

OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:	Generar ingresos en efectivo y en canje por medio de la comercialización de espacios al aire (programas institucionales, patrocinios y menciones).
ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO:	Inicia desde el diseño de una propuesta hasta el envío de certificación de cumplimiento a los socios/clientes por parte de la Coordinación de Proyectos de los patrocinios/menciones emitidos por las emisoras.
ESTRATEGIA A LA QUE APORTA EL PROCEDIMIENTO	4.2 Estrategias de diversificación de productos y servicios de la entidad, 2.1 Estrategia de contenidos, 2.2 Estrategia de desarrollo de productos multiplataforma
OBJETIVO DE CALIDAD AL QUE APORTA EL PROCEDIMIENTO	1. Gestionar con estándares de eficiencia y de calidad los procesos de producción, emisión y transmisión de contenidos para medios como televisión, radio y otros. 2. Definir contenidos sonoros y audiovisuales que equilibren el entretenimiento con los objetivos misionales de la entidad. 3. Alinear a los funcionarios con la estrategia de RTVC.

Proveedor	Entradas	PH VA	Nº	Actividades	Responsable	Salidas	
						Resultados o productos de la actividad	CLIENTES / USUARIOS
Subgerencia de Radio	Necesidad o requerimiento de los clientes Resolución de tarifas	P	1	Diseñar una propuesta y/o cotización si dicho requerimiento se encuentra a fin con los contenidos de las emisoras.	Profesionales del área de proyectos	Propuesta y/o cotizaciones	Cliente/socios
	Propuestas/cotizaciones	H	2	Enviar propuestas y cotizaciones a los socios/clientes.	Profesionales del área de proyectos	Correo electrónico con propuesta y/o cotizaciones dirigida a cada cliente	
	Correo electrónico con propuesta y/o cotizaciones dirigida a cada cliente	V	3	Aprobar la propuesta y/o cotización. En los casos en que se requiera se firma un acuerdo comercial.	Cliente	Correo electrónico con aprobación de propuesta	
	Correo electrónico con aprobación de propuesta	A	4	Solicitar información a promocionar por parte de los socios/clientes	Profesionales del área de proyectos	Correo electrónico dirigida al cliente	
	Insumos de cada cliente	H	5	Solicitar la producción de los patrocinios de los clientes/socios a través de un correo electrónico a los jefes de producción de las emisoras y enviar la propuesta de piezas a los clientes para su aprobación	Profesionales del área de proyectos	Correo electrónico con propuesta de piezas de audios	

Correo electrónico con propuesta de piezas de audios	V	6	Aprobar las piezas de audio	cliente	Correo electrónico con aprobación de piezas
Correo electrónico con aprobación de piezas	A	7	Programar la información de los socios/clientes a promocionar: patrocinios/menciones/banners.	Profesionales del área de proyectos	Formato de emisión (solo para patrocinios y menciones) UM-PR-R-FT-07 Correo electrónico para contenidos web
Formato de emisión (solo para patrocinios y menciones) UM-PR-R-FT-07 Correo electrónico para contenidos web	H	9	Realizar emisión de los patrocinios o ingreso de menciones en el Dinesat.	Coordinación de emisión	Patrocinios/menciones al aire
Patrocinios/menciones al aire	H	10	Solicitar el certificado playlist a la Coordinación de emisión, para evidenciar con el cliente el trabajo realizado.	Profesionales del área de proyectos	Certificado de Playlist
Certificado de Playlist	H	11	Elaborar la certificación de cumplimiento anexando a su vez el certificado de Playlist, cuando hay una negociación de recursos en efectivo o cuando hay un convenio firmado.	Profesionales del área de proyectos	Certificación de cumplimiento
Certificación de cumplimiento	V	12	Revisar con VoBo la certificación para enviar a los clientes/socios	Asesor en gestión de proyectos	Certificación de cumplimiento revisada
Certificación de cumplimiento revisada	V	13	Firmar la certificación para anexar como soporte de cumplimiento por parte de la Subgerencia de Radio.	Subgerente de Radio	Certificación de cumplimiento firmada
Certificación de cumplimiento firmada	A	14	Entregar una copia de la certificación al Área de Información Contable para realizar el proceso de facturación, cuando hay un pago de por medio a favor de la entidad	Asesor en gestión de proyectos y contratistas	Copia radicada de la certificación de cumplimiento

CONDICIONES GENERALES

- Para la comercialización de los espacios al aire es necesario definir los espacios disponibles para ofrecerle a los socios y clientes, tener la resolución de tarifas y conocer al socio/cliente para así saber qué ofrecerle.
- Teniendo en cuenta el tipo de socio/cliente, del público objetivo al cual se dirige, sus necesidades y la forma en la que quiere promocionar su marca, se envía una cotización. En ella se especifica el valor unitario

de las menciones y patrocinios, horarios en los que se emitirán, la cantidad de impactos que tendrá, así como el valor total.

- En caso de que se decida hacer patrocinios, el cliente/socio envía la información a promocionar. Para el caso de radio, ésta información es enviada al jefe de producción, quien se encarga de producir el patrocinio, haciendo un agregado al inicio y fin del mismo en el cual se haga referencia a la emisora donde se emitirá el patrocinio. Una vez éste esté listo, se hace la orden de emisión especificando aspectos cómo: la emisora dónde se emitirá el auspicio, duración, cantidad de impactos al mes, días, horario y cantidad total de impactos. Una vez lista la orden de emisión se entrega a los técnicos de emisión quienes se encargan de subir dicha información al sistema.
- En el caso de programas institucionales el procedimiento lo realiza el coordinador de proyectos, y en el caso de patrocinios y menciones el procedimiento lo realiza el equipo de profesionales del área.
- Se genera una orden de pauta cuando es una negociación a través de centrales de medios.

FORMATOS	REGISTROS	DEFINICIONES	INFORMACIÓN REQUERIDA PARA SU EJECUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Formato Orden de pauta UM-PR-R-FT-06 • Orden de misión UM-PR-R-FT-07 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propuestas ▪ Correos enviados por los socios/clientes con la información que quieren promocionar. ▪ cotizaciones enviadas a socios/clientes ▪ Orden de emisión de patrocinios ▪ Certificado de Playlist ▪ Certificado de cumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciones: mensajes realizados por los programadores de las emisoras o presentadores de los programas por medio de los cuales se promociona la marca, servicios y contenidos de sus socios o clientes. • Patrocinio: Para radio, es el beneficio dado a socios o clientes en el que por el término de 15, 20 y 30 segundos de duración se promociona sus servicios y contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de tarifas

REQUISITOS

DE LEY, INSTITUCIONALES	NTCGP 1000:2009 / ISO 9000-2008		MECI:2005		LEY 489 de 1998 SISTEDA
			subsistema	componente	
<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Política de Colombia de 1991 • Ley 1341 de 2009 (por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC-, se crea la Agencia 	4.1	Requisitos Generales	1. Control Estratégico	1.2 Direccionamiento Estratégico	Gestión de calidad
			2. Control de gestión	1.3 Administración del riesgo	
	4.2.1	Generalidades	2. Control de gestión	2.2 Información	

RADIO

COMERCIALIZACIÓN DE ESPACIOS AL AIRE

<p>Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución 415 de 2010 (Reglamento de Radio) • Radio y Ampliación de lo Público, Política de Radiodifusión Sonora de Interés Público, Septiembre de 2008. • Decreto 4350 de 2009 (Por el cual se establece el régimen unificado de contraprestaciones, por concepto de concesiones, autorizaciones y permisos en materia de servicios de radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones). • COMPE 3518 DE 2008 • COMPE 3741 DE 2013 • Ley 397 de 1997 (Patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura) 	4.2.3	Control de documentos		2.2 Información	
	4.2.4	Control de los registros			
	5.5.1	Responsabilidad y autoridad	1. Control Estratégico	1.2 Direccionamiento Estratégico	
	5.5.3	Comunicación interna	2. Control de gestión	2.3 Comunicación pública	
	6.1	Provisión De Recursos	1. Control Estratégico	1.2 Direccionamiento Estratégico	
	7.1	Planificación De La Realización Del Producto O Prestación Del Servicio	1. Control Estratégico	1.2 Direccionamiento Estratégico	Rediseños Organizacionales
	7.2	Procesos Relacionados Con El Cliente	2. Control de gestión	2.2 Información	
	7.2.1	Determinación de los requisitos relacionados con el producto y/o servicio	2. Control de gestión	2.1 Actividades de control	
	7.3	Diseño Y Desarrollo	1. Control Estratégico	1.2 Direccionamiento Estratégico	
			2. Control de gestión	2.1 Actividades de control	
	7.5	Producción Y Prestación Del Servicio	2. Control de gestión	2.1 Actividades de control	
			3. Control de evaluación	3.1 Autoevaluación	
	8.1	Generalidades	3. Control de evaluación		
	8.2.1	Satisfacción del cliente	2. Control de gestión	2.2 Información	
	8.2.4	Seguimiento y medición del producto y/o servicio	3. Control de evaluación	3.1 Autoevaluación	
8.3	Control Del Producto Y/O Servicio No Conforme	2. Control de gestión	2.1 Actividades de control		
8.5.1	Mejora continua	3. Control de evaluación	3.3 Planes de mejoramiento		

	8.5.2	Acción correctiva	3. Control de evaluación	3.3 Planes de mejoramiento	
			2. Control de gestión	2.1 Actividades de control	
	8.5.3	Acción preventiva	3. Control de evaluación	3.3 Planes de mejoramiento	Moralización y Transparencia en la Administración Pública
			2. Control de gestión	2.1 Actividades de control	

CONTROL DE CAMBIOS

No DEL CAMBIO	FECHA	E	M	C	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	RESPONSABLE
1	22/08/2012		X		Se adiciona la información del alcance, los objetivos de calidad, las estrategias y los requisitos de MECI Y SISTEDA, se adiciona pie de página y se retira la información del formato parámetros de control y recursos especiales. Se adiciono un responsable y condiciones generales	Oficina de Planeación
2	26/09/2013		X		Se modifica el procedimiento se agrega entradas y salidas en el desarrollo de las actividades. Se corrige la ortografía y se suprimen algunas palabras que no se usan dentro del mismo.	Oficina de Planeación
3	08/10/2013		X		Se incluyeron nuevas actividades al procedimiento para hacerlo más preciso	Asesor de Proyectos de Radio

Elaboró:
Nombre: María Fernanda Melo
Cargo: Asesor Gestión de Proyectos de Radio
Fecha: 27/09/2013

Revisó:
Nombre: Natalia Alvarez Díaz
Cargo: Profesional de SIG
Fecha: 08/10/2013

Aprobó:
Nombre: María Angélica Escarraga
Cargo: Jefe Oficina de Planeación
Fecha: 08/10/2013

ORIGINAL