



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

1 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

INDICE

1. OBJETO.-
2. ALCANCE.-
3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA.-
4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS.-
5. RESPONSABLES.-
6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.-
7. REGISTROS.-
8. ANEXOS.-
9. CUADRO DE CAMBIOS.-



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

2 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

1. OBJETO.-

Prestar servicios de publicidad que satisfagan los requerimientos y expectativas del cliente, ya sean personas naturales, jurídicas, privadas o públicas.

2. ALCANCE.-

Este procedimiento se aplicará desde la oferta de paquetes publicitarios hasta el cumplimiento de la prestación del servicio de publicidad.

3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA.-

Se emplea los siguientes documentos de referencia:

- Ley N° 1178 de 20 de julio de 1990, de Administración y Control Gubernamentales;
- Decreto Supremo N° 0078 de 15 de abril de 2009, creación de la Empresa Estatal de Televisión Bolivia TV como Empresa Pública Nacional Estratégica – EPNE;
- Resolución Suprema N° 217055 del 20 de mayo de 1997, Normas Básicas del Sistema de Organización Administrativa;
- Resolución de Directorio N° 004 de 04 de septiembre de 2009, Reglamento Específico del Sistema de Organización Administrativa de BOLIVIA TV;
- Resolución Administrativa N° 061/2009 de 18 de Noviembre de 2009, Reglamento Interno para la Prestación de Servicios en la Empresa Estatal de Televisión BOLIVIA TV.

4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS.-

- **Prestación de servicios por concepto de publicidad.-** Espacio de televisión otorgado en alguna de sus formas y según las modalidades identificadas en el presente documento, a personas naturales o jurídicas ya sean estas privadas o públicas, suscritas mediante contrato, en su totalidad.

TIPOS DE PUBLICIDAD.-

- **Difusión de spots publicitarios.-** Un spot es un mensaje televisivo destinado a dar a conocer un producto, suceso o similar al público.



**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

• **Cartón de auspicio.-** Presentación de logotipo del cliente que llena toda la pantalla auspiciando el programa y/o algún sector, esta presentación en general es de inicio y cierre del programa. Inclusión del logotipo del cliente al comienzo y al final de un programa o en un momento determinado en televisión. Puede presentarse de dos maneras:

- a) Presencia directa del logotipo del anunciante con o sin locución, con y sin efecto de sonido de imagen.
- b) Presencia de logotipo madre para dar paso a un segundo logotipo, con o sin locución y sin efectos de sonido o imagen.

• **Emisión de banners.-** Se refiere a la pieza creativa conocida también como pie de pantalla o zócalo que puede ser de dos tipos:

- i. Estático.- Aquel que contiene una imagen grafica fija sin movimiento.
- ii. Dinámico.- Aquel que contiene animación, es decir grafica en movimiento.

Ambas opciones pueden contener apoyo de audio en calidad de efecto. No puede ir locución en off. Con una proporción máxima debe ser de 720 x120 (formato TGA con alpha chanez) pixeles ocupando máximo un 25% de la pantalla, y una duración aproximada de 12 segundos.

• **Generador de Caracteres.-** Emisión de una descarga de caracteres alfanuméricos (letras y números) por la parte inferior de la pantalla conteniendo un mensaje o un pedido.

• **Menciones.-** Frase comunicada a través de un texto, difundida por el presentador o locutor. Pueden ser de dos tipos:

- a) Voz en off.- Aplicables a la técnica de la voz con locutor tras pantalla
- b) Mención en pantalla.- Aquella frase comunicada través de la lectura de un texto o la fase memorizada frente a las cámaras.

• **Presentación de logotipo en pantalla.-** Material digital visual, que puede ir de manera estática o en movimiento. Puede venir acompañada la grafica con un efecto de sonido.

• **Presentación de logo en escenografía.-** Inclusión del logotipo del anunciador dentro del programa. Puede presentarse de dos maneras:

- a) En físico construído y presentado en pantallas.
- b) En digital a través de una inserción en pantalla o fondo a través del efecto alpha chanez.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

Páginas:

4 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

- **Avance en logo de auspicio.**-Este logotipo tiene la particularidad de destacarse como producto, al tener la fortaleza de contar con una alta frecuencia de emisión ya que acompaña los avances de las películas, novelas, o programas en general, con un cartón de auspicio.
- **Corte anti zapping.**- Pieza publicitaria: mini spot. Tiene la característica de aparecer instantáneamente entre el cierre del segmento y el inicio de la tanda publicitaria.
- **Entrevista comercial y de promoción.**- Conversación escueta sobre algún tema en particular con la ida y vuelta de la pregunta respuesta con y sin apoyo de imágenes tanto en estudio, exteriores o locaciones.
- **Publirreportaje.**- reportaje publicitario comercial.
- **Concurso.**- Recurso participativo entre el público y el medio (programa) donde la audiencia es premiada por su participación. Aplicando a shows revistas, programas interactivos.
- **Degustación.**- Exhibición del producto, alimentos o bebidas, dentro del programa televisivo. Puede ser:
 - a) Simple cuando solo participa el conductor.
 - b) Combinada cuando participa conductor y televidente.
- **Sorteo.**- herramienta de apoyo, sobre todo para shows en vivo, finalizaciones de campaña y otros. Puede ser comercializado, suelto y/o como paquete.
- **Exhibición de productos.**- presentación física del producto anunciado en un exhibidor. Puede contar con voz en off y logotipo y/o banner en pantalla.
- **Pauta comercial.**- Se conoce como pauta comercial al conjunto de espacios de publicidad que se selecciona durante un periodo de tiempo en coordinación con el cliente.
- **Pauta técnica.**- Se conoce como pauta técnica al conjunto de espacios que comprende toda la parrilla de programación de BOLIVIA TV.

5. RESPONSABLES.-

1. El (la) Gerente de Marketing y Ventas es responsable de:

- a. Coordinar la elaboración de la normativa que regule la prestación de servicios de publicidad.
- b. Aprobar las Órdenes de Publicidad (OP).
- c. Diseñar sistemas de control y reportes de ventas.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

5 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

- d. Promover contactos a nivel ejecutivo para el establecimiento de alianzas comerciales estratégicas.

2. El (la) Jefe(a) de Ventas es responsable de:

- a. Actualizar permanentemente el registro de ventas de las Órdenes de Publicidad (OP) de cada una de los (las) Ejecutivos(as) de Venta.
- b. Analizar y controlar semanal y mensualmente las metas de ventas establecidas.
- c. Elaborar, controlar y actualizar mensualmente la “Cartera de Clientes de BOLIVIA TV.
- d. Acompañar y promover entre los ejecutivos de venta el contacto con nuevos clientes con propuestas de ventas y auspicios
- e. Elaborar los Paquetes Publicitarios por Programa y/o Eventos Especiales.
- f. Administrar las Ordenes de Publicidad correlativos hasta la asignación a los (las) Ejecutivos(as) de Venta.
- g. Revisar, autorizar y firmar el detalle de pases y las Órdenes de Publicidad (OP) respectivamente.
- h. Gestionar las solicitudes de modificación o suspensión del servicio de publicidad por el cliente.
- i. Autorizar las modificaciones y cambios en las Órdenes de Publicidad (OP).
- j. Remitir las Órdenes de Publicidad (OP) al Responsable Administrativo Comercial de GMV para su registro, distribución y archivo.
- k. Hacer el seguimiento respectivo hasta el cierre del proceso de prestación de servicio por concepto de publicidad.
- l. Instruir al Ejecutivo de Venta respectivo para la negociación de las omisiones del servicio prestado.

3. El (la) Ejecutivo(a) de Ventas es responsable de:

- a. Elaborar y mantener contacto permanente con su cartera de clientes, con el objetivo de conocer y viabilizar sus demandas, así como ofertar los paquetes comerciales de BOLIVIA TV.
- b. Negociar con los clientes y los agentes publicitarios la oferta de publicidad de BOLIVIA TV, considerando programación y tarifarios establecidos.
- c. Elaborar oportunamente el detalle de pases (donde se considera la cotización de los servicios publicitarios) y viabilizar la autorización y firma del Jefe de Ventas.
- d. Elaborar y verificar que las O.P se encuentren correctamente llenadas con la información del cliente y según tarifario y normativa vigente.
- e. Gestionar y viabilizar la firma del cliente en la Orden de Publicidad (OP).
- f. Remitir la Orden de Publicidad (OP) al Jefe de Ventas para su aprobación y consideraciones respectivas.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

6 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

- g. Recibir del cliente y garantizar que los materiales (spot, banners, menciones, etc.) se encuentre en el canal para la emisión de acuerdo a la Orden de Publicidad.
- h. Elevar la nota respectiva y derivar el material necesario al área correspondiente para su emisión, en el caso de otros servicios publicitarios.
- i. Negociar con los clientes las omisiones según la verificación de la Orden de Publicidad (OP).
- j. Elaborar y presentar un informe mensual de las ventas realizadas a la Jefa de Ventas. Dicho informe deberá detallar el número de ventas realizadas, es decir cuantificado en la cantidad de pases vendidos.
- k. Elaborar los kárdex de los clientes.

4. El (la) Encargado(a) de Pauteo es responsable de:

- a. Elaborar la Pauta Comercial en base al detalle de pases remitidas por los (las) Ejecutivos de Venta.
- b. Incorporar en la Pauta Comercial los cambios en los spots y/o en el calendario de difusión, que han sido solicitados por los clientes.
- c. Coordinar y entregar la Pauta Comercial al Responsable de Programas para la elaboración de la Pauta Técnica.
- d. Recepcionar y entregar los spots publicitarios de los (las) Ejecutivos de Venta al área correspondiente.
- e. Verificar la Orden de Publicidad (OP) según la pauta técnica.
- f. Informará al Jefe de Ventas. las omisiones que se generen, cuando el cliente así lo requiera o según las características del mismo.
- g. Remitir el informe de omisiones al Jefe de Ventas para que instruya la negociación respectiva.
- h. Elaborar las certificaciones de publicidad, una vez culminada la pauta.
- i. Realizar el cruce semanal con la pauta comercial y con los reportes externos de monitoreo con el objetivo de verificar que no se emita publicidad sin O.P.

5. El (la) Responsable Administrativo(a) Comercial de GMV es responsable de:

- a. Entregar la copia de Orden de Publicidad (OP) a la Jefatura Financiera y al Encargado de pauteo para el Proceso de Cobro.
- b. Archivar y custodiar los respaldos de las Órdenes de Publicidad (OP).
- c. Cuidar que los documentos de respaldo de la prestación de servicios se encuentren adecuadamente archivados y ordenados en el archivo general.
- d. Verificar que el documento externo remitido por el cliente, se encuentre acorde a la Orden de Publicidad (OP).
- e. Codificará la Orden de Publicidad de acuerdo al plan de ventas y registrará en la base de datos respectiva.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

7 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

6. El Encargado de Programas es responsable de:

- a. Elaborar la Pauta Técnica adjuntando el material necesario.
- b. Remitir la pauta técnica al Editor Comercial.
- c. Remitir la pauta técnica corregida al (la) Encargada(o) de Pauteo.

7. El Editor Comercial es responsable de:

- a. Recepcionar los spot publicitarios, banners y menciones.
- b. Recepcionar la Pauta Técnica y elaborar las tortas publicitarias para la parrilla de programación de BOLIVIA TV.
- c. Remitir al VCR la torta publicitaria grabada para su difusión
- d. Editar los Spots publicitarios y regular el tiempo de cada Spot verificando con la Orden de publicidad, previa autorización del Ejecutivo de Ventas.
- e. Recepcionar e ingresar los Spots de último momento en coordinación con el (la) Jefe de Ventas y el (la) Encargado de Pauteo.

8. El VCR es responsable de:

- a. Recepcionar la torta publicitaria y emitir conforme a lo programado en la Pauta Técnica.
- b. Llenar diariamente la Bitácora de la programación de BOLIVIA TV.
- c. Corregir la Pauta Técnica una vez concluido cada turno del VCR y remitir al Responsable de Programación todas las observaciones pertinentes.

9. El Responsable de Promoción es responsable de:

- a. Recepcionar el material gráfico necesario (logos y audio) para la emisión del servicio de publicidad.
- b. Adecuar y/o diseñar el material a ser emitido.
- c. Instruir al Generador de Caracteres y/o sonidista la emisión del servicio de publicidad.
- d. Elaborar artes por programa y eventos especiales.
- e. Elaborar el tarifario mensual.

10. El (la) productor(a) dependiente de BOLIVIA TV es responsable de:

- a. Recepcionar del Ejecutivo de Ventas el material publicitario necesario (productos u otros de similar naturaleza) para la presentación, degustación o emisión del servicio publicitario.

11. El Director de la Dirección Jurídica Nacional es responsable de:

- a. Recepcionar los documentos externos provenientes del cliente.
- b. Revisar la información de los documentos externos del cliente, de manera que no afecte los intereses de BOLIVIA TV.
- c. Solicitar la información necesaria a Gerencia de Marketing y Ventas para la verificación de la documentación externa del cliente.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

8 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

- d. Viabilizar la firma respectiva del (la) Gerente General de BOLIVIA TV en los contratos legales u otros documentos elaborados por el cliente.

6. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES.-

6.1. Política de operación.-

- I. Viabilizar y agilizar la prestación del servicio publicitario a través de la emisión, en alguna de sus formas de los servicios publicitarios, de forma ágil y eficiente.
- II. Optimizar la capacidad instalada de la parrilla de programación y ampliar la cartera de clientes.
- III. Generar recursos específicos para la sostenibilidad económica de BOLIVIA TV.

6.2. Descripción.-

El proceso de prestación de servicios de Publicidad, sigue las siguientes actividades:

1. Durante el proceso de venta de servicios publicitarios se presentan dos casos en particular; el primero donde el Cliente (Público/Privado) solicita la cotización de un servicio publicitario a BOLIVIA TV o la Gerencia de Marketing y Ventas oferta diversos paquetes publicitarios.
2. Los (as) Ejecutivos(as) de Venta de la Gerencia de Marketing y Ventas de BOLIVIA TV, ofertarán paquetes de servicios publicitarios a personas naturales, jurídicas, consorcios y/o entidades públicas ya sea de la base de datos de clientes de BOLIVIA TV o buscará clientes potenciales.

Los (as) Ejecutivos(as) de Venta elaborarán el detalle de pases (**FORM-PSP-DPS-01**) donde se describe la cotización, acorde a los programas, horarios de emisión, tarifarios y normativa vigente.

3. El cliente analizará el detalle de pases (cotización) ofertada o solicitada según corresponda, con los cuales podrá decidir si acepta o no los servicios publicitarios de BOLIVIA TV. La oferta tiene una vigencia máxima de 30 días calendario.
4. Si el cliente acepta la oferta publicitaria, los(as) Ejecutivos(as) de Venta requerirán la asignación de la Orden de Publicidad original (OP) del (la) Jefe(a) de Ventas, quien es el (la) responsable de resguardar las Órdenes de Publicidad (OP) en orden correlativo.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

Páginas:

9 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

5. Los(as) Ejecutivos(as) de Venta llenarán la Orden de Publicidad (OP) donde registrarán los datos del cliente; como mínimo: Razón Social, Dirección, Teléfono, Fax, NIT, Nombre del Representante y Tipo de Empresa; asimismo ingresarán entre otros, la información acerca del número de pases vendidos, nombre del spot y/o campaña, fechas de emisión, días de emisión, duración y precio del paquete o precio segundo.

Los(as) Ejecutivos(as) de Venta deberán verificar la información del cliente (Privado/Público) y del servicio negociado, de manera de no provocar problemas durante el proceso.

6. Los (as) Ejecutivos(as) de Venta remitirán el detalle de pases manteniendo en este documento el número correlativo de la Orden de Publicidad (OP) al (la) Jefe(a) de Ventas para su revisión, autorización, firma y remisión al (la) Encargado(a) de Pauteo para la elaboración de la pauta comercial inmediatamente se genere.

Al mismo tiempo los (as) Ejecutivos(as) de Venta viabilizarán y gestionarán la firma del cliente en la Orden de Publicidad (OP), para garantizar el pago de la prestación del servicio por tanto la Orden de Publicidad visada por el cliente será remitida al (la) Jefe(a) de Ventas para su firma y remisión.

7. El (la) Jefe(a) de Ventas remitirá las copias de la Orden de Publicidad (OP) al (la) Responsable Administrativo(a) de GMV para su distribución de la siguiente manera; una copia a la Jefatura Financiera para iniciar el proceso de cobranzas, otra al (la) Encargado(a) de Pauteo para adjuntar al **FORM-PSP-DPS-01** y para su archivo respectivo y la ultima copia para el archivo general de Gerencia de Marketing y Ventas.

8. El (la) Responsable Administrativo(a) Comercial de GMV verificará que las Ordenes de Publicidad (OP) respondan a la solicitud de la Orden de Publicidad del Cliente cuando corresponda, verificará las firmas de la OP, codificará la OP de acuerdo al plan de ventas, viabilizará la firma del (la) Gerente de Marketing y Ventas y registrará la venta en su respectiva base de datos.

Posteriormente remitirá la Orden de Publicidad (OP) firmada, a la Jefatura Financiera mediante comunicación interna, por Ventanilla Única en un plazo máximo de 48 hrs.

9. En los casos en la que el cliente cuente con un proceso administrativo que considere Ordenes de Publicidad propias, Ordenes de Servicio de Publicidad, Adjudicación de Servicio de Publicidad y/o Contrato, la Gerencia de Marketing y Ventas bajo la coordinación de su Responsable Administrativo(a) Comercial se encargará de remitir la información requerida a



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

Páginas:

10 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

la Dirección Nacional Jurídica, mediante la verificación de la información del archivo general de Gerencia de Marketing y Ventas, adjuntando fotocopia simple de la Orden de Publicidad (OP) respectiva.

10. El Director(a) de la Dirección Jurídica Nacional revisará la documentación externa del cliente en base a la información de Gerencia de Marketing y Ventas, cuidando ante todo que no afecte los intereses de BOLIVIA TV, por tanto en el caso de demostrarse la conformidad respectiva, se gestionará y viabilizará la firma del (la) Gerente General de BOLIVIA TV, caso contrario será devuelto al cliente para que realice las correcciones pertinentes.

Toda documentación externa proveniente del cliente y firmada por Gerencia General, deberá ser remitida inmediatamente en fotocopia simple, a la Jefatura Financiera y Jefatura de Ventas para fines consiguientes.

11. El (la) Encargado(a) de Pauteo elaborará la Pauta Comercial según el detalle de pases emitida por el (la) Ejecutivo(a) de Venta, donde se detallará en que horarios se emitirá cada pase, el programa, el secundaje, fecha de inicio y la fecha de culminación; cada Pauta Comercial será remitida al Encargado de Programas vía mail inmediatamente se genere y en físico finalizando la tarde (Máximo hasta las 5 pm).

El (la) Encargado(a) de Pauteo recepcionará los spots publicitarios de los (las) Ejecutivos(as) de Venta o directamente del cliente, y remitirá al Editor Comercial para fines consiguientes.

12. Dentro del paquete publicitario concretado con el cliente, puede encontrarse diversas gamas de servicios publicitarios (tal es el caso de cartones de auspicio, emisión de banners, generador de caracteres, menciones, presentación de logotipos y otros que no correspondan a spots publicitarios) en estos casos el (la) Ejecutivo(a) de Venta deberá elaborar la nota respectiva al (la) Responsable de Promoción o al (la) Productor(a) según corresponda, el requerimiento de emisión de dichos servicios publicitarios.

Según las características del servicio publicitario el (la) Ejecutivo(a) de Venta deberá remitir inmediatamente a quien corresponda, el material publicitario necesario.

13. Según sea el caso el (la) Responsable de Promoción adecuará o diseñará el material gráfico a ser emitido, para inmediatamente remitirlo al (la) Generador(a) de Caracteres y/o al (la) Sonidista según corresponda.

De la misma manera el (la) productor(a) incluirá y/o presentará el material publicitario (productos u otros materiales de similar naturaleza) en el programa respectivo.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

11 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

14. El (la) Encargado(a) de Programas elaborará la Pauta Técnica e inmediatamente remitirá al (la) Editor(a) Comercial y al (la) VCR de turno respectivamente.
15. El (la) Editor(a) Comercial elaborará las tortas comerciales (cintas publicitarias/cassette), en base a la Pauta Técnica y al material publicitario (spots), a ser emitidas durante la programación de BOLIVIA TV.
16. El (la) VCR de turno difundirá las Tortas Comerciales durante la emisión de los programas, al mismo tiempo elaborará la bitácora correspondiente y procederá al seguimiento respectivo y modificación de la Pauta Técnica cuando se presente alguna alteración de la programación (tal es el caso cuando se presente una transmisión). Dichas alteraciones deberán ser notificadas al (la) Encargado(a) de Programas para elaborar las correcciones respectivas de la pauta técnica.
17. Finalizado el turno de cada VCR, el (la) Encargado(a) de Programas recogerá la Pauta Técnica emitida y verificará con la Bitácora respectiva las alteraciones en la programación. El (la) Encargado(a) de Programas remitirá la pauta técnica corregida al (la) Encargado(a) de Pauteo para el cierre del proceso, al día siguiente de finalizado el día.
18. El (la) Encargado(a) de Pauteo verificará la emisión de la publicidad con la Pauta Técnica y Comercial para certificar la conformidad de la prestación del servicio publicitario cuando corresponda.
19. En el caso que existan omisiones, el (la) Encargado(a) de pauteo informará al (la) Jefe(a) de Ventas las omisiones presentadas cuando corresponda.
20. El (la) Jefe(a) de Ventas instruirá al (la) Ejecutivo(a) de Venta respectivo, la negociación y conciliación de las omisiones de la Orden de Publicidad.

En el caso de que el cliente no acepte la negociación, el Responsable Administrativo Comercial de GMV elaborará y remitirá el informe de omisiones (**FOR-PSP-IOM-02**) con el descuento correspondiente a la Jefatura Financiera para la posterior facturación.

21. En el caso, cuando no existan omisiones, el (la) Encargado(a) de Pauteo elaborará y remitirá la Certificación de la Publicidad emitida (**FOR-PSP-CPB-03**) a la Jefatura Financiera mediante Ventanilla Única, en un plazo máximo de 7 días hábiles (culminada la pauta), para el inicio del respectivo cobro.

6.3. Plazos y exigencias.-



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

12 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

I. De los plazos.-

1. Para hacer alguna modificación, cambio o suspensión de los servicios publicitarios, el Ejecutivo de Ventas respectivo, deberá emitir una nota de solicitud de cambio, modificación o suspensión dirigida al (la) Jefa de Ventas vía e-mail, fax o por correspondencia regular hasta 24 horas antes de la programación acordada.
2. El detalle de pases (donde se detallan las cotizaciones de publicidad) tendrán una vigencia máxima de 30 días calendario.
3. Se tiene un plazo máximo de 7 días hábiles para la entrega de la Certificación Publicitaria y el informe de omisiones cuando corresponda, inmediatamente finalice la pauta.
4. Se tiene un plazo máximo de 1 día hábil para remitir a la Dirección Jurídica Nacional la documentación necesaria para la revisión del documento externo proveniente del cliente.
5. Se tiene un plazo máximo de 2 días hábiles para gestionar la firma de los documentos externos del cliente con el (la) Gerente General de BOLIVIA TV.

II. De las Exigencias.-

1. El costo de los servicios publicitarios se sujetará al tarifario del Reglamento Interno de Prestación de Servicios aprobado.
2. Los clientes son responsables de entregar los materiales necesarios para la prestación del servicio publicitario por BOLIVIA TV al respectivo Ejecutivo(a) de Ventas o al Encargado(a) de Pauteo inmediatamente se cierre la negociación con BOLIVIA TV.
3. En caso de que el cliente requiriera una copia por los servicios publicitarios prestados por BOLIVIA TV, deberá solicitarlo expresamente y señalarse en la Orden de Publicidad, lo que significará un costo adicional por cobrarse.
4. Todo documento externo del cliente deberá ser remitido a la Dirección Jurídica Nacional para el análisis y compulsas de la información respectiva.

La Gerencia de Marketing y Ventas deberá proporcionar la información necesaria a la Dirección Jurídica Nacional para la verificación de la documentación externa.



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

Páginas:

13 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

III. Documentos para Servicios Publicitarios:

1. Detalle de Pases (donde se describe la cotización) que contiene la programación, precio, tiempo, duración y monto total entre otros, el cual será elaborado por el (la) Ejecutivo(a) de Ventas.
2. Orden de Publicidad firmada por el cliente y el Jefe de Ventas.
 - a. Original 1: Cliente.
 - b. Copia 1: Responsable Administrativo Comercial de GMV. Para el archivo general
 - c. Copia 2: Jefatura Financiera. Para su consideración en el sistema de cobranzas.
 - d. Copia 3: Encargada de Pauteo. Para su consideración en el archivo de Órdenes de Publicidad.
3. Certificación de Publicidad, será elaborada por el (la) Encargado(a) de Pauteo.
 - a. Original 1: Jefatura Financiera. Para su consideración en el sistema de cobranzas.
 - b. Copia 1: Responsable Administrativo Comercial de GMV. Para el archivo general y cierre del proceso.

IV. Cartera de Clientes

1. El (la) Jefe(a) de Ventas de la Gerencia de Marketing y Ventas deberá desarrollar y elaborar la “Cartera de Clientes de BOLIVIA TV”.

La “Cartera de Clientes de BOLIVIA TV”, será actualizada permanentemente y con información general y específica comercial de cada cliente.

2. Las Ejecutivas de Ventas podrán generar su propia cartera de clientes, para seguimiento y control individual de su trabajo de ventas, debiendo transferir esta información a solicitud al (la) Jefa de Ventas para su consideración en la “Cartera de Clientes de BOLIVIA TV”.

V. Kárdex por Cliente:

1. El ejecutivo de ventas elaborará el kárdex por cliente, que contendrá la siguiente información:
 - Datos del cliente como ser Razón social, NIT, nombre del representante entre otros.
 - Registro de Ordenes de OP (Nº, Nombre de la campaña, fechas de difusión, monto y observaciones).



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

Páginas:

14 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

2. Los kárdex por Clientes, serán archivadas en orden alfabético.

VI. Archivo general:

El archivo general contendrá la siguiente documentación:

- Orden de Publicidad, Certificación de Publicidad Emitida y otros como ser detalle de pases, contratos externos, ordenes de servicio publicitario y/o adjudicaciones de servicio publicitario cuando corresponda.

7. REGISTROS.-

-Registro de Ventas.

8. ANEXOS.-

8.1. Diagrama de flujo

8.2. Formularios

Lista Maestra de Formularios	
Código	Descripción
FOR-PSP-DPS-01	Formulario propio del proceso de Prestación de Servicios por Concepto de Publicidad concerniente al Detalle de Pases.
FOR-PSP-IOM-02	Formulario propio del proceso de Prestación de Servicios por Concepto de Publicidad concerniente al Informe de Omisiones.
FOR-PSP-CPB-03	Formulario propio del proceso de Prestación de Servicios por Concepto de Publicidad concerniente a la Certificación Publicitaria.

8.3. Otros

- ✓ Pauta Comercial
- ✓ Pauta Técnica
- ✓ Orden de Publicidad (OP)



“EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN BOLIVIA TV”

Código:

MP-MV-PSP-02

**MANUAL DE
PROCEDIMIENTOS**

Páginas:

15 de 15

Versión:

01

Fecha de
emisión

01/10/2010

PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD

9. CUADRO DE CAMBIOS.-

VERSION	FECHA DE REVISION	DESCRIPCION DEL CAMBIO	REVISADO POR	APROBADO POR	FIRMA	FECHA DE APROBACION

	Nombre	Cargo	Firma	Fecha
Elaborado por:	Norah Poma Laura	Gestora en Gestión de la Calidad		01/10/10
Revisado por:	Yolotzin Saldaña	Gerente de Marketing y Ventas		01/10/10
	Lilian Cuellar Quintela	Jefe de Ventas		01/10/10
	Karina Rodríguez Chura	Responsable Administrativo Comercial		01/10/10
	Rubén Chacón	Jefe de Programación		01/10/10
Aprobado por:				