

Contenido

1. OBJETIVO

Diseñar el material gráfico que contribuya y facilite la divulgación de los productos, servicios y gestión del ICETEX que satisfaga las necesidades de comunicación de los diferentes públicos internos y externos, en diferentes formatos y medios, tanto impresos y digitales (estáticos) como multimedia y audiovisuales (dinámicos).

2. ALCANCE

Comprende desde la necesidad del diseño de una pieza gráfica impresa o digital (estática o dinámica) o recurso audiovisual de cualquier proceso del ICETEX hasta la realización final del arte y respectiva entrega.

3. DEFINICIONES

- **Animación:** Recurso dinámico que se compone de dar movimientos y físicas a elementos estáticos, ya sean personajes ilustrados, así como textos, y motion graphics (gráficos informativos). Existen diferentes técnicas, entre ellas tradicional, 2 D, 2,5 D, stop motion, entre otras.
- **Arte Final:** Trabajo gráfico acabado y listo para su reproducción en la imprenta o publicación en diferentes medios digitales de comunicación interna o externa.
- **Audiovisual:** Recurso dinámico que se compone de recursos de video (grabación) y audio. En ocasiones se puede complementar parcial o totalmente con animaciones 2 D, 2,5 D y/o 3 D. Dependiendo de la finalidad comunicacional del recurso, se puede estar acudiendo un recurso infográfico o de índole comercial.
- **Banner web:** Recurso estático de imagen digital con fines informativos ubicado bajo la barra de navegación de una página web.
- **Content Management System (CMS):** Es un sistema online que permite poner en marcha una página web de forma sencilla y rápida. Se trata de un software que te ayuda a administrar contenidos dinámicos, por ejemplo, un blog, un ecommerce o cualquier tipo de página web.
- **Diagramación:** Distribución proporcional de los espacios de un texto, imagen, ilustración, gráfico y demás elementos que componen una pieza gráfica.
- **Diseño gráfico:** Proceso de creación de elementos visuales con fines generalmente comerciales, informativos o educativos, que comienza con la concepción de una idea, la investigación, recolección de información, creación de bocetos, presentación de propuestas, entrega del arte final y publicación a través de un medio o soporte impreso.
- **Editable:** Es un archivo en un formato digital o programa de diseño específico que permite futuras modificaciones o ajustes para luego, finalizarlo, y en caso de que se requiera, imprimirlo o divulgarlo digitalmente. Los archivos editables generalmente deben entregarse como un "empaquetado" (carpeta que contiene a parte del archivo editable, las imágenes vinculadas, fuentes – estilos de textos con los que se diseñó -, y para el caso de un producto audiovisual, videos vinculados y/o audios implicados).
- **Frames por segundo (FPS):** Es el número determinado de imágenes en secuencia que se encuentran en un segundo de animación o de video. La fluidez visual de la secuencia animada depende del número de imágenes (frames) en cada segmento de tiempo. Los números más comunes son 24, 30 y 60 frames por segundo.
- **Infografía:** Representación visual de información, la cual se puede presentar de manera estática o dinámica según la necesidad que se requiera. Se compone de gran variedad de elementos tales como, textos, imágenes, diagramas, ilustraciones, entre otros.
- **Parrilla redes sociales:** Paquete de piezas gráficas para divulgación en diferentes medios de divulgación social digital. Este recurso se compone de contenidos trabajados por medio de los periodistas o expertos y posteriormente, textos, imágenes y figuras compuestas y diagramados. Los tamaños varían según la red social en la se publicará la pieza o piezas. Pueden ser piezas independientes o consecutivas (carrusel).
- **Pieza gráfica:** Es una composición visual digital o en medio impreso que reúne elementos gráficos y se adecúa en distintos tamaños según se requiera para divulgar información clara y oportuna.
- **Público objetivo:** Personas, beneficiarios o usuarios a quien va dirigido un mensaje o tema específico.
- **Render:** Es un proceso técnico que forma parte de la edición final de un producto audiovisual. Gracias a este procedimiento, podemos exportarlo de manera correcta para su exhibición y con un formato que se adapte a un medio en concreto.
- **Sherpa:** Borrador de la pieza gráfica impresa en las medidas y colores establecidos para dar vistos buenos y pasar a producción.
- **Storyboard:** Conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o planificar la estructura de una película.

4. CONDICIONES GENERALES

4.1. TIPOS DE PIEZAS Y TIEMPO PARA EL DESARROLLO

A. Para material impreso

- El líder del proceso o el colaborador que solicita la elaboración de la pieza gráfica debe tener en cuenta los siguientes tiempos y jornadas de trabajo establecidos para el diseño de piezas gráficas impresas:

MATERIAL	TIEMPO DE ELABORACIÓN DE TEXTOS Y DISEÑO EN DÍAS HÁBILES (DÍAS HÁBILES)
Afiche	2
Aviso impreso	Entre 2 y 4
Brochure	3
Carpeta	2
Certificados	2
Folleto o flyer	3
Folleto (Mayor a 8 páginas y menor a 50)	Entre 4 y 6
Libro o Cartilla mayor de 50 páginas	Entre 8 y 12
Pendones	Entre 2 y 4
Revistas	15
Tarjetas de invitación	2
Volante	2

B. Para material digital y multimedia

MATERIAL	TIEMPO DE ELABORACIÓN DE TEXTOS Y DISEÑO EN DÍAS HÁBILES (DÍAS HÁBILES)
Banner web	2
Flyer PDF	4
Folleto (Mayor a 8 páginas y menor a 50)	Entre 4 y 6
Infografía	4
Libro o Cartilla mayor de 50 páginas	Entre 8 y 12
Parrilla de redes sociales	3
Pieza de comunicación interna	3
Presentaciones de Power Point	Entre 2 y 4
Sesión de grabación de video	Entre 3 y 7
Sesión de grabación de audio	3
Video editado (material grabado)	Entre 3 y 4
Video editado (material grabado) + animaciones integradas	Entre 3 y 7
Video animado	Entre 8 y 22

- Los tiempos registrados pueden variar de acuerdo con la carga laboral que al momento de registrarse tenga la Oficina Asesora de Comunicaciones, en tal caso, se avisará oportunamente al proceso solicitante. Adicionalmente pueden ser afectados por los cambios que solicite el área durante el proceso de diseño.
- Los tiempos anteriormente enunciados se cumplirán si el área solicitante envía el contenido final y aprobado por parte del jefe o responsable asignado en primera instancia y luego, por los profesionales de la Oficina Asesora de Comunicaciones (en caso de que requiera ajustes ortográficos o de contenido según el público objetivo, tema o medio de divulgación), si se realizan cambios en el contenido no se podrán cumplir con los mismos.
- Las solicitudes de material gráfico impreso y digital pueden ser enviadas por las dependencias del ICETEX o la misma Oficina Asesora de Comunicaciones.

5. DESCRIPCIÓN

5.1. DIAGRAMA DE FLUJO

(No aplica)

5.2. ACTIVIDADES

Áreas Misionales – ICETEX

5.2.1 El área solicitante le hace requerimiento a la Oficina Asesora de Comunicaciones a través del aplicativo de gestor de servicios. El líder del proceso o colaborador solicita a la Oficina Asesora de Comunicaciones la pieza gráfica requerida para informar su necesidad relacionada con la entidad.

Nota 1: En este caso, el área solicitante debe suministrar la información o el material requerido para la gestión comunicacional a través de los medios dispuestos por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Nota 2: En este caso, a la hora de gestionar la solicitud por el aplicativo de gestor de servicios, se debe adjuntar la previa autorización del jefe del área, coordinador, o quien haga sus veces.

Profesional – Oficina Asesora de Comunicaciones

5.2.2 Recibe la solicitud del área misional.

5.2.3 La Oficina Asesora de Comunicaciones trabaja la pieza gráfica con el equipo de periodistas, diseñadores y publicistas, elaborando los textos y la imagen para cumplir con la solicitud.

5.2.4 La Oficina Asesora de Comunicaciones entrega la pieza gráfica al área solicitante para su aprobación.

Áreas Misionales – ICETEX

5.2.5 Recibe la respuesta del área misional para validar si es aprobada o no.

- Si la pieza gráfica es aprobada, continúa con la actividad 5.2.6.
- Si la pieza gráfica no es aprobada, continúa con la actividad 5.2.3.

Procede a la publicación de la pieza gráfica descrita en la actividad 5.2.4 Con la aprobación del área solicitante, la Oficina Asesora de Comunicaciones procede a la publicación de la pieza gráfica.

5.2.6 Si el área solicitante dispone de canales para el envío de la pieza

- Se procede al envío (En este caso se puede dar como aprobada si el área solicitante realiza su publicación).
- Si el área solicitante no dispone de canales para el envío de la pieza, continúa con la actividad 5.2.7.

5.2.7 Valida si la pieza requiere impresión.

- Si se requiere de impresión, continúa con la actividad 5.2.8.
- Si no se requiere de impresión, notificar previamente a la Oficina Asesora de Comunicaciones.

5.2.8 Después de la aprobación de la pieza de parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones, el área solicitante, si tiene recursos o algún contrato de impresión, procede a gestionar el trámite correspondiente.

Empresa de impresión

5.2.9 Si hay empresa de impresión, el proveedor que se encuentre en se momento envía sherpas (borrador de la pieza gráfica impresa) para aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

5.2.10 La empresa encargada de la impresión entrega las impresiones al profesional de la Oficina Asesora de Comunicaciones, para posteriormente hacer llegar al área solicitante.

Profesional – Oficina Asesora de Comunicaciones

5.2.11 La Oficina Asesora de Comunicaciones recibe las impresiones remitidas por la empresa.

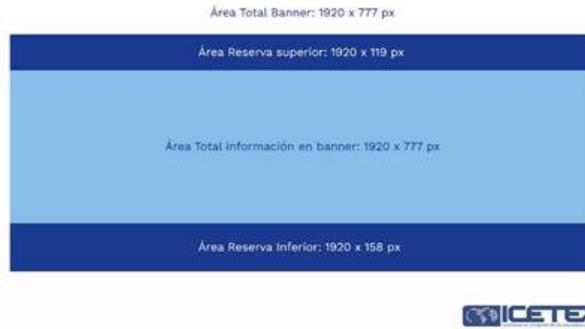
5.2.12 Entrega las impresiones al área solicitante.

5.3. ESPECIFICACIONES Y MEDIDAS DE LOS FORMATOS

5.3.1 Banner web (formatos y pesos de archivo):

El diseño de piezas banners requiere de dimensiones y pesos de archivo específicos:

- Tamaño: 1920 x 777 pixeles (Home principal – adjunto indicando las áreas de reserva).



- Tamaño: 1920 x 530 pixeles (Fondos en administración – adjunto indicando las áreas de reserva).



- Tamaño: 1920 x 480 pixeles (Gestión de crédito y pagos – adjunto indicando las áreas de reserva).



- Formato: JPG.
- Peso: Máximo 150 KB sin perder calidad (Por accesibilidad web y UX).
- Contenido (Está dividido en dos):
 - Texto imagen: solo lo necesario para el CTR – Llamado a la acción (Lo más mínimo en caracteres)
 - Texto editable (**Gráfico 1** > resaltado en contorno blanco): Complemento de la imagen que se encuentra ubicada en la parte inferior para personas con discapacidad visual (Máximo: caracteres sin espacios "180" Caracteres con espacios "215").
- Por favor respetar las márgenes (Superior / inferior y laterales).
- Dentro de la imagen se puede utilizar fotografía, botones (CTA), iconografía, logotipos, ilustración, vectores (**Importante recomendable:** diseños limpios (en cuanto a elementos), sobrio, que no se vea saturado, juvenil, innovador).

5.3.2 Parrilla de redes sociales (formatos):

Para la publicación de piezas comunicativas en redes sociales (tanto de imagen como de video), es importante tener en cuenta que, dependiendo cada plataforma, ciertas dimensiones varían:

Instagram:

Tipo de Publicación	Tamaño
Foto de Perfil	110 x 110 px (180 x 180 recomendado)

Post Vertical (Fotos y Vídeos)	1080 x 1350 px
Post Cuadrado (Fotos y Vídeos)	1080 x 1080 px
Post Horizontal (Fotos y Vídeos)	1080 x 566 px
Tamaño recomendado para Instagram Stories	1127 x 2008 px (duración máxima de 60 segundos sin cortes)
Medidas para los Reels de Instagram e IG TV	1080 x 1920 px

Instagram:

Tipo de Publicación	Tamaño
Publicación horizontal	1200 x 630 px
Imagen con enlace	1200 x 630 px
Post de video	1080 px x 1080 px
Publicación cuadrada	1200 x 1200 px
Stories	1080 px x 1920 px

Twitter (X):

Tipo de Publicación	Tamaño
Imagen de cabecera	1500 x 500 px
Imagen de perfil	400 x 400 px
Imágenes dentro de publicación	1024 x 512 px
Imágenes Twitter cards	800 x 800 px si son cuadradas y 800 x 418 px si son horizontales.

LinkedIn:

Tipo de Publicación	Tamaño
Imagen de publicación	1200 x 1200 px
Imágenes de los enlaces de las entradas de blog	1200 x 627 px
Para videos	256 x 144 px (mínimo) a 4096 x 2304 px (máximo)

YouTube:

Tipo de Publicación	Tamaño
Video de publicación (relación de aspecto 16:9)	1920 x 1080 px (sentido horizontal)
Video de publicación (relación de aspecto 4:3)	1024 x 768 px o 2048 x 1536 px
Shorts	1080 x 1920 px (sentido vertical)

- La velocidad de frames (frames por segundo - FPS -), depende de la necesidad que se establezca, generalmente se manejan ciertos valores estándar (24, 29.97, 30 y 60 frames por segundo).

TikTok:

Tipo de Publicación	Tamaño
Video de publicación	1080 x 1920 px (sentido vertical)

- La velocidad de frames (frames por segundo - FPS -), depende de la necesidad que se establezca, generalmente se manejan ciertos valores estándar (24, 29.97, 30 y 60 frames por segundo).

5.3.3 Proceso de generación de productos audiovisuales:

El desarrollo de recursos audiovisuales se compone de 3 pasos esenciales para la culminación de un producto en formato MP4 (generalmente), destinado a divulgarse en plataformas digitales web como Youtube o ya sea por medio del portal institucional.

- Preproducción:** En este estado, se toman los requerimientos del solicitante y se arma en caso de requerirse un guión que contendrá las especificaciones de tomas requeridas a grabar, audios, referencias y en algunos casos, un storyboard que dará una idea fiel del tipo de concepto, tomas y planos a grabar. En caso de requerir únicamente de tomas sueltas (como tomas de apoyo), se requiere especificar cuál es el concepto y finalidad de dichas tomas (a qué personas, lugares o zonas se va a grabar, así como una idea de los planos). En el caso de requerir animaciones integradas, es importante contemplarlo desde un inicio ya que estos elementos deben plasmarse dentro del guión, especificando la idea de animación dentro de la escena o toma y la referencia de estilo de animación. En el guión, como se mencionó anteriormente, debe contener los contenidos de audio a grabar, de forma que se pueda realizar el proceso de grabación de locución en paralelo según sea el caso, o ideas de tipos de musicalización y sonidos de ambientación que podría llevar el video.

- **Producción:** En esta instancia, se procede a grabar las tomas solicitadas según el guion, es importante tener en cuenta el tipo de cámara o medio de grabación (según el propósito), la orientación de pantalla y formatos, así como los frames por segundo. En el caso de realizar animaciones, se deben tener en cuenta los formatos de video y velocidad de frames en los que se deben entregar para una posterior integración.
- **Postproducción:** Finalmente, una vez finalizado y e integrado, video, audio y/o animación según sea el caso, el producto aún en el programa de edición pasa a un proceso de renderizado en el que se codificará el proyecto a un formato de video (MP4, AVI o MOV). Luego de la revisión de una versión inicial renderizada en baja calidad, se harán los ajustes pertinentes y nuevamente se realizará el renderizado del producto final aprobado.

Las dimensiones estándar y recomendadas para videos editados y publicados son generalmente los de relación de pantalla 16:9 full HD – 1920 x 1080 pixeles (formato horizontal) - y la misma relación de pantalla en formato vertical – 1080 x 1920 pixeles -.

Cómo proceso final (parte aún del estado de postproducción), una vez aprobado por la oficina o encargado solicitante, el producto en formato MP4 será subido en las plataformas web y en el caso de estar destinado a publicarse en el portal web, deberá subirse por medio del CMS con un título y etiquetas adecuados, así como las opciones adecuadas para una correcta visualización por parte del usuario.

En el caso de subida digital del producto audiovisual en plataformas web, se requiere elegir las opciones de publicación adecuadas según el objetivo de este junto con un nombre adecuado en la categoría correcta y finalmente un proceso de publicación revisado en dichas plataformas.

6. SEGUIMIENTO Y CONTROL

ACTIVIDAD A CONTROLAR	COMO EJERCER EL CONTROL	EVIDENCIA DEL CONTROL	RESPONSABLE
Revisa diseño de la pieza publicitaria o el boceto publicitario.	Revisa la redacción, gramática y estructura del contenido de la información del primer boceto.	Pieza terminada o publicada	Jefe de Oficina Asesora, profesional encargado o área solicitante
Recibe y revisa el material publicitario.	Revisa que la información de la pieza esté completa y correcta para su publicación. En cuanto a piezas impresas se revisa la calidad del papel, la calidad de la impresión, el número de ejemplares, que el color cumpla con las especificaciones descritas en el Manual de Identidad Corporativa.	Pieza terminada o recibida a satisfacción	Jefe de Oficina Asesora, profesional encargado o área solicitante

7. DOCUMENTOS RELACIONADOS

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO
N/A	N/A

Modificaciones

Descripción de cambios

- Se agregan las definiciones de editable, pieza gráfica, sherpa, audiovisual, animación, banner web, infografía, parrilla redes sociales, storyboard, render, frames por segundo (FPS), content management system (CMS)
- Se elimina de definiciones pieza comunicacional y se organiza alfabéticamente
- En condiciones generales se reemplaza pieza comunicacional por pieza gráfica
- En el cuadro de los tiempos de elaboración se hacen ajustes en materiales y días hábiles de elaboración
- En el numeral B e agrega la palabra multimedia y se hacen ajustes en el cuadro de tiempos de elaboración y materiales
- En el numeral 5.2 actividades se modifica en su totalidad de acuerdo con las actividades que se realizan actualmente en el área
- Se agrega el numeral 5.3 Especificaciones y medidas de los formatos

Historial de Versiones

Fecha Vigencia (Acto Adtvo)	Versión	Descripción de Cambios
2023-11-27	6	<ul style="list-style-type: none"> • Se agregan las definiciones de editable, pieza gráfica, sherpa, audiovisual, animación, banner web, infografía, parrilla redes sociales, storyboard, render, frames por segundo (FPS), content management system (CMS) • Se elimina de definiciones pieza comunicacional y se organiza alfabéticamente • En condiciones generales se reemplaza pieza comunicacional por pieza gráfica • En el cuadro de los tiempos de elaboración se hacen ajustes en materiales y días hábiles de elaboración • En el numeral B e agrega la palabra multimedia y se hacen ajustes en el cuadro de tiempos de elaboración y materiales • En el numeral 5.2 actividades se modifica en su totalidad de acuerdo con las actividades que se realizan actualmente en el área • Se agrega el numeral 5.3 Especificaciones y medidas de los formatos
2020-11-18	5	Se realizo modificación en el objeto, definiciones, condiciones generales, descripción de actividades y seguimiento y control.
2016-07-12	4	Se reestructura el procedimiento, se cambia el diligenciamiento del F19 por partes de los procesos ICETEX, ahora esto será responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
2013-06-05	3	Se realizan ajustes a las actividades descritas en el numeral 5.2
-	2.0	-
-	1.0	-

¿Ha revisado el documento en su totalidad?

SI