



Abecé

Publicidad y Marca

2025

Indicaciones para mantener el orden
y garantizar el flujo del proceso de aprobaciones



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación

1 Uno

Solo pasarán por el proceso de aprobaciones los productos ingresados en el comité editorial. Se recibirán piezas adicionales, solo en casos urgentes y con previa autorización del coordinador del equipo de PyM o del despacho.



2 Dos

Los comunicadores estratégicos son el enlace para enviar las solicitudes, solo se dará trámite a las piezas que llegan a través de ellos y al correo de PyM.



3 Tres

El tiempo de gestión de Publicidad y Marca es:



- **Asesorías:** programadas en la semana según requerimiento en el comité editorial y agendadas según disponibilidad del equipo.
- **Conceptualización:** 20 días hábiles, desarrollo creativo de campaña solo con el *brief* o taller creativo con la dependencia si lo requiere.
- **Diseño:** el tiempo de entrega estará sujeto al tráfico del equipo de diseño y al tipo de solicitud. Es necesario que la dependencia que haga la solicitud envíe el correo con todos los insumos e información completa que se necesite para realizar el diseño.
- **Revisión:** 2 días hábiles. Los productos se revisan en orden de llegada y este tiempo está sujeto al volumen de correos y la cantidad de piezas para revisar.
- **Las campañas y key visual:** deben ser presentados en el comité de campañas. Publicidad exterior, impresos y piezas de posicionamiento de marca que sean enviados para aprobación pueden requerir mayor tiempo de ajustes puesto que son validados por los directivos de la Secretaría de Comunicaciones.

4 Cuatro



Los horarios de respuesta son de lunes a jueves de 7:30 a. m. a 5:30 p. m. y los viernes 7:30 a. m. a 4:30 p. m.

5 Cinco



Todos los correos deben contener la siguiente información:

- a. Nombre con el que ingresó el producto al comité editorial.
- b. A qué secretaría pertenece el correo.
- c. Propósito: contexto de la estrategia.
- d. Tipo de pieza y tamaño.
- e. Características de la pieza (volante, valla, redes sociales, impresa, digital, gran formato, etc.)
- f. Dónde será divulgada: redes propias, redes Alcaldía, Intranet, correo masivo, etc.

6 Seis



Los productos para revisión deben ingresar al correo con el **mismo nombre que fue ingresado al comité editorial**; deben llegar en **formato PDF con el texto editable**, con un **peso menor a 3 MB** si es un solo archivo adjunto en el correo, si tiene un peso mayor o son varios archivos, debe ser enviado mediante enlace **WeTransfer y no debe superar los 50 MB**. (recuerden que los enlaces solo tienen disponibilidad de tres días).

7 Siete



Los productos deben ser enviados en la semana que corresponda para la que fueron programados e ingresados al comité editorial.



8 Ocho



Los productos ajustados deben regresar en el mismo hilo del correo en el que se hicieron las observaciones para llevar la trazabilidad del proceso.



9 Nueve



Todas las piezas, antes de su publicación, deben tener la aprobación de Publicidad y Marca, y el proceso finaliza cuando hay un correo de soporte con dicha validación.



10 Diez



El proceso de validación de las publicaciones editoriales deben ser a través del correo de Publicidad y Marca.

