



MANUAL DE MARKETING

SUBSISTEMA: CREACIÓN DE CONTENIDO

- **Objetivo:** El presente documento se enfoca en explicar los procesos, procedimientos y actividades realizadas en el área de Marketing para el subsistema de Creación de contenido para la comunicación efectiva a los integrantes del área.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción de la Actualización	Fecha de Actualización	Responsable
01	Documentación	07/01/2025	Joselyn zambrano
02	Actualización de documentación	22/05/2026	Joaquín Rodríguez

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
ALCANCE	4
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO: CREACIÓN DE CONTENIDO	5
DIRECTOR CREATIVO Y PRODUCCIÓN	6
ORGANIZACIÓN, CREACIÓN Y REVISIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUALES	7
DIRECCIÓN Y SUPERVISIÓN DE TRANSMISIONES EN VIVO	19
COORDINACIÓN PARA LA ENTREGA DE INCENTIVOS A GANADORES DE CONCURSOS Y SORTEOS	31
SEGUIMIENTO DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES	37
CREADOR DE CONTENIDO	43
CREACIÓN CONTENIDO PARA REDES SOCIALES	44
GRABACIÓN DE UNBOXING O RESEÑAS DE PRODUCTOS	55
ELABORACIÓN DE VIDEOS PARA RECURSOS HUMANOS	66
REPORTE DE CODIGOS DE PAUTAS DE VIDEOS EN TIK TOK	74
CONTROL Y SEGUIMIENTO DE ENTREGA DE CONTENIDO DE TIENDAS	82
REPORTE TOP DE DESEMPEÑO DEL CONTENIDO PUBLICADO EN REDES SOCIALES	92
GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO	99
EDITOR DE CONTENIDO	117
GRABACIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES	118
EDICIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES	124
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDO PARA YOUTUBE	132
PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS	138
PRODUCCIÓN DE CONTENIDO MUSICAL Y SONORO	145
PRODUCCIÓN DE CONTENIDO PUBLICITARIO ANIMADO	151
PRODUCCIÓN DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS 3D	159

INTRODUCCIÓN

Marketing es una de las áreas más fundamentales en un negocio retail, porque permite a los consumidores conocer las diversas promociones y publicaciones que se están ofertando en la empresa, contribuyendo a través de artes, publicidades, videos promocionales, entre otros.

ALCANCE

El presente documento tiene como finalidad orientar sobre los procesos del área del marketing con sus respectivos subsistemas para plasmar sus actividades diarias, así como sus resultados y metas asignadas.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar una guía práctica sobre los procedimientos que se efectúan en el área de Marketing, tanto en el diseño de publicidad para redes sociales, así como ventas Ecommerce y creación de contenido creativo para promocionar tiendas como productos con la finalidad de plasmar todas las actividades realizadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar la aplicación de estrategias de marketing para promocionar las ventas de productos a nivel digital y de retail.
- Proporcionar detalle sobre los procesos que se siguen en el área para el cumplimiento de objetivos, resultados y metas asignadas.
- Capacitar al personal sobre las actividades que se efectúan para la optimización de procesos y procedimientos para contribuir a la mejora continua del área.
- Introducir métodos que contribuyan al análisis de resultados, así como técnicas digitales para mejorar la visibilidad y rendimiento de las campañas de marketing.

ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO: CREACIÓN DE CONTENIDO.





DIRECTOR CREATIVO Y PRODUCCIÓN

ORGANIZACIÓN, CREACIÓN Y REVISIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUALES

El presente proceso se centra en la planificación, organización, desarrollo, supervisión y validación del contenido audiovisual destinado a las diferentes marcas y canales institucionales, considerando los objetivos comerciales, las tendencias digitales, los lineamientos de comunicación y los estándares de calidad establecidos.

1.- OBJETIVO

Gestionar el desarrollo del contenido audiovisual, mediante la planificación, preproducción, producción, edición, revisión y aprobación del contenido, para garantizar la generación de material alineado con los objetivos comerciales, los lineamientos de la marca y los estándares de calidad establecidos.

2.- ALCANCE

Contenido audiovisual desarrollado, revisado y aprobado, alineado con los objetivos comerciales, los lineamientos de la marca y los estándares de calidad, listo para su programación y publicación en las plataformas digitales correspondientes.

3.- POLÍTICAS

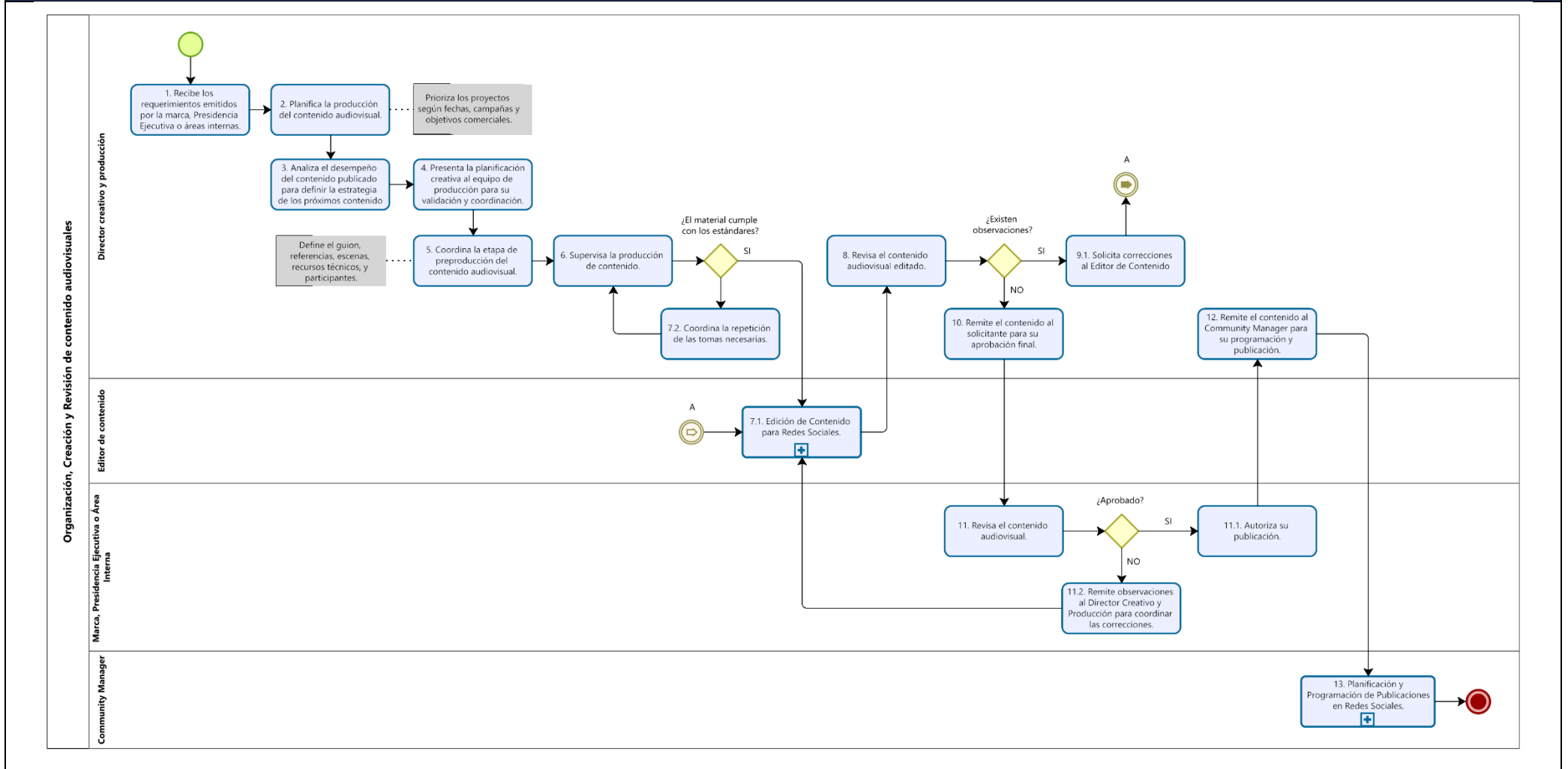
1. Todo contenido audiovisual deberá cumplir obligatoriamente con los lineamientos de identidad visual, comunicación, objetivos comerciales y estrategia de la marca antes de iniciar su producción y previo a su publicación.
2. Todo contenido audiovisual deberá ser revisado y aprobado por el Director Creativo y Producción antes de ser remitido a la marca para su revisión y aprobación final; cuando el contenido no corresponda a una marca externa, deberá remitirse directamente al Community Manager para su programación y publicación en las plataformas digitales correspondientes.

3. No podrá publicarse ningún contenido que presente errores de redacción, ortografía, información comercial, identidad visual, calidad de imagen, audio o cualquier otro aspecto que afecte la calidad del material audiovisual.
4. Todo material audiovisual, música, imágenes, videos, gráficos o cualquier recurso de terceros utilizado durante la producción deberá contar con la autorización o licencia correspondiente, en cumplimiento de la normativa sobre derechos de autor y propiedad intelectual.
5. Todas las etapas del proceso de producción audiovisual (*preproducción, producción y postproducción*) deberán ejecutarse conforme a los tiempos establecidos en el cronograma aprobado, a fin de garantizar el cumplimiento de las fechas de entrega del contenido.
 - **Preproducción:** Comprende la planificación, elaboración del guion, coordinación de participantes, preparación de recursos y organización de la grabación.
 - **Producción:** Comprende la ejecución de la grabación y la obtención del material audiovisual conforme al guion aprobado.
 - **Postproducción:** Comprende la edición, revisión, aprobación y entrega del contenido audiovisual listo para su programación y publicación.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Calendario de campañas y publicaciones.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de contenido emitido por la marca, Presidencia Ejecutiva o área interna.
 - Documento: Calendario de campañas y publicaciones.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Director creativo y producción.	• Recibe los requerimiento emitidos por la marca, presidencia ejecutiva o área interna. • Planificar y priorizar los proyectos de contenido audiovisual de acuerdo con los requerimientos de las marcas, la disponibilidad del equipo y las fechas establecidas para su producción y publicación: 1. Revisar el calendario de campañas, marcas y actividades comerciales programadas. ○ Adicionalmente identificar los requerimientos recibidos por parte de las marcas, Presidencia Ejecutiva y áreas internas.	• Planificación preliminar de producción audiovisual elaborada, con los proyectos priorizados de acuerdo con los requerimientos recibidos, el calendario de campañas, la disponibilidad del equipo y las fechas de ejecución.	• 30 a 60 min (<i>Depende de la cantidad de requerimientos campañas programadas</i>).

		2. Clasificar los proyectos de acuerdo con su nivel de prioridad, considerando fechas de entrega, campañas vigentes, lanzamientos de productos y objetivos comerciales. 3. Organizar la planificación semanal de producción de contenidos.		
2	Director Creativo y Producción	- Analizar el desempeño del contenido publicado en las plataformas digitales para identificar oportunidades de mejora y definir la estrategia de los próximos contenidos audiovisuales: - Revisar las métricas de las publicaciones realizadas en las diferentes plataformas digitales (<i>Instagram, Facebook, TikTok y demás canales utilizados</i>). - Analizar indicadores como alcance, reproducciones, comentarios, interacciones y nivel de aceptación del contenido. - Identificar los formatos, productos o temáticas con mayor rendimiento para definir nuevas propuestas de contenido.	Planificación creativa del contenido audiovisual elaborada, considerando el análisis de los requerimientos, los objetivos comerciales, los lineamientos de la marca, las tendencias y los recursos necesarios para su producción.	45 min. a 2 horas (<i>Depende del volumen de publicaciones y métricas a analizar</i>).

		4. Detectar contenidos con bajo desempeño para determinar oportunidades de mejora o descartar formatos poco efectivos. Una vez concluido el análisis del requerimiento, se elabora la planificación creativa del contenido audiovisual, considerando los objetivos comerciales, los lineamientos de la marca y los recursos disponibles.		
3	Director Creativo y Producción	- Presentar la planificación creativa al equipo de creación de contenido para su revisión, validación y coordinación de las actividades requeridas para la producción audiovisual. - Coordinar reunión con los creadores de contenido y personal involucrado en la producción audiovisual. - Presentar las propuestas de contenido, campañas, ideas creativas y prioridades definidas para el periodo correspondiente. - Exponer los objetivos comerciales que persigue cada contenido y la estrategia planteada para su desarrollo.	Planificación creativa validada, con observaciones incorporadas, prioridades definidas y aprobación para iniciar el desarrollo del contenido audiovisual.	30 a 45 min (Depende de las observaciones y ajustes realizados durante la reunión de validación).

		○ Recibir las observaciones, recomendaciones y solicitudes de ajuste emitidas por los creadores de contenido y demás participantes, incorporando las modificaciones que correspondan en la planificación creativa. 4. Obtener la conformidad del equipo para iniciar la etapa de preproducción y el desarrollo del contenido audiovisual.		
4	Director Creativo y Producción	• Planificar y coordinar la etapa de preproducción del contenido audiovisual, definiendo el guion, referencias creativas, recursos técnicos y actividades necesarias para la grabación. 1. Revisar las referencias audiovisuales seleccionadas como inspiración para el contenido. 2. Elaborar o validar el guion técnico y creativo que servirá como base para la grabación. 3. Definir la secuencia de escenas, tomas, planos, locaciones, productos, participantes y recursos audiovisuales necesarios. 4. Coordinar con los creadores de contenido las actividades que realizará cada participante durante la grabación.	• Plan de preproducción audiovisual elaborado, incluyendo guion técnico y creativo, referencias visuales, planificación de escenas, recursos requeridos, participantes definidos y cronograma de grabación.	• 1 a 2 horas <i>(Depende de la complejidad del contenido, elaboración del guion y coordinación de recursos).</i>

		5. Verificar que todos los recursos necesarios se encuentren disponibles antes del inicio de la producción. 6. Confirmar fecha, horario y lugar de grabación.		
5	Director Creativo y Producción	- Supervisar la producción audiovisual y verificar que el material grabado cumpla con los estándares técnicos, creativos y de calidad establecidos antes de iniciar su edición. - Supervisar el desarrollo de la grabación verificando que las tomas se ejecuten conforme al guion técnico y creativo previamente aprobado. - Verificar que los participantes desarrollen correctamente las escenas, respetando el mensaje, la dinámica y los objetivos comerciales definidos para el contenido. - Controlar la correcta utilización de los productos, escenografía, iluminación, audio, cámaras y demás recursos audiovisuales durante la producción. - Revisar el material grabado al finalizar cada toma para validar la calidad de imagen, audio, iluminación, encuadre, enfoque, continuidad y demás aspectos técnicos.	Material audiovisual grabado y validado técnicamente, cumpliendo con los estándares creativos, técnicos y comerciales establecidos para continuar con la etapa de edición.	2 a 6 horas <i>(Depende de la duración y complejidad de la jornada de grabación, así como de la cantidad de tomas requeridas).</i>

		5. Identificar errores técnicos, fallas de grabación, omisiones o cualquier novedad que pueda afectar la calidad del contenido final. ○ <u>¿El material grabado cumple con los estándares de calidad establecidos?</u> ▪ SI: Continuar con la etapa de edición del contenido audiovisual. ▪ NO: Coordinar y ejecutar nuevamente las tomas necesarias hasta obtener el material requerido.		
6	Editor de Contenido	• Editar y desarrollar la versión final del contenido audiovisual conforme al guion aprobado y lineamientos establecidos. ○ Una vez finalizada la edición del contenido audiovisual, se remite la versión preliminar al Director Creativo y Producción para su revisión, validación y aprobación correspondiente. ▪ Para mayor detalle, consultar el proceso: Edición de Contenido para Redes Sociales.	• Versión preliminar editada del contenido audiovisual, ajustada conforme al guion aprobado, lineamientos de marca y requerimientos técnicos, enviada para revisión del Director Creativo y Producción.	• 2 a 8 horas (Depende de la duración del material, complejidad de la edición y cantidad de ajustes requeridos).

7	Director Creativo y Producción	- Revisar y validar la versión editada del contenido audiovisual. - Visualizar el contenido editado verificando que cumpla con el objetivo comercial y creativo definido para la campaña. - Revisar la correcta redacción de textos, ortografía, subtítulos, nombres de productos, precios y demás información incorporada en el contenido. - Verificar la correcta aplicación de efectos visuales, transiciones, música, ritmo narrativo y duración del video. - Validar que el contenido cumpla con los lineamientos de identidad visual y comunicación de la marca. <u>¿Observaciones?</u> SI: Notificar al Editor de Contenido las observaciones identificadas para que realice las correcciones correspondientes. - Una vez efectuados los ajustes, remitir nuevamente el contenido al Director Creativo y Producción para su revisión. NO: Remitir el contenido audiovisual validado internamente al responsable que emitió el	Contenido audiovisual revisado y validado internamente, con observaciones corregidas o aprobación para continuar con la revisión del solicitante correspondiente (Marca, Presidencia Ejecutiva o área interna).	15 a 20 min (Depende de la duración del contenido y de las observaciones identificadas).
---	--------------------------------	--	---	--

		requerimiento inicial (<i>Marca, Presidencia Ejecutiva o área interna</i>). Continúa con el paso 9		
8	<i>Marca, Presidencia Ejecutiva o área interna</i>	- Revisar el contenido audiovisual validado internamente y emitir la aprobación u observaciones correspondientes. - Analizar la propuesta creativa, información comercial, mensajes comunicacionales y demás elementos incluidos en el material audiovisual. <u>¿Aprobado?</u> SI: Comunica la aprobación al Director Creativo y Producción para continuar con la gestión de publicación y difusión del contenido. Continúa con el paso 10. NO: Remite observaciones y solicitudes de modificación al Director Creativo y Producción para coordinar los ajustes correspondientes. - El Director Creativo y Producción comunica las observaciones al Editor de Contenido para realizar las modificaciones requeridas. Una vez aplicados los ajustes, el contenido actualizado será revisado	Contenido audiovisual aprobado por el solicitante o con observaciones documentadas para su ajuste y posterior validación.	

		nuevamente por el Director Creativo y Producción antes de ser remitido al solicitante para una nueva validación. Continúa con el paso 8.		
9	Director Creativo y Producción	Una vez recibido la aprobación por parte del solicitante, procede a realizar la entrega del contenido audiovisual al área de Community manager para su publicación, difusión o utilización correspondiente.	Contenido audiovisual remitido al área de Community Manager para su publicación o difusión conforme al objetivo definido.	3 min.
10	Community manager	- Gestionar la programación y publicación del contenido audiovisual aprobado en las plataformas digitales correspondientes. - Continúa con el proceso: Planificación y programación de publicaciones en redes sociales.	Contenido audiovisual programado y publicado en las plataformas digitales correspondientes, conforme al calendario de publicaciones establecido.	8 a 15 min.

DIRECCIÓN Y SUPERVISIÓN DE TRANSMISIONES EN VIVO

El presente proceso se centra en la planificación, preparación, ejecución y supervisión de las transmisiones en vivo de las diferentes marcas y canales institucionales, asegurando la coordinación de los recursos técnicos, el contenido y los participantes para garantizar emisiones alineadas con los objetivos comerciales y los lineamientos de comunicación de la empresa.

1.- OBJETIVO

Gestionar la planificación, ejecución y supervisión de las transmisiones en vivo, mediante la coordinación con las marcas, la preparación técnica y la elaboración del guion, para garantizar emisiones de calidad alineadas con los objetivos comerciales y los lineamientos establecidos.

2.- ALCANCE

Transmitir contenido en vivo de manera organizada y eficiente, garantizando el cumplimiento de los requerimientos técnicos y comerciales, la correcta ejecución de la transmisión y una experiencia de calidad para la audiencia.

3.- POLÍTICAS

1. Todo el contenido difundido durante la transmisión en vivo deberá estar alineado con la identidad, valores, lineamientos de comunicación y objetivos comerciales de la marca o canal institucional. Ningún elemento visual, sonoro o verbal podrá contradecir la imagen corporativa que se desea proyectar.
2. El Director Creativo y Producción será responsable de aprobar el guion de la transmisión y de supervisar su correcta ejecución durante el evento. Todo el personal involucrado deberá conocer previamente el contenido, la dinámica y los objetivos establecidos para la transmisión en vivo.
3. Los equipos técnicos requeridos para la transmisión en vivo deberán encontrarse disponibles, configurados y con pruebas de funcionamiento realizadas al menos 24 horas antes del evento. Cuando se utilicen equipos proporcionados por la marca o proveedor

participante, estos deberán ser coordinados y preparados con un mínimo de 48 horas de anticipación para garantizar su correcta operatividad.

4. El contenido presentado durante la transmisión en vivo deberá ser informativo, claro, atractivo y orientado a la audiencia objetivo, evitando expresiones, imágenes o materiales que puedan considerarse ofensivos, inapropiados o contrarios a los lineamientos de la empresa o de la marca participante.
5. Toda transmisión en vivo deberá contar con un registro de cierre que incluya, como mínimo, información sobre fecha de ejecución, plataforma utilizada, número de espectadores, nivel de interacción, ganadores de dinámicas o sorteos, incidencias registradas y observaciones relevantes, con el fin de facilitar la evaluación y mejora continua del proceso..

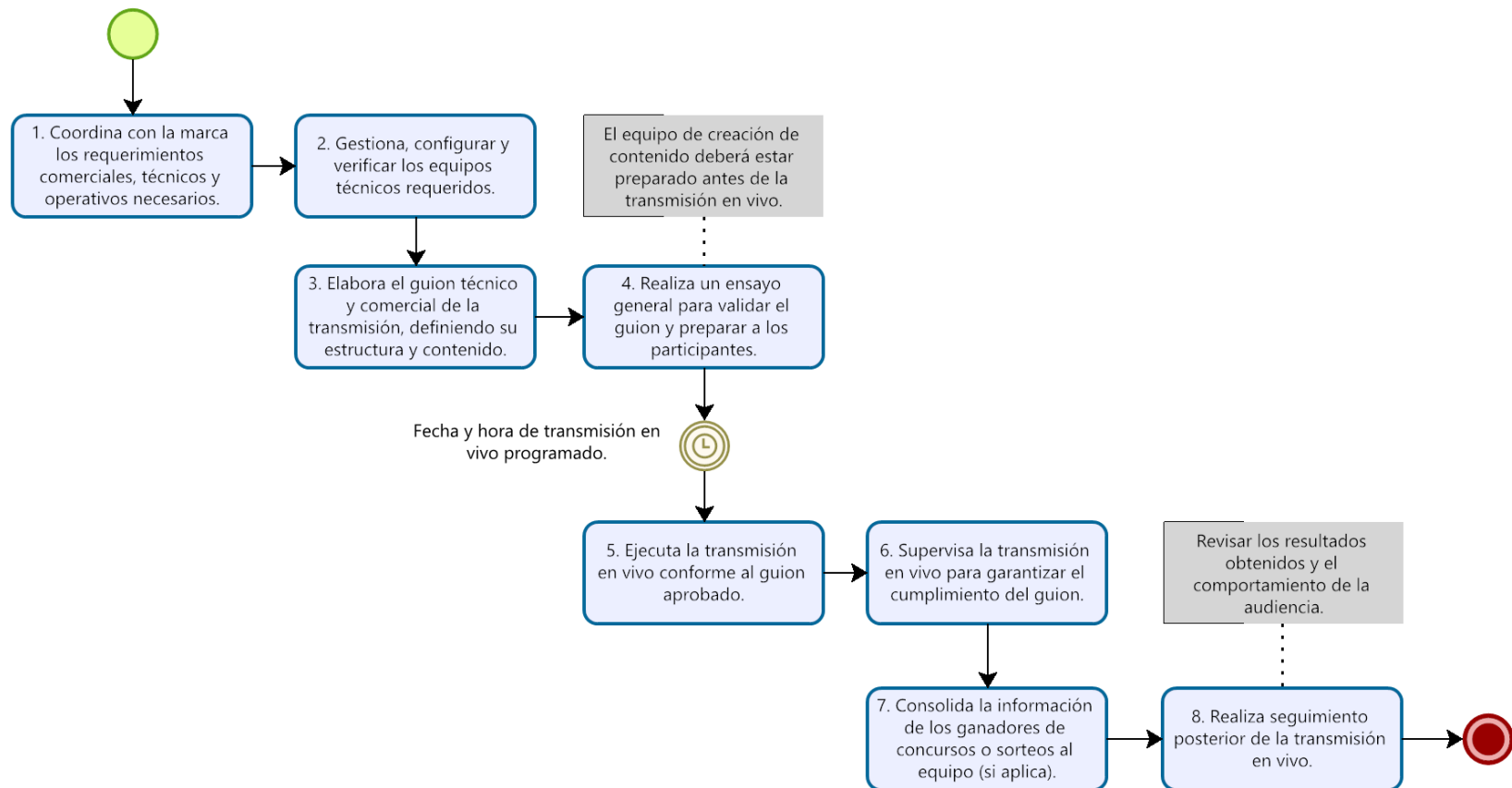
4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Contar con la solicitud aprobada para la transmisión en vivo.
- Disponer de la información comercial y lineamientos de la marca.
- Guion de la transmisión aprobado.
- Equipos técnicos disponibles y operativos (*OBS Studio o Consola P8, dispositivos móviles, micrófonos, etc.*).
- Participación confirmada del talento o representantes de la marca.
- Acceso a las cuentas o plataformas donde se realizará la transmisión.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS

Dirección y supervisión de transmisiones en vivo

Director creativo y producción



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Solicitud de preparar una transmisión de vivo por parte de la marca:
 - **Documento:** Email de solicitud por requerimiento de transmisión en vivo.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Director creativo y producción.	• Coordinar los requerimientos de la transmisión en vivo con la marca o área solicitante: 1. Recibir la solicitud de realización de la transmisión en vivo, validando el objetivo comercial, producto a promocionar, fecha, horario y plataforma donde se realizará la emisión. 2. Coordinar con la marca la información necesaria para el desarrollo del contenido, incluyendo características del producto, promociones vigentes, beneficios, mensajes clave y cualquier información que deba ser comunicada durante la transmisión. 3. Validar si la marca participará con un representante, talento o invitado especial para definir la dinámica de la transmisión.	• Requerimientos de la transmisión en vivo definidos y validados, incluyendo objetivo del evento, información comercial de la marca, plataforma de transmisión, participantes confirmados y	• 25 a 50 min. <i>(Dependiendo de la complejidad del evento y del tiempo requerido para coordinar con la marca y definir los requerimientos técnicos y comerciales).</i>

		4. Identificar los requerimientos técnicos necesarios para la ejecución del evento, determinando la herramienta más adecuada según las necesidades de la transmisión:): ○ OBS Studio: Cuando se requiera incorporar elementos visuales adicionales como logos de marca, sobreimposiciones, promociones, videos, gráficos o transmisión simultánea en diferentes plataformas. ○ Consola P8: Cuando se requiera mejorar la calidad del audio, administrar diferentes fuentes de sonido, conectar varios micrófonos y realizar una transmisión mediante dispositivos móviles.	modalidad técnica (OBS Studio o Consola P8) seleccionada.	
2	Director creativo y producción	• Gestionar y preparar los equipos técnicos necesarios para la transmisión en vivo: ○ Validar la disponibilidad y funcionamiento de los equipos requeridos para la ejecución del evento. ○ Coordinar con la marca la disponibilidad de equipos propios cuando estos sean proporcionados por el proveedor participante. ▪ En caso de utilizar equipos internos, realizar la gestión correspondiente para disponer de los recursos necesarios.	• Equipos técnicos preparados y configurados para la transmisión, con pruebas de funcionamiento realizadas y recursos	• 45 min a 2 horas. <i>(Dependiendo de la cantidad de equipos a utilizar, la modalidad de transmisión (OBS Studio o Consola P8) y las pruebas</i>

		○ Preparar los equipos tecnológicos requeridos según la modalidad de transmisión: ▪ Computador configurado con OBS Studio. ▪ Consola P8. ▪ Micrófonos inalámbricos. ▪ Cámaras o teléfonos móviles. ▪ Trípodes. ▪ Iluminación. ▪ Audífonos de monitoreo. ▪ Cables de alimentación y conexión. ▪ Accesorios complementarios. - Nota: Configurar previamente los equipos verificando parámetros de resolución, calidad de video, velocidad de transmisión, escenas, canales de audio, niveles de volumen y estabilidad de la conexión a internet. ○ Realizar pruebas integrales de funcionamiento simulando la transmisión en vivo para comprobar que la imagen, audio, iluminación, sincronización, conexión y demás recursos audiovisuales funcionen correctamente antes del inicio del evento.	audiovisuales listos para su utilización durante el evento.	<i>técnicas requeridas).</i>
--	--	---	--	----------------------------------

		Corregir cualquier inconveniente técnico detectado durante las pruebas para garantizar el correcto desarrollo de la transmisión.		
3	Director creativo y producción	- Elaborar el guion y estructura de la transmisión en vivo: - Analizar toda la información proporcionada por la marca respecto al producto, campaña o lanzamiento que será presentado durante la transmisión. - Investigar información complementaria que permita fortalecer el contenido técnico y comercial del evento. - Elaborar el guion estableciendo la secuencia cronológica de toda la transmisión, definiendo claramente cada intervención, presentación de productos, promociones, demostraciones y espacios de interacción con la audiencia. - Organizar los temas de acuerdo con el nivel de importancia comercial y el objetivo principal de la campaña. - Definir los mensajes clave que deberán comunicarse durante el evento y aquellos temas que deberán evitarse por disposición de la marca. - Diseñar preguntas, dinámicas, concursos o juegos que permitan incentivar la participación de la audiencia durante la transmisión.	Guion técnico y comercial de la transmisión en vivo aprobado, con la estructura del evento, cronograma, mensajes clave, dinámicas, tiempos de intervención y observaciones de la marca incorporadas.	2 a 3 horas. <i>(Dependiendo del nivel de investigación del producto, desarrollo del guion y retroalimentación recibida por parte de la marca).</i>

		5. Definir los tiempos estimados de cada segmento para garantizar el cumplimiento de la duración planificada del evento. 6. Compartir el guion con la marca para recibir observaciones, realizar los ajustes solicitados y obtener la aprobación final antes del ensayo. • Importante: En caso de requerir productos para la realización de eventos en vivo, el Creador de Contenido responsable deberá gestionar la solicitud de inventario a la sucursal 032 Orellana 2, verificando la disponibilidad de los productos requeridos y coordinando su entrega previa a la ejecución del evento, conforme a la planificación establecida. ○ Revisar el proceso para mayor detalle: Gestión de solicitud y devolución de mercadería para creación de contenido.		
4	Director creativo y producción	• Realizar ensayo previo de la transmisión con el equipo involucrado: 1. Convocar a los creadores de contenido, representantes de la marca y demás participantes que intervendrán durante la transmisión.	• Ensayo general ejecutado y validado, con ajustes técnicos y de contenido	• 30 a 45 min <i>(Dependiendo del número de participantes y de los ajustes</i>

		- Revisar conjuntamente el desarrollo completo del guion, verificando la secuencia de actividades, tiempos de participación y mensajes que serán comunicados. - Simular la transmisión en vivo ejecutando todas las intervenciones previstas para identificar posibles errores antes del evento oficial. - Capacitar al talento respecto al producto, promociones, dinámica de interacción con la audiencia, lenguaje corporal, manejo de cámaras y tono de comunicación. - Verificar nuevamente el correcto funcionamiento de los equipos técnicos durante el ensayo. - Registrar observaciones detectadas durante la práctica y realizar los ajustes necesarios al guion o configuración técnica antes de la transmisión definitiva.	implementados, garantizando que el talento y los equipos se encuentren preparados para la transmisión.	<i>identificados durante el ensayo).</i>
5	Creadores de Contenido	- Ejecutar la transmisión en vivo de acuerdo con el guion establecido: - Iniciar la transmisión utilizando la plataforma y configuración previamente establecida. - Desarrollar la presentación respetando el orden definido en el guion.	Transmisión en vivo ejecutada, conforme al guion aprobado y con la participación e interacción de la	30 min a 2 horas. <i>(Depende de la duración programada para la transmisión en vivo).</i>

		3. Comunicar las características técnicas, beneficios, promociones y mensajes comerciales del producto. 4. Mantener una interacción permanente con la audiencia respondiendo preguntas, comentarios y participando en las dinámicas establecidas. 5. Coordinar continuamente con el Director Creativo y Producción para atender indicaciones o realizar ajustes durante el desarrollo del evento. 6. Cumplir los tiempos definidos para cada intervención procurando mantener el ritmo y la calidad de la transmisión..	audiencia durante el evento.	
6	Director creativo y producción	• Supervisar la ejecución de la transmisión en vivo: 1. Monitorear continuamente la calidad de la imagen, audio, iluminación, conexión y estabilidad de la transmisión. 2. Supervisar el correcto funcionamiento del OBS Studio o de la Consola P8, verificando que todos los elementos audiovisuales se ejecuten conforme a la planificación. 3. Validar que el contenido comunicado por los participantes sea coherente con el guion aprobado y con los lineamientos establecidos por la marca.	• Supervisión de la transmisión realizada, con registro de incidencias, observaciones técnicas, comportamiento de la audiencia y	• Durante toda la transmisión en vivo. <i>(Actividad ejecutada de manera simultánea durante el evento; normalmente</i>

		○ Dar instrucciones al talento cuando sea necesario para corregir tiempos, mejorar la interacción con la audiencia o reforzar mensajes comerciales. 4. Supervisar el comportamiento de la audiencia mediante el seguimiento de comentarios, preguntas, reacciones e indicadores de participación. ○ Atender oportunamente cualquier incidencia técnica o de contenido que pueda afectar el desarrollo del evento.	cumplimiento del guion durante el evento.	<i>entre 30 minutos y 2 horas.)</i>
7	Director Creativo y Producción	• Gestionar la información relacionada con ganadores de concursos o sorteos realizados durante la transmisión (<i>Si aplica</i>): 1. Consolidar la información de las personas que resultaron ganadoras durante las dinámicas o sorteos realizados. 2. Verificar que los datos de contacto sean completos y correctos. 3. Remitir la información al equipo de Comunidad para que gestione el contacto con los ganadores. ○ Cuando corresponda, compartir la información con la marca para coordinar directamente la entrega del premio o validar el procedimiento establecido.	• Registro de ganadores validado y remitido al equipo responsable, con la información necesaria para la coordinación y seguimiento de la entrega de premios.	• 15 a 30 min (<i>Dependiendo del número de ganadores y del tiempo requerido para validar la información y remitirla al equipo correspondiente</i>).

		4. Mantener registro de los ganadores y del estado de cada gestión hasta la confirmación de la entrega correspondiente.		
8	Director Creativo y Producción	- Registrar y realizar seguimiento posterior de la transmisión en vivo: - Registrar la transmisión realizada en la bitácora de actividades correspondiente, incluyendo la información general del evento. - Documentar las observaciones relevantes identificadas durante la ejecución de la transmisión. - Revisar los resultados generales obtenidos, considerando el comportamiento de la audiencia, nivel de interacción y desempeño del contenido. - Analizar las fortalezas y oportunidades de mejora identificadas durante el evento. - Definir recomendaciones técnicas, creativas y operativas que permitan optimizar futuras transmisiones en vivo..	Bitácora de actividades actualizada y reporte de resultados de la transmisión, incluyendo observaciones, oportunidades de mejora y recomendaciones para futuros eventos.	20 a 40 min (Dependiendo de la cantidad de observaciones registradas y del análisis realizado sobre el desempeño de la transmisión).

COORDINACIÓN PARA LA ENTREGA DE INCENTIVOS A GANADORES DE CONCURSOS Y SORTEOS

El presente proceso se centra en la coordinación de la entrega de incentivos a los ganadores de concursos y sorteos, asegurando la validación de la información, la coordinación con las marcas, la correcta entrega de los premios y el registro de las evidencias correspondientes.

1.- OBJETIVO

Coordinar la entrega de los incentivos a los ganadores de concursos o sorteos, mediante la coordinación con las marcas y el seguimiento del proceso de entrega, para garantizar el cumplimiento oportuno de las campañas promocionales y la documentación de las entregas.

2.- ALCANCE

Garantizar la entrega oportuna y correcta de los incentivos a los ganadores de concursos o sorteos, asegurando la coordinación con las marcas, la disponibilidad de evidencias de entrega y el registro de la documentación correspondiente como respaldo del cumplimiento de la campaña promocional.

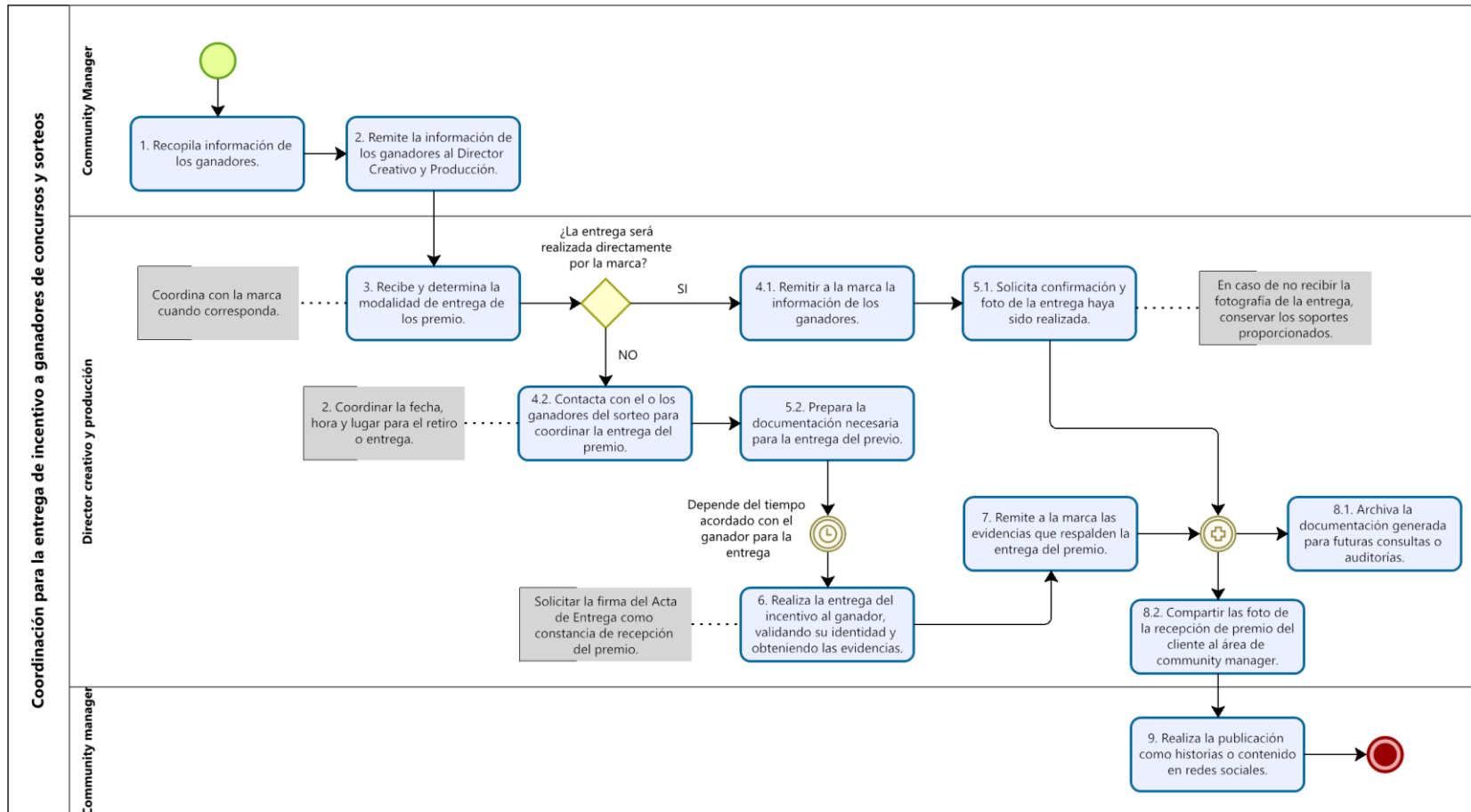
3.- POLÍTICAS

1. Los incentivos gestionados por la empresa deberán entregarse en la sucursal 032 Orellana
2. Cuando el incentivo sea proporcionado y entregado directamente por la marca, el Director Creativo y Producción deberá coordinar con el proveedor la logística y el procedimiento de entrega correspondiente.
2. El ganador dispondrá de un plazo máximo de siete (7) días hábiles, contados a partir de la fecha de notificación, para retirar su incentivo. Transcurrido este plazo sin que el premio haya sido reclamado, este será considerado como "Premio no reclamado", aplicándose el procedimiento definido por la empresa o la marca para estos casos.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Listado de ganadores validado por el Community Manager.
- Acta de Entrega del Premio.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El ganador del evento se comunica solicitando el premio:
 - **Documento:** Mensaje del cliente (*Ganador*).

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Community manager	• Recopilar, validar y remitir la información de los ganadores al Director Creativo y Producción: 1. Recibir la confirmación de los ganadores del concurso o sorteo realizado en redes sociales o durante la transmisión en vivo. 2. Contactar a cada ganador para solicitar y validar la información requerida para la entrega del premio (<i>Nombre completo, número de identificación, teléfono, correo electrónico u otra información necesaria</i>). 3. Verificar que la información proporcionada sea completa y correcta. 4. Consolidar la información de todos los ganadores y remitirla al Director Creativo y Producción para iniciar la coordinación de la entrega de los incentivos.	• Información de los ganadores validada y remitida al Director Creativo y Producción para la gestión de entrega de los incentivos.	• 5 min.

2	Director Creativo y Producción	- Analizar la información de los ganadores y determinar la modalidad de entrega del incentivo.: - Revisar la información enviada por el equipo de Comunidad. - Verificar el tipo de premio obtenido por cada ganador. - Coordinar con la marca correspondiente para confirmar el procedimiento de entrega previamente acordado. - Determinar quién será el responsable de realizar la entrega del premio: - La marca. - La empresa. - Registrar la modalidad definida para el seguimiento de cada incentivo. <u>¿La entrega será realizada directamente por la marca?</u> SI: Remitir a la marca la información de los ganadores. - Confirmar que la marca haya recibido la información correctamente y Solicitar confirmación cuando la entrega haya sido realizada. NO: Continúa con el PASO 3.	Modalidad de entrega del incentivo definida y, cuando corresponda, información de los ganadores remitida a la marca para la coordinación de la entrega.	10 a 20 min (Depende del tiempo de confirmación con la marca sobre la modalidad de entrega del incentivo).
3	Director Creativo y Producción	Coordinar la logística para la entrega del incentivo cuando esta sea responsabilidad de la empresa:	Entrega del incentivo coordinada, con fecha, hora, lugar y Acta de Entrega	20 a 40 min. (Depende de la

		1. Contactar al ganador utilizando la información proporcionada por el Community Manager. 2. Coordinar la fecha, hora y lugar para el retiro o entrega del incentivo. 3. Confirmar la disponibilidad física del producto que será entregado. 4. Preparar el incentivo correspondiente para su entrega. 5. Elaborar el Acta de Entrega del Premio, registrando la información del ganador, producto entregado, fecha y demás datos requeridos. 6. Confirmar previamente la asistencia del ganador para evitar inconvenientes durante la entrega.	preparada para la recepción del ganador.	<i>coordinación con el ganador y de la preparación del incentivo y del Acta de Entrega).</i>
4	Director Creativo y Producción	• Gestionar la entrega del incentivo al ganador y formalizar su recepción: 1. Verificar la identidad del ganador antes de realizar la entrega. 2. Entregar el incentivo correspondiente. 3. Solicitar la firma del Acta de Entrega como constancia de recepción del premio. 4. Tomar fotografías de respaldo de la entrega del incentivo.	• Incentivo entregado al ganador, con Acta de Entrega firmada y evidencias fotográficas de respaldo.	• 10 a 20 min. (Depende del tiempo de validación de identidad, firma del acta y registro fotográfico)

				<i>durante la entrega).</i>
5	Director Creativo y Producción	- Remitir a la marca las evidencias que respalden la entrega del premio: - Organizar las fotografías y documentación generada durante la entrega. - Compartir las evidencias mediante el grupo oficial de WhatsApp de la marca correspondiente. - Confirmar con la marca la recepción de la información enviada. - Registrar el cumplimiento de la entrega.	Evidencias de la entrega remitidas y confirmadas por la marca correspondiente.	5 a 10 min. <i>(Depende del envío de las evidencias y de la confirmación de recepción por parte de la marca).</i>
6	Community manager	- Recibir la confirmación y las evidencias de la entrega realizadas por el Director Creativo y Producción. - Elaborar y publicar historias o contenido en redes sociales como respaldo de la entrega del premio, cuando corresponda. - Mantener el registro de la publicación realizada como evidencia del cumplimiento de la campaña.	Publicación de respaldo de la entrega realizada en redes sociales y registro de la publicación generado.	10 a 15 min.
7	Director creativo y producción.	Archivar la documentación generada durante el proceso para futuras consultas o auditorías.	Documentación del proceso archivada y gestión de entrega del incentivo cerrada.	5 min.

SEGUIMIENTO DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES

Este proceso se centra en la revisión y verificación del cumplimiento de las publicaciones de contenido programadas en las redes sociales (*Instagram, Facebook y TikTok*).

1.- OBJETIVO

Verificar el cumplimiento de las publicaciones de contenido en las plataformas de redes sociales, para garantizar que el contenido planificado en el calendario sea publicado a tiempo y con las especificaciones requeridas, contribuyendo a mantener una estrategia de comunicación coherente y alineada con los objetivos de la marca y la empresa.

2.- ALCANCE

Garantizar que las publicaciones de contenido se realicen conforme al calendario de contenido previamente establecido, asegurando la coherencia y oportunidad de la comunicación de la marca en las diferentes redes sociales.

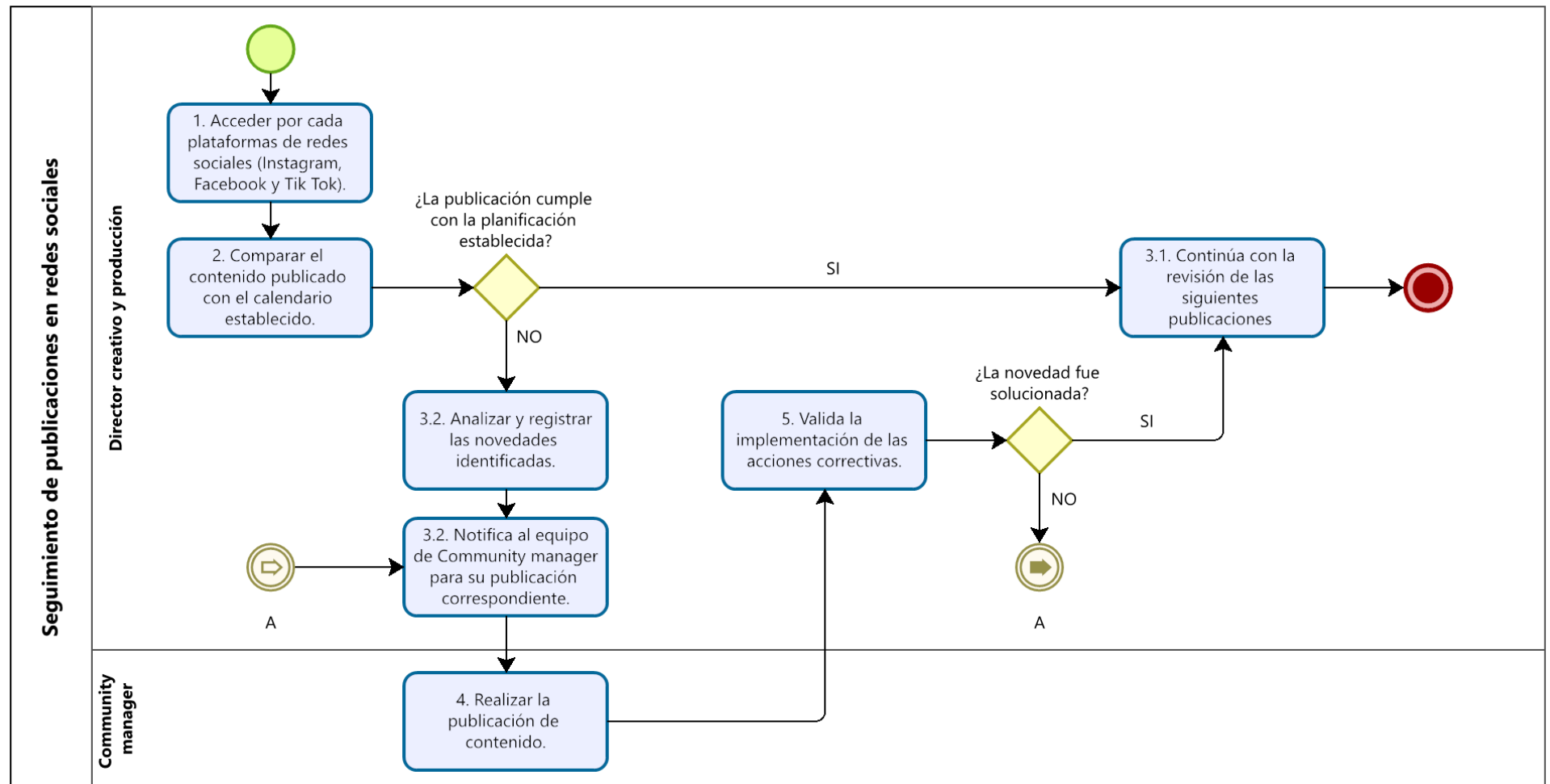
3.- POLÍTICAS

1. Todas las publicaciones de contenido deben realizarse según el calendario establecido, garantizando que se respete el cronograma acordado para mantener la consistencia y relevancia de la comunicación de la marca.
2. Cada publicación debe incluir la etiqueta de colaboración de la marca y una descripción del contenido (*Copy*) que cumpla con las pautas de comunicación y marketing previamente definidas.
3. Se debe realizar un monitoreo continuo de las publicaciones en todas las plataformas (*Instagram, Facebook y TikTok*) para asegurar que se está cumpliendo con el calendario y para detectar desviaciones de manera oportuna.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Calendario de la marca.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

4. Revisión del cumplimiento de publicaciones de contenido en base al calendario de contenidos:

- Documento: Calendario de la marca.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Director creativo y producción.	• Verificar el cumplimiento del calendario de publicaciones programadas para las diferentes marcas. 1. Revisar el calendario oficial de publicaciones correspondiente al período de control. 2. Identificar las publicaciones programadas para cada marca, considerando la fecha, hora, plataforma digital y contenido previsto. 3. Acceder a las cuentas oficiales de las diferentes marcas en Instagram, Facebook, TikTok y demás plataformas administradas por la empresa, utilizando las credenciales autorizadas. 4. Comparar las publicaciones visibles en cada plataforma con la planificación establecida en el calendario. 5. Verificar que cada publicación haya sido difundida en la fecha programadas.	• Verificación del cumplimiento del calendario de publicaciones realizada, con el estado de cada publicación validado y las novedades identificadas, cuando correspondan.	• 20 a 40 min (Depende del número de marcas, plataformas y publicaciones programadas para el período de revisión).

		6. Validar que el contenido publicado corresponda exactamente al material aprobado durante el proceso de producción audiovisual. 7. Confirmar que la publicación incluya correctamente todos los elementos definidos para su difusión, tales como: ○ Copy aprobado. ○ Etiqueta de colaboración con la marca, cuando corresponda. ○ Hashtags establecidos. ○ Menciones o etiquetas requeridas. ○ Enlaces o llamados a la acción, cuando aplique. ○ Imágenes o videos correctos. ○ <u>¿La publicación cumple con la planificación establecida?</u> ▪ SI: Continuar con la revisión de las siguientes publicaciones programadas. Finaliza el proceso. ▪ NO: Continúa con el PASO 2.		
2	Director Creativo y Producción	• Analizar las novedades identificadas en las publicaciones programadas. 1. Identificar el tipo de novedad detectada durante la revisión, considerando, entre otras: ○ Publicación no realizada. ○ Publicación realizada fuera del horario programado. ○ Contenido incorrecto.	• Novedades de las publicaciones analizadas y registradas, con la causa e impacto identificados para su regularización.	• 10 a 20 min (Depende de la cantidad y complejidad de las incidencias detectadas).

		○ Copy diferente al aprobado. ○ Ausencia de etiquetas de colaboración. ○ Errores de ortografía. ○ Archivo audiovisual incorrecto. ○ Problemas de visualización del contenido. 2. Registrar la novedad identificada y la marca afectada. 3. Evaluar el impacto que la incidencia puede generar sobre la campaña o planificación establecida.		
3	Director Creativo y Producción	• Coordinar la regularización de las novedades identificadas en las publicaciones. 1. Notificar al Community Manager o al responsable correspondiente las novedades detectadas. 2. Comunicar las correcciones que deben realizarse para regularizar la publicación. 3. Coordinar la publicación del contenido pendiente o la actualización del contenido publicado cuando corresponda. 4. Definir una nueva fecha y horario de publicación cuando no sea posible realizar la publicación inmediatamente. 5. Realizar seguimiento hasta confirmar que la novedad haya sido solucionada.	• Plan de acciones correctivas coordinado y comunicado al Community Manager para la regularización de las publicaciones.	• 10 a 15 min (Depende del número de publicaciones que requieran corrección y de la coordinación con el Community Manager).

4	Community Manager	- Ejecutar las acciones correctivas solicitadas para regularizar las publicaciones. - Revisar las observaciones recibidas por parte del Director Creativo y Producción. - Realizar las correcciones correspondientes al contenido, copy, etiquetas, hashtags o configuración de la publicación, según aplique. - Publicar o actualizar el contenido conforme a las instrucciones recibidas. - Confirmar al Director Creativo y Producción que las correcciones fueron ejecutadas.	Publicaciones corregidas o actualizadas conforme a las observaciones notificadas y remitidas para su validación.	10 a 20 min (Depende del tipo y cantidad de correcciones requeridas).
5	Director creativo y producción.	- Validar la implementación de las acciones correctivas. - Revisar nuevamente la publicación una vez aplicadas las correcciones. ¿Mantiene la novedad? SI: Notificar nuevamente al Community Manager las observaciones pendientes para que realice las correcciones correspondientes y remita la publicación para una nueva validación. NO: Continuar con la revisión de las siguientes publicaciones programadas. Finaliza el proceso.	Acciones correctivas validadas y registro de seguimiento actualizado, con la confirmación del cumplimiento de las publicaciones o la notificación de nuevas observaciones cuando corresponda.	5 min.



CREADOR DE CONTENIDO

CREACIÓN CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

Este proceso se centra en la planificación, desarrollo y producción de contenido audiovisual para las diferentes plataformas digitales de la empresa, permitiendo fortalecer el posicionamiento de marca, promocionar productos y generar interacción con la audiencia.

1.- OBJETIVO

Desarrollar contenido audiovisual creativo y estratégico para redes sociales mediante la planificación y coordinación con el Director Creativo y el equipo de producción, con el fin de publicar contenido de la marca, promocionar productos y generar mayor interacción con la audiencia.

2.- ALCANCE

Generar contenido audiovisual creativo, dinámico y alineado con la estrategia comercial de la empresa, listo para su difusión en redes sociales, con el propósito de fortalecer el posicionamiento de la marca, incrementar el alcance digital y fomentar la interacción con la audiencia.

3.- POLÍTICAS

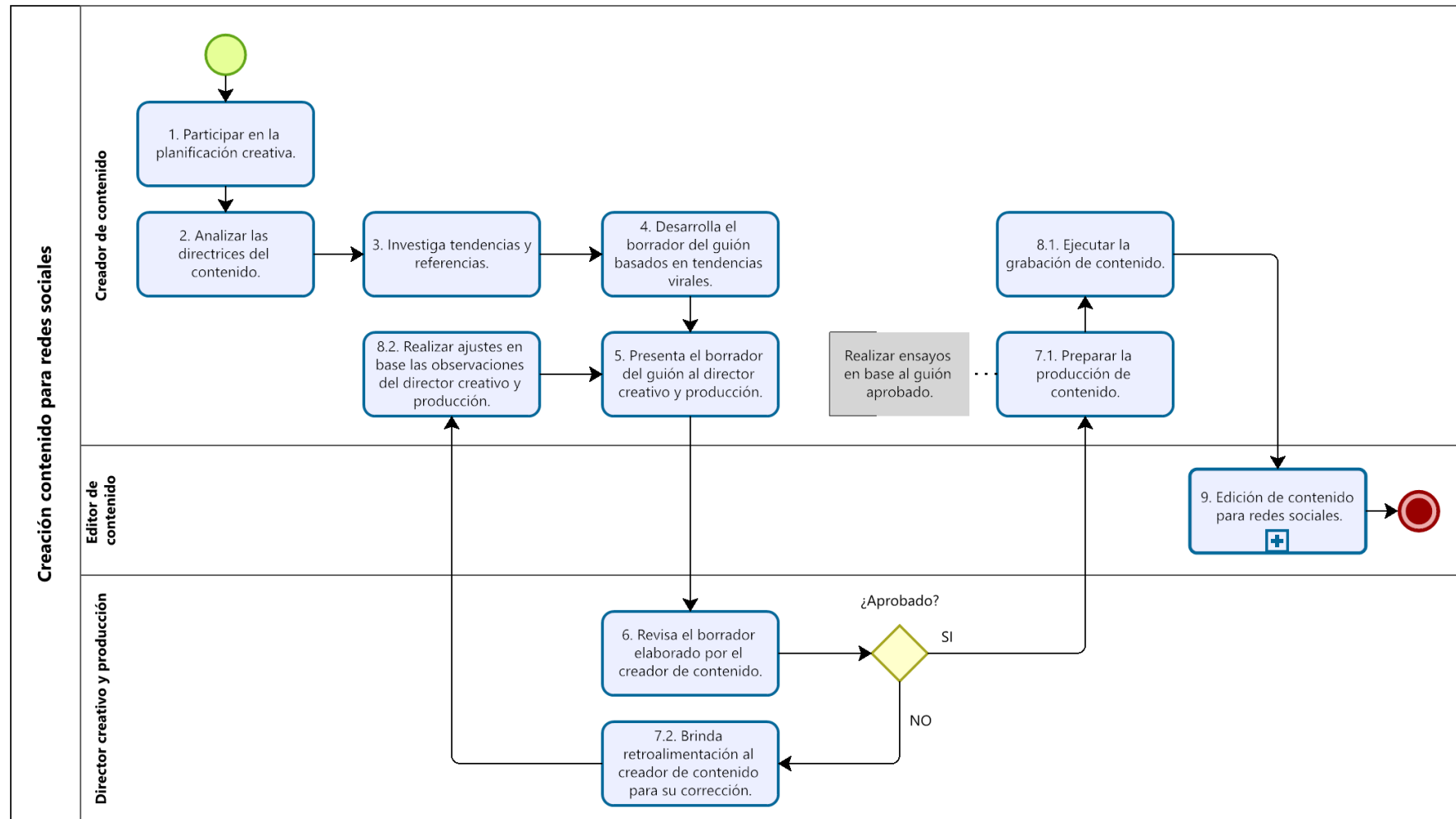
1. El creador de contenido deberá cumplir con las directrices, lineamientos y observaciones establecidas por el Director Creativo y producción durante el desarrollo del contenido audiovisual.
2. Todo contenido audiovisual deberá ser revisado y aprobado por el Director Creativo antes de iniciar el proceso de grabación o publicación.
3. El creador de contenido deberá asegurarse de utilizar información correcta y actualizada sobre los productos, promociones o campañas que serán difundidas en redes sociales.
4. El personal involucrado en la grabación deberá mantener una presentación, comportamiento y lenguaje adecuados durante el desarrollo del contenido audiovisual y eventos corporativos.

5. Los equipos audiovisuales, accesorios y productos utilizados durante las grabaciones deberán mantenerse en buen estado y ser utilizados únicamente para actividades relacionadas con la producción de contenido.
6. En caso de requerirse productos de inventario para grabaciones o sesiones fotográficas, el responsable deberá gestionar previamente la solicitud y devolución de los artículos conforme al procedimiento establecido por la empresa.
7. El creador de contenido deberá mantener confidencialidad sobre campañas, promociones, estrategias comerciales y contenido no publicado de la empresa.
8. Toda grabación realizada fuera de las instalaciones de la empresa deberá contar previamente con la autorización correspondiente de Director de marketing – Compras e importaciones o Presidencia Ejecutiva.
9. El personal deberá cumplir con los cronogramas, tiempos de grabación y actividades planificadas para evitar retrasos en campañas o publicaciones programadas.
10. Cada creador de contenido deberá respetar y mantener los lineamientos visuales, comunicacionales y comerciales de la marca que le haya sido asignada (*Novicompu, Ganacell, importadora Novoa y ENV*).
11. En caso de detectar errores, fallas o inconsistencias durante la grabación o producción, el responsable deberá informar oportunamente al Director Creativo y producción o equipo de producción para su corrección inmediata.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Creación de contenido audiovisual para promocionar un producto de la empresa o marca.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de creación de contenido audiovisual para la promoción de productos, campañas comerciales, tendencias digitales o estrategias publicitarias en redes sociales.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Participa en reuniones creativas junto con el Director Creativo y el área de marketing, donde se revisan campañas comerciales, promociones, lanzamientos de productos y necesidades de contenido audiovisual para redes sociales y plataformas digitales. ○ Durante estas reuniones se realiza lo siguiente: ▪ Análisis de campañas comerciales y objetivos publicitarios. ▪ Generación y planteamiento de nuevas ideas de contenido audiovisual. ▪ Identificación de productos que requieren impulso comercial o promoción digital. ▪ Definición del tipo de contenido que se desarrollará según la campaña o necesidad del área.	• Planificación inicial del contenido audiovisual realizada, incluyendo ideas creativas, enfoque comercial, definición de productos a promocionar y coordinación preliminar para el desarrollo de campañas y grabaciones.	• 30 min a 1 hora. <i>(Depende de la cantidad de campañas, promociones o contenido a desarrollar).</i>

		- Definición preliminar del estilo visual, enfoque creativo y dinámica del contenido. - Coordinación inicial con el equipo creativo y de producción para la ejecución de grabaciones. • Importante: Las reuniones creativas pueden realizarse varias veces durante la semana dependiendo de nuevas campañas, promociones, tendencias comerciales o requerimientos urgentes del área de marketing o Presidencia Ejecutiva.		
2	Creador de contenidos	- Una vez definidas las ideas generales de contenido, recibe y analiza las directrices proporcionadas por el Director Creativo. - Comprender adecuadamente el enfoque de la campaña y asegurar que el contenido mantenga coherencia con la estrategia comercial de la empresa. - Durante esta actividad se analiza lo siguiente: - Objetivo principal de la campaña o contenido. - Producto, servicio o promoción que será difundida. - Público objetivo al que estará dirigido el contenido. - Tipo de comunicación y lenguaje requerido. - Referencias visuales o conceptos creativos definidos previamente.	Directrices creativas analizadas y comprendidas correctamente por el creador de contenido, asegurando que el contenido audiovisual se encuentre alineado con los objetivos comerciales, estrategia de marketing y lineamientos definidos por el Director Creativo.	10 a 20 min.

		Formato de grabación y estilo de presentación esperado.		
3	Creador de contenidos	- Realiza una investigación de tendencias digitales, formatos virales y referencias audiovisuales que permita desarrollar contenido actualizado, dinámico y alineado con el comportamiento e intereses de la audiencia en redes sociales. - Revisión de tendencias en plataformas digitales y redes sociales. - Análisis de contenido viral relacionado con tecnología, promociones o entretenimiento. - Identificación de formatos audiovisuales de alto alcance e interacción. - Revisión de referencias utilizadas por otras marcas o creadores de contenido. - Recopilación de ideas que puedan adaptarse a los objetivos comerciales de la empresa. - Nota: La investigación puede variar dependiendo de la campaña, tipo de producto o tendencia comercial vigente al momento de la producción.	Investigación de tendencias digitales y referencias audiovisuales completada, permitiendo contar con ideas actualizadas y enfoques creativos alineados al comportamiento e intereses de la audiencia en redes sociales.	20 a 40 min. <i>(Depende del nivel de investigación requerido y complejidad de la campaña).</i>
4	Creador de contenidos	Desarrolla la propuesta inicial del contenido audiovisual mediante la elaboración de una estructura creativa, esquema	Propuesta creativa, estructura narrativa o guion base elaborado,	15 a 30 min. <i>(Depende de la complejidad y</i>

		narrativo o guion base que servirá como referencia para la grabación y producción del contenido. ○ Durante esta actividad se define lo siguiente: ▪ Idea principal del contenido. ▪ Secuencia general de escenas o participación. ▪ Diálogos o frases principales. ▪ Interacciones entre participantes. ▪ Dinámica promocional o comercial del contenido. ▪ Escenarios o locaciones sugeridas para grabación. ▪ Expresiones, acciones o reacciones necesarias para la producción.	incluyendo ideas principales, diálogos, escenas y dinámica general que servirán como referencia para la producción audiovisual.	<i>duración del contenido).</i>
5	Creador de contenidos	• Presenta la propuesta creativa y estructura del contenido al Director Creativo para su revisión, análisis y validación antes de iniciar el proceso de grabación. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: El Director Creativo autoriza continuar con la preparación y ejecución de la grabación audiovisual. Continúa con el PASO 6. ▪ NO: Procede a corregir los diálogos, ideas o estructura del contenido según las indicaciones recibidas.	• Propuesta creativa revisada y validada por el Director Creativo, autorizando la preparación y ejecución del contenido audiovisual conforme a los lineamientos comerciales y visuales establecidos por la empresa.	• 5 a 15 min. <i>(Depende de la disponibilidad del Director Creativo y cantidad de observaciones realizadas).</i>

		• Importante: Toda propuesta debe encontrarse alineada con la identidad visual, estilo comunicacional y objetivos comerciales definidos por la empresa.		
6	Creador de contenidos	• Una vez aprobado el contenido, se procede a realiza ensayos previos junto con el Director Creativo o equipo de producción, con la finalidad de mejorar la ejecución, fluidez y desenvolvimiento durante la grabación final. ○ Durante esta actividad se realiza lo siguiente: ▪ Práctica de diálogos, frases principales y dinámica del contenido. ▪ Corrección de pronunciación, tono de voz y fluidez verbal. ▪ Revisión de expresiones corporales, desenvolvimiento y naturalidad frente a cámara. ▪ Ajuste de movimientos, posiciones, tiempos y secuencia de participación. ▪ Coordinación de interacción entre participantes, actores o personal involucrado en la grabación. ▪ Identificación y corrección de errores previos a la producción audiovisual final. ▪ Apoyo en la preparación del escenario, organización de productos y adecuación básica del espacio de grabación.	• Ensayos, correcciones y preparación previa realizados correctamente, permitiendo mejorar la fluidez, coordinación, desenvolvimiento y preparación general antes de iniciar la grabación audiovisual definitiva.	• 20 a 45 min. <i>(Depende de la complejidad del contenido, cantidad de participantes y preparación requerida).</i>

		- Verificación preliminar de elementos visuales, accesorios o materiales que serán utilizados durante la producción. Nota: Dependiendo de la complejidad del contenido o experiencia de los participantes, pueden realizarse múltiples ensayos antes de iniciar la producción audiovisual definitiva. Importante: En caso de requerirse productos con una mejor presentación física, empaque o estado visual para fines de grabación, fotografía o producción audiovisual, el creador de contenido (<i>Responsable</i>) deberá gestionar previamente la solicitud del inventario correspondiente con el bodeguero de la tienda. - Para mayor detalle, revisar el proceso: GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO.		
7	Creador de contenidos	Una vez concluida la etapa de planificación y ensayos, el equipo de producción y el creador de contenido proceden con la grabación del material audiovisual utilizando los recursos, productos y equipos definidos previamente.	Material audiovisual grabado conforme al contenido previamente aprobado, incluyendo tomas, escenas y recursos	1 a 2 horas (<i>Depende del tipo de contenido, cantidad de</i>

		○ Antes de iniciar la grabación, se realiza la preparación general del entorno de trabajo, considerando aspectos necesarios para garantizar la calidad visual y correcta ejecución del contenido. ○ Durante esta actividad se realiza lo siguiente: 1. Preparación y adecuación del escenario, espacio o locación donde se desarrollará la grabación. 2. Organización de productos, accesorios, mobiliario y elementos visuales que serán utilizados durante la producción audiovisual. 3. Verificación y preparación de equipos audiovisuales tales como cámaras, micrófonos, iluminación, estabilizadores u otros recursos necesarios para la grabación. 4. Revisión básica de iluminación, encuadres, ángulos de cámara y composición visual del contenido. 5. Coordinación entre los participantes para definir posiciones, movimientos, diálogos y secuencia de participación dentro de la grabación. 6. Ejecución de la grabación conforme al esquema creativo, dinámica o guion previamente aprobado por el Director Creativo.	audiovisuales necesarios para su posterior edición. ○ Continúa con el proceso: EDICIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES.	<i>tomas, locación y complejidad técnica de producción).</i>
--	--	--	---	---

		7. Realización de múltiples tomas en caso de errores, fallas técnicas, interrupciones o ajustes requeridos durante la producción. 8. Repetición de escenas cuando sea necesario mejorar aspectos visuales, expresiones, pronunciación, tiempos o interacción entre participantes. ○ Dependiendo de la necesidad de la campaña o tipo de contenido, las grabaciones pueden desarrollarse en distintos espacios, tales como: ▪ Estudios de grabación internos. ▪ Tiendas o puntos de venta. ▪ Eventos corporativos o activaciones comerciales. ▪ Espacios comerciales o promocionales. ▪ Locaciones externas previamente autorizadas. • Importante: Durante la grabación, el equipo de producción puede realizar ajustes inmediatos relacionados con iluminación, diálogos, posiciones de cámara, expresiones, movimientos o dinámica general del contenido, con la finalidad de mejorar la calidad final del material audiovisual.		
--	--	--	--	--

GRABACIÓN DE UNBOXING O RESEÑAS DE PRODUCTOS

Este proceso se centra en la creación de contenido audiovisual relacionado con unboxing (*Muestra y apertura del contenido del producto*) y reseñas de productos, con la finalidad de promocionar las diferentes marcas y productos comercializados por la empresa mediante plataformas digitales y redes sociales.

1.- OBJETIVO

Desarrollar contenido audiovisual de unboxing y reseñas de productos mediante procesos de investigación, grabación y edición, con el fin de promocionar los productos de la empresa, fortalecer la presencia digital de la marca y apoyar las estrategias comerciales y de ventas.

2.- ALCANCE

Contenido audiovisual de unboxing y reseñas de productos dinámico, informativo y alineado con la identidad de la marca, permitiendo fortalecer la promoción digital de los productos, incrementar el interés del público y apoyar las estrategias comerciales y de posicionamiento en redes sociales y plataformas digitales.

3.- POLÍTICAS

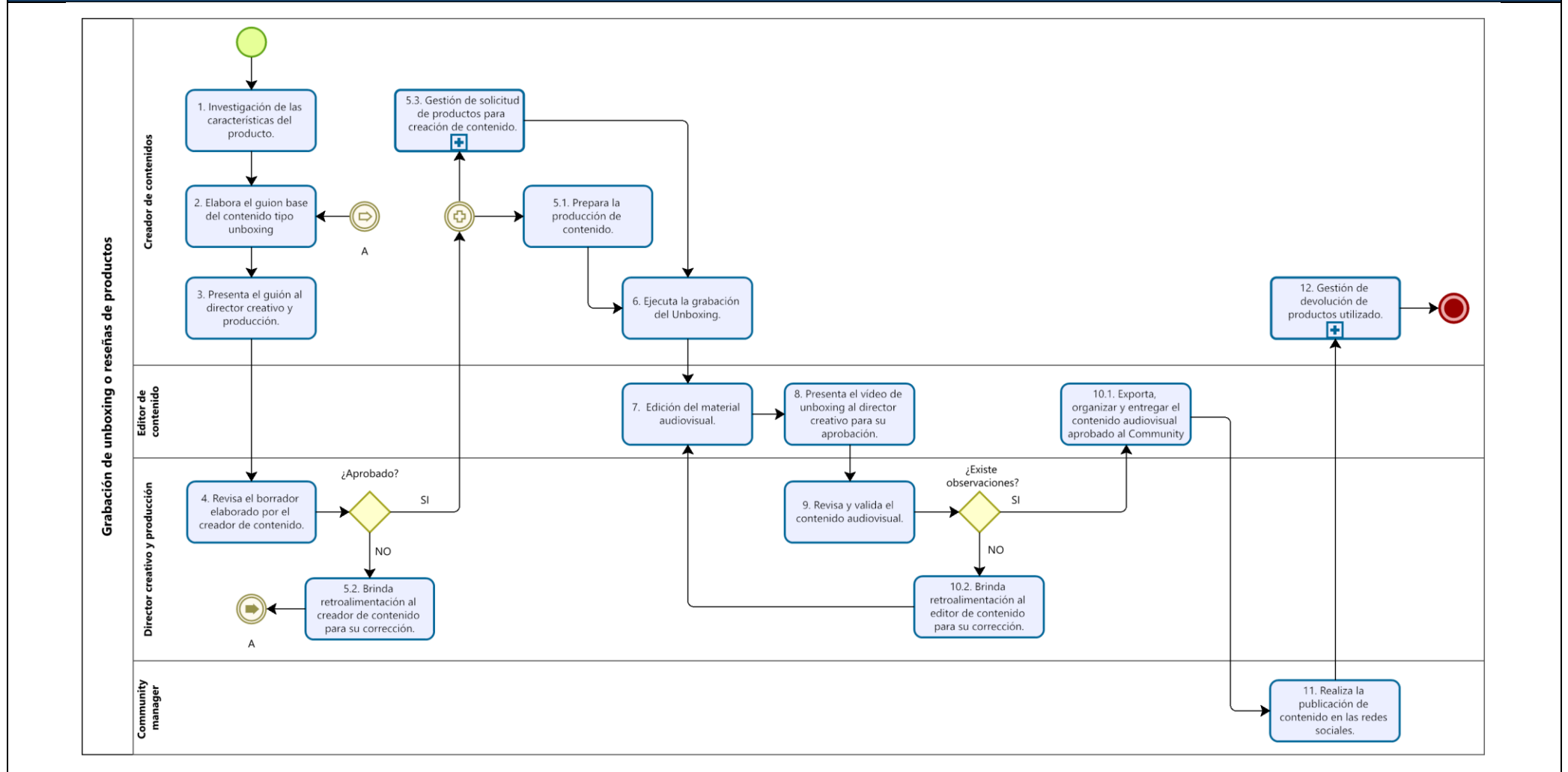
1. Todos los videos de unboxing deben cumplir con los estándares de calidad establecidos por la marca, garantizando que cada pieza audiovisual sea clara, profesional y coherente con la identidad visual y los valores de la marca.
2. La información proporcionada sobre el producto debe estar siempre actualizada y basada en las características más recientes del producto. Cualquier cambio o mejora debe reflejarse en el guion y en el video final.
3. Es debe rescatar los derechos de autor y las regulaciones de privacidad, garantizando que el contenido no viole ninguna ley de derechos de autor o propiedad de terceros. En Ecuador, esta normativa se encuentra protegida por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, por lo que todo contenido debe acatar las estipulaciones de estas leyes para prevenir cualquier transgresión jurídica.

4. El video de unboxing debe ser publicados en los diferentes canales digitales dentro del plazo establecido para su correcta utilización en la promoción del producto. Cualquier retraso debe ser comunicado y justificado a tiempo.
5. Todos los videos de unboxing deben estar alineados con los objetivos estratégicos de marketing de la marca, apoyando las campañas de promoción y ventas en curso y reforzando los mensajes clave de la marca.
6. El creador de contenido deberá verificar previamente que los productos utilizados para el unboxing o reseña se encuentren en buen estado físico, completos y con todos sus accesorios originales antes de iniciar la grabación.
7. Los guiones, diálogos y opiniones presentadas durante el contenido audiovisual deberán mantener un lenguaje profesional, claro y alineado con la imagen institucional de la empresa.
8. El personal involucrado en la producción audiovisual deberá mantener una presentación y comportamiento adecuados durante las grabaciones y eventos relacionados con la marca.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Calendario de contenido o planificación comercial de la marca.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de elaboración de contenido tipo unboxing para la promoción y difusión de productos en redes sociales de la empresa.
 - **Documento:** Calendario de contenido o de la marca.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Realiza la investigación y recopilación de información relacionada con el producto que será presentado en el contenido tipo unboxing, con la finalidad de garantizar que la información utilizada durante la grabación sea correcta, actualizada y alineada con las características reales del producto. ○ Durante esta actividad se realiza lo siguiente: ▪ Revisión de especificaciones técnicas del producto. ▪ Investigación de funcionalidades, beneficios y características principales. ▪ Validación de información comercial y promocional. ▪ Revisión de accesorios, componentes y contenido incluido dentro del empaque. ▪ Análisis de aspectos diferenciadores o puntos de interés del producto.	• Información del producto investigada y validada. • Guion o estructura base del contenido tipo unboxing elaborada conforme a los lineamientos de la marca y directrices del Director Creativo.	• 20 a 40 min. <i>(Depende de la complejidad del producto, validación de información y elaboración del guion base).</i>

		▪ Organización de la información relevante para facilitar su explicación durante la grabación. • Una vez recopilada la información, el creador de contenido procede a desarrollar un esquema, estructura o guion base del unboxing. ○ El guion puede incluir: ▪ Introducción del producto. ▪ Presentación visual del empaque. ▪ Apertura y revisión del contenido interno. ▪ Explicación de accesorios y componentes. ▪ Descripción de características principales. ▪ Opiniones generales, beneficios o recomendaciones. ▪ Cierre y conclusión del video. ○ Posteriormente, presenta el guion al Director Creativo para su revisión y aprobación. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Procede con la preparación para la producción del contenido audiovisual. Continúa con el PASO 2.		
--	--	--	--	--

		▪ NO: Realiza los ajustes correspondientes y presente nuevamente el guion al Director Creativo para su revisión. Retorna a esta misma actividad. • Importante: El creador de contenido responsable debe gestionar la solicitud del producto que será utilizado para la elaboración del contenido tipo unboxing, conforme al procedimiento interno establecido por la empresa. ○ Revisar el proceso: GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO. ▪ El producto entregado constituye un activo de la empresa y deberá utilizarse únicamente para los fines autorizados, permaneciendo bajo responsabilidad del área de marketing - creador de contenido durante su uso.		
2	Creador de contenidos	• Procede con la ejecución de la grabación del contenido tipo unboxing, enfocándose en presentar de manera clara, dinámica y visualmente atractiva las características, beneficios y detalles relevantes del producto. ○ Antes de iniciar la grabación se realiza lo siguiente: ▪ Preparación del espacio o escenario de grabación.	• Material audiovisual del unboxing grabado correctamente, incluyendo tomas principales, escenas complementarias	• 30 min a 2 horas. (Depende de la duración del contenido, cantidad de

		- Organización del producto y accesorios. - Verificación básica de iluminación, audio y encuadres. - Preparación de equipos audiovisuales necesarios para la producción. - Realizar ensayos y pruebas previas con la finalidad de mejorar la fluidez verbal, desenvolvimiento frente a cámara y calidad general del contenido audiovisual. - Durante la grabación se realiza lo siguiente: - Presentación inicial del producto. - Grabación del proceso de apertura del empaque. - Explicación de accesorios, componentes y funcionalidades. - Demostración visual de características relevantes. - Ejecución de tomas adicionales o acercamientos del producto cuando sea necesario. - Repetición de escenas en caso de errores, fallas técnicas o mejoras visuales requeridas.	y demostraciones visuales del producto.	<i>tomas, preparación del escenario y complejidad de la grabación).</i>
3	Editor de contenido	- Una vez finalizada la grabación, procede con la edición del material audiovisual. - Durante la edición se realiza lo siguiente: - Selección de tomas finales. - Recorte y organización de escenas.	Video editado y post-producido con efectos visuales, ajustes audiovisuales y formato listo para revisión interna.	1 a 4 horas. <i>(Depende de la duración del material grabado,</i>

		▪ Ajuste de ritmo y duración del video. ▪ Incorporación de efectos visuales y transiciones. ▪ Inclusión de textos, gráficos o animaciones de apoyo. ▪ Ajustes básicos de audio, iluminación y calidad visual. ▪ Incorporación de música, efectos de sonido o elementos audiovisuales complementarios. • Importante: La edición deberá mantener un estilo dinámico, comercial y alineado con el formato de contenido utilizado por la marca en redes sociales.		<i>cantidad de efectos, correcciones y complejidad de edición requerida).</i>
4	Editor de contenido	• Una vez finalizada la edición del video, se envía el material audiovisual al Director Creativo para su revisión, validación y aprobación previa a su publicación o distribución interna.	• Material audiovisual editado enviado al Director Creativo para revisión, validación y aprobación interna.	• 5 min.
5	Director Creativo	• Procede con la revisión, análisis y validación del contenido audiovisual editado, verificando que el material cumpla con los lineamientos visuales, comerciales y comunicacionales establecidos por la empresa antes de su publicación o distribución interna. ○ Se revisa lo siguiente:	• Contenido audiovisual revisado y validado conforme a los lineamientos visuales, comerciales y	• 5 a 10 min. <i>(Depende de la duración del video, cantidad de observaciones</i>

		▪ Calidad visual y presentación general del video. ▪ Claridad y precisión de la información proporcionada sobre el producto. ▪ Cumplimiento de lineamientos de marca e identidad visual. ▪ Calidad de edición, efectos visuales y ritmo del contenido. ▪ Correcta utilización de textos, gráficos y elementos audiovisuales. ▪ Coherencia comercial y promocional del contenido. ▪ Duración y dinamismo del video para plataformas digitales. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Aprueba el contenido audiovisual para su publicación o distribución interna. Continúa con el PASO 5. ▪ NO: Emite observaciones, correcciones o ajustes requeridos (<i>Retorna con el PASO 3</i>). - Una vez realizadas las correcciones, el contenido deberá reenviarse para nueva validación. • Importante: Ningún contenido tipo unboxing podrá ser publicado, difundido o utilizado comercialmente sin la aprobación previa del Director Creativo.	comunicacionales de la empresa. • Observaciones y correcciones emitidas en caso de requerirse ajustes adicionales.	y disponibilidad del Director Creativo).
--	--	--	--	---

6	Editor de contenido	- Una vez aprobado el contenido audiovisual, se procede con la exportación, organización y almacenamiento final del video para su posterior publicación y distribución en las plataformas digitales correspondientes. 1. Exporta el video en los formatos requeridos para redes sociales. 2. Validación final de calidad visual y audio del archivo exportado. 3. Organiza y almacena el material audiovisual en la carpeta virtual. 4. Envía el video al área de Community Manager para su publicación en las diferentes redes sociales de la empresa. - Comparte el enlace de acceso a la carpeta donde se encuentra almacenado el contenido audiovisual, con la finalidad de evitar la pérdida de calidad del archivo durante su transferencia o descarga. - Nota: El contenido deberá mantenerse correctamente respaldado para futuras reutilizaciones, campañas comerciales o consultas internas.	- Video final exportado, organizado y almacenado correctamente en la carpeta virtual correspondiente. - Enlace del contenido audiovisual compartido con el área de Community Manager para su publicación en redes sociales.	10 a 25 min. <i>(Depende del tiempo de exportación, validación final y organización del contenido audiovisual).</i>
7	Community manager	Procede con la publicación y difusión del contenido audiovisual en las diferentes plataformas digitales y redes sociales de la empresa,	Contenido audiovisual publicado y difundido en las diferentes plataformas	10 a 30 min. <i>(Depende de la plataforma)</i>

		utilizando el material aprobado como herramienta de promoción comercial y posicionamiento digital. 1. Acceso a la carpeta virtual donde se encuentra almacenado el contenido audiovisual. 2. Descarga del video aprobado en el formato correspondiente. 3. Verificación básica del archivo descargado. 4. Publicación y difusión del contenido en las diferentes plataformas digitales y redes sociales de la empresa conforme a la planificación establecida. - Nota: Para mayor detalle sobre la actividad, revisar el siguiente proceso: PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.	digitales y redes sociales de la empresa como apoyo para campañas comerciales y posicionamiento digital de la marca.	<i>digital, programación de publicación y carga del contenido en redes sociales).</i>
8	Creador de contenido (Responsable)	• Una vez aprobado el contenido audiovisual y confirmado que no se requieren nuevas grabaciones, el creador de contenido responsable debe gestionar la devolución del producto utilizado a la bodega de origen (<i>Orellana 2</i>). ○ Revisar el proceso: GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO.	• Producto devuelto a la bodega de origen (<i>Orellana 2</i>).	• 15 a 20 min.

ELABORACIÓN DE VIDEOS PARA RECURSOS HUMANOS

Este proceso se centra en la planificación, producción y validación de contenido audiovisual institucional destinado a fortalecer la comunicación interna, difusión de información corporativa y transmisión de mensajes relacionados con la gestión de talento humano.

1.- OBJETIVO

Desarrollar y producir contenido audiovisual institucional mediante la coordinación entre el área de Recursos Humanos y el equipo de contenido, con la finalidad de comunicar, informar, capacitar y fortalecer la cultura organizacional dentro de la empresa.

2.- ALCANCE

Elaboración y entrega de contenido audiovisual institucional claro, profesional y alineado con la cultura organizacional de la empresa, destinado a fortalecer la comunicación interna, difusión de información corporativa y transmisión efectiva de mensajes del área de Recursos Humanos.

3.- POLÍTICAS

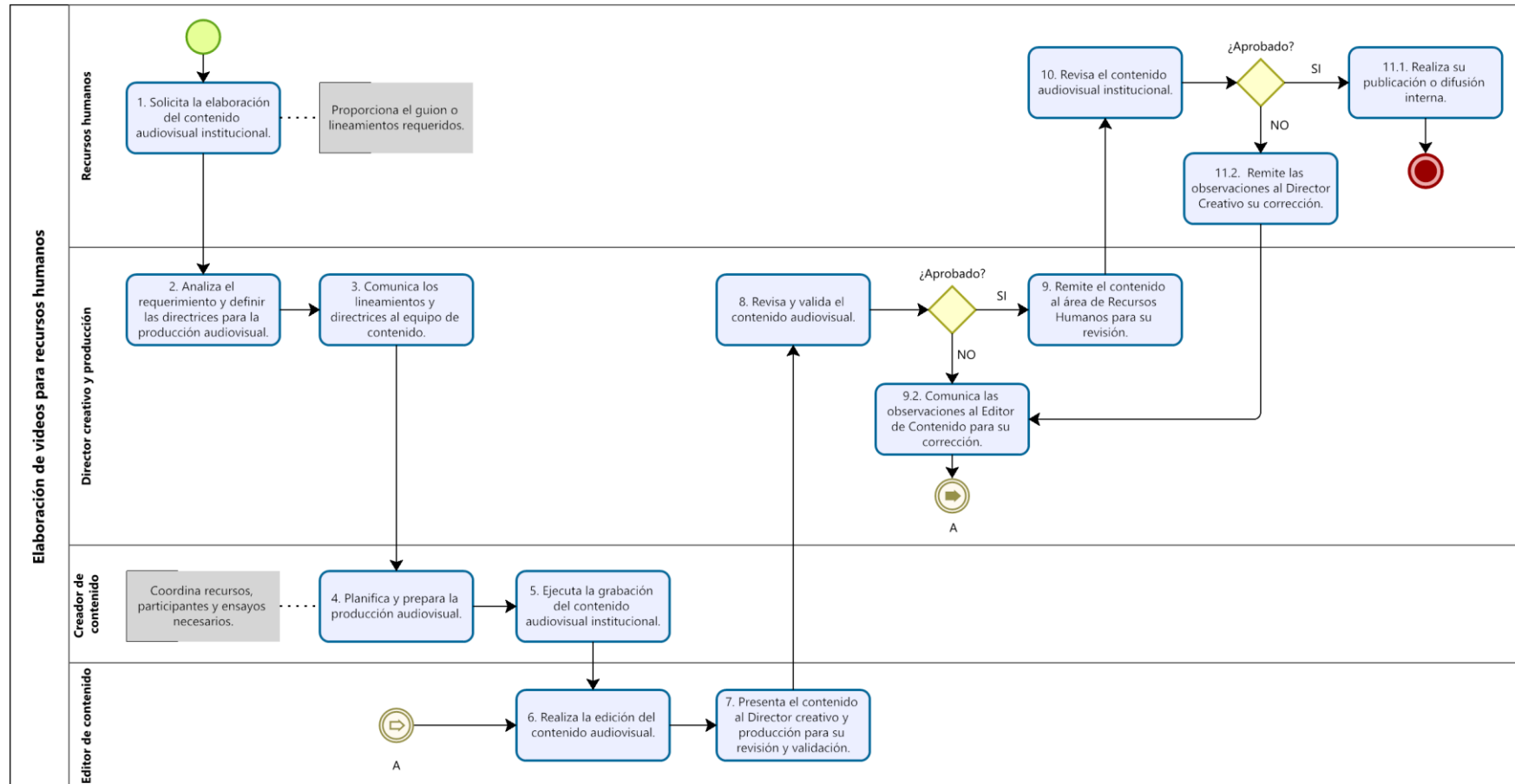
1. El contenido de los videos no debe divulgar información sensible o confidencial de la empresa ni de los empleados, respetando siempre la ley de protección de datos personales o corporativos, hasta que lo permita las publicaciones área de recursos humanos.
2. Todo video debe ser revisado y aprobado por los responsables (*Director creativo y Directora de talento humano*) antes de su publicación o distribución, para garantizar que cumple con los estándares de calidad y los objetivos del mensaje.
3. Los videos deben ser diseñados de manera que sean fácilmente accesibles para todos los empleados, considerando su disponibilidad en plataformas internas o canales específicos utilizados por la empresa.

4. El contenido audiovisual institucional deberá mantener coherencia con la cultura organizacional, imagen institucional y lineamientos comunicacionales definidos por la empresa.
5. El personal involucrado en las grabaciones deberá mantener una presentación, comportamiento y lenguaje adecuados durante el desarrollo del contenido audiovisual institucional.
6. Toda grabación realizada fuera de las instalaciones de la empresa deberá contar previamente con la autorización del Director Creativo y/o del área correspondiente.
7. Los archivos audiovisuales finales deberán mantenerse correctamente organizados y respaldados en las carpetas o medios digitales definidos por la empresa para futuras consultas o reutilizaciones internas.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Guion, estructura base o lineamientos del contenido proporcionados por el área de Recursos humanos.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de elaboración de contenido audiovisual institucional relacionado con actividades corporativas, comunicados, cultura organizacional, capacitaciones o temas vinculados a la gestión de talento humano.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Recursos humanos	• Solicita a área de contenido la elaboración de material audiovisual relacionado con temas institucionales, actividades corporativas, cultura organizacional, capacitaciones, comunicados o cualquier temática vinculada con la gestión de talento humano. ○ Elabora y proporciona un guion o estructura base detallada, definiendo los puntos clave, mensajes principales y lineamientos que deberán abordarse durante el desarrollo del contenido audiovisual.	• Solicitud de elaboración de contenido audiovisual institucional emitida por el área de Recursos Humanos.	• 5 min.
2	Director de contenido	• Revisa y analiza el guion, estructura o directrices proporcionadas por el área de Recursos Humanos, con la finalidad de comprender el enfoque del contenido y planificar adecuadamente la producción audiovisual. ○ Proporciona las indicaciones y lineamientos al equipo de creación de contenido y producción, definiendo aspectos relacionados con:	• Directrices creativas y lineamientos de producción audiovisual definidos y comunicados al equipo de contenido y producción.	• 10 a 20 min. (Depende de la complejidad del contenido, cantidad de participantes y requerimientos)

		▪ Enfoque visual y estilo del contenido. ▪ Forma de presentación y comunicación del mensaje. ▪ Dinámica de grabación y participación. ▪ Escenarios o locaciones a utilizar. ▪ Elementos audiovisuales y recursos de apoyo requeridos. ▪ Cronograma y tiempos de ejecución para la producción audiovisual. • Importante: Las directrices proporcionadas deberán mantener coherencia con la imagen institucional, cultura organizacional y objetivos comunicacionales definidos por la empresa.	• Planificación preliminar de la grabación establecida conforme a los objetivos institucionales y comunicacionales.	<i>audiovisuales definidos para la producción)</i>
3	Creador de contenidos	• Una vez recibidas las directrices e indicaciones del Director de contenido, el equipo procede con la planificación y preparación de la producción audiovisual. ○ Durante esta actividad se realiza lo siguiente: ▪ Organización de equipos audiovisuales y recursos necesarios para la grabación. ▪ Preparación del espacio, escenario o locación donde se desarrollará el contenido. ▪ Coordinación de participantes involucrados en la grabación. ▪ Revisión de vestimenta, presentación e imagen institucional.	• Producción audiovisual organizada y preparada para el inicio de la grabación institucional.	• 30 min a 1 hora.

		- Preparación de materiales, accesorios o elementos de apoyo visual. - Realización de ensayos previos para mejorar la fluidez, pronunciación y desenvolvimiento frente a cámara. Nota: Dependiendo de la complejidad del contenido institucional o cantidad de participantes, podrán realizarse múltiples ensayos y ajustes antes de iniciar la grabación final.		
4	Creador de contenidos	- Procede con la grabación del contenido audiovisual institucional conforme a las directrices establecidas por el área de Recursos Humanos y el Director de contenido. - Las grabaciones podrán realizarse en: - Oficinas administrativas. - Salas de capacitación. - Eventos corporativos. - Tiendas o instalaciones de la empresa. - Locaciones previamente autorizadas. Importante: El contenido deberá mantener una presentación profesional, institucional y alineada con la cultura organizacional de la empresa.	Contenido audiovisual institucional grabado conforme a los lineamientos establecidos por la empresa.	1 a 3 horas.

5	Editor de contenido	- Una vez finalizada la grabación, procede con la edición y postproducción del material audiovisual institucional. - Durante la edición se realiza lo siguiente: - Selección y organización de tomas finales. - Recorte y ajuste de escenas. - Incorporación de textos, gráficos o elementos institucionales. - Ajustes básicos de audio, iluminación y calidad visual. - Incorporación de música o recursos audiovisuales complementarios. - Validación de duración y dinamismo del contenido. - El contenido deberá mantener coherencia con la identidad visual, imagen institucional y lineamientos comunicacionales establecidos por la empresa. - Una vez finalizada la edición, el material audiovisual es enviado al Director de contenido para su revisión, validación y aprobación interna.	Contenido audiovisual editado y preparado para revisión y validación interna.	2 a 4 horas.
6	Director creativo	- Procede con la revisión y validación final del contenido audiovisual institucional antes de su publicación, socialización o difusión interna. - Se valida lo siguiente: - Cumplimiento del objetivo institucional solicitado.	Contenido audiovisual institucional revisado, validado y autorizado	5 a 10 min.

		▪ Coherencia con políticas y cultura organizacional. ▪ Claridad y correcta transmisión del mensaje. ▪ Alineación con las necesidades del área de Recursos Humanos. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Autoriza el contenido audiovisual y lo remite al área de Talento Humano para su revisión y aprobación final, con el fin de proceder a su publicación o difusión interna, según corresponda. Finaliza el proceso. - En caso de que el área de recursos humanos solicite cambios, correcciones o mejoras en el contenido audiovisual, el área de contenido deberá realizar los ajustes correspondientes y reenviar el material para una nueva revisión y aprobación. ▪ NO: Emite las observaciones, correcciones o ajustes requeridos para la modificación del contenido audiovisual y su posterior validación (<i>Retornar al paso 5 del proceso</i>). • Importante: Ningún contenido institucional podrá ser publicado o difundido sin la aprobación final del área de recursos humanos.	para su publicación o difusión interna.	
--	--	---	---	--

REPORTE DE CODIGOS DE PAUTAS DE VIDEOS EN TIK TOK

Este proceso se centra *en gestionar, registrar y controlar los códigos de autorización de pauta generados en TikTok para videos publicitarios, con la finalidad de garantizar el correcto seguimiento, activación y trazabilidad de campañas promocionales realizadas por la empresa.*

1.- OBJETIVO

Gestionar el registro y control de códigos de pauta de videos publicados en TikTok, mediante la actualización del reporte de pautas publicitarias, para garantizar el seguimiento y trazabilidad de las campañas ejecutadas en TikTok Ads.

2.- ALCANCE

Contenido publicitario habilitado para su difusión en TikTok Ads, con códigos de pauta registrados, campañas activas y control actualizado de los videos utilizados para publicidad.

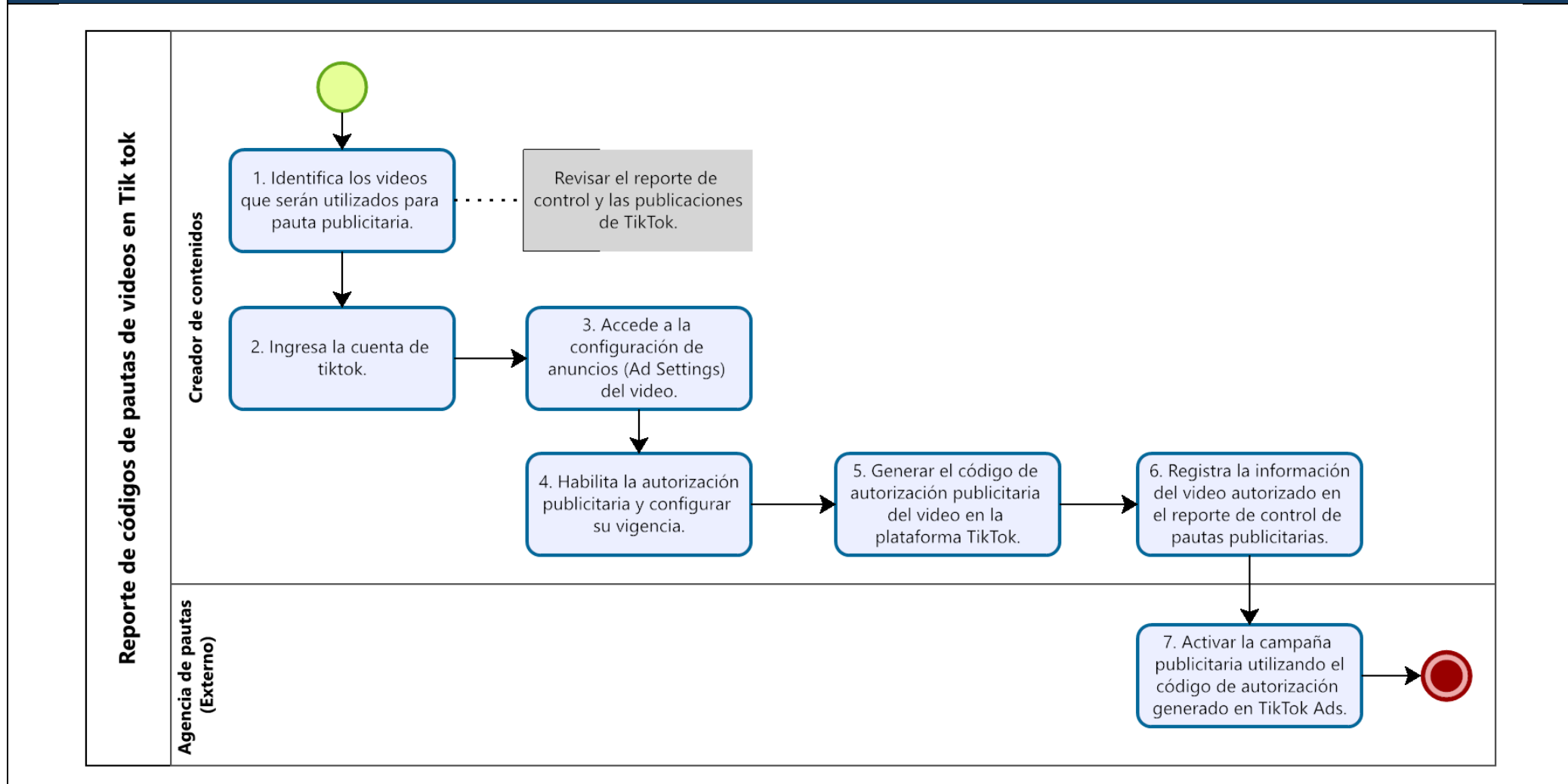
3.- POLÍTICAS

1. Se prohíbe utilizar videos en campañas publicitarias sin que el contenido haya sido previamente revisado, validado y aprobado conforme a los lineamientos establecidos por la empresa.
2. Toda campaña publicitaria activada deberá contar con seguimiento y control de métricas de rendimiento.
3. El reporte de control de pautas deberá conservarse como respaldo operativo y medio de trazabilidad de campañas publicitarias activas e históricas.
4. El reporte de pautas deberá mantenerse actualizado, completo y disponible para revisión del personal autorizado.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Contar con acceso autorizado a las cuentas oficiales de TikTok utilizadas por la empresa.
- Disponer del archivo o enlace compartido para el registro y control de códigos de pauta.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Videos publicados en TikTok con potencial para pauta publicitaria.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Ingresa al archivo compartido utilizado para el control de pautas publicitarias de TikTok. ○ Este documento permite mantener un registro organizado de: ▪ <i>Videos pautados.</i> ▪ <i>Códigos de autorización generados.</i> ▪ <i>Productos promocionados.</i> ▪ <i>Fechas de pauta.</i> ▪ <i>Links de videos.</i> ▪ <i>Estado o seguimiento de campañas.</i> - Nota: <i>El archivo funciona como respaldo y control operativo de todos los videos utilizados para publicidad.</i> • Revisa los videos publicados en la cuenta de TikTok y verifica cuáles han sido seleccionados para campañas publicitarias.	• Reporte de control de pautas visualizado y disponible para consulta y actualización de información publicitaria.	• 5 a 10 min.

		○ La selección puede realizarse considerando: ▪ <i>Productos específicos.</i> ▪ <i>Campañas comerciales activas.</i> ▪ <i>Lanzamientos.</i> ▪ <i>Contenido con mayor interacción o alcance.</i> ▪ <i>Solicitudes del área de marketing o publicidad.</i>		
2	Creador de contenidos	• Una vez identificado, accede a la cuenta oficial de TikTok asignada a la marca correspondiente. 1. <i>Dentro de la cuenta de TikTok, Identifica el video específico que será utilizado para pauta publicitaria.</i> ○ <i>Antes de continuar, verifica:</i> ▪ <i>Que el video corresponda al producto correcto.</i> ▪ <i>Que el contenido esté aprobado para publicidad.</i> ▪ <i>Que el video se encuentre publicado correctamente.</i> ▪ <i>Que el contenido no presente errores visuales o de información.</i> 2. Ingresa a la opción de configuración de anuncios o “Ad Settings” del video seleccionado. ○ Esta opción permite habilitar la autorización para que terceros o el área encargada puedan utilizar el	• Videos con potencial publicitario identificados y seleccionados para gestión de pauta.	• 10 a 15 min.

		contenido dentro de campañas publicitarias en TikTok Ads. 3. Habilita la autorización publicitaria del video y configura los parámetros requeridos por la plataforma. ○ Se habilita el permiso para utilizar el video en campañas pagadas. ○ Se configura el tiempo de vigencia de la autorización. ○ Generalmente la autorización se establece por 60 días, conforme a lineamientos internos o requerimientos de campaña. 4. Una vez guardada la configuración: ○ TikTok genera automáticamente un código de autorización de pauta. ▪ <i>Este código permite que el video pueda ser utilizado dentro del administrador publicitario.</i> 5. Una vez generado el código, el responsable procede a copiar el código de autorización del video. ○ Verifica que el código corresponda correctamente al contenido seleccionado. ▪ <i>Confirma que el video autorizado sea el correcto antes de registrarlo.</i>		
--	--	---	--	--

		- Nota: Este código es indispensable para la activación de campañas publicitarias.		
3	Creador de contenidos	- Actualiza el archivo o reporte de control de pautas registrando toda la información correspondiente al video autorizado. - La información registrada incluye: - Código del producto. - Nombre del producto promocionado. - Fecha de generación de pauta. - Link del video en TikTok. - Código de autorización generado por la plataforma. - Tiempo de vigencia de autorización (<i>Cuando aplique</i>). Nota: El registro debe realizarse inmediatamente después de generar el código para evitar omisiones o pérdidas de información. Importante: El responsable continúa registrando cada nuevo video autorizado dentro del reporte correspondiente. - Este control permite: - Llevar trazabilidad de videos pautados. - Verificar qué productos han sido promocionados. - Identificar campañas activas.	Cuenta oficial de TikTok habilitada para la gestión de configuraciones publicitarias.	5 min.

		▪ Controlar fechas de autorización. ▪ Mantener un historial de contenidos utilizados en publicidad.		
4	Agencia de pautas (<i>Externo</i>)	• Utiliza los códigos de autorización generados para activar los anuncios publicitarios dentro de TikTok Ads. ○ El video puede promocionarse oficialmente. ○ Se generan métricas de alcance, visualizaciones e interacción. ○ La campaña entra en ejecución conforme a la estrategia comercial definida.	• Campaña publicitaria activada en TikTok Ads y métricas de rendimiento generadas para el seguimiento de la pauta ejecutada.	• 10 a 15 min.

7.- ANEXO

- **Anexo:** Formato de reporte de Códigos de pautas Tik Tok.

CODIGOS DE TIKTOK (MARCA)						
STOCK Cuando comienza	CODIGO	FECHA	ENCALE DE TIK TOK	CÓDGO DE TIK TOK	TIEMPO DE DURACIÓN	PRODUCTO

CONTROL Y SEGUIMIENTO DE ENTREGA DE CONTENIDO DE TIENDAS

El presente proceso se centra en el control y seguimiento de la entrega de contenido audiovisual por parte de las tiendas, con el objetivo de asegurar la disponibilidad del material para su publicación en las redes sociales de cada marca.

1.- OBJETIVO

Realizar el control y seguimiento de la entrega de contenido audiovisual de las tiendas, mediante el calendario oficial de programación y herramientas de control, para garantizar la disponibilidad del contenido para su publicación en las redes sociales de cada marca.

2.- ALCANCE

Contar con un control actualizado de la entrega de contenido audiovisual de las tiendas, asegurando su disponibilidad oportuna para publicación en redes sociales, así como el registro del cumplimiento e incumplimientos del calendario establecido.

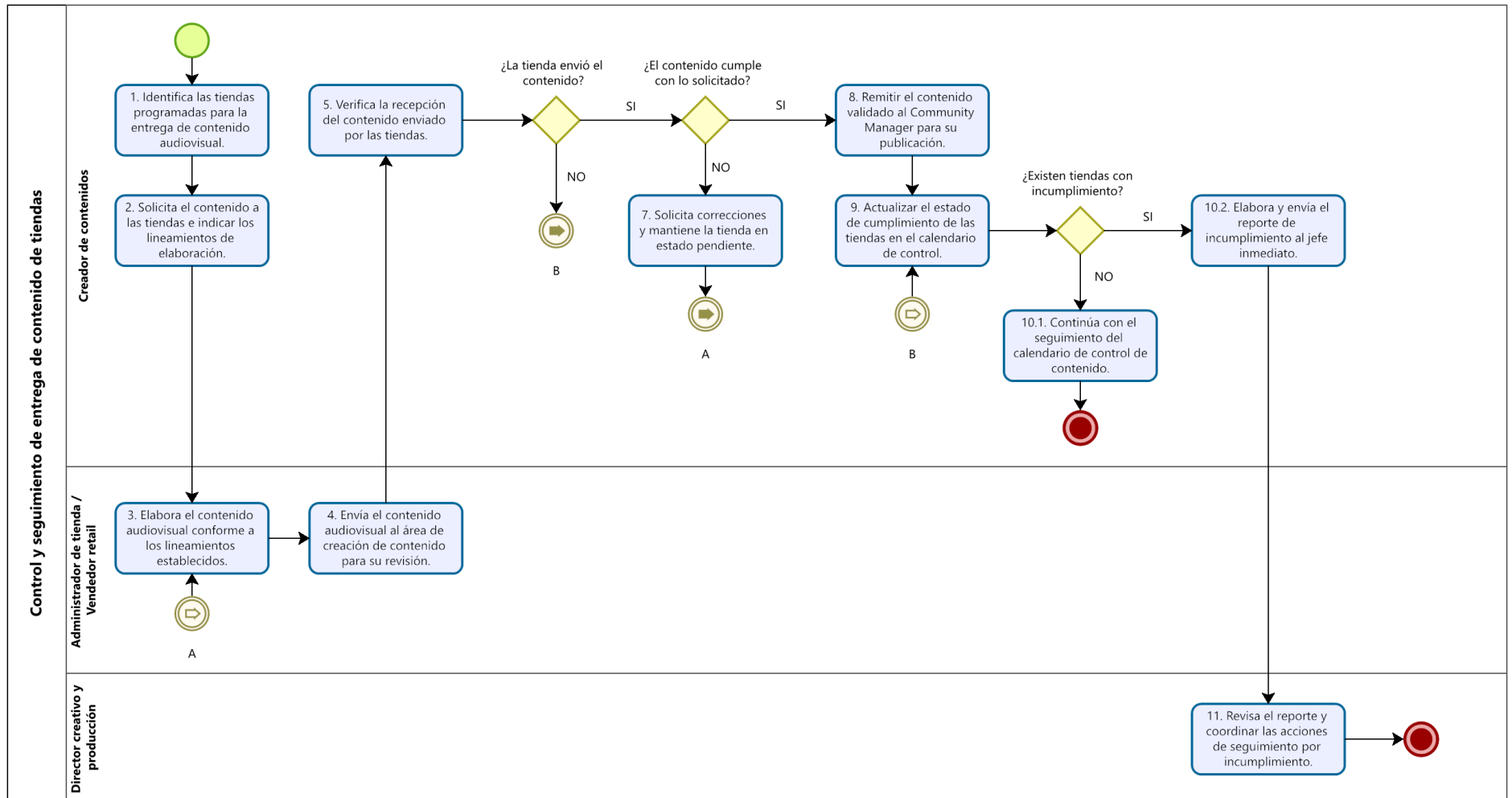
3.- POLÍTICAS

1. Todas las tiendas asignadas deberán cumplir con la entrega de contenido audiovisual dentro de los plazos establecidos en el calendario oficial de programación.
2. El contenido solicitado deberá ajustarse a los lineamientos de marca, calidad visual y criterios definidos por el área de marketing.
3. Los incumplimientos en la entrega de contenido deberán ser registrados y reportados para su respectivo seguimiento.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Calendario oficial de programación de contenido (*Drive*).
- Base de datos de tiendas y responsables asignados.
- Lineamientos de marca e identidad visual de la empresa.
- Carpetas virtuales de almacenamiento y respaldo (*Drive u otros repositorios autorizados*).
- Reportes de control de cumplimiento e incumplimiento de entrega de contenido.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Publicación de videos de contenidos en las plataformas de redes sociales:
 - **Documento:** Video de contenido.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Identifica las tiendas que deben entregar contenido conforme al calendario oficial de programación, asegurando el control del cumplimiento en las fechas establecidas. 1. Accede al calendario de control de contenido (<i>Drive – documento oficial</i>). 2. Revisa la programación de publicaciones del calendario. 3. Identifica las tiendas asignadas para entrega de contenido en la fecha correspondiente. 4. Verifica el historial de cumplimiento de cada tienda. 5. Determina las tiendas activas que deben enviar contenido. 6. Registra la lista preliminar de seguimiento para control de entregas.	• Tiendas identificadas y registradas para seguimiento de cumplimiento del calendario de contenido.	• 10 a 15 min.

2	Creador de contenidos	• Se contacta con el Administrador de la tienda o Vendedor retail para solicitar la elaboración y entrega del contenido audiovisual requerido. 1. Identifica el responsable de la tienda asignada (<i>Administrador o vendedor retail</i>). ○ Consultar la base de tiendas disponible en Drive para identificar al responsable de la tienda asignada. 2. Envía por interno la solicitud del contenido a elaborar, detallando: ○ Tipo de video requerido. ○ Producto o temática a promocionar. ○ Lineamientos básicos de grabación. ○ Fecha límite de entrega. 3. Brinda indicaciones claras sobre el formato esperado (<i>Vertical/horizontal, duración, enfoque comercial o demostrativo</i>). 4. Resuelve dudas del responsable de la tienda respecto a la grabación o contenido solicitado.	• Solicitud de contenido audiovisual enviada a los responsables de las tiendas asignadas.	• 3 a 5 minutos por cada tienda contactada.
---	-----------------------	---	---	---

3	Administrador de la tienda / vendedor retail	- Elabora el contenido audiovisual solicitado conforme a las indicaciones recibidas y lo envía al canal interno establecido para su revisión. 1. Recibe la solicitud de contenido por parte del creador de contenidos. 2. Graba el material audiovisual siguiendo los lineamientos establecidos (<i>Producto, mensaje y enfoque solicitado</i>). 3. Verifica que el contenido cumpla con condiciones mínimas de calidad (<i>Imagen, audio y encuadre</i>). 4. Realiza ajustes o repeticiones en caso de ser necesario antes del envío. 5. Envía el contenido final al grupo interno para entrega (<i>Ej. grupo de producción de tiendas</i>). 6. Confirma el envío del material para su validación y registro.	Contenido audiovisual elaborado y remitido al canal interno de revisión.	30 a 45 min (<i>Según complejidad del contenido</i>).
4	Creador de contenidos	- Revisa en el grupo interno el cumplimiento de las tienda en proporcionar los contenidos solicitados. ¿La tienda le envió el contenido? SI: Continúa con el PASO 5.	Cumplimiento de entrega de contenido verificado en el sistema de control.	2 min.

		▪ NO: Registrar el incumplimiento y continuar con el Paso 7 (<i>Actualizar el estado como incumplido</i>).		
5	Creador de contenidos	• Valida el contenido enviado por la tienda para su control y seguimiento. ○ <u>¿El contenido cumple con lo solicitado?</u> ▪ SI: Continúa con el PASO 6. ▪ NO: Solicita las correcciones al responsable de la tienda y esperar una nueva entrega (<i>Retorna al Paso 4</i>). - Nota: Mantiene la tienda en estado “Pendiente” hasta nueva entrega.	• Contenido audiovisual validado o devuelto con observaciones al responsable de la tienda.	• 5 min.
6	Creador de contenidos	• Envía el contenido audiovisual validado y conforme a lo solicitado al área de Community Manager para su publicación en las plataformas digitales de la empresa. 1. Identifica los contenidos validados y aprobados. 2. Descarga o consolida los archivos finales en formato adecuado. 3. Organiza los contenidos en la carpeta virtual de publicación. 4. Comparte el enlace o ruta de acceso al material con el área de Community Manager.	• Contenido audiovisual remitido al área de Community Manager para publicación.	• 5 a 10 minutos por contenido.

		5. Confirma la recepción del material por parte del Community Manager. ○ El área de Community Manager procede con la programación y publicación del contenido en las plataformas digitales de la empresa, de acuerdo con el cronograma establecido. ▪ Para mayor detalle, revisar el proceso: Planificación de contenido audiovisual para redes sociales (<i>Manual de proceso – Marketing – Community manager</i>).		
7	Creador de contenidos	• Actualiza la información de cumplimiento en el calendario de control de contenido. 1. Accede nuevamente al calendario de control de contenido (<i>Drive</i>). 2. Actualiza el estado de cada tienda según la entrega recibida. ○ Marcar el estado de la tienda según cumplimiento. ▪ Naranja: Tiendas que no han enviado contenido o presentan incumplimiento. ▪ Cereza: Tiendas que han entregado correctamente el material solicitado.	• Calendario de control de contenido actualizado con el estado de cumplimiento de las tiendas.	• 3 min.

		3. Identifica las tiendas que no han realizado la entrega del contenido. ○ ¿Existen tiendas con incumplimiento? ▪ SI: Continúa con el PASO 8. ▪ NO: Continúa con el seguimiento del calendario de control de contenido conforme a la programación establecida. Finaliza el proceso.		
8	Creación de contenido	• Elabora un reporte de incumplimiento con las tiendas que no entregaron el contenido audiovisual dentro del plazo establecido y lo remite al Director Creativo para su seguimiento y gestión. 1. Accede al calendario de control de contenido actualizado. 2. Identifica las tiendas que mantienen estado de incumplimiento. 3. Genera un reporte en Excel con el listado de las tiendas pendientes, incluyendo como mínimo: ○ Nombre de la tienda. ○ Administrador o Vendedor Retail responsable. ○ Fecha programada de entrega. ○ Estado del contenido. ○ Observaciones (Si aplica).	• Reporte de incumplimiento de entrega de contenido generado y remitido al Director Creativo.	• 5 min.

		4. Revisa la información registrada para verificar su exactitud. 5. Envía el reporte al Director Creativo para conocimiento y seguimiento.		
9	Director Creativo	• Revisa el reporte de incumplimiento y coordina las acciones correspondientes para asegurar la entrega del contenido pendiente. ○ Analiza el reporte de incumplimiento recibido. ○ Identifica las tiendas con incumplimientos reiterados o de mayor impacto. ○ Notifica las novedades al Planner de Medios / Asistente de Marketing para que, en coordinación con el área de Comunicación, gestione los llamados de atención correspondientes.	• Incumplimientos comunicados al Planner de Medios / Asistente de Marketing para gestión de acciones correctivas.	• 5 a 10 min.

7.- ANEXO

- **Anexo:** Calendario de control de contenido.

(Marca) Provincias Mes de Marzo						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
8	9	10	11	12	13	14
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
15	16	17	18	19	20	21
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
22	23	24	25	26	27	28
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
29	30	31	1	2	3	4
					No hay entrega de video	No hay entrega de video
					No hay entrega de video	No hay entrega de video

REPORTE TOP DE DESEMPEÑO DEL CONTENIDO PUBLICADO EN REDES SOCIALES

El presente proceso se centra en el análisis semanal del desempeño del contenido publicado en las redes sociales de las diferentes marcas y en la elaboración del Reporte Top de Desempeño de Contenido, que permita identificar las publicaciones con mejor rendimiento y disponer de información para la planificación de futuros contenidos.

1.- OBJETIVO

Analizar semanalmente el desempeño del contenido publicado en las redes sociales de las marcas, mediante la recopilación y análisis de métricas, para identificar las publicaciones con mayor impacto y apoyar la planificación de futuras estrategias de contenido.

2.- ALCANCE

Disponer de un reporte semanal actualizado que refleje el desempeño del contenido publicado en las redes sociales de las diferentes marcas, permitiendo identificar las publicaciones con mejor rendimiento y generar información para la planificación y mejora continua de las estrategias de contenido.

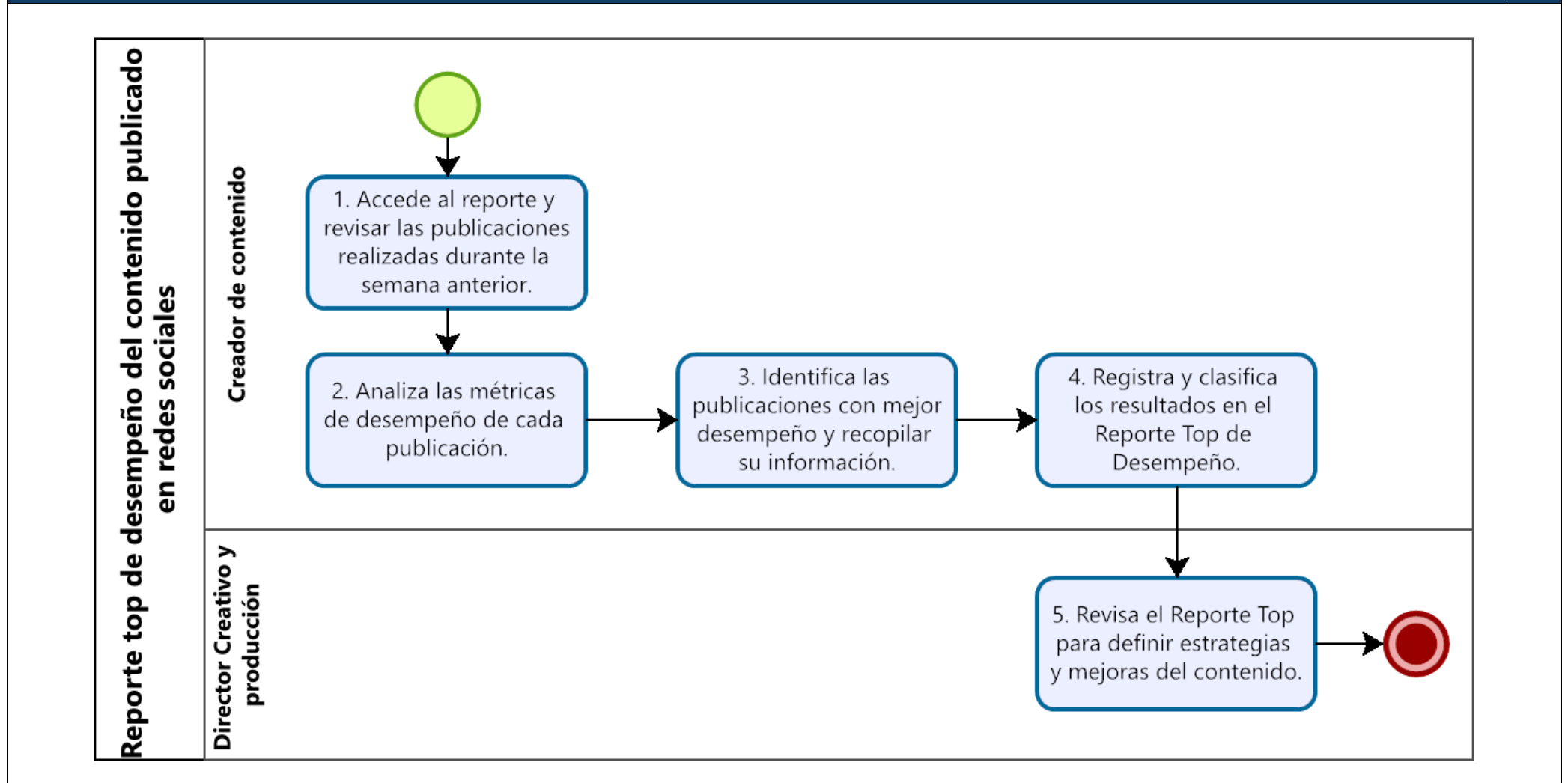
3.- POLÍTICAS

1. El Reporte Top de Desempeño de Contenido deberá elaborarse **semanalmente**, utilizando como período de análisis las publicaciones realizadas durante la semana inmediatamente anterior.
2. Todas las métricas registradas en el Reporte Top deberán obtenerse directamente de las herramientas estadísticas disponibles en cada plataforma de red social, evitando el uso de estimaciones o información de fuentes no oficiales.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Acceso a las cuentas oficiales de las redes sociales administradas por la empresa (Instagram, Facebook y TikTok).
- Publicación de videos de contenidos en las plataformas de redes sociales.
- Plantilla oficial del Reporte Top de Desempeño de Contenido.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Publicación de videos de contenidos en las plataformas de redes sociales:
 - **Documento:** Video de contenido.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Al inicio de cada semana (<i>Lunes</i>), el Creador de Contenido (<i>Responsable</i>) ingresa al archivo compartido donde se administra el Reporte Top de Desempeño de Contenido. ○ Este archivo contiene el histórico de resultados de todas las marcas y constituye el repositorio oficial para registrar el desempeño semanal de las publicaciones. • Ingresar a las cuentas oficiales de las diferentes redes sociales administradas por la empresa (Instagram, Facebook y TikTok, según corresponda) para revisar todas las publicaciones realizadas durante la semana anterior. ○ Durante esta revisión se verifica que las publicaciones se encuentren disponibles y que las métricas reflejen información actualizada.	• Publicaciones de la semana identificadas y archivo del Reporte Top preparado para su actualización.	• 10 min.

2	Creador de contenidos	- Revisa individualmente cada publicación realizada durante el período de análisis, accediendo a las estadísticas disponibles en las plataformas de redes sociales correspondientes. - El análisis considera principalmente indicadores como: - Número de vistas. - Alcance obtenido. - Número de comentarios. - Nivel de interacción generado. - Relevancia del contenido frente a otras publicaciones de la misma semana. Nota: El objetivo de este análisis es determinar cuáles publicaciones obtuvieron un mejor desempeño y generaron mayor impacto en la audiencia.	Métricas de desempeño recopiladas y publicaciones evaluadas.	15 min.
3	Creador de contenidos	- Una vez revisadas todas las publicaciones, identificar aquellas que alcanzaron los mejores resultados dentro de cada marca. - Para ello se comparan las métricas obtenidas entre todas las publicaciones de la semana hasta determinar el contenido con mayor rendimiento (<i>Top</i>). - En caso de existir varias publicaciones con resultados similares, se consideran las diferentes métricas para establecer orden de desempeño.	Ranking preliminar de publicaciones Top e información consolidada de cada publicación seleccionada.	10 min.

		○ Para cada publicación seleccionada se recopila la siguiente información: ▪ Fecha de publicación. ▪ Descripción de la publicación. ▪ Tipo de contenido. ▪ Plataforma donde fue publicada. ▪ Producto promocionado. ▪ Enlace de la publicación. ▪ Cantidad de comentarios. ▪ Cantidad de vistas o reproducciones.		
4	Creador de contenidos	• Registrar la información recopilada dentro de la plantilla oficial del Reporte Top (<i>Anexo</i>), completando todos los campos establecidos. ○ Registra la siguiente información: ▪ Fecha de publicación. ▪ Marca que pertenece la publicación. ▪ Descripción de publicación. ▪ Tipo de contenido. ▪ Plataforma de su publicación ▪ Producto. ▪ Enlace. ▪ Cantidad de comentario.	• Reporte Top de Desempeño de Contenido actualizado y disponible para consulta del equipo.	• 10 min.

		▪ Cantidad de views. - Nota: Ordenar las publicaciones registradas de mayor a menor desempeño con base en las métricas analizadas. Esta clasificación permite identificar rápidamente cuáles formatos, productos o estrategias obtuvieron mejores resultados durante la semana y facilita la comparación entre las distintas marcas. • Importante: Mantener actualizado el enlace compartido del Reporte Top dentro del grupo de trabajo de Creación de Contenido para que los integrantes del equipo puedan consultar los resultados obtenidos.		
5	Director creativo y producción / Creador de contenidos	• Durante las reuniones de planificación, utilizar la información contenida en el Reporte Top para identificar: ○ Tipos de contenido con mayor aceptación. ○ Productos que generan mayor interés. ○ Tendencias con mejor desempeño. ○ Formatos audiovisuales más efectivos. ○ Oportunidades de mejora para futuras publicaciones. ▪ La información obtenida constituye un insumo para definir nuevas estrategias de contenido y fortalecer la presencia de las marcas en redes sociales.	• Oportunidades de mejora y estrategias de contenido definidas para futuras publicaciones.	• 30 min a 1 hora.

7.- ANEXO

- **Anexo:** Formato del reporte TOP 3 de videos de la marca.

TOP 3 VIDEOS NOVI									
#	Fecha	Marca	Descripción	tipo de contenido	Plataforma (FB,IG,TK)	Producto	link	Comentarios	Views
1									
2									
3									

TOP 3 VIDEOS IMPORT									
#	Fecha	Marca	Descripción	tipo de contenido	Plataforma (FB,IG,TK)	Producto	link	Comentarios	Views
1									
2									
3									

TOP 3 VIDEOS GANA									
#	Fecha	Marca	Descripción	tipo de contenido	Plataforma (FB,IG,TK)	Producto	link	Comentarios	Views
1									
2									
3									

GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO

Este proceso se centra en gestionar la solicitud temporal de los productos provenientes de bodega 032 (*Orellana 2*), destinados a actividades de creación de contenido audiovisual, campañas publicitarias, sesiones fotográficas y producciones desarrolladas por el área de marketing, garantizando posteriormente su correcta devolución y control documental.

1.- OBJETIVO

Gestionar la solicitud y devolución de inventario utilizada para la creación de contenido, mediante controles documentales y respaldo por email, para garantizar la trazabilidad y el adecuado control de los productos solicitados desde la bodega 032 (*Orellana 2*).

2.- ALCANCE

Garantizar el control, trazabilidad y devolución oportuna de la mercadería solicitada para actividades de creación de contenido, asegurando el adecuado uso y respaldo documental de los productos entregados temporalmente por la bodega 032 (*Orellana 2*).

3.- POLÍTICAS

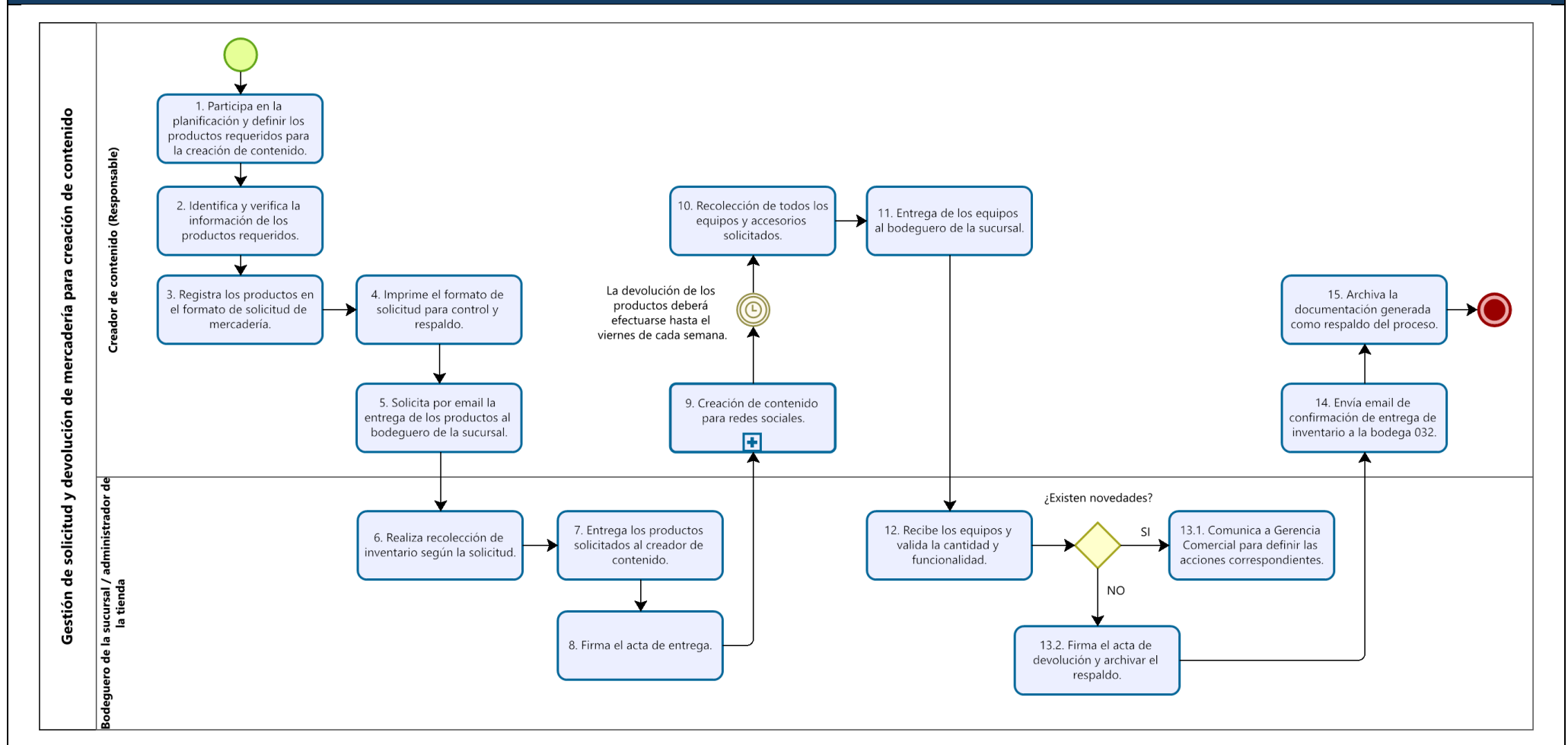
1. Si un cliente solicita un equipo que se encuentra en la bodega de Creación de Contenido y es el único disponible, se debe priorizar la venta. En este caso, el equipo deberá ser devuelto a la bodega de la sucursal para su gestión venta.
2. El área que utilice los equipos es responsable de su cuidado. En caso de daño o pérdida, dicha área deberá asumir la responsabilidad de reposición o compensación correspondiente.
3. El área de Creación de Contenido deberá devolver todos los equipos a la bodega de la sucursal todos los días viernes, independientemente del día en que se haya solicitado el equipo.

4. Bajo ninguna circunstancia el equipo de la bodega 032 Orellana puede salir de la tienda para grabaciones, salvo que exista una solicitud y autorización expresa por parte de presidencia ejecutiva para grabar productos.
 - En estos casos, se entregará al portero de la sucursal 032 Orellana una copia del acta de entrega del producto (*Firmada*), como constancia de la salida del equipo, bajo la responsabilidad del equipo de creación de contenido.
 5. Tanto el bodeguero como el responsable de creación de contenido deberán verificar el estado físico, accesorios y funcionamiento básico de los equipos al momento de la entrega y devolución.
 6. Los productos solicitados para creación de contenido no podrán ser prestados, transferidos o entregados a otros colaboradores o áreas sin autorización previa del responsable de bodega o Gerencia Comercial.
 7. Los equipos y productos solicitados desde bodega deberán ser utilizados exclusivamente para actividades relacionadas con campañas publicitarias, grabaciones, sesiones fotográficas o contenido autorizado por la empresa.
 8. Los productos en custodia temporal del área de Creación de Contenido estarán sujetos a disponibilidad comercial y podrán ser requeridos inmediatamente en caso de necesidad de venta o exhibición prioritaria.
- **Nota:** El incumplimiento parcial y/o total de cualquiera de los numerales de esta sección estará sujeto a la aplicación de las sanciones previstas en el Reglamento Interno de Trabajo.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Formato de solicitud y devolución de mercadería.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de productos para actividades de creación de contenido audiovisual y campañas publicitarias.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Creador de contenidos	• Participa en reuniones creativas donde se revisan ideas, campañas o estrategias comerciales que serán desarrolladas durante la semana. ○ Durante la reunión, se realiza lo siguiente: ▪ Se definen los productos que serán promocionados. ▪ Se analizan ideas de grabación. ▪ Se establecen necesidades de productos físicos para producción audiovisual.	• Definición de productos y necesidades para la creación de contenido audiovisual. • Ideas creativas y campañas establecidas para ejecución semanal.	• 30 min a 1 hora aproximadamente por reunión.

2	Creador de contenidos	• Una vez definidas las ideas, campañas o contenidos a desarrollar durante las reuniones creativas, el responsable de creación de contenido procede a identificar los productos que serán necesarios para la grabación, sesión fotográfica o producción audiovisual. ○ Se revisan los productos que se desean promocionar según la estrategia comercial o necesidad de marketing. ○ Se verifica detalladamente la información del artículo en la página web, principalmente: ▪ Código del producto. ▪ Nombre del producto. ▪ Modelo o características generales del producto. ○ Una vez confirmada la información, los datos de los productos son recopilados para su posterior registro en el formato de solicitud de mercadería.	• Listado preliminar de productos identificados para grabación o campañas. • Productos validados con códigos y características correctas.	• 10 a 20 min aproximada mente, dependiendo de la cantidad de productos requeridos.
---	-----------------------	--	--	---

		- Nota: Debido a la naturaleza dinámica del área de marketing, esta actividad puede ejecutarse varias veces durante la misma semana, ya que los productos requeridos pueden variar dependiendo de: ▪ Nuevas campañas. ▪ Solicitudes del director creativo. ▪ Tendencias comerciales. ▪ Promociones urgentes. ▪ Nuevos contenidos planificados.		
3	Creador de contenidos	• Una vez identificados y verificados los productos requeridos, el responsable procede a registrar la información en el formato de control utilizado por el área para la solicitud de mercadería. ○ Se realiza en un archivo Excel destinado al control y seguimiento de productos solicitados temporalmente desde bodega	• Formato Excel de solicitud de mercadería actualizado con el detalle de productos requeridos.	• 10 a 20 min.

		032 Orellana 2 para actividades de marketing y creación de contenido. ○ En dicho formato se detalla la siguiente información: ▪ Código del producto. ▪ Nombre del producto. ▪ Cantidad requerida. ▪ Fecha de solicitud. - Nota: El formato puede actualizarse varias veces durante la semana en caso de que se incorporen nuevos productos debido a cambios en campañas, grabaciones adicionales o nuevos requerimientos del Director Creativo. • Importante: Durante esta actividad, el responsable revisa nuevamente que la información registrada coincida correctamente		
--	--	--	--	--

		con los productos seleccionados previamente, especialmente en códigos y cantidades, para evitar inconsistencias al momento de la entrega y su posterior devolución de inventario.		
4	Creador de contenidos	- Una vez completado el registro de los productos, el responsable imprime el formato de solicitud de mercadería para contar con un respaldo físico del requerimiento. - Este documento servirá como evidencia de: - Los productos solicitados. - Las cantidades requeridas. - La fecha de entrega. - Posteriormente la devolución de los artículos. - El formato físico también permitirá recopilar las firmas correspondientes durante la entrega y devolución de los productos, funcionando como un mecanismo de control interno y trazabilidad.	Formato físico de solicitud de mercadería impreso y preparado para control y firmas correspondientes.	2 a 5 min.

5	Creador de contenidos	• Emite un correo electrónico dirigido al bodeguero de la tienda (<i>Orellana 2</i>), solicitando formalmente la entrega de los productos registrados en el formato. ○ En el email se detallan los productos requeridos para las actividades de creación de contenido. ○ Adicionalmente, el email se envía con copia a las áreas o responsables correspondientes, tales como: ▪ Presidencia Ejecutiva. ▪ Gerencia General. ▪ Gerencia comercial. ▪ Director de Marketing – Compras e Importaciones. ▪ Auditoría interna. ▪ Administrador de la tienda (<i>Orellana 2</i>).	• Envío de email de confirmación de solicitud de inventario al bodeguero de la sucursal orellana 2 (bodega.orellana2@novicompu.com), con copia los siguientes: ○ Presidencia ejecutiva (presidencia@novicompu.com). ○ Gerente general (gerencia@novicompu.com). ○ Gerente comercial (kalvarado@novicompu.com). ○ Director de Marketing – Compras e Importaciones (calvarez@novicompu.com). ○ Auditoría Interna (johanna.mendoza@novicompu.com). ○ Administrador de la tienda (ventas.orellana2@novicompu.com).	• 3 a 5 min.
---	-----------------------	--	---	--

6	Bodeguero de la sucursal / Administrador de la tienda	- Una vez recibida la solicitud, procede a recolectar los productos según la lista de productos solicitados por el área de creación de contenido. - Durante esta actividad: - Se validan los productos solicitados. - Se verifica que los códigos de los productos coincidan con los registrados en el formato de solicitud. - Se comprueba que las cantidades requeridas sean correctas. - Se revisa que los productos se encuentren en óptimas condiciones físicas y de presentación para su utilización en grabaciones o campañas publicitarias. - En caso de no disponer de alguno de los productos solicitados, el bodeguero informa al creador de contenido sobre la	Productos recolectados y entregados conforme a la solicitud, con acta de entrega de inventario debidamente firmada y registrada como respaldo interno.	10 a 25 min aproximadamente, dependiendo de la cantidad de productos solicitados y disponibilidad en bodega.
---	---	--	--	--

		indisponibilidad del artículo en bodega, con la finalidad de que se evalúe un cambio o ajuste en la planificación del contenido. • Una vez recolectados y validados los productos, el bodeguero solicita el acta de entrega de inventario para proceder con la firma de recepción correspondiente. ○ Como respaldo interno y evidencia de control: ▪ El creador de contenido debe conservar una copia firmada del acta de entrega. ▪ El bodeguero o administrador de la tienda debe mantener una copia firmada como evidencia documental del préstamo temporal de los productos.		
--	--	--	--	--

		- Posteriormente, el bodeguero realiza la entrega física de los productos al creador de contenido responsable de la solicitud. Importante: En caso de que el bodeguero no se encuentre disponible al momento de la entrega, el Administrador de la tienda deberá asumir la atención y continuidad del proceso, garantizando el cumplimiento del control y entrega de los productos solicitados.		
7	Creador de contenido	- Una vez recibidos los productos, estos permanecen bajo custodia temporal del responsable que efectuó la solicitud, mientras se desarrollan las actividades relacionadas con la creación de contenido y campañas publicitarias. - Durante este período, los productos son utilizados para distintas actividades, tales como: - Grabaciones audiovisuales.	Productos utilizados para actividades de grabación, fotografía o producción audiovisual bajo custodia temporal del área de marketing.	Variable según la planificación de contenido.

		▪ Sesiones fotográficas. ▪ Elaboración de contenido para redes sociales. ▪ Campañas promocionales. ▪ Demostraciones comerciales. ▪ Producciones especiales requeridas por el área. - Nota: Debido a la dinámica operativa del área, durante una misma semana pueden solicitarse productos adicionales o realizarse nuevas grabaciones, por lo que el control y seguimiento de los artículos debe mantenerse actualizado continuamente.		
8	Creador de contenido	• Una vez concluidas las actividades de grabación, producción o campañas promocionales, el responsable procede con la	• Productos devueltos físicamente al bodeguero de la sucursal Orellana 2 para revisión y validación correspondiente.	• 5 a 15 min.

		devolución física de los productos al bodeguero de la tienda (<i>Orellana 2</i>). ○ Previo a la entrega, se verifica que: ▪ Los productos se encuentren completos, ▪ Correspondan a los artículos inicialmente solicitados, ▪ No presenten novedades visibles derivadas de su utilización. • Importante: La devolución de los productos debe realizarse dentro del tiempo establecido por el área, correspondiendo como fecha límite los días viernes de cada semana. ○ El plazo de devolución de los productos variará según la fecha en que se haya realizado la solicitud, por ejemplo: ▪ Solicitudes realizadas el lunes: Devolución hasta el viernes.		
--	--	--	--	--

		▪ Solicitudes realizadas el miércoles: Devolución hasta el viernes. ▪ Solicitudes realizadas el viernes: Devolución el mismo día o antes del cierre operativo de la tienda (<i>Orellana 2</i>).		
9	Bodeguero de la sucursal / Administrador de la tienda	• Procede a revisar el estado y la conformidad de los artículos entregados por el área de marketing. ○ Durante esta actividad se verifica que: ▪ Los productos correspondan a los artículos originalmente solicitados, ▪ Las cantidades estén completas, ▪ No existan novedades, daños o faltantes visibles. ○ <u>¿Existe novedades?</u> ▪ SI: Firma el acta de entrega/devolución (<i>Anexo</i>) (<i>Continúa con el PASO 10</i>). - Almacenar la copia de acta de entrega/devolución en una carpeta	• Acta de entrega/devolución validada y firmada por conformidad. • Registro documental del cierre de devolución de productos.	• 5 a 10 min.

		destinada para el control de entrega y recepción de equipos prestados al área de creación de contenido. ▪ NO: Se comunica con Gerencia comercial para la determinación de acciones y el seguimiento correspondiente.		
10	Creador de contenidos	• Una vez completada la devolución y validación de los productos, el responsable del área de marketing envía un correo electrónico notificando que los artículos fueron entregados nuevamente a bodega sin novedades. ○ En el email se adjunta el acta de entrega/recepción, en donde se visualiza la firma del bodeguero de la sucursal Orellana 2.	• Envío de email de confirmación de entrega de inventario a la bodega 032 sucursal orellana 2 (bodega.orellana2@novicompu.com), con copia los siguientes: ○ Presidencia ejecutiva (presidencia@novicompu.com). ○ Gerente general (gerencia@novicompu.com). ○ Gerente comercial (kalvarado@novicompu.com).	• 5 a 10 minutos

		○ Adicionalmente, el correo se envía con copia a las áreas o responsables correspondientes, tales como: ▪ <i>Presidencia Ejecutiva.</i> ▪ <i>Gerencia General.</i> ▪ <i>Gerencia comercial.</i> ▪ <i>Director de Marketing – Compras e Importaciones.</i> ▪ <i>Auditoría interna.</i> ▪ <i>Administrador de la tienda (Orellana 2).</i> • Importante: Debe responder al email de la solicitud de inventario para evidenciar el inicio y fin del proceso.	○ Director de Marketing – Compras e Importaciones (calvarez@novicompu.com). ○ Auditoría Interna (johanna.mendoza@novicompu.com). ○ Administrador de la tienda (ventas.orellana2@novicompu.com).	
11	Creador de contenidos	• Finalmente, toda la documentación generada durante el proceso es archivada y resguardada como evidencia de control.	• Documentación física archivada como respaldo.	• 2 min

7.- ANEXO

- **Anexo:** Formato de acta de entrega y devolución de producto.

ACTA DE ENTREGA Y DEVOLUCIÓN DE PRODUCTO MKT CONTENIDO									
Mes:	00/00/2025								
Código	Producto	IMAI	Cantidad	Fecha de entrega	Firma	Fecha de devolución	Firma	Venta Anticipada	Observaciones



EDITOR DE CONTENIDO

GRABACIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

El presente proceso se centra en la planificación, preparación y ejecución de la grabación de contenido audiovisual para redes sociales, asegurando el cumplimiento de las directrices creativas y los estándares de calidad de la marca para su posterior edición y difusión en plataformas digitales.

1.- OBJETIVO

Efectuar la grabación de contenido para redes sociales, mediante la ejecución de las directrices creativas establecidas y el uso de equipos audiovisuales adecuados, para obtener material de alta calidad destinado a su edición y difusión en plataformas digitales.

2.- ALCANCE

Garantizar la producción de contenido audiovisual de alta calidad, alineado con las directrices visuales y de guion proporcionadas por el director creativo, que cumpla con los estándares de la marca y esté aprobado para su publicación en las plataformas de redes sociales.

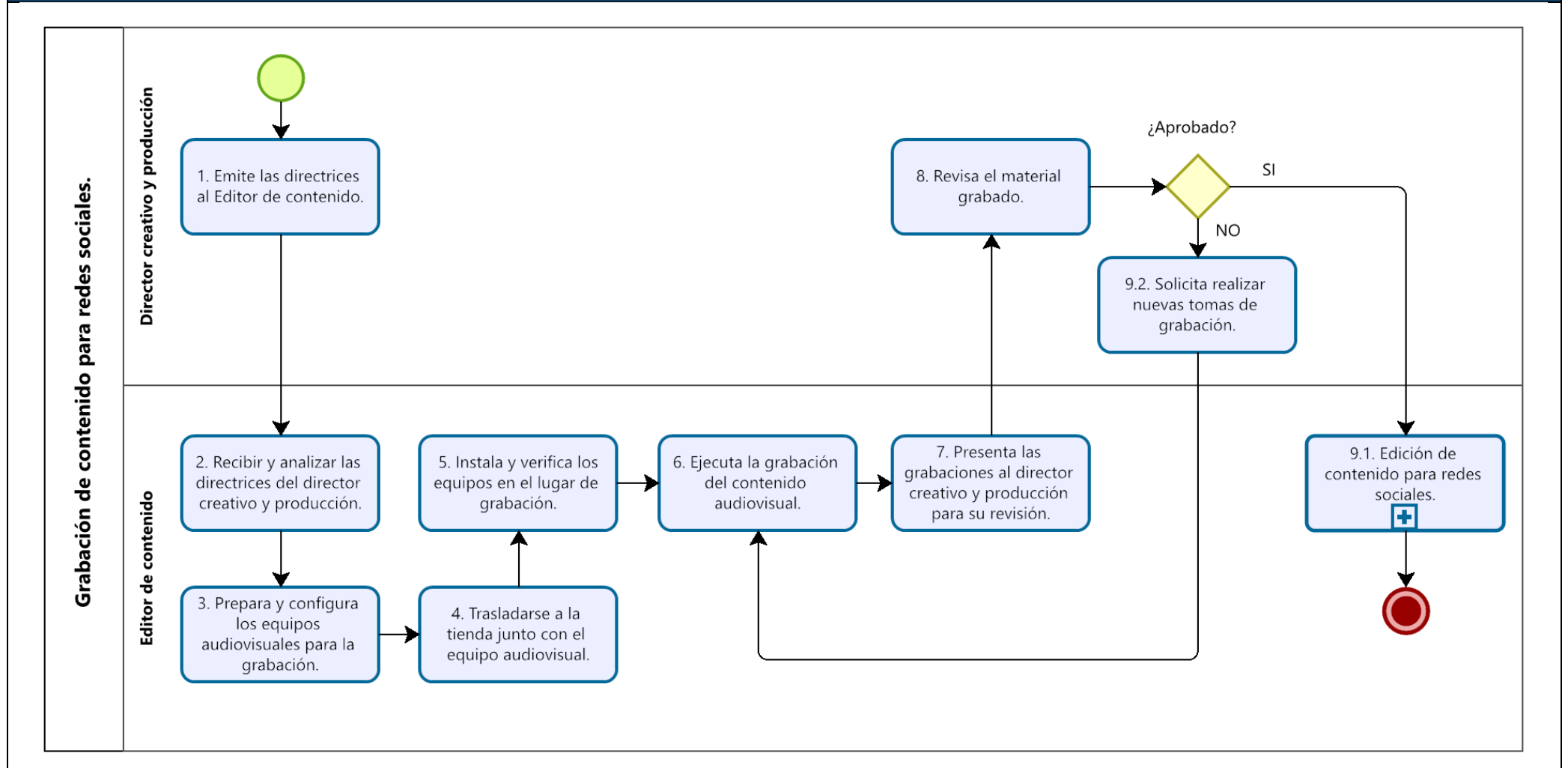
3.- POLÍTICAS

1. Toda grabación de contenido audiovisual deberá realizarse únicamente con base en las directrices creativas aprobadas por el Director Creativo, garantizando la coherencia con la estrategia de comunicación de la marca.
2. El material audiovisual generado durante el proceso de grabación es de uso exclusivo interno y no podrá ser compartido, difundido o utilizado fuera de los canales autorizados sin previa aprobación del área responsable.
3. El material audiovisual generado durante la grabación será de custodia del área responsable, la cual deberá garantizar su adecuado resguardo. En caso de pérdida o daño por causas internas, el área asumirá la responsabilidad correspondiente.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Equipos audiovisuales necesarios para la grabación, tales como cámaras o dispositivos móviles, micrófonos, sistemas de iluminación, trípodes y accesorios complementarios.
- Espacio o locación definida para la ejecución de la grabación del contenido.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Planificación de la grabación de los creadores de contenido:
 - **Documento:** Calendario de la marca.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Editor de contenidos	• Recibir y analizar las directrices del Director Creativo para la producción del contenido audiovisual. ○ Revisar el concepto creativo, objetivo, tipo de contenido, mensajes clave, producto a promocionar y lineamientos de grabación. ○ Resolver cualquier duda con el Director Creativo antes de iniciar la producción para garantizar que las tomas se desarrollen conforme a los requerimientos establecidos. ○ Verificar que el guion, storyboard o referencias visuales (<i>Cuando existan</i>) se encuentren disponibles para la grabación.	• Directrices creativas validadas y comprendidas para la producción del contenido audiovisual.	• 10 min.
2	Editor de contenidos	• Preparar los equipos y recursos audiovisuales necesarios para la grabación, verificando su disponibilidad, funcionamiento y configuración de acuerdo con las condiciones del contenido a producir. ○ Verificar la disponibilidad y el estado de funcionamiento del equipo audiovisual, incluyendo cámaras o dispositivos móviles, micrófonos, sistemas de iluminación, trípodes y demás accesorios requeridos.	• Equipos audiovisuales preparados, configurados y verificados para la grabación.	• 15 a 20 min.

		○ Confirmar que las baterías se encuentren cargadas y que exista suficiente espacio de almacenamiento para registrar el material audiovisual. ○ Configurar los equipos de grabación de acuerdo con las condiciones del entorno, asegurando la mejor calidad posible de imagen y sonido. ○ Realizar pruebas de video y audio para verificar el correcto funcionamiento de los equipos. ○ Ajustar la iluminación para obtener una imagen uniforme y minimizar sombras o reflejos no deseados. ○ Configurar y probar el micrófono para garantizar una adecuada captación de la voz y reducir interferencias o ruidos de fondo.		
3	Editor de contenidos	• Trasladarse al lugar de grabación junto con el equipo audiovisual requerido. ○ Transportar el kit audiovisual (<i>Cámaras o dispositivos móviles, micrófonos, iluminación portátil, trípodes y demás accesorios necesarios</i>). ○ Instalar y organizar los equipos en el área de grabación de acuerdo con el tipo de contenido que se desarrollará. ○ Verificar nuevamente el funcionamiento de los equipos una vez instalados antes de iniciar la grabación.	• Material audiovisual grabado y organizado por escena o toma.	• 1 a 2 horas.
4	Creador de contenidos	• Una vez en el lugar de grabación, ejecutar la producción del contenido audiovisual conforme a las directrices creativas definidas, garantizando el cumplimiento del guion, los lineamientos visuales y los estándares técnicos establecidos para la grabación.	• Tomas revisadas, seleccionadas y validadas por el Director Creativo.	• 2 a 4 horas.

		1. Guiar a los participantes sobre la posición, movimientos, diálogos y acciones que deberán realizar durante la grabación. 2. Ejecutar las tomas previstas en el guion, procurando obtener diferentes ángulos y encuadres cuando sea necesario. 3. Repetir las tomas las veces que se requiera hasta obtener un resultado que cumpla con los estándares de calidad establecidos. 4. Revisar cada toma realizada para verificar aspectos como enfoque, iluminación, estabilidad de la imagen, calidad del audio y correcta ejecución del contenido. 5. Marcar o identificar las mejores tomas para facilitar el proceso de edición posterior. • Importante: Se recomienda realizar al menos cuatro tomas por cada escena para contar con material de respaldo y disponer de alternativas durante la edición del contenido.		
5	Creador de contenidos	• Presentar las tomas realizadas al director creativo para su revisión y aprobación. ○ Remitir el material audiovisual grabado al Director Creativo para su revisión, ya sea durante la grabación o una vez finalizado el registro, según la dinámica del proceso.	• Material audiovisual aprobado y autorizado para iniciar el proceso de edición de	• 5 a 10 min. (Depende de la disponibilidad de

		○ Coordinar la revisión de las tomas en sitio cuando el Director Creativo se encuentre presente, con el fin de validar el material de forma inmediata. ▪ En caso de ausencia del Director Creativo, enviar las tomas mediante los canales internos establecidos para su revisión posterior. ○ Atender las observaciones, ajustes o recomendaciones emitidas por el Director Creativo, asegurando el cumplimiento de los lineamientos establecidos. ○ <u>Resultado de la revisión:</u> ▪ Aprobado: El material audiovisual queda autorizado para iniciar el proceso de edición del contenido. - Continúa con el proceso: Edición de contenido para redes sociales. ▪ No aprobado: Realizar nuevamente las tomas observadas y repetir el proceso de validación hasta obtener la aprobación correspondiente.	contenido para redes sociales. • Registro de observaciones, ajustes o reprocesos en caso de tomas no aprobadas (<i>Cuando aplique</i>).	<i>director creativo).</i>
--	--	---	--	----------------------------

EDICIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

El presente proceso se centra en la organización, edición, revisión y validación del contenido audiovisual destinado a las redes sociales de la marca, con base en las directrices creativas establecidas por el equipo de producción, asegurando que el material cumpla con los estándares de calidad definidos antes de su publicación.

1.- OBJETIVO

Editar el contenido audiovisual para redes sociales, mediante la organización del material grabado y la aplicación de las directrices creativas establecidas, para obtener videos de alta calidad aprobados para su publicación en las plataformas digitales de la marca.

2.- ALCANCE

Garantizar contenido audiovisual de alta calidad, editado conforme a las directrices creativas y aprobado para su publicación en las plataformas digitales de la empresa, garantizando el cumplimiento de los estándares visuales y la identidad de la marca.

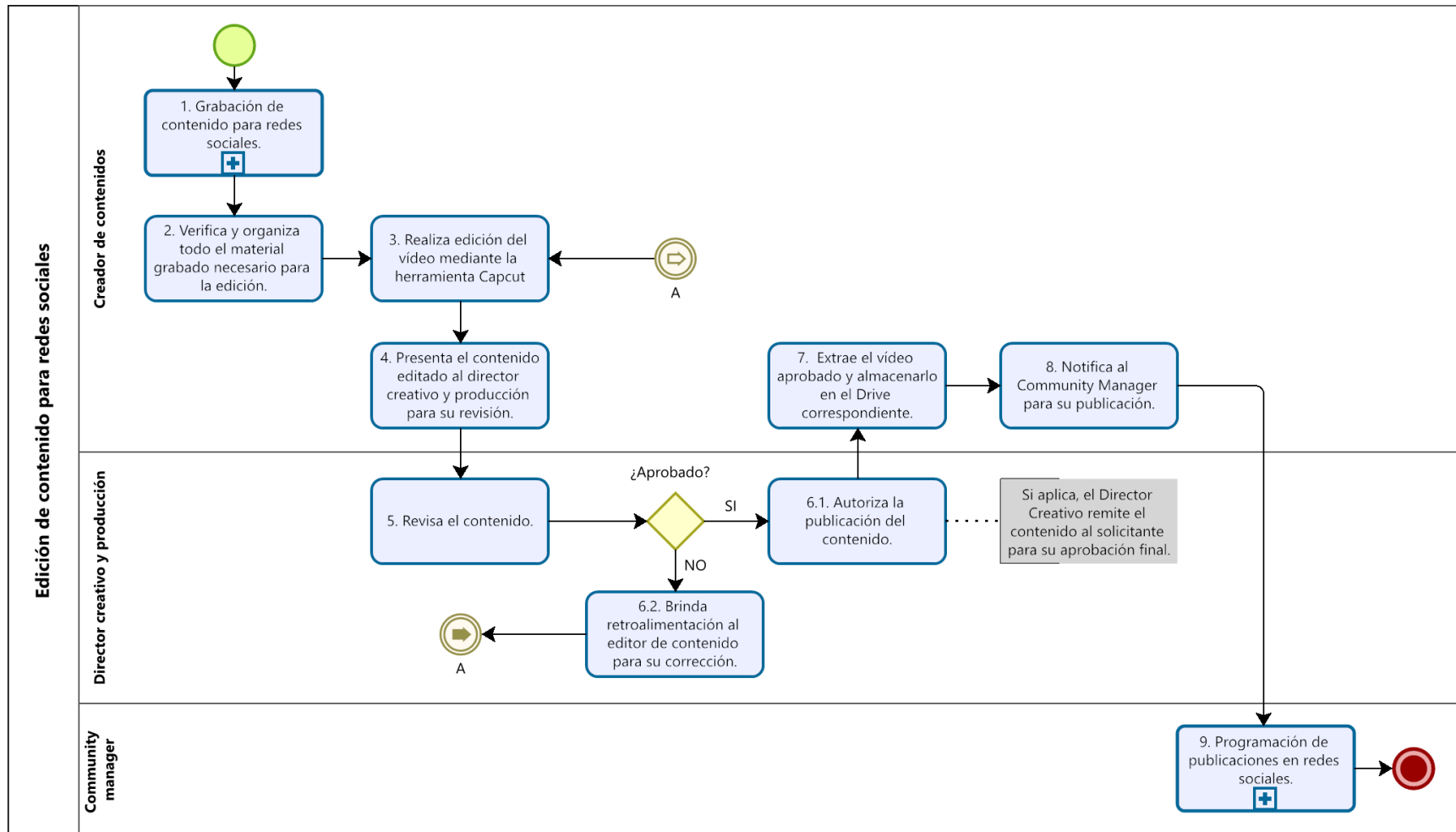
3.- POLÍTICAS

1. Todo contenido audiovisual deberá cumplir con los lineamientos de identidad visual, comunicación y calidad establecidos por la empresa antes de ser presentado para su aprobación.
2. Ningún video podrá ser publicado ni entregado al área de Community Manager sin contar previamente con la aprobación del Director Creativo o del responsable designado..
3. Los archivos fuente y el video final deberán conservarse organizados en la estructura de almacenamiento establecida por la empresa, a fin de garantizar su trazabilidad, consulta y reutilización cuando sea necesario.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Material audiovisual (*Tomas*) aprobado para edición.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Grabación de las tomas para la elaboración y edición del video para publicidad:
 - Documento: Tomas preseleccionadas para la edición e incorporación del video.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Editor de contenidos	• Revisar y organizar todas las tomas grabadas, asegurando que el material esté completo y sea adecuado para la fase de edición. 1. Identificar y seleccionar el material útil (<i>Video, audio y recursos complementarios</i>), descartando tomas repetidas, borrosas o no utilizables. 2. Clasificar y etiquetar los archivos de manera ordenada para facilitar su ubicación durante la edición. 3. Organizar el material en carpetas digitales según marca, temática y producto. ○ Crear una carpeta por marca y temática. ▪ Ejemplo: MARCA – TEMA – PRODUCTO.	• Material audiovisual depurado, clasificado y organizado en carpetas estructuradas para edición.	• 20 a 30 min.
2	Editor de contenidos	• Ejecutar la edición del contenido audiovisual mediante el uso de la herramienta CapCut: 1. Importar tomas en la herramienta de edición:	• Video editado, exportado y almacenado en el	• 40 min a 1 hora.

		○ Crear un nuevo proyecto en CapCut utilizando el mismo nombre asignado a la carpeta de almacenamiento del material. ○ Importar todas las tomas seleccionadas para la edición. ▪ Revisar el material importado y seleccionar las tomas más adecuadas para la construcción del video final, descartando aquellas que no presenten coherencia, calidad visual o continuidad narrativa. 2. Construcción y organización del video: ○ Ordenar la secuencia del video asegurando coherencia narrativa, visual y continuidad entre escenas. ○ Ajustar el ritmo del contenido, eliminando pausas innecesarias o segmentos extensos para lograr un video más dinámico y atractivo. ○ Corregir problemas de coherencia en el material recibido, como falta de lógica narrativa o tomas extensas sin sentido claro. 3. Edición técnica del contenido: ○ Realizar cortes precisos, ajustes de duración y correcciones necesarias para mejorar la fluidez del video. ○ Optimizar el audio del contenido mediante:	repositorio final de contenido.	
--	--	---	---------------------------------	--

- Reducción de ruido de fondo.
- Aislamiento y mejora de la voz principal.
- Ajuste de claridad y nivel de audio para mejor comprensión.
- En caso de detectar tomas con problemas de enfoque, iluminación o audio deficiente, se procede a su reemplazo o eliminación dentro del proyecto.
- 4. Incorporación de elementos audiovisuales:
 - 4.1. Musicalización y sonido:
 - Seleccionar música según la temática del contenido.
 - Integrar música de fondo alineada a la línea creativa (*ejemplo: género funk u otros según requerimiento*).
 - Utilizar biblioteca interna de sonidos y efectos previamente establecidos.
 - Ajustar volumen, transiciones y sincronización con el contenido audiovisual.
 - Incorporar efectos de sonido para reforzar la narrativa del video.
 - 4.2. Textos y elementos de marca:
 - Añadir subtítulos cuando corresponda:
 - Fuente: Montserrat

		▪ Tamaño: 11 ▪ Excepción: contenido tipo trends o indicación del Director Creativo ○ Aplicar textos predeterminados de marca según lineamientos corporativos establecidos (<i>Ejemplo: nombre de tienda, ubicación, producto</i>). ○ Incluir títulos o textos adicionales cuando sean solicitados por el Director Creativo o el equipo de producción. 5. Corrección visual del contenido: ○ Aplicar técnicas de edición como blur, máscara o recorte para ocultar elementos no autorizados o marcas externas visibles en el material. ○ Asegurar el cumplimiento de los lineamientos de marca en todo el contenido final. 6. Validación interna del video: ○ Realizar una revisión final del video antes de la exportación para asegurar: ▪ Coherencia narrativa. ▪ Calidad de audio. ▪ Calidad visual.		
--	--	--	--	--

		▪ Correcta aplicación de elementos de marca. 7. Exportación del video: ○ Renderizar y exportar el video final configurando correctamente la calidad, formato y resolución según el canal de publicación. ○ Verificar que el archivo exportado no presente errores de audio, imagen o sincronización. ○ Asignar un nombre al archivo final de acuerdo con la secuencia establecida. • Una vez finalizada la edición y exportación del contenido, reubicar el video exportado en la carpeta correspondiente junto con el material fuente, manteniendo la estructura de almacenamiento establecida para facilitar su localización y futuras consultas.		
3	Editor de Contenidos	• Presentar el video editado al Director Creativo para su revisión y aprobación. ○ Remitir el video editado al Director Creativo para su revisión, ya sea de forma presencial o a través de los canales internos establecidos, según la dinámica de trabajo. ○ Durante la revisión se verifica que el contenido cumpla con las directrices creativas, la secuencia narrativa, la calidad de	• Video revisado y aprobado por el Director Creativo, o retroalimentación documentada para la realización de ajustes antes de su publicación.	• 10 a 20 min (Depende de la disponibilidad del Director Creativo y de la complejidad de

		imagen y audio, la correcta incorporación de textos, efectos, musicalización y demás lineamientos definidos para la publicación. ○ Atender las observaciones, recomendaciones o solicitudes de ajuste emitidas por el Director Creativo, realizando las modificaciones necesarias cuando corresponda. ○ <u>¿Existe novedades?</u> ▪ SI: Realizar las correcciones solicitadas y presentar nuevamente el video para su revisión hasta obtener la aprobación correspondiente. ▪ NO: Exportar el video final y almacenarlo en la carpeta compartida (<i>Drive</i>) correspondiente. - Posteriormente, notificar al área de Community Manager que el contenido se encuentra aprobado para continuar con el proceso de publicación en las plataformas digitales. • Importante: En caso de que el contenido haya sido solicitado por Presidencia Ejecutiva y/o una marca externa, el Director Creativo remite el contenido al solicitante para su revisión y aprobación final antes de su publicación.	• Continúa con el proceso: Planificación y programación de publicaciones en redes sociales (<i>Manual de proceso – Marketing – Community manager</i>).	<i>las observaciones).</i>
--	--	---	--	----------------------------

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDO PARA YOUTUBE

El presente proceso se centra en la configuración, programación y control de la publicación de contenido audiovisual en la plataforma YouTube, garantizando que los videos cumplan con los lineamientos creativos, técnicos y estratégicos establecidos por la empresa antes de su difusión.

1.- OBJETIVO

Programar la publicación de contenido audiovisual en el canal de YouTube correspondiente a cada marca, mediante la configuración de los parámetros de publicación, para garantizar su difusión oportuna conforme a la estrategia digital de la empresa.

2.- ALCANCE

Programar la publicación de contenido audiovisual en el canal de YouTube correspondiente a cada marca, mediante la configuración de los parámetros de publicación, para garantizar la difusión oportuna del contenido aprobado.

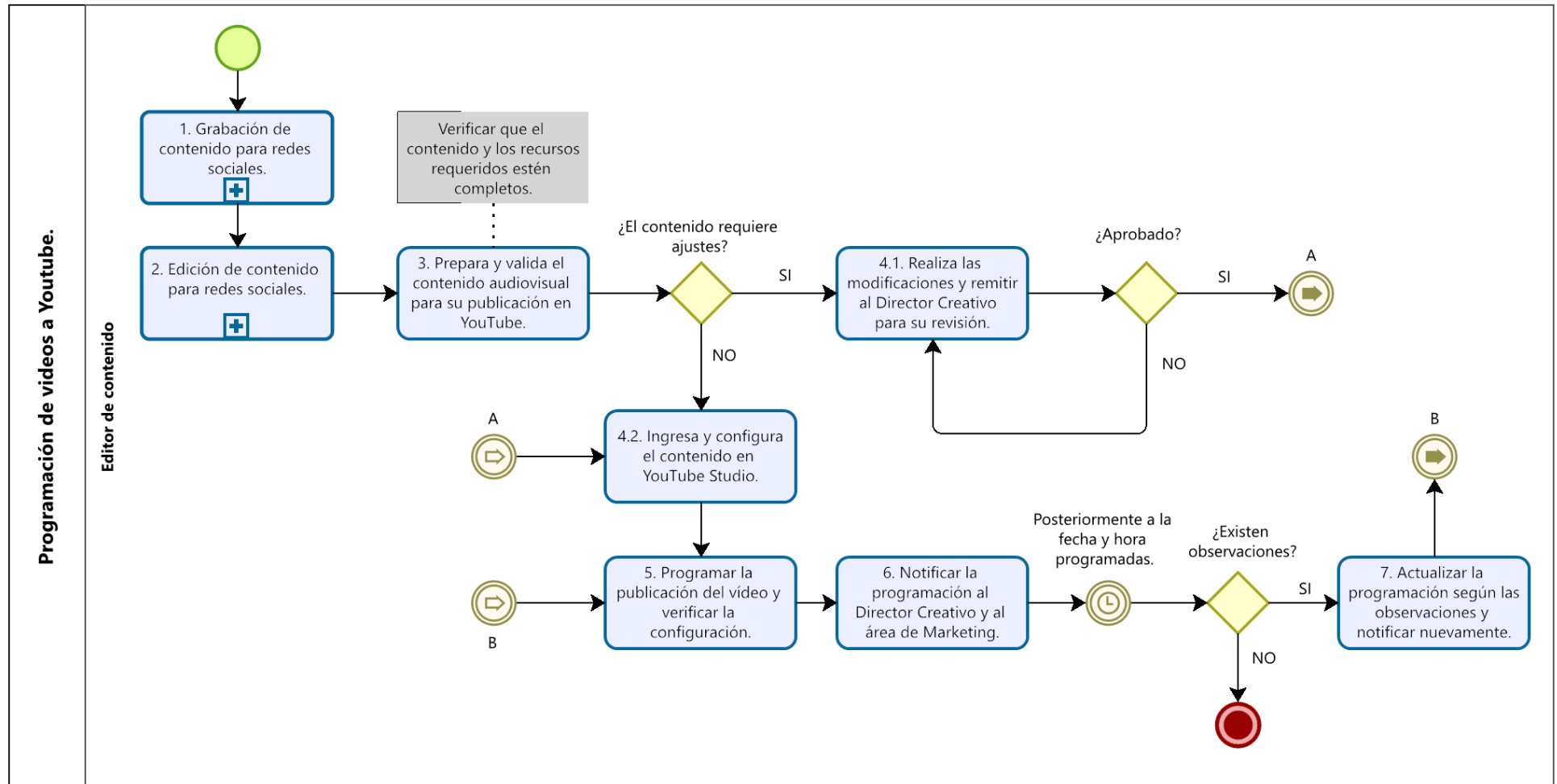
3.- POLÍTICAS

1. Todo contenido audiovisual deberá pasar por una revisión final obligatoria antes de su programación en YouTube Studio, verificando que no existan errores de edición, ortografía, fallas de audio, inconsistencias visuales o información desactualizada. La publicación no podrá programarse sin esta validación.
2. Cualquier cambio en la fecha, hora, título, descripción o configuración del video programado deberá ser autorizado por el Director Creativo o el área de Marketing. Toda modificación deberá registrarse con su respectiva justificación en el sistema de control de contenidos.
3. Cada editor de contenidos será responsable de administrar el canal de YouTube asignado, asegurando la carga y programación constante de contenido audiovisual, conforme al calendario establecido y la estrategia digital de la empresa.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Video final aprobado por el Director Creativo.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Video final aprobado por el Director Creativo, calendario de publicaciones y recursos necesarios para su programación en YouTube:
 - **Documento:** Videos.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Editor de contenidos	• Identificar y preparar el contenido audiovisual que será programado en la plataforma YouTube, verificando que cumpla con los lineamientos y requisitos establecidos para su publicación. 1. Revisar el contenido audiovisual disponible y seleccionar aquellos videos que, por su duración, formato, temática y objetivo, sean aptos para su publicación en el canal oficial de YouTube. 2. Verificar que el video corresponda a la versión final aprobada por el Director Creativo y que no existan observaciones pendientes. 3. Confirmar que se disponga de todos los recursos necesarios para la publicación, incluyendo: ○ Video final exportado. ○ Miniatura (<i>Thumbnail</i>). ○ Título del video. ○ Descripción. ○ Etiquetas (<i>Tags</i>), cuando apliquen.	• Contenido audiovisual seleccionado, validado y preparado para su programación en la plataforma YouTube.	• 4 a 6 min.

		○ Enlaces y llamadas a la acción autorizadas. 4. Validar que el archivo se encuentre en el formato, resolución y calidad establecidos para la plataforma YouTube. 5. Confirmar que el contenido cumpla con los lineamientos de identidad visual y comunicación definidos por la empresa antes de iniciar su programación. • Importante: En caso de que el contenido requiera creación o edición adicional, el Editor de Contenidos deberá realizar las modificaciones necesarias y remitir el material al Director Creativo para su revisión y aprobación final antes de proceder con su programación en YouTube.		
2	Editor de contenidos	• Configurar el contenido en la plataforma YouTube Studio conforme a los lineamientos de publicación establecidos. 1. Acceder al canal oficial de YouTube asignado a la marca correspondiente, utilizando las credenciales autorizadas y proporcionadas por la empresa, garantizando el uso exclusivo de la cuenta asignada a cada editor de contenidos. ○ El acceso a las cuentas de YouTube es exclusivo por marca y editor asignado, quedando prohibido el uso de credenciales compartidas o el acceso a canales no autorizados. 2. Cargar el archivo del video y esperar que el proceso de carga y procesamiento se complete correctamente. 3. Registrar el título del video conforme a la estrategia de contenido definida.	• Video configurado en YouTube Studio conforme a los lineamientos de publicación establecidos por la empresa.	• 5 a 10 min.

		4. Incorporar la descripción del video, incluyendo información del producto, enlaces oficiales, redes sociales y demás información autorizada. 5. Cargar la miniatura aprobada para el contenido. 6. Incorporar las etiquetas (<i>Tags</i>) correspondientes para facilitar la indexación y búsqueda del video cuando aplique. 7. Seleccionar la categoría del contenido, idioma, audiencia (<i>Contenido para todo público</i>) y demás configuraciones requeridas por la plataforma. 8. Incorporar el video a la lista de reproducción correspondiente, cuando aplique. - Nota: Verificar que no existan advertencias o restricciones generadas por YouTube relacionadas con derechos de autor, procesamiento o configuración del contenido.		
3	Editor de contenidos	• Programar la publicación del contenido en YouTube. 1. Configurar la fecha y hora de publicación de acuerdo con el calendario oficial de contenido establecido por el área de Marketing. 2. Revisar integralmente la información registrada antes de confirmar la programación, verificando: ○ Título. ○ Descripción. ○ Miniatura. ○ Etiquetas.	• Video programado en YouTube con la configuración de publicación, fecha y hora definidas.	• 3 a 4 min.

		○ Categoría. ○ Lista de reproducción. ○ Fecha y hora de publicación. 3. Confirmar que el estado del video quede registrado como "Programado" dentro de YouTube Studio. 4. Obtener y conservar el enlace del video programado para su seguimiento y control interno..		
4	Editor de contenidos	• Notificar al Director Creativo y al área de Marketing la programación del contenido en YouTube. 1. Informar al Director Creativo y al área de Marketing que el video ha sido programado exitosamente en la plataforma YouTube, indicando la fecha y hora previstas para su publicación. 2. Compartir el enlace del video programado mediante los canales internos autorizados para su seguimiento y control. 3. Registrar la programación en el calendario oficial de publicaciones o en la herramienta de control utilizada por el área. 4. Atender cualquier observación o solicitud de modificación emitida antes de la fecha de publicación y, de ser necesario, actualizar la programación correspondiente. ○ En caso de no existir observaciones, dar por finalizado el proceso.	• Programación del video comunicada al Director Creativo y al área de Marketing, y registrada en el calendario oficial de publicaciones.	• 3 a 5 min.

PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE FOTOGRAFÍAS

El presente proceso se centra en la planificación, captura, edición y entrega de material fotográfico, asegurando que las imágenes cumplan con los estándares de calidad e identidad visual establecidos por la empresa para su utilización en campañas de marketing, comunicación institucional y demás requerimientos corporativos.

1.- OBJETIVO

Realizar la producción y edición de fotografías, mediante la captura de imágenes, su procesamiento y validación conforme a los lineamientos establecidos, para obtener material fotográfico de alta calidad destinado a campañas de marketing, comunicación institucional y demás necesidades de la empresa.

2.- ALCANCE

Garantizar la disponibilidad de fotografías de alta calidad, editadas y aprobadas conforme a los estándares de la empresa, para su utilización en campañas publicitarias, comunicación institucional, redes sociales y demás materiales corporativos.

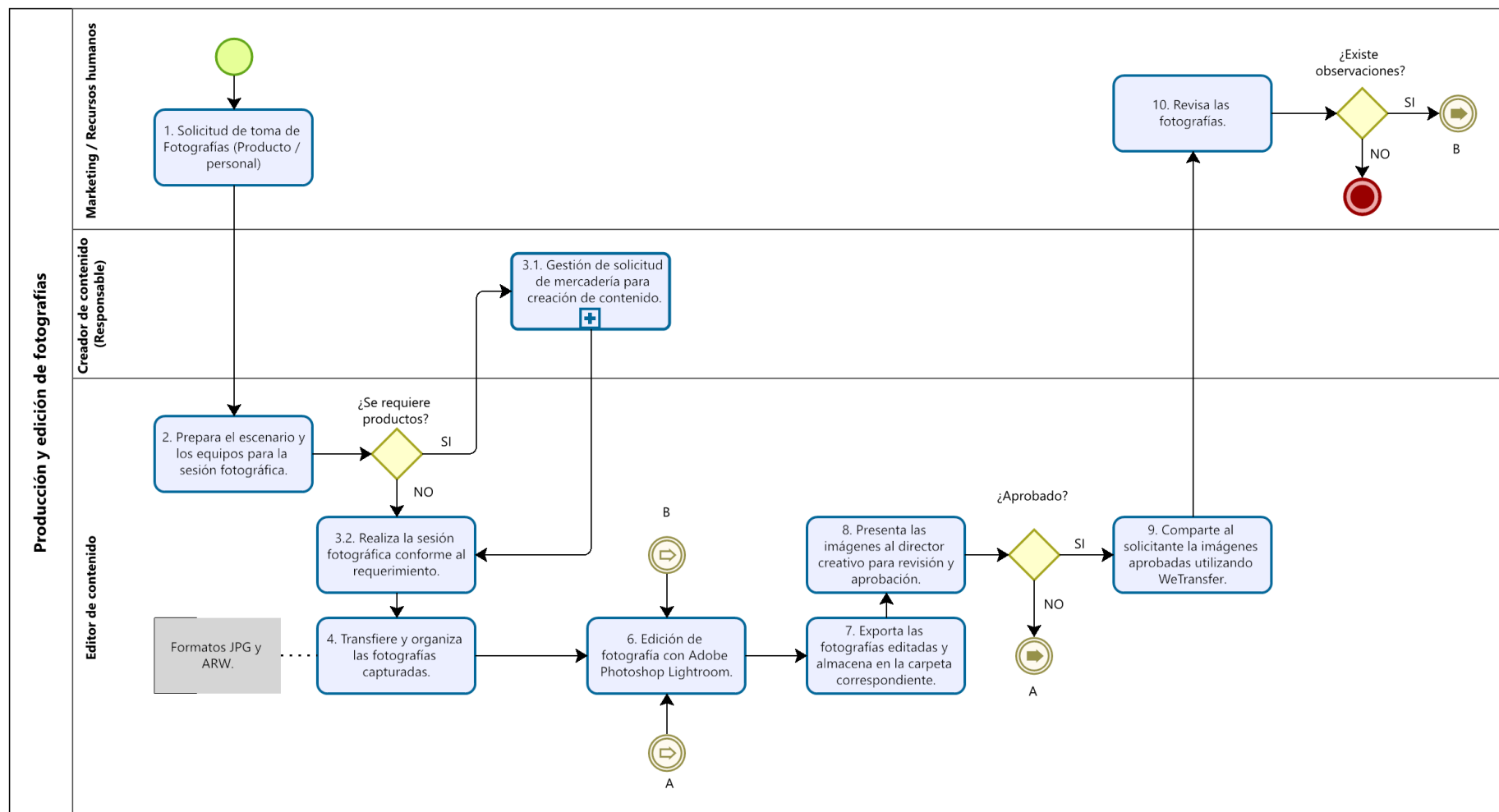
3.- POLÍTICAS

1. Las fotografías generadas durante este proceso constituyen información de uso exclusivo de la empresa y únicamente podrán ser utilizadas para los fines autorizados. Su acceso, almacenamiento y distribución estarán restringidos al personal autorizado.
2. Toda solicitud de sesión fotográfica que implique cambios en la fecha, horario, ubicación o requerimientos deberá comunicarse con al menos 24 horas de anticipación, a fin de coordinar la disponibilidad del personal, equipos y recursos necesarios.
3. Las fotografías originales y editadas deberán conservarse durante un período mínimo de un año a partir de su entrega final. Cumplido este plazo, su eliminación o archivo definitivo deberá realizarse con la autorización del Director Creativo, de acuerdo con las necesidades de la empresa.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Requerimiento por el equipo de Marketing y/o Recursos humanos.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Recibir petición toma de fotografías por parte del equipo de marketing y/o Recursos humanos.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Editor de contenidos	• Preparar el escenario y los equipos necesarios para la sesión fotográfica: ○ Verificar la disponibilidad y el correcto funcionamiento de la cámara fotográfica, lentes, sistemas de iluminación, trípodes, fondos y demás accesorios requeridos. ○ Configurar la cámara de acuerdo con el tipo de sesión fotográfica, ajustando parámetros como resolución, enfoque, balance de blancos, apertura y velocidad de obturación. ○ Instalar y ajustar el sistema de iluminación para obtener una iluminación uniforme y minimizar sombras o reflejos no deseados. ▪ Realizar fotografías de prueba y revisarlas en el ordenador para validar la calidad de la imagen, el enfoque, la iluminación y el encuadre antes de iniciar la sesión.	• Escenario y equipos audiovisuales preparados, configurados y validados para el inicio de la sesión fotográfica.	• 10 a 15 min.
2	Editor de contenidos	• Realizar la sesión fotográfica de acuerdo con el requerimiento recibido: ○ Identificar el tipo de sesión fotográfica a ejecutar (<i>Productos, personal u otros</i>).	• Fotografías capturadas conforme al requerimiento y con	• Producto: De 1 hora.

		○ En caso de fotografías de productos, coordinar con bodega la entrega de los productos solicitados por el área de Marketing. ▪ Revisar proceso de: GESTIÓN DE SOLICITUD Y DEVOLUCIÓN DE MERCADERÍA PARA CREACIÓN DE CONTENIDO. ○ Preparar el producto o la persona antes de iniciar la captura de imágenes, verificando su correcta presentación. ○ Capturar varias fotografías desde diferentes ángulos, posiciones y encuadres para disponer de alternativas durante la selección. ▪ Según el tipo de sesión: - Producto: Capturar al menos tres fotografías desde distintos ángulos por cada producto. - Personal: Capturar entre tres y cinco fotografías por cada colaborador procurando obtener diferentes expresiones y poses.	diferentes ángulos y encuadres disponibles para su selección.	• Personal: De 30 min a 4 horas. (Depende del contexto y cantidad de personas).
3	Editor de contenidos	• Transferir y organizar las fotografías capturadas, asegurando su correcta conservación y disponibilidad para el proceso de edición. ○ Copiar las fotografías desde la cámara al ordenador conservando los archivos originales. ○ Verificar que todas las imágenes hayan sido transferidas correctamente y que no existan archivos dañados o incompletos.	• Material fotográfico transferido, organizado y almacenado en la estructura de carpetas establecida.	• 5 a 10 min.

		- Organizar las fotografías en carpetas digitales de acuerdo con la estructura establecida por la empresa (Marca – Campaña – Producto o Sesión). - Conservar las imágenes en formato ARW (RAW) para edición y JPG como formato de visualización cuando corresponda.		
4	Editor de contenidos	- Editar las fotografías utilizando Adobe Photoshop Lightroom, aplicando los ajustes necesarios para cumplir con los estándares de calidad e identidad visual de la marca. - Crear un nuevo proyecto e importar las fotografías seleccionadas. - Revisar cada imagen y seleccionar aquellas que presenten mejor composición, enfoque e iluminación. - Realizar los ajustes necesarios para mejorar la calidad de las fotografías, considerando: - Exposición e iluminación. - Contraste. - Nitidez. - Balance de blancos. - Temperatura y color. - Saturación. - Recorte, alineación y encuadre cuando sea necesario.	Fotografías editadas de acuerdo con los estándares de calidad e identidad visual de la marca.	5 min (<i>Por cada foto</i>).

		○ Verificar que la edición respete la identidad visual y los lineamientos gráficos establecidos por la marca.		
5	Editor de contenidos	• Exportar las fotografías editadas y almacenarlas en la ubicación establecida, garantizando su correcta organización y disponibilidad para su uso posterior. ○ Exportar las imágenes en formato JPG, utilizando la resolución y calidad establecidas para el medio donde serán publicadas o utilizadas. ○ Asignar el nombre correspondiente a los archivos de acuerdo con la nomenclatura definida por la empresa. ○ Almacenar las fotografías editadas en la carpeta correspondiente junto con los archivos originales, manteniendo la estructura de organización establecida.	• Fotografías exportadas, identificadas y almacenadas en la ubicación establecida para su revisión y uso posterior.	• 10 min.
6	Editor de contenidos	• Presentar las fotografías editadas al Director Creativo para su revisión y aprobación. ○ Remitir las fotografías editadas al Director Creativo para verificar que cumplan con los lineamientos creativos, la calidad visual y la identidad de la marca. ○ Atender las observaciones o recomendaciones emitidas durante la revisión. ○ <u>¿Aprobado?</u>	• Fotografías revisadas y aprobadas por el Director Creativo, o retroalimentación documentada para la realización de ajustes.	• 10 a 15 min. (Depende de la disponibilidad del director creativo).

		▪ SI: Continúa con el PASO 7. ▪ NO: Realizar los ajustes solicitados y presentar nuevamente las fotografías para su revisión hasta obtener la aprobación correspondiente.		
7	Editor de contenidos	• Compartir las fotografías aprobadas con el área de Marketing, Recursos Humanos u otra área solicitante mediante WeTransfer o el medio de intercambio autorizado por la empresa. ○ Confirmar la correcta recepción del material por parte del área solicitante. ○ En caso de que el área solicitante emita observaciones o solicite ajustes, realizar las correcciones correspondientes y compartir nuevamente el material para su validación. Si no existen observaciones, dar por finalizado el proceso..	• Fotografías aprobadas entregadas al área solicitante y recepción del material confirmada.	• 5 min.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO MUSICAL Y SONORO

El presente proceso se centra en la producción de contenido musical y sonoro, abarcando la grabación, edición, mejora y mezcla de audio, así como la integración de elementos sonoros y audiovisuales cuando el proyecto lo requiera.

1.- OBJETIVO

Realizar la producción de contenido musical y sonoro, mediante la grabación, edición, mezcla y mejora de audio, para generar piezas de alta calidad alineadas con los lineamientos creativos y las necesidades del proyecto solicitado por la empresa.

2.- ALCANCE

Generación de piezas musicales y contenido sonoro de alta calidad, editado, mezclado y aprobado conforme a los lineamientos creativos de la empresa, listo para su uso en campañas, comunicaciones internas o proyectos audiovisuales solicitados.

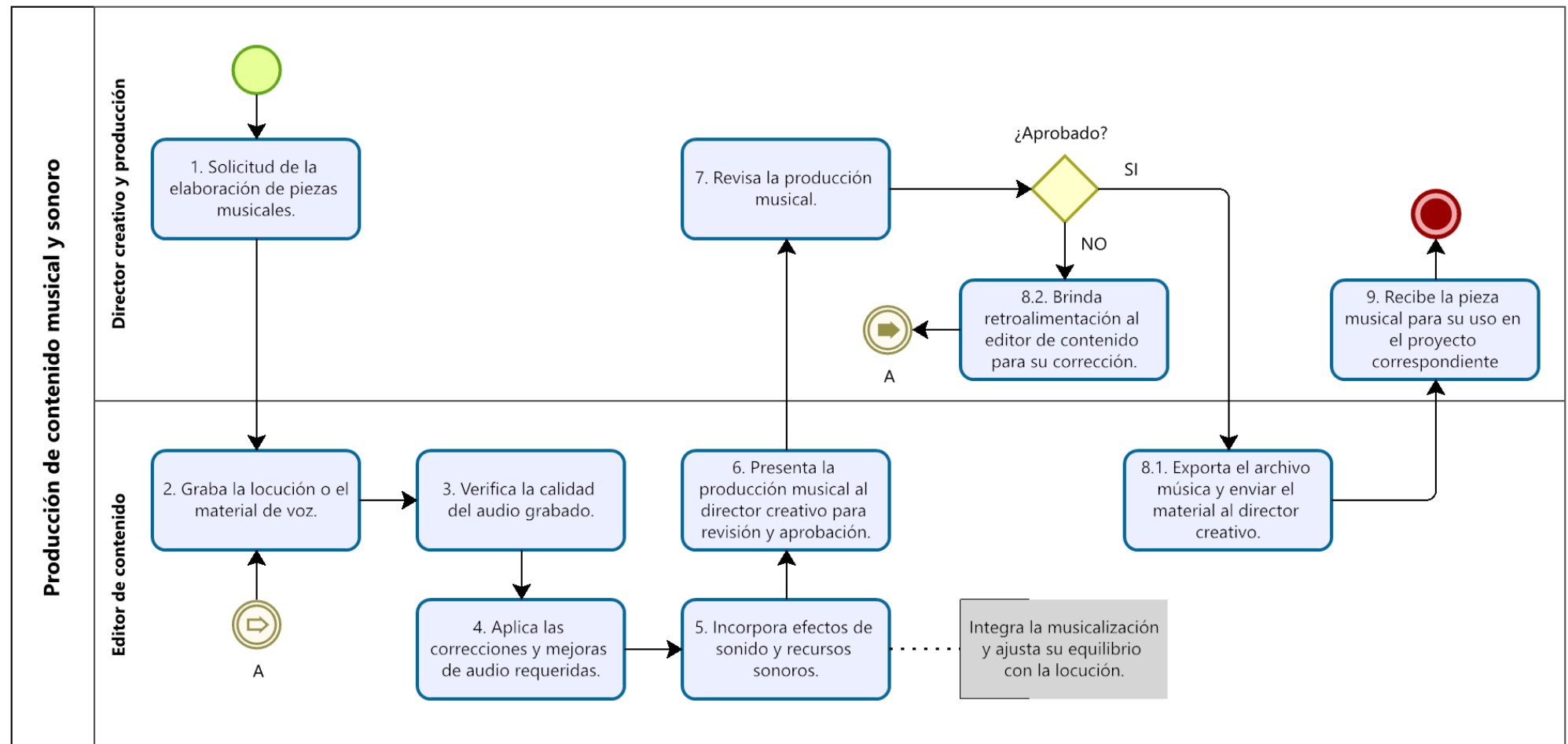
3.- POLÍTICAS

1. El contenido grabado y producido debe mantenerse confidencial hasta su liberación oficial. Esto incluye las canciones, locuciones, efectos y videos de producción, los cuales deben ser tratados con discreción.
2. Las producciones deben pasar una revisión técnica de calidad, que incluya la comprobación de la claridad de la locución, la mezcla de audio, los efectos añadidos, y la sincronización con cualquier componente visual (*Cuando sea aplicable*).
3. Todos los materiales utilizados, como música y efectos, deben contar con los permisos adecuados o ser propiedad de la empresa para evitar cualquier infracción de derechos de autor.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Solicitud formal del proyecto emitida por el Director Creativo.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Recibir la solicitud del proyecto junto con el contexto, lineamientos y requerimientos definidos por el Director Creativo.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Editor de contenidos	• Realizar la producción y edición del material de audio utilizando la herramienta Logic Pro, conforme a los lineamientos establecidos para el proyecto. 1. Crear un nuevo proyecto en Logic Pro e incorporar los recursos de audio necesarios para la producción. 2. Grabar la locución o el material de voz cuando el proyecto lo requiera, procurando una correcta pronunciación, ritmo y entonación. 3. Revisar la calidad del audio grabado para verificar aspectos como claridad de la voz, volumen, presencia de ruidos, distorsiones o interferencias. 4. Aplicar las correcciones y mejoras de audio necesarias, considerando, entre otras: ▪ Reducción de ruido.	• Producción de audio realizada y editada conforme a los lineamientos técnicos y creativos establecidos para el proyecto.	• 1 a 2 horas.

 Novisolutions	ORGANIZACIÓN Y MÉTODO	Código: CI-37.
	MANUAL DEL PROCESO	Versión/Fecha: 1.0 / 01/05/2024.

		▪ Ecualización. ▪ Compresión. ▪ Normalización del volumen. ▪ Ajustes de ganancia. 5. Incorporar efectos de sonido, transiciones o recursos sonoros cuando contribuyan a mejorar la experiencia auditiva del proyecto. 6. Seleccionar e integrar la musicalización de acuerdo con el estilo, temática y objetivo del contenido, ajustando el volumen y equilibrio entre la música y la locución para garantizar una correcta inteligibilidad. 7. Revisar el resultado final para verificar que la producción cumpla con los estándares de calidad establecidos antes de presentarla para aprobación. • Importante: Cuando el proyecto corresponda a la producción de una canción o videoclip musical, además de las actividades anteriores se deberá considerar: ○ Elaboración de la letra por parte del Director Creativo. ○ Definición del vestuario y concepto visual.		
--	--	---	--	--

		○ Coordinación y ejecución de ensayos previos. ○ Grabación de audio y del material audiovisual. ○ Edición del videoclip, considerando un tiempo estimado de producción de aproximadamente dos semanas, dependiendo de la complejidad del proyecto.		
2	Editor de contenidos	• Presentar la producción musical al Director Creativo para su revisión y aprobación. ○ Remitir el proyecto al Director Creativo para verificar que la producción cumpla con los lineamientos creativos, la calidad del audio, la correcta integración de la locución, la musicalización y los efectos aplicados. ○ Atender las observaciones, recomendaciones o solicitudes de ajuste emitidas durante la revisión. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Continúa con el PASO 3. ▪ NO: Realizar las correcciones solicitadas y presentar nuevamente la producción para su	• Producción musical revisada y aprobada por el Director Creativo, o retroalimentación registrada para ajustes correspondientes.	• 10 a 15 min. <i>(Depende de la disponibilidad del director creativo).</i>

 Novisolutions	ORGANIZACIÓN Y MÉTODO	Código: CI-37.
	MANUAL DEL PROCESO	Versión/Fecha: 1.0 / 01/05/2024.

		revisión hasta obtener la aprobación correspondiente.		
3	Editor de contenidos	• Exportar y entregar la producción musical aprobada, asegurando su correcta identificación, almacenamiento y distribución al área solicitante o Director Creativo. ○ Exportar el archivo de audio en el formato y calidad establecidos según el destino de uso (<i>MP3, WAV u otro formato autorizado</i>). ○ Asignar el nombre del archivo conforme a la nomenclatura definida por la empresa. ○ Almacenar el archivo final en la carpeta correspondiente, manteniendo la estructura de organización establecida. ○ Compartir el material aprobado con el Director Creativo o el área solicitante mediante el medio autorizado por la empresa para su utilización en el proyecto correspondiente. ○ Confirmar la correcta recepción del archivo y dar por finalizado el proceso.	• Producción musical final exportada, identificada y entregada al área solicitante o Director Creativo en el formato establecido..	• 5 min.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO PUBLICITARIO ANIMADO

El presente proceso se centra en el desarrollo de piezas audiovisuales para la promoción de productos, servicios, tiendas o campañas, garantizando el cumplimiento de los lineamientos de marca, las especificaciones técnicas y los estándares de calidad establecidos por la organización.

1.- OBJETIVO

Desarrollar contenido publicitario animado, mediante la planificación, producción, revisión y validación de piezas audiovisuales, para garantizar la difusión de contenido creativo que fortalezca la imagen de la marca y contribuya al cumplimiento de los objetivos de comunicación y promoción de la organización.

2.- ALCANCE

Generar contenido publicitario animado de alta calidad, validado y listo para su publicación, que contribuya al fortalecimiento de la imagen de la marca y al cumplimiento de los objetivos de comunicación.

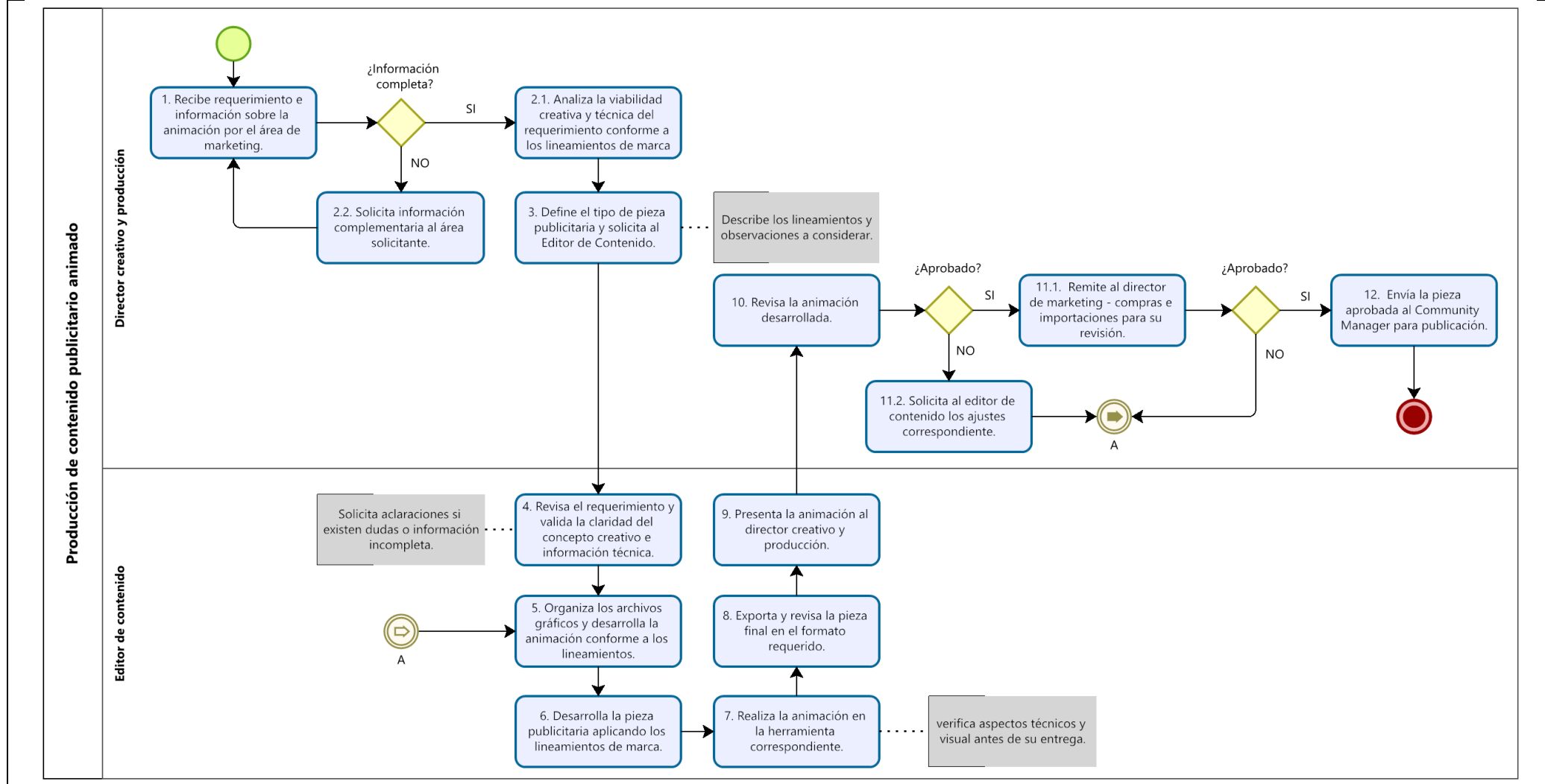
3.- POLÍTICAS

1. Toda pieza publicitaria animada deberá elaborarse conforme al Manual de Identidad de Marca y a los lineamientos gráficos vigentes establecidos por la organización.
2. Los recursos gráficos, imágenes, videos, tipografías y demás elementos utilizados en la elaboración de las piezas publicitarias deberán corresponder a material autorizado por la organización o contar con los derechos de uso respectivos.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Concepto creativo y objetivo de la pieza publicitaria.
- Referencias visuales (*Imágenes, videos o animaciones de referencia*).

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de animación emitido por el área de Marketing.
 - Motivo de solicitud: Transporte publicitario (*Camión*), Publicidad Televisada en Tiendas, Publicidad para Centro Comercial, Redes Sociales, Página web y Publicidad para laptops.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Director Creativo	• Recibe el requerimiento de animación emitido por el área de Marketing, el cual debe contener información completa y suficiente para su ejecución, incluyendo: ○ Imagen, video o referencia visual del concepto. ○ Dimensiones y especificaciones técnicas del material requerido. ○ Descripción del concepto creativo. ○ Objetivo de la pieza publicitaria. ○ Medio o canal de uso (<i>Según corresponda</i>). • Analiza el requerimiento y valida su viabilidad creativa y técnica, asegurando que la solicitud sea coherente con los lineamientos de marca.	• Requerimiento de animación validado, clasificado y autorizado para el inicio del proceso de producción.	• 10 a 15 min.

		○ Determina el tipo de pieza publicitaria según su aplicación: ▪ Transporte publicitario (<i>Camiones</i>). ▪ Publicidad en punto de venta (<i>Tiendas</i>). ▪ Publicidad en centros comerciales. ▪ Contenido para redes sociales. ▪ Contenido para página web. ▪ Publicidad para dispositivos digitales (<i>Laptops u otros</i>). • Una vez validado el requerimiento, solicita al Editor de Contenidos la ejecución del desarrollo de la pieza publicitaria, autorizando el inicio del proceso de producción. ○ Indica las especificaciones aprobadas del requerimiento, lineamientos creativos y cualquier observación relevante para su correcta elaboración.		
2	Editor de Contenido	• Recibe el requerimiento de animación y realiza una revisión detallada del mismo para asegurar la comprensión del objetivo creativo. ○ Verifica si la información recibida es suficiente para iniciar el desarrollo:	• Requerimiento revisado y validado para el desarrollo de la pieza publicitaria.	• 5 a 10 min.

		▪ En caso de dudas, inconsistencias o información incompleta, solicita aclaraciones al área solicitante o al Director Creativo. ▪ En caso de que el requerimiento esté completo, continúa con el proceso de producción. ○ Confirma la correcta interpretación del concepto creativo antes de iniciar la fase técnica.		
3	Editor de contenido	• Recibe el requerimiento de animación y realiza una revisión integral del mismo, con el fin de asegurar la correcta comprensión del objetivo creativo. ○ Verifica si la información recibida es suficiente, clara y coherente para iniciar el desarrollo. ▪ En caso de identificar dudas, inconsistencias o información incompleta, solicita aclaraciones al área solicitante o al Director Creativo. ▪ En caso de que el requerimiento esté completo, procede con la fase de producción. ○ Confirma la correcta interpretación del concepto creativo antes de iniciar el proceso técnico.	• Pieza publicitaria desarrollada, animada y exportada conforme a las especificaciones técnicas y creativas establecidas, lista para su revisión.	• 2 a 4 horas (Depende de la complejidad de la pieza publicitaria, cantidad de elementos gráficos, duración de la animación y cantidad de

		• Valida que los archivos entregados se encuentren en formatos editables (<i>PSD, AI o equivalentes</i>), garantizando la correcta manipulación de los elementos gráficos. • Realiza la separación y organización de los elementos por capas, asegurando una estructura ordenada para su posterior animación. • Desarrolla la pieza publicitaria conforme a las especificaciones aprobadas por el Director Creativo. ○ Aplica los lineamientos de marca, criterios visuales y estándares técnicos establecidos. ○ Realiza la edición, animación y composición del contenido según el tipo de pieza asignada. ○ Garantiza la integración adecuada de elementos gráficos, audiovisuales y textuales. • Incorpora el arte en la herramienta Adobe After Effects, ejecutando las siguientes actividades: ○ Creación de la composición según dimensiones definidas.		<i>ajustes requeridos).</i>
--	--	---	--	-----------------------------

		○ Inserción y organización de elementos en la línea de tiempo. ○ Ajuste de posiciones, jerarquías visuales y sincronización de elementos. ○ Definición de la duración de la animación, establecida como estándar en 4 segundos, salvo indicación contraria. ○ Ajuste del arte conforme al concepto creativo aprobado. • Durante el desarrollo, ejecuta controles internos de calidad para garantizar la coherencia del producto final. ○ Verifica resolución, formato, duración, proporciones y compatibilidad con el canal de difusión. ○ Realiza ajustes necesarios en caso de observaciones técnicas o creativas previas a la entrega. • Exporta la pieza final en formatos adecuados según el medio de publicación (<i>MP4, MOV u otros requeridos</i>). ○ Revisa el archivo exportado para garantizar la ausencia de errores visuales, técnicos o de reproducción. ▪ Entrega la pieza final al Director Creativo para su revisión y validación.		
--	--	---	--	--

4	Director Creativo	- Recibe la pieza desarrollada por el Editor de Contenido y realiza la revisión integral del material. - Evalúa el cumplimiento del concepto creativo aprobado inicialmente. - Verifica la correcta aplicación de lineamientos de marca, calidad visual y coherencia del mensaje. <u>¿Aprueba la animación?</u> SI: Envía el contenido al área de Community manager para su publicación. NO: Devuelve al Editor de Contenido con retroalimentación clara y específica para corrección.	Pieza publicitaria revisada y aprobada para su publicación o devuelta para corrección, según el resultado de la validación.	5 min.
---	-------------------	---	---	--

PRODUCCIÓN DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS 3D

El presente proceso se centra en la creación y desarrollo de contenido publicitario animado en 3D, mediante la transformación de conceptos creativos en piezas audiovisuales de alta calidad, asegurando el cumplimiento de los lineamientos de marca y su adecuada aplicación en los diferentes canales de comunicación definidos por la organización.

1.- OBJETIVO

Desarrollar contenido publicitario animado en 3D, mediante la producción, edición, renderizado y validación de piezas audiovisuales, para fortalecer la comunicación de la marca y apoyar las estrategias de promoción de la organización.

2.- ALCANCE

Contenido publicitario animado en 3D desarrollado y validado, que cumpla con los lineamientos creativos y técnicos establecidos, listo para su publicación, difusión o implementación en los canales definidos por la organización.

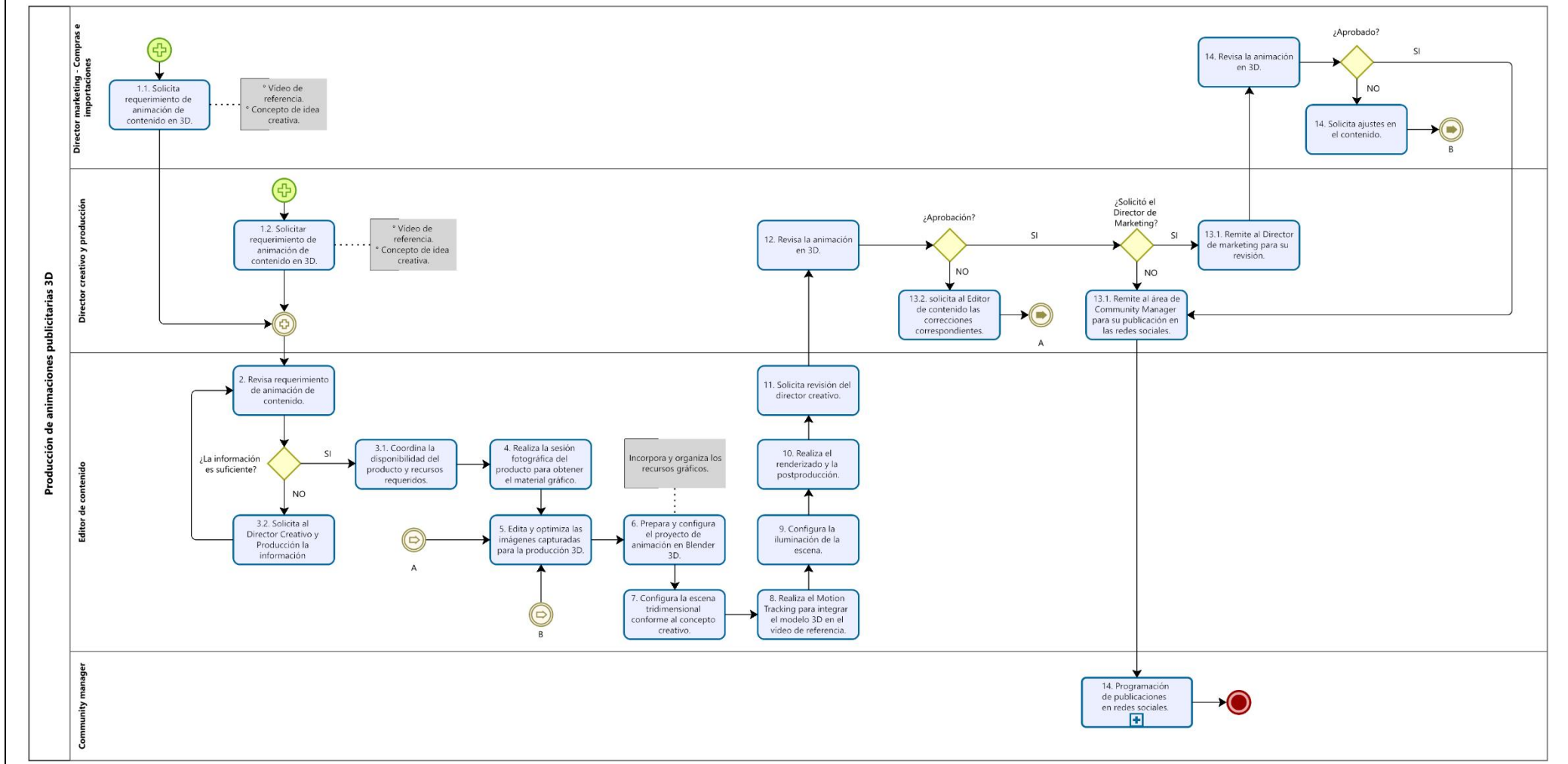
3.- POLÍTICAS

1. Toda solicitud de producción de contenido publicitario animado en 3D deberá contar con la información necesaria para su desarrollo, incluyendo concepto creativo, referencias visuales, objetivo del contenido, especificaciones técnicas y canal de difusión definido.
2. La elaboración de piezas audiovisuales 3D deberá cumplir con los lineamientos de identidad visual de la marca, garantizando la correcta aplicación de elementos gráficos, colores, estilos y criterios de comunicación establecidos por la organización.
3. Antes de la publicación o difusión del contenido animado en 3D, la pieza deberá contar con la revisión y aprobación del responsable correspondiente, verificando el cumplimiento de los requerimientos técnicos, creativos y comerciales definidos.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Imagen, video o referencia visual del contenido solicitado.
- Producto físico disponible para la captura fotográfica, cuando corresponda.
- Software de edición y producción 3D.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Requerimiento de animación de un contenido 3D solicitado por Director creativo y producción o Director de marketing – Compras e importaciones.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Director Creativo y producción	• Remite el requerimiento al Editor de Contenido, comunicando las especificaciones técnicas y creativas, así como las observaciones necesarias para el desarrollo de la animación. - Nota: Previo a remitir el requerimiento, analiza su viabilidad técnica y creativa, verificando que sea compatible con los recursos disponibles y que cumpla con los lineamientos de identidad de la marca.	• Requerimiento de producción de contenido publicitario 3D validado y remitido al Editor de Contenido para su ejecución.	• 2 min.
2	Editor de Contenido	• Recibe el requerimiento y realiza una revisión integral para comprender el concepto creativo y el resultado esperado. ○ Verifica que la información recibida sea suficiente para iniciar la producción. ○ ¿La información es suficiente?	• Requerimiento revisado y validado, con la disponibilidad del producto y los recursos necesarios coordinados	• 5 min.

		▪ SI: Coordina la disponibilidad del producto y de los recursos requeridos para la producción del contenido. - Solicita el producto al área de Inventario cuando corresponda. - Verifica que el producto se encuentre en condiciones adecuadas para la sesión fotográfica. ▪ NO: Solicita al Director Creativo y Producción la información complementaria necesaria antes de iniciar la producción.	para iniciar la producción del contenido 3D.	
3	Editor de Contenido	• Realiza la sesión fotográfica del producto, con el propósito de obtener el material gráfico que servirá como base para la elaboración del contenido publicitario 3D. ○ Prepara el producto para la captura, verificando que se encuentre limpio y libre de elementos que afecten su presentación. ○ Configura el equipo fotográfico y las condiciones de iluminación para obtener imágenes de alta calidad. ○ Captura fotografías desde los ángulos requeridos: ▪ Vista frontal. ▪ Vista posterior. ▪ Vista lateral izquierda.	• Material fotográfico del producto capturado y validado conforme a los estándares de calidad establecidos, listo para su edición.	• 10 a 15 min.

		▪ Vista lateral derecha. ▪ Vista superior. ▪ Vista inferior. ○ Verifica que las fotografías presenten: ▪ Correcta iluminación. ▪ Enfoque adecuado. ▪ Nitidez. ▪ Fidelidad de color. ▪ Ausencia de reflejos, sombras o elementos no deseados.		
4	Editor de contenido	• Procesa y edita las imágenes capturadas mediante Adobe Photoshop, con el fin de optimizar su calidad para la producción del contenido 3D. ○ Importa las fotografías al proyecto de edición. ○ Realiza los ajustes necesarios para mejorar la calidad visual del material, incluyendo: ▪ Corrección de color. ▪ Ajuste de brillo, contraste y niveles. ▪ Eliminación de imperfecciones. ▪ Recorte y alineación.	• Material fotográfico editado y optimizado, listo para su incorporación al proyecto de producción 3D.	• 30 a 60 min <i>(depende de la cantidad de imágenes y del nivel de retoque requerido).</i>

		▪ Limpieza o eliminación del fondo, cuando corresponda. ▪ Uniformidad visual entre todas las imágenes. - Nota: Verifica que las imágenes editadas cumplan con los estándares de calidad definidos antes de continuar con el proceso de producción.		
5	Editor de contenido	• Importa las imágenes editadas al software Blender 3D para iniciar la preparación del proyecto de animación. ○ Organiza la estructura del proyecto de acuerdo con la metodología de trabajo establecida. ○ Configura los parámetros generales del proyecto, considerando: ▪ Escala del modelo. ▪ Resolución de proyecto. ▪ Sistema de unidades. ▪ Organización de objetos y materiales y recursos. ○ Separa y organiza los elementos gráficos en capas cuando la composición del proyecto lo requiera, con el fin de facilitar su manipulación y animación. ○ Verifica que todos los recursos gráficos hayan sido incorporados correctamente antes de continuar con el desarrollo de la escena.	• Proyecto de animación 3D configurado e integrado con los recursos gráficos necesarios para el desarrollo de la escena.	• 20 a 40 min.

6	Editor de contenido	• Configura la escena tridimensional en Blender, preparando el entorno donde se desarrollará la animación. ○ Importa el video de referencia que servirá como base para la integración del contenido 3D. ○ Configura la escena ajustando: ▪ Escala. ▪ Perspectiva. ▪ Encuadre. ▪ Posición inicial del modelo. ▪ Orientación de los elementos dentro del espacio tridimensional. ○ Verifica que la composición de la escena sea coherente con el concepto creativo aprobado y con el resultado esperado.	• Escena tridimensional configurada y preparada para la integración del modelo 3D con el video de referencia.	• 1 a 2 horas.
7	Editor de contenido	• Ejecuta el proceso de Motion Tracking para integrar el modelo 3D con el movimiento registrado en el video de referencia. ○ Configura el seguimiento de cámara utilizando los puntos de referencia del video. ○ Sincroniza el movimiento del modelo 3D con el desplazamiento de la cámara.	• Modelo 3D sincronizado con el video de referencia mediante Motion Tracking, listo para la configuración de iluminación de la escena.	• 1 a 3 horas (depende de la duración y complejidad del video).

		○ Corrige posibles desviaciones detectadas durante el seguimiento para garantizar una integración precisa. ○ Verifica que el objeto permanezca correctamente alineado con los movimientos naturales de la escena durante toda la secuencia..		
8	Editor de contenido	• Configura la iluminación de la escena tridimensional para lograr una integración visual realista entre el modelo 3D y el entorno. ○ Analiza las condiciones de iluminación presentes en el video de referencia. ○ Incorpora las fuentes de luz necesarias dentro de la escena. ○ Ajusta los parámetros de iluminación, incluyendo: ▪ Intensidad. ▪ Color. ▪ Dirección. ▪ Sombras. ▪ Reflejos. - Nota: Realiza pruebas de visualización para verificar que la iluminación sea consistente con el entorno y con el concepto creativo aprobado.	• Escena tridimensional iluminada y ajustada conforme a las condiciones del entorno, preparada para el proceso de renderizado y postproducción.	• 45 minutos a 2 horas

9	Editor de contenido	• Ejecuta el proceso de renderizado y postproducción del proyecto para obtener la versión preliminar de la animación. ○ Configura los parámetros de renderizado, considerando: ▪ Resolución. ▪ Calidad. ▪ Formato de salida. ▪ Cantidad de fotogramas. ○ Ejecuta el renderizado completo de la escena y verifica que los fotogramas generados no presenten errores de iluminación, texturas, movimiento o calidad visual. ○ Importa la secuencia renderizada a Adobe After Effects para realizar la composición final. ○ Incorpora los ajustes finales necesarios, tales como: ▪ Corrección de color. ▪ Efectos visuales. ▪ Transiciones. ▪ Ajustes de composición y sincronización. ○ Genera una previsualización de la animación y verifica la calidad visual del contenido antes de su exportación.	• Versión preliminar de la animación 3D renderizada, postproducida y remitida al Director Creativo y Producción para su revisión y validación.	• 2 a 6 horas (dependiendo de la resolución, duración de la animación, complejidad de la escena y capacidad del equipo de cómputo).
---	---------------------	---	--	--

		○ Exporta una versión preliminar de la animación para su revisión por parte del Director Creativo y Producción. • Remite la versión preliminar al Director Creativo y Producción, solicitando la revisión y validación del contenido previo a su aprobación final		
10	Director de contenido y producción	• Recibe la versión preliminar de la animación 3D elaborada por el Editor de Contenido. ○ Evalúa: ▪ Cumplimiento del concepto creativo. ▪ Calidad visual. ▪ Integración del contenido 3D. ▪ Cumplimiento de los lineamientos de marca. ○ <u>¿Aprueba la animación?</u> ▪ SI: Remite al área de Community Manager para su programación y publicación en el canal correspondiente. - Cuando el requerimiento haya sido generado por el Director de Marketing – Compras e Importaciones, la versión final aprobada deberá ser remitida directamente al	• Animación 3D revisada y validada por el Director Creativo y Producción, remitida para publicación o para revisión del Director de Marketing – Compras e Importaciones, según corresponda.	• 5 min.

		solicitante para su revisión y autorización (<i>Continúa con el PASO 10</i>). ▪ NO: Devuelve la animación al Editor de Contenido con las observaciones correspondientes para su corrección, retomando el proceso desde la etapa de composición y ajustes finales.		
11	Director de marketing – compras e importaciones	• Recibe la versión final de la animación aprobada por el Director de Contenido y Producción para su revisión. ○ Verifica que el contenido cumpla con el objetivo de la solicitud, considerando: ▪ Coherencia con la campaña o estrategia comercial. ▪ Correcta presentación del producto, promoción o mensaje. ▪ Cumplimiento de los requerimientos inicialmente solicitados. ○ <u>¿Aprueba el contenido?</u> ▪ SI: Remite al área de Community Manager o al área responsable para su programación, publicación o difusión en el medio correspondiente. - Nota: En caso de que el contenido sea para uso interno, campañas comerciales o material publicitario no digital,	• Contenido publicitario 3D aprobado y autorizado para su programación, publicación, difusión o implementación por el área correspondiente.	• 3 a 5 min.

remite el archivo al área solicitante para su implementación.

- **NO:** Devuelve el contenido al Director de Contenido y Producción indicando las observaciones o ajustes requeridos.
- El Director de Contenido y Producción coordina con el Editor de Contenidos la ejecución de las correcciones, retomando el proceso desde la etapa de composición y ajustes finales.