1. OBJETIVO

Este documento establece los lineamientos necesarios para plantear y ejecutar estrategias de promoción para el posicionamiento de la marca y los productos de RTVC por medio del diseño y la producción de piezas audiovisuales de corta duración para emisión dentro de la parrilla de programación de cada Canal, así como elementos gráficos para medios complementarios internos y externos a RTVC.

2. ALCANCE

Este procedimiento inicia con el establecimiento y actualización de la estrategia de autopromoción y se extiende hasta la evaluación del contrato de la firma productor encargada de la realización de las piezas.

3. DEFINICIONES Y TERMINOS

Término	Definición
Autopromociones	Conjunto de piezas publicitarias (Televisión y Radio) en las cuales se promociona un producto y/o servicio así mismo.
Identificadores del canal	Piezas de corta duración en la que el logo-marca es protagonista y que tienen como función posicionamiento de la marca del canal.
Brief	Es un documento escrito que define los objetivos de la comunicación y que sirve referencia para iniciar el proceso creativo de la oficina de autopromociones. Este documento, resume la información necesaria para fijar las estrategias que permitan conseguir el objetivo de comunicación planteado.
Branding	Es el proceso de construcción de una marca mediante piezas o elementos gráficos en diferentes espacios y pantallas que identifican una marca y sus valores siempre asociados al logo símbolo de forma directa o indirecta. Pueden contener textos o elementos gráficos que identifican al canal, señalizan, transmiten información en créditos, entre otras cosas.
Entradas y salidas a comerciales y/o promociones	Piezas de señalización de corta duración que marcan el paso entre el contenido de un programa y los comerciales. Ej, “se está presentando”, “ya regresamos”, “continuamos con”.
Piezas de	Piezas graficas de señalización de corta duración en la que

Término	Definición
señalización y carteleras	se informa la lista de programas que emiten en determinados horarios.
Cortinillas siguiente programa	Piezas de señalización de corta duración en las que se identifica cuál es el o los programas siguientes.
Advertencias	Piezas de señalización con las que se identifica la audiencia a la que se dirige el siguiente programa y se advierte para que tipo público es apto el contenido.
Esquema básico de autopromoción e identidad gráfica	Piezas audiovisuales y gráficas básicas del canal. Este paquete está compuesto por la identidad gráfica, la autopromoción general de programas y la señalización general del canal, cuyo diseño tiene correspondencia con la identidad gráfica del canal en general, es decir, sin un tipo de diseño o estilo específico para cada tipo de pieza.
Campañas especiales	Conjunto de piezas publicitarias que requieren un tratamiento especial a nivel creativo, gráfico y audiovisual, requieren mayor tiempo de trabajo en su proceso creativo y de producción.
Paquetes gráficos	Conjunto de piezas graficas que identifican un producto y/o servicio, para ser usadas en diferentes medios y plataformas según su necesidad (Logo, cortinillas, Ids, banners, mosca, transiciones, fondos)
Campañas de responsabilidad social: Piezas de corta duración (máx 45 segundos), en las que se tratan temas de interés social y agenda pública nacional	Conjunto de piezas promocionales y gráficas que tienen un mismo motivo y un diseño específico. Se diferencian del paquete básico de autopromoción e identidad gráfica en que, a diferencia de ese paquete, éstas tienen conceptos publicitarios y de diseño, ajustados al producto, con un concepto especial donde se resaltan buenos valores costumbres, acciones que aporten a la construcción de ciudadanía y buenas costumbres por ende requieren un trabajo creativo específico y diferenciador.
Pietar	Seleccionar el material en términos de tiempo
Colaborador que presta servicios como Líder In House	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar sus servicios profesionales para adelantar actividades de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de RTVC.
Colaborador que presta servicios como productor	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es:

Término	Definición
general	Prestar sus servicios para adelantar actividades de producción general de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de -RTVC-.
Colaborador que presta servicios como director Gráfico	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar sus servicios profesionales para adelantar las actividades de diseñador, ilustrador y animador gráfico de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de RTVC".
Colaboradores que prestan servicios como Copy Creativo	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar servicios para adelantar actividades como copy creativo de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de -RTVC-.
Colaboradores que prestan servicios como Editor	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar sus servicios para adelantar actividades de Edición de la estrategial integral de promoción (interna y externa) de RTVC.
Colaboradores que prestan servicios como Graficador - Animador	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar sus servicios para adelantar actividades de graficación de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de RTVC.
Colaboradores que prestan servicios como Post productor de Audio	Se entenderá como el contratista cuyo objeto del contrato es: Prestar servicios para adelantar actividades de postproducción de audio de las piezas de promoción de la estrategia integral de promoción (interna y externa) de RTVC.

4. DESARROLLO DE PROCEDIMIENTO

La descripción del procedimiento se encuentra en el aplicativo vigente , que hace parte de página de visualización de este documento.

5. REQUISITOS

DE LEY, DE INSTITUCIONES
• Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. • Ley 594 de 2000. Por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones • Ley 1952 de 2019. Por medio de la cual se expide el código general disciplinario se derogan la ley 734 de 2002 y algunas disposiciones de la ley 1474 de 2011, relacionadas con el derecho disciplinario. • Requisitos normativos que rigen la producción de contenidos de TV, los cuales son implementados en el marco del proceso de producción de TV.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción del cambio	Área productora	Fecha de Publicación
1	Se crea el documento debido a la actualización de su codificación, pasando de S-P-9 a CD-P-013. En consecuencia, el código S-P-9 se elimina y se registra como obsoleto en el Listado Maestro de Documentos, debido a que presentaba una codificación que no correspondía a los lineamientos establecidos para la identificación y control documental del Sistema Integrado de Gestión (Guía de Administración de Información Documentada SIG.)	Coordinación de Planeación	5/10/2026