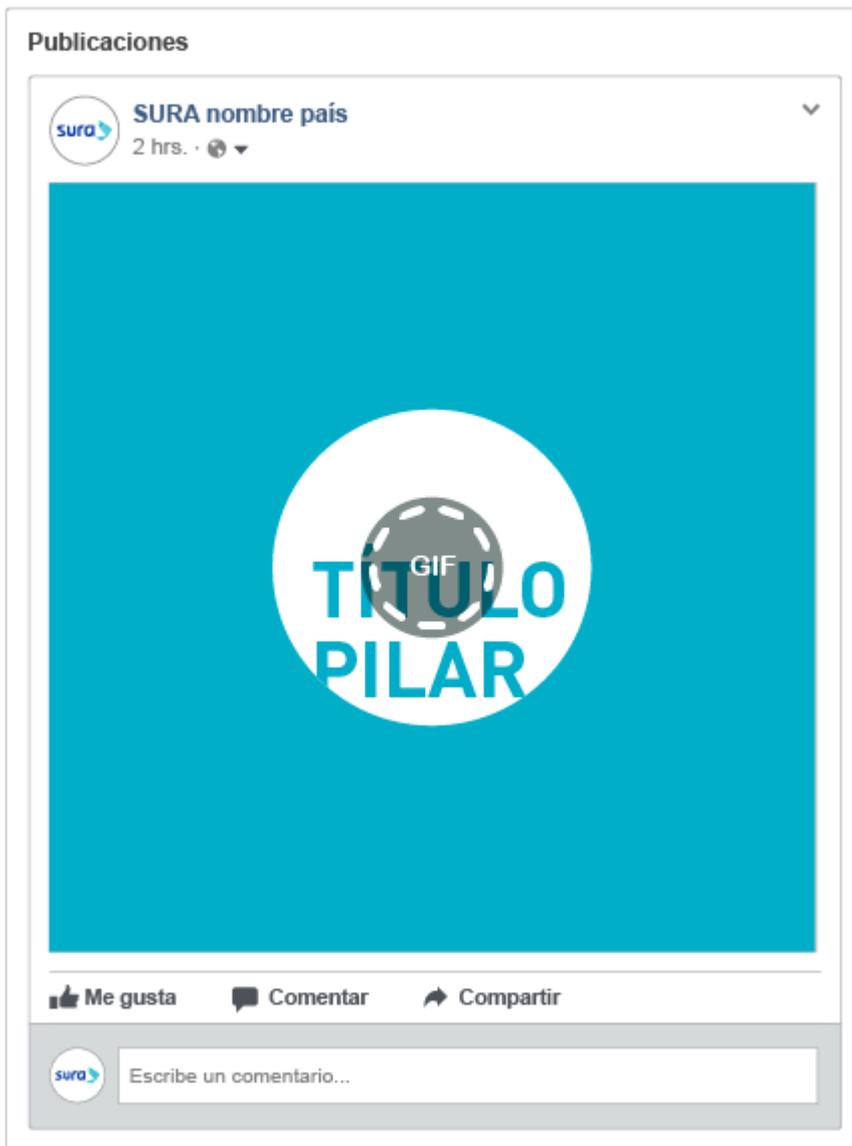
## Gif animado

Este recurso es el punto medio entre un post y un video ya que permite mostrar, con animaciones sencillas hechas cuadro por cuadro, mensajes cortos de una manera interactiva y dinámica.

En este formato el identificador del pilar debe estar siempre al principio, mientras que el logotipo de SURA debe estar siempre al cierre de la animación centrado y ocupando el mayor espacio del formato del gif (aproximadamente 1/3 de x, donde x es el lado más corto del formato).

Todos los elementos deben formar parte de la identidad visual de Innovación.

Es importante que el contenido sea coherente y conciso y que la animación cuente con movimientos y transiciones fluidas, facilitando la lectura de los contenidos.



## LinkedIn

Los pilares de Innovación de SURA no tienen cuenta propia en LinkedIn; su contenido es compartido a través de las cuentas oficiales de SURA. Los siguientes lineamientos son para los distintos formatos de posts dentro de la plataforma.

Descarga los archivos editables para LinkedIn

Descargar

## Posts

Existen diversos formatos para posts en LinkedIn. A continuación se describen las características de cada uno.

### LinkedIn Sponsored Content

Este tipo de contenido debe constar de un texto explicativo y una imagen (1200 x 627 px) que sirve como link a un sitio que hable sobre algo relacionado a los pilares de Innovación. El peso máximo de la imagen debe ser de 40 KB.

En este formato no se aplica el logotipo o los identificadores ya que sólo se aprecia la previsualización de la imagen o del video, las cuales llevan a un sitio fuera de la plataforma

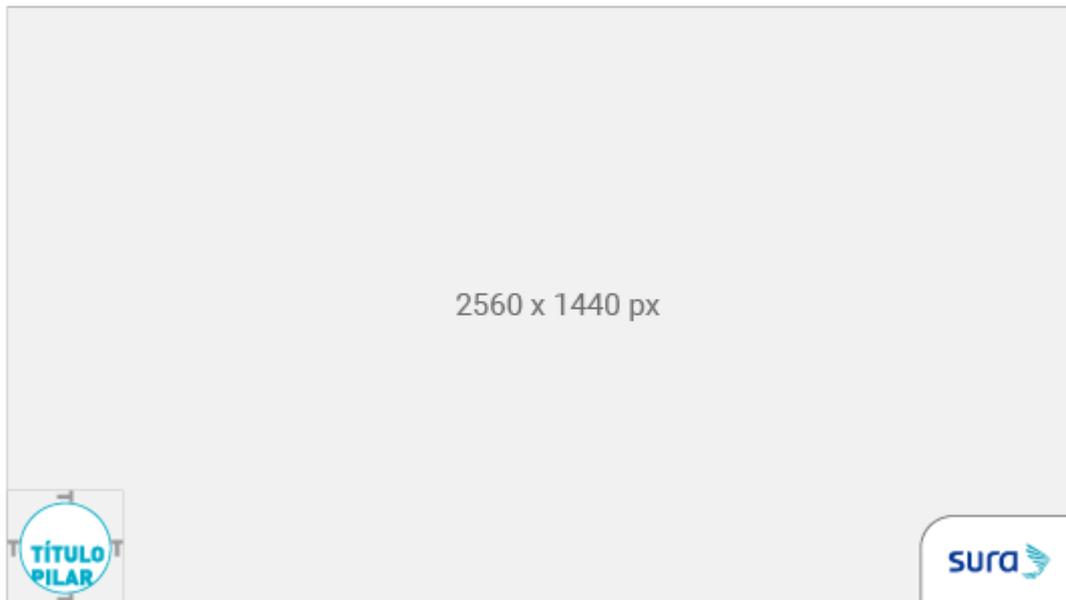


1200 x 627 px

### Imagen o Video

Este tipo de contenido es el más usado dentro de la plataforma. Se usa para dar a conocer información de la marca o para explicar algún proceso de la misma. La medida de las imágenes es de 2560 x 1440 px y pueden ir en formato jpg, png o gif. El logotipo de SURA debe estar en la esquina inferior derecha, dentro del contenedor correspondiente. El identificador puede ubicarse en el lado contrario al logotipo. El logotipo y el identificador nunca deben ir pegados uno al otro. LinkedIn acepta también varias imágenes en un mismo post.

Las medidas del contenedor para los post en LinkedIn son:



El contenedor de SURA puede variar en forma y en color según el negocio que comunique la información de Innovación.

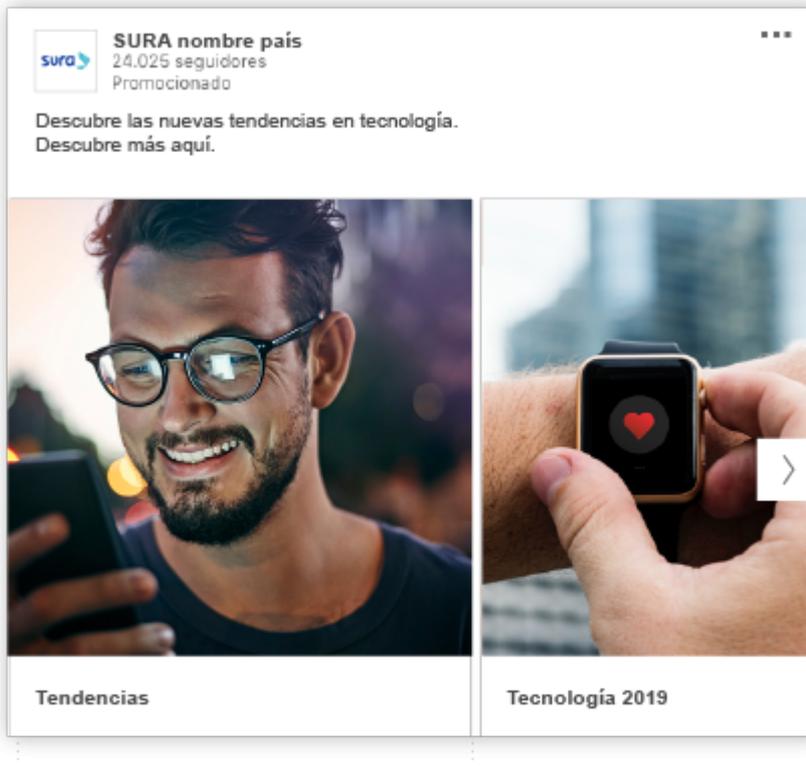
LinkedIn admite videos en diversos formatos: ASF, AVI, FVL, MPEG, MKV, MOV y WebM. El peso de los videos puede variar de 75 KB a 5 GB y la duración de 3 segundos a 10 minutos. La previsualización debe mostrar el logotipo de SURA en su versión oficial a color sobre fondo blanco y el descriptor Ventures sobre franja aqua.



Para profundizar en este tema, consulta la sección Videos.

## **Carrusel**

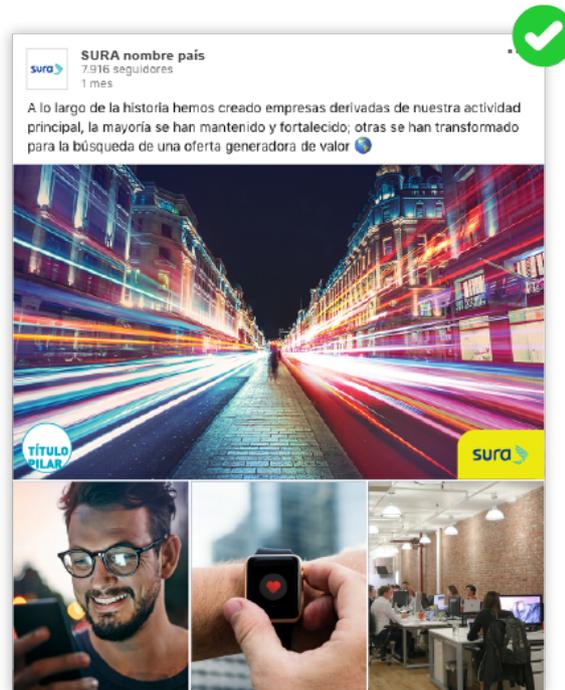
El carrusel consta de varias imágenes que llevan a artículos o ligas fuera de la plataforma. Las imágenes deben medir 1080 x 1080 px y se pueden usar de 2 a 10 imágenes.



1080 x 1080 px

## Álbum o cuadrícula

Este tipo de post consta de varias imágenes dentro de la plataforma que no llevan contenido externo. El formato de las imágenes es el mismo que el de los demás posts. Al momento de juntar las imágenes en la página de inicio, la plataforma automáticamente las centra por lo que debe considerarse el diseño del contenido y el acomodo de los elementos en las imágenes.



## Infografía

Las infografías permiten presentar información estadística de una manera visualmente atractiva y dinámica. Se recomienda utilizar íconos e ilustraciones para representar conceptos y mantener el orden de los elementos y jerarquías claras.

1. En aquellos casos donde se cuente con poca información, el formato del post debe ser 2560 x 1440 px y el logotipo se deberá ubicar dentro de un contenedor en la esquina inferior derecha de la infografía.
2. Cuando se genere una infografía más compleja, con gran cantidad de datos, se puede utilizar un formato más vertical manteniendo un ancho de 1440 px. En este caso, no se utiliza el contenedor de logotipo; éste, se ubica en un pie de página o nota en la parte inferior de la imagen. Si el fondo lo permite, el logotipo debe ir en su versión principal o en versión monocromática, según lo permita el color de fondo.

**SURA nombre país**  
26.390 seguidores  
2 semanas

¿Conoces las recomendaciones para entablar una buena relación con tu cliente? Conócelos aquí y disfruta de los beneficios.

Nam augue magna (20%)  
Augue mna (15%)  
Donec felis velit, euismod quis (60%)  
Nam augue magna (5%)

Maeceenas tempus → Curcus lectus. → Eusimod In jik.

**TÍTULO PILAR** **SURA**

**SURA nombre país**  
26.390 seguidores  
2 semanas

¿Sabes cuáles son las tendencias actuales en inversiones? Conócelas y descubre cómo influye la sociedad en los avances tecnológicos para la creación de nuevas empresas <https://goo.gl/uQqX5H>

**¡Sed no magna consequat!**

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea

**01** Aptitud innovadora

**02** Excelencia laboral

**03** Aval del jefe directo

Ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod. Asui officia deserunt mollit anim.

**Ipsum dolor adipiscing et eiusmod tempor incididunt ut labore et..**

- 1** Duis aute irure dolor **7 de cada 10** enim ad minim veniam, quis nostrud.
- 2** Excepteur sint occaecat cupidatat **67%** ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod **78%** tempor incididunt ut labore et **44%**.
- 3** Non proident, sunt in culpa **67%** ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod **78%** tempor incididunt ut labore et **44%**.
- 4** Dolore eu fugiat nulla pariatur **67%** ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod **78%** tempor incididunt ut labore et **44%**.
- 5** Asui officia deserunt mollit anim **67%** ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod **78%** tempor incididunt ut labore et **44%**.

**TÍTULO PILAR** **sura**

\* Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.  
\* Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum.  
\* Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

## Vida en la empresa

Esta sección permite atraer a los mejores candidatos al perfil de la empresa ya que se puede personalizar para que muestre de manera única la cultura de SURA, sus actividades y sus líderes. Destaca aquello que hace que SURA sea la mejor del sector.

La vida de la empresa en la sección de Innovación debe contener los valores que la marca sigue como: responsabilidad, respeto, transparencia y equidad. Las

fotografías deben seguir los lineamientos de este pilar. Los videos e imágenes deben contar con las características de los posts mencionados antes.

- Inicio
- Acerca de
- Vida en la empresa**
- Empleos
- Personas

Descubre SURA nombre país < Anterior Siguiente >

Nuestro ADN **Innovación** Lorem Ipsum



**TÍTULO PILAR**  
Crea el futuro.



**TÍTULO PILAR**

**¿Ya conoces nuestro programa de Aceleración?**  
Conoce lo nuevo en tendencias de ahorro, inversiones y comercialización. El futuro es hoy.  
[Conoce más.](#)

Fotos de Hackaton 2019 < Anterior Siguiente >

