

 ALCALDÍA DE SANTA MARTA Distrito Turístico, Cultural e Histórico	PROCEDIMIENTO PLAN DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-011
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 2
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Fecha de vigencia: 29/11/2021

CONTROL DE CAMBIOS	
Versión	Descripción de la modificación
1.	Adopción del procedimiento plan de medios mediante Resolución 3725 del 21 de junio de 2019, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía.
2.	Adopción del procedimiento plan de medios mediante Resolución 942 del 03 de noviembre de 2020, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía.

Elaboró	Revisó	Aprobó
NOMBRE: José D. Escorcía Baquero CARGO: Profesional Universitario FECHA: 15/11/2021 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO	NOMBRE: María José Andrade CARGO: Jefe De La Oficina Asesora De Comunicaciones Estratégicas FECHA: 15/11/2021 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO NOMBRE: Elkin Bolaño Ortiz CARGO: P.U. Oficina SIG FECHA: 22/11/2021 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO	NOMBRE: Karol Fuentes Sangregorio CARGO: Jefe De Oficina De Sistemas Integrados De Gestión - SIG FECHA: 29/11/2021 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO

RESPONSABLES LÍDERES	Alcalde, Jefe de comunicaciones.
-----------------------------	----------------------------------

OBJETIVO	Normar las actividades relativas a la planeación, creación, administración y seguimiento de las campañas publicitarias en la Alcaldía de Santa Marta D.T.C.H Establecer el plan de medios que permita que el público objetivo y la comunidad en general conozcan la gestión, las actividades diarias y las campañas estratégicas de la administración distrital.
-----------------	--

 ALCALDÍA DE SANTA MARTA Distrito Turístico, Cultural e Histórico	PROCEDIMIENTO PLAN DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-011
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 2
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Fecha de vigencia: 29/11/2021
ALCANCE	Inicia con la formulación e investigación de los estudios previos del plan, pasa por la definición de sus principales elementos (acciones, mensajes, presupuesto, etc.) y finaliza con el seguimiento y control a lo ejecutado.	

BASE LEGAL	Plan de Desarrollo 2016-2019 de Santa Marta.
	Manual de contratación.

DEFINICIONES
Matriz: Instrumento que esquematiza el plan de medios y permite hacer un seguimiento y control al mismo.

LINEAMIENTOS O POLÍTICAS DE OPERACIÓN:
Plan Maestro de Comunicaciones.

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO				
No.	Descripción de la actividad	Área Responsable	Cargo responsable	Registros
1	Elaborar el documento de los estudios previos del plan de medios.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Documento de estudios previos
2	Definir el público objetivo al cual aplicarán las acciones del plan.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Informe de análisis de objetivo
3	Definir las campañas publicitarias y de comunicación que estarán asociadas al plan.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Documento definición de campañas
4	Definir las acciones de comunicación que estarán asociadas a las campañas publicitarias definidas en el plan.	Comunicaciones	Profesional Universitario	N.A
5	Definir el cronograma de ejecución de las acciones inscritas en las campañas publicitarias.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Cronograma plan de medios
6	Establecer el presupuesto de las acciones asociadas a las campañas publicitarias del plan.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Presupuesto plan de medios
7	Realizar el control, seguimiento y evaluación del plan formulado y ejecutado.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Matriz de control, seguimiento y evaluación

 ALCALDÍA DE SANTA MARTA Distrito Turístico, Cultural e Histórico	PROCEDIMIENTO PLAN DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-011
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 2
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Fecha de vigencia: 29/11/2021

DOCUMENTOS RELACIONADOS: Manual de contratación	
Nombre:	Código:

COPIA NO CONTROLADA