1. **OBJETIVO:** Prestar los servicios de diseño, ejecución y seguimiento de estrategias de comunicación y planes de medios y, emisión y publicación de pauta en la plataforma de medios de Telemedellín, de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los clientes conforme a la normativa vigente aplicable.
2. **ALCANCE:** Este procedimiento inicia cuando se presenta el portafolio de servicios a los clientes y finaliza cuando se ejecuta y evalúa la prestación del servicio.
3. **RESPONSABLE:** Director(a) Agencia TM.
4. **INTERVINIENTES:** Integrantes del equipo Agencia TM: coordinador/a central de medios, coordinador/a logístico, coordinador/a comercial, ejecutivos de cuenta, ejecutivo de producción, ejecutivos comerciales, profesional/técnico administrativo, apoyos administrativos. Supervisor y/o encargado del cliente, proveedores de Telemedellín.
5. **DEFINICIONES:**

**Litografía:** Es el proceso y resultado de reproducir [textos](http://es.wikipedia.org/wiki/Libro) e [imágenes](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen), típicamente con [tinta](http://es.wikipedia.org/wiki/Tinta) sobre [papel](http://es.wikipedia.org/wiki/Papel). Actualmente es posible imprimir sobre gran diversidad de materiales, siendo necesario utilizar diferentes sistemas de impresión en cada caso.

**Campaña Publicitaria:** es una serie de mensajes publicitarios que comparten una misma idea y tema. Las campañas de publicidad aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.

**Estrategias de Comunicación:** es una serie de [acciones](http://www.monografias.com/trabajos4/acciones/acciones.shtml) programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de [interacción](http://www.monografias.com/trabajos901/interaccion-comunicacion-exploracion-teorica-conceptual/interaccion-comunicacion-exploracion-teorica-conceptual.shtml) humana, en una gran variedad de tiempos.

**Impresión Gran Formato:** es aquella impresión de alta resolución utilizada para transmitir y expresar imágenes y mensajes en grandes superficies.

**Merchandising:** Conjunto de productos publicitarios para promocionar una estrategia, un proyecto, una marca, etc.

**Promo:** Mensaje de tipo comercial o institucional acerca de un bien, producto o campaña.

**Medio:** Empresa de comunicación (radio, impreso, tv, digital, publicidad exterior, etc.) que facilita la distribución o emisión de un mensaje.

**Estudios de medición de audiencia:** Estudios llevados a cabo por empresas de investigación de mercados que buscan conocer las audiencias de determinados programas o medios de comunicación, algunos que se encuentran en el mercado son: IBOPE, ECAR.

**Plan de Medios (Flow):** Distribución de Medios, cantidades y valores individuales recomendados para una campaña.

**CNTV:** Comisión Nacional de Televisión.

**Full Pantalla:** Logo de la empresa que aparece en toda la pantalla con locución y puede durar 5, 8 o 10 minutos.

**Patrocinio:** contribución que se efectúa para la emisión de uno o varios programas o secciones de éstos, que hayan sido producidos, o cuyos derechos de emisión han sido adquiridos.

**Promos:** mensaje de tipo comercial o institucional acerca de un bien, producto o campaña.

**Wipe:** Diseño característico que sirve de emblema a una empresa, marca, servicio o producto, sin referencia verbal o sonora y se emite ocupando un porcentaje de la pantalla a partir de los márgenes de la misma.

**Canje:** Acuerdo entre Telemedellín y un proveedor que busca una contraprestación entre las partes. Por lo general el proveedor facilita un producto o servicio y a cambio Telemedellín emite pauta publicitaria de la marca en su programación.

**PNC:** Producto No Conforme.

**Producto no Conforme:** Para este procedimiento se define como producto no conforme, la omisión de la pauta contratada por un cliente.

1. **GENERALIDADES**

Para la correcta prestación de los servicios ofrecidos por la Agencia TM de Telemedellín, entre los que se encuentran: el diseño y ejecución estrategias de comunicación y planes de medios y, la emisión y publicación de pauta, se deben considerar acciones que se llevan a cabo inclusive antes de que Telemedellín sea contratado como proveedor para satisfacer la necesidad de este tipo de servicios.

Entre estas acciones se encuentran entre otras, identificación de potenciales clientes, presentación de portafolio y servicios prestados por la Agencia TM de Telemedellín, encuentros con medios de comunicación y proveedores para conocer precios del mercado y formatos publicitarios; adicionalmente se valoran las mediciones de audiencias de los diferentes medios y el reconocimiento de estos en el mercado.

Posterior a ello, a través de la celebración de contratos y/o convenios interadministrativos o contratos privados, se logra generar el vínculo entre cliente y proveedor (Telemedellín), por lo tanto, en los documentos previos y en esta convención le corresponde directamente a la Agencia TM, llevar a cabo el desarrollo de las actividades conforme a los parámetros de las especificaciones técnicas bajo las cuales se ejecutará en debida forma el contrato celebrado. En esta relación, Telemedellín funge como proveedor de sus clientes/contratantes.

Cuando alguno de los servicios requeridos por los clientes, no pueda satisfacerse directamente por el equipo de trabajo de la Agencia TM u otros integrantes de las dependencias del canal Telemedellín, se activa la vinculación entre Telemedellín y sus proveedores para lo cual, se siguen los lineamientos establecidos en el manual de contratación vigente; en este caso Telemedellín tendrá la figura de contratante y sus proveedores serán quienes presten los servicios requeridos por la Agencia de conformidad a la Orden de Pedido (OP) generada por el cliente de Telemedellín y éste a su vez, expide una orden de servicio para la ejecución de lo requerido, usando la plataforma de control administrativo para efectuar el seguimiento desde su ordenación hasta su pago.

En tanto, ya que los clientes de Telemedellín pueden solicitar cualquiera de los servicios mencionados (diseño, ejecución y seguimiento de estrategias de comunicación y planes de medios y, emisión y publicación de pauta) que hacen parte del presente proceso, a continuación, se presentan los procedimientos a seguir por cada tipo de solicitud, teniendo en cuenta las particularidades de cada uno, así:

**6.1. Diseño y ejecución estrategias de comunicación:**

* + 1. **Procedimiento Diseño y ejecución estrategias de comunicación:**

| **Ítem** | **Descripción de actividades** | **Responsable** | **Registro** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Presentar portafolio de servicios y tarifas comerciales a los clientes potenciales. | Director Agencia TM  Coordinación de Estrategias de Comunicación | N.A. |
| 2 | Recibir la solicitud de cotización del servicio y elaborarla de acuerdo con las necesidades y requerimientos del cliente.  Si la propuesta es aprobada continúa en la siguiente actividad, de lo contrario finaliza el procedimiento. | Director Agencia TM  Coordinación de Estrategias de Comunicación | Propuesta técnico económica |
| 3 | Recibir legalización de la oferta del servicio y tramitar las actividades necesarias para iniciar con la prestación del servicio. | Director Agencia TM  Secretaría General | Contrato |
| 4 | Realizar solicitudes de compra al Comité de contratación y elaborar la solicitud de disponibilidad y compromiso. Ver procedimientos  PR-AF-CA-03 Gestión para las facturas de compra,  PR-AF-GF-01 Elaboración, ejecución y seguimiento del presupuesto,  PR-GJ-CO-01 contratación de bienes y servicios. | Director Agencia TM  Coordinación Administrativa  Ejecutivo de cuenta  Auxiliar Administrativa | FT-GJ-CO-15 Comité de contratación  FT-AF-GF-04 Solicitud de disponibilidad y compromiso |
| 5 | Recibir orden de pedido (OP) completamente diligenciada con las instrucciones por parte del cliente e información relacionada con la necesidad a satisfacer conforme al alcance del objeto del contrato celebrado. | Ejecutivo de cuenta | FT-GN-NE-11 Orden de pedido  OP generada por el cliente (externo) |
| 6 | Se coordina con el equipo de trabajo para definir fechas de entrega, funciones y tareas. | Director Agencia TM  Coordinación Estrategias de comunicación  Ejecutivo de cuenta  Proveedor | Comunicaciones vía correo electrónico |
| 7 | Realizar o contratar el trabajo solicitado, el cual, puede consistir en: Conceptos, diseños, producción de terceros, planes de medios, actividades ATL y BTL  En caso de que el servicio no pueda ser prestado directamente por los integrantes de la Agencia TM, se activará el procedimiento PR-GJ-CO-01 de contratación, así:  Realizar solicitud de compra al Comité de contratación y elaborar la solicitud de disponibilidad y compromiso.  Ver procedimientos  MA-GJ-CO-02 Manual de Contratación. | Coordinación Estrategias de comunicación  Ejecutivo de Cuentas  Coordinador de Medios  Proveedor | Correo electrónico (Aprobación del cliente)  Presentación de producto terminado.  Solicitud de Comité |
| **8** | Presentar al cliente el servicio requerido para su revisión y aprobación. | Cliente.  Ejecutivo de Cuentas  Coordinación Estrategias de comunicación.  Coordinación de Medios.  Proveedor. | Documento de aprobación, puede ser acta de reunión o correo electrónico |
| **9** | Realizar certificado para facturación por medio de la plataforma administrativa en el módulo de Facturación – Crear certificación.  Para el paso detallado ver procedimiento:  PR-AF-AD-04 Gestión para la facturación y cartera | Ejecutivo de Cuentas.  Coordinación Estrategias de comunicación.  Coordinación de Medios.  Coordinación administrativa. | FT-AF-GF-28 Certificación para facturación |
| **10** | Realizar evaluación de la prestación del servicio al finalizar el contrato. | Todos | Encuesta de satisfacción al cliente |

* 1. **Diseño, ejecución y seguimiento de planes de medios**
     1. **Procedimiento diseño, ejecución y seguimiento de planes de medios:**

| **Ítem** | **Descripción de actividades** | **Responsable** | **Registro** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | Analizar estudios de consumos de medios, métricas e información suministrada por los medios, identificando los más reconocidos por los ciudadanos y mejor posicionados para ser socializados con el equipo de trabajo. | Director Agencia TM  Coordinación de medios. | N.A. |
| **2** | Solicitar tarifas comerciales a los medios, evaluar incrementos. Revisar nuevos formatos de pauta que se ofrezcan. | Coordinación de Medios | N.A. |
| **3** | Solicitar a los medios incentivos por volumen de compra. | Coordinación de Medios y auxiliares administrativos. | Certificados de incentivos |
| **4** | Elaborar y presentar propuesta técnico-económica a los clientes.  ¿La propuesta es aprobada?  **Si:** Continúa en la actividad 5.  **No:** Finaliza el procedimiento. | Director Agencia TM  Coordinación de medios  Ejecutivos de cuenta. | Propuesta técnico económica |
| **5** | Recibir legalización de la oferta del servicio y tramitar las actividades necesarias para iniciar con la prestación del servicio. | Director Agencia TM  Secretaría General | Contrato |
| **6** | **Recibir Orden de Pedido por parte del cliente.**  El cliente envía la solicitud de plan de medios a Telemedellín en la cual podrá especificarse como se requiere el servicio:  \*Telemedellín debe diseñar el plan de medios de acuerdo a la solicitud del cliente y la información que suministre (Objetivo de campaña, presupuesto, piezas disponibles, publico objetivo) y se envía para su revisión y aprobación.  \*El cliente define los medios y las inversiones para el plan de medios, Telemedellín con el formato realiza la respectiva distribución.  \* El cliente envía plan de medios que debe ejecutarse | Coordinación de Medios  Ejecutivos de Cuentas | FT-GN-NE-11 Orden de pedido  Correo electrónico (Aprobación del cliente) |
| **7** | Telemedellín enviará plan de medios al cliente para su aprobación, en los casos en que el cliente no haga envío del plan. | Coordinación de Medios  Ejecutivos de cuenta | FT-MC-GM-13 Plan de medios  Correo electrónico (Aprobación del cliente) |
| **8** | **Realizar solicitudes de compra al Comité de contratación y elaborar la solicitud de disponibilidad y compromiso**.  Ver procedimientos  PR-AF-GF-05 Gestión para las facturas de compra, PR-AF-GF-01 Elaboración, ejecución y seguimiento del presupuesto  MA-GJ-CO-02 Manual de Contratación  En caso de tenerse contratos bolsa con los medios, el ejecutivo de cuenta deberá validar con la Coordinación de medios que el recurso no se tenga proyectado para otro plan de medios. | Director Agencia TM  Coordinación de Medios  Coordinación Administrativa  Ejecutivo de cuenta  Auxiliar Administrativa | FT-GJ-CO-15 Comité de contratación  FT-AF-GF-04 Solicitud de disponibilidad y compromiso |
| **9** | **Diseñar el material publicitario o solicitarlo al cliente**  **Si el material publicitario es diseñado por la agencia, se procede a:**  Determinar e identificar los requisitos de diseño del cliente.  Elaborar y presentar propuesta de diseño y enviar al cliente para su aprobación.  Si el producto es un promo, se debe informar a Gestión de Contenidos y Gestión de Producción para que identifiquen las necesidades del cliente, luego se procede de acuerdo al procedimiento PR-GO-PD-01 Realización de productos audiovisuales.  Si el producto es una cuña se envía a un estudio de grabación, si es un impreso el Diseñador Gráfico realiza los artes finales en formato de diseño.  **Si el material publicitario es enviado por el cliente se procede a:**  Recibir y organizar el material, luego se envía a los medios. | Coordinación  Estrategias de comunicación  Director de Contenidos y Distribución  Director de producción  Diseñador gráfico  Asistente Administrativa | Correo electrónico (Aprobación del cliente) |
| **10** | Elaborar las órdenes de servicio y enviar junto con el material publicitario.  Las órdenes de servicio se elaboran mediante la plataforma administrativa, quedando registradas en el formato estado de cuenta del cliente. | Coordinación de Medios  Ejecutivo de cuenta | FT-GN-NE-05 Orden de servicio  Estado de cuenta del cliente (Exportado de la plataforma) |
| **11** | Realizar un seguimiento a la ejecución del plan de medios de forma aleatoria en los contratos más representativos.  Ver Circular de facturación | Coordinación de Medios  Ejecutivo de cuenta | Soportes de pauta o de publicación |
| **12** | Recibir facturas con los documentos requeridos (paz y salvo de parafiscales, certificados de pauta, orden de servicio) y aprobarlas de acuerdo al procedimiento PR-AF-AD-04 Gestión para la facturación y cartera. | Coordinación de Medios  Ejecutivo de cuenta  Coordinación Administrativa | Certificados de pauta |
| **13** | Registrar la aprobación de la factura en la plataforma y elaborar el informe de seguimiento de supervisión. | Equipo de supervisión de la Agencia TM | Informe de seguimiento de supervisión. |
| **14** | Elaborar y presentar informes de la ejecución del plan de medios, cuando es requerido por el cliente. | Coordinación de Medios | Informes |
| **15** | Evaluar la prestación del servicio al finalizar el contrato | Coordinación de Calidad | Encuesta de satisfacción del cliente |

* 1. **Emisión y publicación de pauta**
     1. **Condiciones generales:**
* La venta de servicios de pauta se realiza teniendo en cuenta el tarifario de pauta o cotización aprobada.
* Las pautas emitidas están normalizadas bajo el acuerdo 024-97 CNTV y las posibilidades satelitales.
* La Coordinación de comercialización decidirá que clientes nuevos deberán pagar por anticipado el valor de la pauta, esto debido a que no se tiene un historial de pago de estos clientes.
* La facturación se hace posterior a la emisión de la pauta o por anticipado, cuando el cliente lo solicita.
* Diligenciar los formatos de autorización general para consulta en las centrales de riesgos.
* Telemedellín concede un plazo máximo de 30 días calendario para el pago de las facturas.
* Las Agencias se descontarán un incentivo del 15% sobre la pauta ordenada, en el momento en que envíen la orden de pauta a Telemedellín está deberá llegar con el valor de la pauta menos el incentivo
* Las Comercializadoras se descontarán un incentivo de agencia del 15% sobre el valor inicial de la pauta, sobre el valor resultante se descontará un 12% adicional correspondiente a incentivo comercializadora, en el momento en que envíen la orden de pauta a Telemedellín esta deberá llegar con el valor de la pauta menos el valor de los incentivos.
* Para el caso de presentarse un producto no conforme, se tienen estipuladas unas actividades adicionales al final del numeral 6, en las cuales se definen como se debe proceder en el momento de presentarse este evento.
  + 1. **Procedimiento emisión y publicación de pauta:**

| **Ítem** | **Descripción de actividades** | **Responsable** | **Registro** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Propuestas de mercadeo**  Identificar las posibilidades de comercialización de los activos de Telemedellín (pautas, patrocinios de programas, transmisiones especiales, publicaciones en redes sociales, sitio web, aplicación móvil y emisora de radio). | Director Agencia TM  Coordinación comercial  Ejecutivo comercial | N.A. |
| **2** | **Estructuración de estrategias**  Definir y estructurar las estrategias, propuestas comerciales y tarifario general de pauta. Además, se definen y estandarizan las tarifas de los incentivos para las comercializadoras y las centrales de medios. | Director Agencia TM  Coordinación comercial  Ejecutivo comercial | Carta (Propuesta comercial)  Tarifario anual de pauta |
| **3** | **Levantamiento de base de datos**  Identificar y definir los clientes y almacenarlos en la base de datos de clientes existentes. | Director Agencia TM  Coordinación comercial  Ejecutivo comercial  Asistente de comercial | FT-MC-GM-03 – Ventas de Pauta |
| **4** | **Presentación de propuestas comerciales**  Enviar la propuesta comercial y/o el tarifario al cliente. En caso de ser necesario se debe visitar al cliente para presentarle los servicios que va a adquirir. | Director Agencia TM  Coordinación comercial  Ejecutivo comercial | Propuesta comercial enviada |
| **5** | **Seguimiento a clientes**  Realizar seguimiento a las propuestas comerciales enviadas, a través de llamadas telefónicas, correo electrónico o visitas, y hacer los ajustes necesarios solicitados por el cliente. | Coordinación comercial  Ejecutivo de comercial | Correo electrónico |
| **6** | **Aprobación del cliente**  Recibir la aprobación de la propuesta a través de un documento que la oficialice.  **Nota 1:** Para la creación del cliente en el software Ofimática, el cliente debe adjuntar:  \*RUT  \*Cámara de Comercio  \*Formato de solicitud apertura de clientes  \*Autorización general **(si va a realizar el pago anticipado no es requerido este formato)**  **Nota 2:** Los ejecutivos comerciales deben diligenciar el FT-MC-GM-05 - Orden de pauta, aún si el cliente envíe una orden de pauta o un documento soporte con la información necesaria para realizar la pauta. | Coordinación comercial  Ejecutivo comercial | Correo electrónico  FT-MC-GM-05 - Orden de pauta  FT-AF-GF-39 – Solicitud apertura de clientes  Contrato u orden del cliente  RUT  Cámara de Comercio  Carta de Referencias Comerciales |
| **7** | **Gestión de piezas de pauta**  Recibir las piezas requeridas para la pauta y/o realizar las que se acordaron con el cliente.  Las piezas de pauta pueden ser recibidas en medios virtuales o físicos. Los formatos de video deben pasarse a un formato requerido por programación para ser emitido.   * **Cumple con las especificaciones técnicas:**   Se procede a relacionar en el formato de emisión de pauta FT-MC-GM-05 para ser entregado a contenidos.   * **No cumple con las especificaciones técnicas:**   Se procede a comunicarse al instante con el cliente y solicitarle que el material cumpla con los requisitos técnicos del Canal. | Ejecutivo comercial  Asistente de comercial | FT-MC-GM-26 - Programación interna de pauta promos. |
| **8** | **Gestión de wipes**  Gestionar la realización de patrocinios o wipes. De acuerdo a las negociaciones llevadas a cabo, la entidad podrá bonificar la grabación de la voz en off de la pieza para ser emitida en alguna de las plataformas de Telemedellín con alguno de los presentadores del canal o hacerse la animación básica de alguna pieza. | Asistente de comercial | N.A. |
| **9** | **Coordinación de pauta**  Gestionar con los asistentes de programación la carga de la pauta a los servidores. | Asistente de comercialización  Asistente de Programación | N.A. |
| **10** | Coordinar la publicación de pauta en las plataformas digitales de Telemedellín y en la emisora de radio.  Gestionar con la Coordinación digital de Telemedellín la publicación de pauta a través de diferentes formatos en el sitio web, cuentas de redes sociales y aplicación TM+.  En caso de requerirse pauta en la emisora, deberá gestionarse con el operador de radio. | Asistente de comercialización  Coordinación digital Telemedellín  Operador de radio. | Correo electrónico |
| **11** | **Informe de emisión de pauta**  Realizar memorando de emisión de pauta de acuerdo a FT-MC-GM-05 - Orden de pauta o la información enviada por el cliente y entregar en Programación junto con el material para su revisión. Se debe archivar una copia del memorando para su posterior facturación. | Asistente de comercialización  Ejecutivos comerciales | FG-AF-AC-05 - Memorando (emisión de pauta) |
| **12** | **Emisión de pauta**  Emitir la pauta de acuerdo al PR-GO-PD-01 Realización de productos audiovisuales. | N.A. | Carpeta control de órdenes. |
| **13** | **Verificar emisión de pauta**  Revisar en IBOPE o en el play list la emisión de la pauta y elaborar carta de certificación de emisión de pauta, si el cliente la solicita. | Asistente de comercialización | Carta de certificación de emisión pauta.  Correo electrónico. |
| **14** | **Facturación de pauta emitida**  Elaborar certificado para la facturación y junto con la orden de emisión de pauta entregar en Gestión Administrativa y financiera para la realización de la factura (ver procedimiento PR-AF-CA-03 Elaboración de la facturación). | Asistente de comercialización | FT-AF-GF-28 - Certificado para la facturación |
| **15** | **Gestión cartera**  Apoyar la gestión de cartera a la dependencia de Tesorería. Ver procedimiento PR-AF-CA-02 Gestión de Tesorería. | Ejecutivo comercial  Técnico Administrativo | N.A. |
| **16** | **Análisis de ventas**  Realizar seguimiento al comportamiento de las ventas y audiencia. | N.A. | Ficha técnica indicadores  FT-MC-GM-03 Ventas de Pauta |
| **17** | **Liquidación de comisiones**  Liquidar las comisiones a los ejecutivos comerciales de acuerdo al recaudo de cartera.  Los días 5 o el día hábil siguiente de cada mes se solicita un informe de recaudo al Auxiliar de Caja; luego se identifican los clientes que realizaron pagos para así poder liquidar las comisiones de los ejecutivos comerciales.  El informe de estas fechas, presentan el recaudo de la quincena anterior a la presentación de este informe. | Director Agencia TM  Coordinación comercial  Asistente comercial | Liquidación de incentivos  Informe de Recaudo |
| **18** | **Informe de ventas**  Realizar mensualmente informe de ventas y presentar a la dirección de Relaciones Corporativas | Asistente comercial | FT-MC-GM-25 Informe de ventas |

1. **Producto no conforme para Diseño y ejecución estrategias de comunicación, Diseño, ejecución y seguimiento de planes de medios y Emisión y Publicación de Pauta**

Si bien el producto no conforme se presenta en el momento que se da un error ya sea humano o técnico que afecte la entrega a satisfacción del bien y/o servicio requerido por los clientes de la Agencia TM, a través de la actualización del presente proceso se pretenden incorporar estrategias mediante las cuales se haga más eficiente el proceso en general, es por ello que, en concordancia con los importantes cambios de norma ISO 9001 2015, donde el más destacado es la incorporación de la gestión del riesgo o el enfoque basado en riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad, puesto que, aunque es una técnica normalmente aplicada en las organizaciones hasta el momento del cambio no estaba alineada con el Sistema de Gestión de la Calidad, lo cual, implica que el tratamiento del PNC se hará desde la fase precontractual o de planeación de los contratos que materializaran las necesidades de los clientes.

La Gestión de Riesgos cada día se consolida más como un elemento indisociable de la calidad, de hecho, se entiende que en una adecuada gestión de los riesgos es imposible poder garantizar los estándares de calidad que la norma ISO establece. Como resumen, la tendencia es a que para una debida homologación de la calidad de una empresa conforme a la norma ISO 9001/2015, se hace imprescindible una correcta gestión de los riesgos de esa empresa, en este caso los que la Agencia TM ofrece a sus clientes a través de los servicios que ofrece.

En consecuencia, dado que los riesgos de contratación de empresas que prestan servicios a una organización en este caso, Telemedellín como prestadora de servicios propios y tercerizados a sus clientes, desde la fase de planeación del proceso de contratación se pueden establecer en la Matriz de Riesgos la posible existencia de un producto no conforme y por ello se engloban en el área de riesgos operativos.

En tal sentido, para la etapa de ejecución del contrato se valorará por parte del encargado desde el rol técnico en la proyección del documento Matriz de Riesgos la inclusión de alguno(s) de los riesgos, tratamientos, valoración y demás, que se proponen en el anexo correspondiente.

1. **DOCUMENTOS DE REFERENCIA:**

PR-GN-NE-01Diseño, ejecución y seguimiento del plan de medios

PR-GJ-CO-01 contratación de bienes y servicios.

Tarifas comerciales entidades descentralizadas

Tarifas comerciales entidades privadas

Tarifas comerciales socios

PR-AF-GF-05 Gestión para las facturas de compra

PR-AF-GF-01 Elaboración, ejecución y seguimiento del presupuesto

MA-GJ-CO-02 Manual de Contratación.

PR-AF-AD-04 Gestión para la facturación y cartera

Ver Circular de facturación

PR-AF-CA-02 Gestión de Tesorería.

PR-GO-PD-01 Realización de productos audiovisuales

1. **CAMBIOS**

En el presente documento se integran los procesos PR-GN-NE-01, PR-GN-NE-02 y PR-MC-GM-01.

|  |  |
| --- | --- |
| **Elaboró:** Andrés Julián Pulgarín  Laura Arango  Juan Upegui | **Aprobó:** Mónica María Parra Grisales |
| **Cargo:** Coordinador de Calidad  Profesional Jurídica  Coordinador Central de Medios | **Cargo:** Directora Agencia y Central de Medios |
| **Fecha:** 31/07/2023 | **Fecha:** 31/07/2023 |