



Creación de gráficas para redes sociales

Información del Documento			
Nombre del Documento:	Protocolo para el diseño de gráficas para redes sociales		
Dirección - Área:	Imagen Corporativa – Diseño		
Preparado por:	Encargada de Diseño		
Aprobado por:		Fecha de Aprobación:	
		Fecha de Publicación:	
		Vigente desde:	
		Vigente Hasta:	

Control de Versiones				
Versión	Fecha de Vigencia	Aprobado por	Firma	Comentario



INDICE

I.	Objetivos	3
II.	Alcance	3
III.	Responsables	3
VI.	Procedimiento	4
V.	Recomendaciones	5
VI.	Control e Indicadores de Desempeño	5

I. OBJETIVOS

- Estandarizar el proceso de conceptualización, preparación y envío de diseño.
- Garantizar que las piezas gráficas estén alineadas con la línea editorial de la universidad.
- Optimizar los tiempos de respuesta y entrega de contenidos visuales para asegurar la publicación oportuna en redes sociales.

II. ALCANCES

Este protocolo aplica al equipo de diseño y las unidades solicitantes involucradas en la creación de contenido visual para redes sociales de la universidad, incluyendo diseño de posts, stories, carruseles, infografías, y material promocional o informativo de actividades institucionales."

III. RESPONSABLES

3.1 Unidades Solicitantes: Unidades de Apoyo Académico y/o Unidades de Apoyo Administrativo.

Responsables de ingresar solicitudes de diseño con la información completa requerida, proporcionar un brief claro, validar el contenido textual y aprobar las piezas finales dentro de los plazos establecidos.

3.2 Equipo de Ejecución: Equipo de Diseño, Diseñadores de área o Community Managers.

Responsables de desarrollar las piezas gráficas según los lineamientos de marca, cumplir con los tiempos de entrega establecidos y realizar ajustes solicitados en las revisiones.

3.3 Equipo de Revisión y Aprobación: Periodista del equipo de la Dirección de Comunicaciones y Brand Managers de cada unidad.

Responsables de revisar que el contenido cumpla con los lineamientos editoriales, verificar la coherencia del mensaje institucional y aprobar las piezas antes de su publicación.

3.4 Publicación: Unidad Solicitante (respectiva)

Responsables de publicar el contenido aprobado en las redes sociales correspondientes en las fechas y horarios programados.

3.5 Supervisión General: Encargada de Diseño o Jefe de Dirección de Imagen Corporativa.

Responsables de velar por el cumplimiento del protocolo, asegurar la coherencia visual de la identidad institucional, resolver conflictos o situaciones especiales, y monitorear los indicadores de desempeño del proceso.

IV. PROCEDIMIENTOS

1.- Preparación de la pieza gráfica

1.1. Recepción y análisis del brief: El diseñador asignado recibe la solicitud con toda la información proporcionada por la unidad solicitante (textos, objetivos del contenido, fecha de publicación, formato requerido, público objetivo, etc.) y realiza una lectura comprensiva del brief.

1.2. Búsqueda de referentes visuales: El diseñador investiga y recopila referencias visuales que se alineen con el mensaje y objetivo del contenido. Esta búsqueda puede realizarse en plataformas como Pinterest, Behance, archivo de trabajos previos de la institución, o referentes de estudios de diseño.

1.3. Conceptualización: Con base en el brief y los referentes recopilados, el diseñador define:

- **Estilo visual:** acorde a la línea editorial institucional y al tipo de contenido.
- **Tono:** formal, cercano, dinámico, informativo, etc.
- **Paleta de color:** acorde a los lineamientos establecidos en el de marca de la universidad.
- **Composición:** disposición de elementos, jerarquía visual, formato (estático, carrusel, etc.).

1.4. Preparación para la ejecución El diseñador organiza los recursos necesarios (imágenes, íconos, tipografías institucionales) y estructura mediante bocetos rápidos la propuesta antes de iniciar el diseño.

2.- Diseño de pieza gráfica

2.1 Desarrollo del Key Visual (KV) El diseñador utiliza la Suite de Adobe para crear las distintas propuestas de KV, asegurando el cumplimiento del manual de marca institucional.

2.2 Configuración del archivo: Se debe ajustar el archivo a CMYK o RGB dependiendo de si el proyecto será impreso o digital.

2.1 Adaptación a formatos Se adapta el KV a los diferentes formatos requeridos según las plataformas de destino (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.) y sus especificaciones técnicas

3.- Envío de la pieza gráfica

3.1 Envío a revisión: El diseñador envía las piezas al Periodista y Brand Managers a través de correo electrónico, SharePoint o WeTransfer para revisión simultánea.

3.2 Aprobación y entrega Una vez aprobada la pieza, el diseñador prepara los archivos finales en los formatos requeridos (PNG, JPG, PDF o editables). El Brand Manager notifica a la unidad solicitante y gestiona la entrega de los archivos.

V. RECOMENDACIONES

- Mantener los archivos con un peso ideal para poder enviar fácilmente.
- Mantener uniformidad en estilo y formato entre las distintas piezas gráficas.
- Realizar revisiones rápidas para corregir errores antes del envío final.
- Mantener comunicación con el coordinador de comunicación en caso de dudas sobre el contenido.

VI. CONTROL E INDICADORES DE DESEMPEÑO

- Calidad: La pieza gráfica debe estar entregada en la calidad respondiente para su publicación.
- Entrega a tiempo: Las gráficas deben ser enviadas dentro del plazo establecido.
- Aprobación del contenido: El coordinador de comunicación y la Encargada de Diseño de la Dirección de Imagen Corporativa deben validar cada gráfica antes de su publicación.