



PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES

CÓDIGO: C-PCU-01

FECHA: 11/09/2017

VERSIÓN: 6

1. Propósito

Garantizar que las publicaciones se realicen bajo los parámetros establecidos, buscando ser el medio para mantener informados a los afiliados acerca de la gestión que se adelanta en Camacol Regional Bogotá D.C. y Cundinamarca con noticias de representación, eventos, cifras, norma urbana, sostenibilidad del sector, etc.

2. Alcance

El procedimiento cubre desde la planificación del contenido y producción de la Construmota, hasta su publicación.

3. Definiciones

Consejo editorial: grupo de personas de la organización encargadas de proponer y definir el contenido de cada edición, el valor añadido, autores y fuentes, analizar los artículos publicados y emitir opinión y definir la estructura de la publicación. Está conformado por el Director de Comunicaciones, los directores de área y la Gerente Regional de Camacol B&C.

Proveedores: Diagramador: Proveedor que diseña piezas, infografías y demás material gráfico que ayuda a la presentación de los contenidos entregados. Diseñador WEB: Proveedor de tecnología que diseña los contenidos sobre la plataforma digital y habilita la publicación. Impresor: proveedor de servicios de impresión de publicaciones y material de logística. Proveedor de Distribución: Proveedor de servicios de logística en recolección, transporte, almacenamiento, empaque y embalaje.

4. Condiciones generales

1. La publicación es un producto. El temario es el resultado de la planeación del producto.
2. Para publicaciones impresas, hacen parte del proceso de producción y prestación del servicio: la redacción, edición, toma de fotografías, diagramación, impresión, distribución. Existiendo la posibilidad que algunas de ellas estén a cargo de proveedores externos con la supervisión permanente de la dirección de comunicaciones y otras áreas intervintentes.
3. Para publicaciones digitales, hacen parte del proceso de producción y prestación del servicio: la redacción, edición, toma de fotografías, redacción, edición y publicación en plataformas virtuales; existiendo la posibilidad que algunas de ellas estén a cargo de proveedores externos con la supervisión permanente de la dirección de comunicaciones y otras áreas intervintentes.
4. El Director Comercial (o a quien delegue) realiza la depuración y actualización de la base de datos de afiliados activos, contactos y público objetivo a quien se dirigen las publicaciones para la entrega / dispersión (Cuando aplique)
5. La aprobación de la producción de la publicación es responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones, y en caso de ausencia temporal lo hará la Coordinación de Comunicaciones.
6. Una parte del material fotográfico es proporcionado por el diseñador o por fotógrafos externos, generalmente son fotos cedidas, y otra parte se toma por personas del área de comunicaciones de la organización.
7. Es responsabilidad del área de comunicaciones velar porque las imágenes se visualicen adecuadamente en cada publicación, coordinando internamente o con proveedores externos procurar la optimización del tamaño de las fotos e imágenes.
8. Entre el área de comunicaciones y los proveedores, se utilizan diversos medios tecnológicos para el traslado de la información y la comunicación.



PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES

CÓDIGO: C-PCU-01

FECHA: 11/09/2017

VERSIÓN: 6

9. El área de comunicaciones cuenta con un manual de redacción que sirve como guía para las personas internas y externas que redactan artículos y textos para la publicación.
10. Si el cargo de director de comunicaciones está vacante o si por cualquier causa el director de comunicaciones no puede adelantar las actividades a su cargo, definidas en el presente procedimiento, las mismas se gestionan a través del Coordinador de Comunicaciones, o viceversa. De igual forma, el Director de Comunicaciones puede delegar algunas actividades al resto del área, según se estime conveniente.

5 PROCEDIMIENTO

5.1 Planificación del diseño y desarrollo

Dentro de la actividad de planificación se procede a:

1. Convocar al consejo editorial a cada una de las áreas, con el fin de preparar los temas que serán propuestos para la nueva edición de la publicación. El consejo editorial se puede desarrollar dentro o fuera de la sesión del comité de gerencia.
2. En el consejo editorial participan los siguientes cargos o a quien se delegue:
 - a. Gerente Regional
 - b. Directores de áreas misionales (depende de la publicación generada)
 - c. Director Comercial
 - d. Director de Comunicaciones
 - e. Coordinador de Comunicaciones
 - f. Proveedores externos (cuando se considere necesario)

5.2 Elementos de entrada – Resultados para el Diseño y Desarrollo

1. Teniendo en cuenta los elementos de entrada para el diseño y desarrollo, igualmente los resultados para el diseño y desarrollo de la publicación, el área de Comunicaciones procede a desarrollar la reunión del consejo editorial, en el cual:
 - a. Se definen los temas de cada una de las áreas.
 - b. Se debate y define el tema de portada.
 - c. Se definen las entrevistas a realizar.
 - d. Se reiteran las fechas de entrega de los textos.
 - e. El tema de la página editorial se define con la Gerencia.
2. Como resultado de la reunión se genera un **temario** donde se indican los temas que van a ser desarrollados, para lo cual, el director de comunicaciones envía el temario definido y el cronograma a los participantes del consejo editorial y a los responsables de la generación del material y los contenidos.
3. Paso a seguir, como **resultado** de la reunión del consejo Editorial, el área de Comunicaciones desarrolla las siguientes actividades:
 - a. Envía el temario y cronograma con las fechas de entrega y el área responsable,
 - b. Coordina la entrega de los contenidos,
 - c. Escribe el editorial,
 - d. Redacta los artículos y textos acordados,
 - e. Programa y solicita los textos a los directores de área que participan en la publicación,
 - f. Escribe los temas de cubrimiento de eventos de última hora,
 - g. Hace las entrevistas solicitadas en el consejo editorial,
 - h. Coordina la búsqueda de material fotográfico,
 - i. Edita todo el material entregado por cada una de las áreas,



PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES

CÓDIGO: C-PCU-01

FECHA: 11/09/2017

VERSIÓN: 6

5.3 Revisión, Verificación y Validación

1. Durante la **revisión** se identifican los responsables (participantes) de las principales secciones del temario que se desarrollará en la publicación, como sigue:

Sección Publicación Construnota	Responsable del contenido	Responsable de la Revisión/Aprobación
Portada	Diagramador presenta propuestas	Director Comunicaciones
Editorial	Director Comunicaciones	Gerente Regional
Gestión Gremial	Áreas misionales	Director Comunicaciones / Gerente Regional
Sostenibilidad	Área Sostenibilidad	Director Comunicaciones / Gerente Regional
En que va (opcional)	Área que corresponda	Director Comunicaciones
Nuevos Afiliados	Área Comercial	Director Comunicaciones
Entrevistas (opcional)	Áreas encargadas	Director Comunicaciones
Reportes de Construcción	Área Económica y de información	Director Comunicaciones

NOTA: En la publicación puede aparecer secciones que, sin ser fijas, la coyuntura hace necesario que aparezcan eventualmente.

2. Se evalúan los temas propuestos por las áreas y se identifican si hay problemas para el desarrollo del temario que generen situaciones donde no se logre cumplir con el objetivo propuesto.
3. La Dirección de Comunicaciones **verifica** con su equipo de trabajo, que el temario cumple con los requisitos de entrada, es decir, las entrevistas, la portada, temas de cubrimiento de eventos de última hora y la editorial desarrollada y definida vs lo propuesto y aprobado por las áreas y la Gerencia Regional.
4. Adicionalmente, la Dirección de Comunicaciones **valida** que el temario de la publicación va a satisfacer los requisitos para lo cual fue definido y desarrollado, se **valida** el temario antes de iniciar con las entrevistas y la solicitud de información que generan las áreas dados los temas definidos.
5. En caso de que el temario inicialmente expuesto y enviado a las áreas para su desarrollo genera **cambios** significativos que impactan los tiempos de entrega inicialmente pactados, la Dirección de Comunicaciones genera una nueva versión del temario, del cronograma y se socializan a las áreas intervenientes.

5.4 Control de la Producción - Elaboración y Edición de Contenidos

Cada área responsable entrega los contenidos propuestos en el temario, donde la Dirección de Comunicaciones (o a quien se designe) realiza la verificación y edición de los textos. Luego procede a:

1. Enviar el primer archivo consolidado vía correo electrónico a los directores de área, para revisión y comentarios. Se controla y supervisa que se envíen las correcciones, ajustes y comentarios al Director de Comunicaciones, según cronograma.
2. Realizar los ajustes solicitados por las áreas, y de acuerdo con la pertinencia y enfoque del contenido se aplican los cambios al archivo consolidado definitivo.
3. Revisar que el archivo consolidado definitivo se encuentre con las correcciones solicitadas por las diferentes áreas y procede a enviarlo al gerente Regional para revisión y validación.
4. Hacer los ajustes y correcciones enviadas por el Gerente regional (en caso de presentarse).

5.5 Diagramación/Diseño Web de la Publicación

1. De acuerdo con el cronograma, el Director de Comunicaciones envía al diagramador / diseñador web, los textos, fotos y demás material revisados a la fecha, para iniciar la diagramación / diseño web y se remite las pautas que serán publicadas en la edición (en caso de haber gestionado pautas para anunciantes)



PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES

CÓDIGO: C-PCU-01

FECHA: 11/09/2017

VERSIÓN: 6

2. Durante este periodo de diagramación, el proveedor (diagramación/diseño web) puede recibir los contenidos que faltan, prepara para envío **mínimo dos (2) propuestas** de portada al Director de Comunicaciones para elegir la portada definitiva. Una vez seleccionada la portada, el Director de Comunicaciones define los textos o títulos que se destacan en la portada para su debida adecuación.
3. El proveedor de diagramación/diseñador web cuenta con los días estimados en el cronograma para realizar la diagramación/diseño web.

5.6 Liberación y Divulgación de la publicación

1. El área de Comunicaciones testea el producto en diferentes dispositivos, verificando la visualización correcta, interactividad, armonía del producto en su integración.
2. La Gerente Regional **valida** las correcciones de la publicación solicitadas y realiza la aprobación y liberación de la publicación, vía correo electrónico al área de Comunicaciones.
3. El Director de Comunicaciones programa el envío de la publicación, de acuerdo con el **Protocolo de envíos masivos**, procediendo a realizar una prueba de envío para confirmación de apertura del producto y aprobación del envío digital a las partes interesadas y las audiencias definidas, procediendo a la carga en la página web, en la sección donde corresponda.

Si la publicación es digital:

1. La publicación digital se visualiza en la página web oficial de la organización www.camacolcundinamarca.co y en el subdominio construnota.camacolcundinamarca.co.

Si la publicación es impresa:

1. El Director de Comunicaciones solicita al proveedor de diagramación entregar el archivo digital de la publicación, al proveedor de Impresión, pactándose la fecha de entrega de los ejemplares.
2. El proveedor de diagramación envía un correo electrónico al impresor con copia al área de Comunicaciones donde se entrega el archivo listo para impresión.
3. El proveedor de impresión envía al área de Comunicaciones, pruebas de imposición y de color para verificar el contenido antes de su impresión. El área de Comunicaciones aprueba con su VoBo estas pruebas para que puedan proceder a impresión.

5.7 Retroalimentación del proceso

En el marco del comité de gerencia u otro espacio de reunión con la gerencia regional, el Director de Comunicaciones informa del seguimiento realizado a las publicaciones generadas por la organización y procede con la generación de lecciones aprendidas (cuando sea necesario).

5.8 Propiedad del Cliente

El Director de Comunicaciones o la Dirección Comercial informa al cliente de la pérdida, deterioro o uso inadecuado del logo del pautante cuando la publicación incluya pautas dentro de su edición. Esta comunicación debe hacerse por escrito o a través de correo electrónico, con el fin de mantener los registros necesarios.

5.9 Preservación del Producto

1. Para garantizar la preservación de las publicaciones, se tiene en cuenta que cada una de ellas maneja como **identificación única**, un número de edición.



PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES

CÓDIGO: C-PCU-01

FECHA: 11/09/2017

VERSIÓN: 6

2. Para el caso de publicaciones impresas, el proveedor de distribución realiza el **embalaje, y protección** de la publicación para su posterior distribución a las partes interesadas pertinentes y puntos de distribución. Adicionalmente, la organización salvaguarda en las bodegas del proveedor de gestión documental de 3 a 5 ediciones como parte de la memoria histórica.
3. Para el caso de publicaciones digitales, la organización realiza backups periódicos de la información, así como de las páginas web donde se encuentra hospedada la aplicación y su contenido.

5.10 Archivo del Material y Protección del Producto

El Director de Comunicaciones archiva los insumos y materiales utilizados para la elaboración de la publicación en el correo Outlook, Buzón del usuario, carpeta <Nombre Publicación>, EDICIÓN <NÚMERO>. Igualmente, se archivan los correos de aprobación, revisión y validación durante el proceso de elaboración de la publicación.

5.11 Control del Producto No Conforme

La publicación puede ser identificada como un Producto No conforme, principalmente porque:

- a. La edición del boletín digital sea incorrecta.
- b. La paginación se encuentre errada. (aplica únicamente para publicaciones impresas)
- c. Que no se hayan realizado las correcciones o ajustes validados por la Gerente Regional, por lo tanto, la información esté inconsistente y el mensaje grupal se encuentre inconsistente o no pertinente.
- d. Las pautas comerciales se visualicen de forma borrosa y pixelada por lo tanto que no cumpla con los requisitos y características expresadas por la empresa pautante.
- e. Las fotos e imágenes se visualicen de forma borrosa o no se publique correctamente.

El paso que seguir para darle tratamiento al producto No conforme es reportar en el formato “Registro del Tratamiento del producto no Conforme” C-F04-PGC-04, teniendo en cuenta los aspectos indicados en el procedimiento de control del producto no conforme (C-PGC-04), teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Para publicaciones impresas:

1. Si el número de edición de la publicación es incorrecta, se corrige en la Editorial de la siguiente edición.
2. Si la paginación se encuentra errada, se genera una nota aclaratoria en la editorial de la siguiente edición, indicando los errores e inconvenientes generados.
3. En caso de que no se hayan realizado las correcciones o ajustes validados por el Gerente regional, por lo tanto, se refleje información inconsistente, se genera una nota aclaratoria en la siguiente edición, realizando las correcciones que haya a lugar.
4. Si una pauta comercial se visualiza de forma borrosa y pixelada y esto genere un incumplimiento con los requisitos y características expresadas por la empresa pautante, se procede a confirmar con el cliente el error sucedido, acordar una negociación para próximas pautas en la publicación y revisar si se define una concesión para liberación de la edición, objeto de la inconsistencia.

Para publicaciones digitales:

1. Si el número de edición de la publicación es incorrecta, se desactiva de la página web y se corrige en el trámite de 8 horas hábiles.
2. En caso de que no se hayan realizado las correcciones o ajustes validados por el Gerente regional, por lo tanto, la información esté inconsistente, se desactiva de la página web y se corrige en el trámite de 8 horas hábiles.

	PROCEDIMIENTO DE PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PUBLICACIONES	CÓDIGO: C-PCU-01 FECHA: 11/09/2017 VERSIÓN: 6
---	---	--

3. Si una pauta comercial se visualiza de forma borrosa y pixelada y esto genere un incumplimiento con los requisitos y características expresadas por la empresa pautante, se procede a solicitar una pieza al cliente con las características de calidad para la visualización y corregir en el transcurso de 8 horas hábiles.

6 Anexos

NO APLICA

7 Historial de cambios

Versión	Descripción	Fecha emisión
6	El procedimiento se esquematiza para que pueda ser aplicado a todas las publicaciones impresas y digitales que se planifiquen, diseñen y desarrollen de aquí en adelante. La Construnota se convierte en web, por lo tanto, las actividades para realización de las publicaciones digitales se incluyen en el procedimiento. El procedimiento contempla en su alcance la producción de la Construnota.	11/09/2017
5	Dada la acción de mejora de innovar el producto boletín Construnota de impreso a digital, se incorporan actividades para uso de este nuevo medio y se eliminan las relacionadas con impresión y distribución. Se incluyen actividades en los numerales 5.6 Liberación y Divulgación del Boletín Construnota y 5.8 retroalimentación del proceso. Se elimina el ítem 5.7 Validación del proceso de producción - Control en la distribución del producto asociado con generación de ejemplares, pruebas de color. Se incluye que el producto digital es protegido con el backup que se realiza periódicamente a la página web www.camacolcundinamarca.co .	09/09/2016
4	De acuerdo con la auditoría interna Ciclo II, se modifican los cargos participantes del consejo editorial, enunciado en el ítem 5.1, se modifica la interpretación del numeral 7.3 y se enfoca únicamente al temario como producto resultante para iniciar la producción del boletín Construnota.	10/11/2014
3	Se actualizan las responsabilidades del manejo de la comunicación con el proveedor de distribución, en el numeral 7.5. Control en la distribución del producto. Se aclara la redacción del 5.6 Retroalimentación del proceso y 5.9 Archivo del material y protección del producto.	29/04/2014
2	Con la creación del departamento de comunicaciones y la incorporación del proceso de Comunicaciones Corporativas, se ajustan las responsabilidades, se modifica el código del documento de C-PGG-02 a C-PCU-01	14/08/2012
1	Ampliar en el ítem 31, la concesión con el cliente y la verificación antes de distribuir al cliente. Definición de los cargos de la organización que participan en el consejo editorial. Aclarar en la liberación la solicitud la impresión de las pruebas de imposición y de color (sherpa)	23/03/2012
0	Creación del documento.	20/09/2011