

# CARACTERIZACIÓN DE LA CIUDADANÍA Y LOS GRUPOS DE VALOR DE TELEANTIOQUIA

## Historia de revisiones.

Versión	Fecha	Por	Resumen de Cambios
1	12/06/2024	Milena Farina Rodríguez Flórez Profesional Planeación	Versión inicial del documento.

## Aprobación.

Elaborado	Revisado	Aprobado
<b>Nombre:</b> Milena Farina Rodríguez Flórez	<b>Nombre:</b> Román Fernando Gómez Marín	<b>Nombre:</b> Román Fernando Gómez Marín
<b>Cargo:</b> Profesional Planeación	<b>Cargo:</b> Líder de Planeación	<b>Cargo:</b> Líder de Planeación
<b>Fecha:</b> 30/04/2024	<b>Fecha:</b> 07/06/2024	<b>Fecha:</b> 14/06/2024

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.

**Tabla de contenido**

1. Objetivo general.....	3
2. Objetivos específicos.....	3
3. Alcance.....	3
4. Definiciones.....	3
5. Variables.....	4
6. Recolección de la información.....	5
7. Análisis de la información.....	5
7.1. Encuesta Teleantioquia en tus palabras.....	5
7.1.1. Variables demográficas.....	6
7.1.2. Variables geográficas.....	6
7.1.3. Variables de comportamiento.....	7
7.2. Información recopilada en canales de atención al ciudadano.....	8
7.2.1. Variables intrínsecas.....	8
7.3. Registros administrativos.....	8
7.3.1. Variables relacionales.....	8
7.4. Convocatoria nuevos talentos.....	9
7.4.1. Variables demográficas.....	10
7.4.2. Variables geográficas.....	10
8. Canales de comunicación.....	11
9. Conclusiones.....	12

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

*La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.*

### 1. Objetivo general.

Identificar particularidades de la ciudadanía y grupos de valor con los cuales Teleantioquia interactúa, con el fin de realizar una construcción de confianza pública, entendida como una forma de relacionamiento, que busca equilibrar las necesidades y expectativas ciudadanas y de los grupos de valor frente a las responsabilidades públicas y misionales del canal.

### 2. Objetivos específicos.

- ✓ Identificar y obtener información sobre las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de la ciudadanía y los grupos de valor con los que interactúa Teleantioquia con el fin de agruparlos o segmentarlos de acuerdo con atributos o características similares.
- ✓ Obtener herramientas para tomar mejores decisiones y responder de manera más acertada a las necesidades y expectativas de la ciudadanía y los grupos de valor.
- ✓ Contribuir a mejorar la oferta institucional del canal.
- ✓ Mejorar la efectividad en los escenarios de relacionamiento y simplificación de la gestión interna a través del desarrollo de interacciones diversas y relevantes.

### 3. Alcance.

Caracterizar para cualquier escenario de relacionamiento con Teleantioquia, las generalidades y comportamientos de la ciudadanía y grupos de valor que se encuentran ubicados en el departamento de Antioquia, a partir de los lineamientos elaborados por la Función Pública en la “*Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor*” – versión 5 de noviembre 2022.

### 4. Definiciones.

- **Caracterizar:** identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa una entidad, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares.
- **Ciudadanía:** cualquier persona que por interés general en los asuntos públicos se relaciona con la entidad. No solo los beneficiarios, proveedores o usuarios específicos del servicio o de resultados de la gestión.
- **Grupos de valor:** personas naturales (ciudadanos), jurídicas (organizaciones públicas o privadas a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad) o individuos u organismos específicos receptores de los resultados de la gestión de la entidad.
- **Instituciones Públicas:** instituciones que hacen parte del sector público.
- **Variable:** medición estadística, mediante la cual se pueden clasificar y asociar conjuntos con características similares.

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

## 5. Variables.

Para este ejercicio fue necesario identificar cuáles son las variables necesarias a estudiar y el nivel de profundidad o desagregación de la información requerida, las cuales atienden al objetivo de la caracterización. Las variables analizadas se encuentran adaptadas de acuerdo a las necesidades, intereses, metas, oferta y misión de Teleantioquia.

A continuación, se explican las variables para caracterizar a la ciudadanía y grupos de valor adaptadas por Teleantioquia:

- **Geográficas:** se refieren a la ubicación geográfica de la ciudadanía y grupos de valor, y a aquellas características que están directamente relacionadas con esta categoría. Es el nivel más general de la caracterización y por sí solo no permite generar conclusiones ni definir actividades en planes o proyectos, por lo cual, es importante complementar con variables de otras categorías.
- **Demográficas:** se refieren a las características de una población y su desarrollo a través del tiempo; al igual que las variables geográficas, esta es una de las categorías más utilizadas en ejercicios de caracterización. Es clave incorporar variables de información relacionadas con las diferentes tipologías del enfoque diferencial (población en situación de discapacidad, grupos étnicos y de identidad cultural), así como personas con orientación sexual e identidad de género diversas, por ciclo vital (niños, niñas, adolescentes y adulto mayor) o mujer rural, entre otros.
- **Intrínsecas:** se refieren a actividades o valores comunes asociadas a preferencias individuales o estilos de vida de la ciudadanía y grupos de valor que permiten identificar características para diferenciarlos. Por ejemplo, las preferencias a la hora de acceder a canales de atención o el uso que se da a decir, identifican pautas y variaciones a lo largo del tiempo; y causales, asociadas a la identificación de cambios que se producen al modificar escenarios, estrategias de relacionamiento e incluso la oferta institucional. Por ejemplo, las distintas formas o relaciones entre organizaciones, asociaciones o redes, la frecuencia o tiempos de interacción con las los mismos, entre otros aspectos.
- **De comportamiento:** se refieren a las acciones observadas en la ciudadanía y grupos de valor, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Esto permite identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción. Por ejemplo, los beneficios buscados al interactuar con determinada entidad o eventos de interés.
- **Relacionales:** se refieren a aquellas variables que permiten conocer y establecer pautas y tendencias de relacionamiento o interacción de los grupos de valor con las entidades. Estas variables pueden ser temporales, es entidades, entre otros aspectos.
- **Comportamiento organizacional:** se refiere a las acciones observadas en las organizaciones atendidas por la entidad. Estas características buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la toma de decisión en una organización, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante. En este aspecto se encuentran variables como la cultura organizacional<sup>12</sup>, mecanismos y canales empleados por la organización (usuaria), frente a la entidad que presta el servicio, los responsables de las organizaciones al momento de solicitar un servicio a la entidad, interacciones o procedimientos usados.

- **Tipología organizacional:** se refiere a las características generales asociadas a la constitución de una organización o entidad y de su naturaleza; por ejemplo, identificar si los usuarios o grupos de valor con los cuales interactúa la entidad son personas jurídicas, organizaciones u otras entidades de la administración pública, identificar la fuente de los recursos, tamaño de la entidad, sector al cual pertenece, entre otros.

## 6. Recolección de la información.

Para desarrollar la caracterización de usuarios de Teleantioquia se recopilaron los datos a través de los siguientes mecanismos:

- **Encuesta Teleantioquia en tus palabras:** la información se obtuvo a partir de una encuesta de percepción que se encontraba disponible en el portal web institucional.
- **Información recopilada en canales de atención al ciudadano:** la información recopilada durante la interacción de ciudadanos y usuarios que son atendidos a través de los diferentes canales disponibles de PQRD.
- **Registros administrativos:** información recolectada, almacenada y administrada de manera sistemática y continua sobre personas naturales, jurídicas u otra unidad de observación, en el ejercicio de las actividades de la entidad.
- **Convocatoria nuevos talentos:** convocatoria realizada para la selección de nuevos talentos como presentadores, reporteros, corresponsales, locutores, e influenciadores para el canal.

## 7. Análisis de la información.

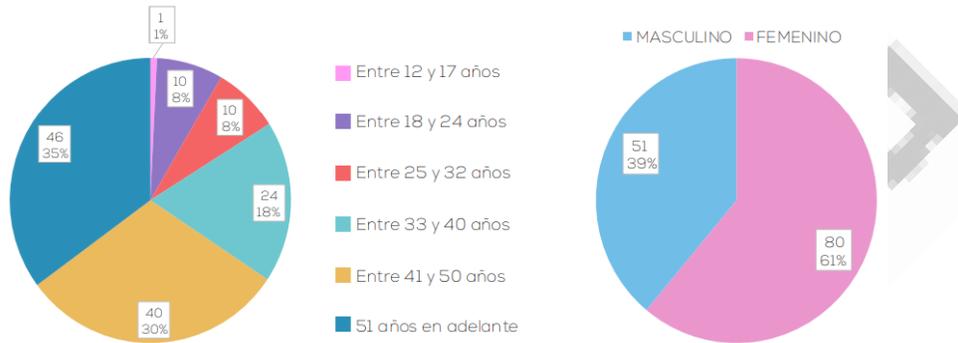
### 7.1. Encuesta Teleantioquia en tus palabras.

A través de las diferentes multiplataformas Teleantioquia invitó a la ciudadanía a participar de la encuesta “Teleantioquia en tus palabras” la cual se encontraba disponible en la página web y tenía como objetivo a través de diferentes preguntas conocer las necesidades y preferencias. Esta encuesta fue respondida por 131 personas, a continuación, presentamos las variables más representativas.

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

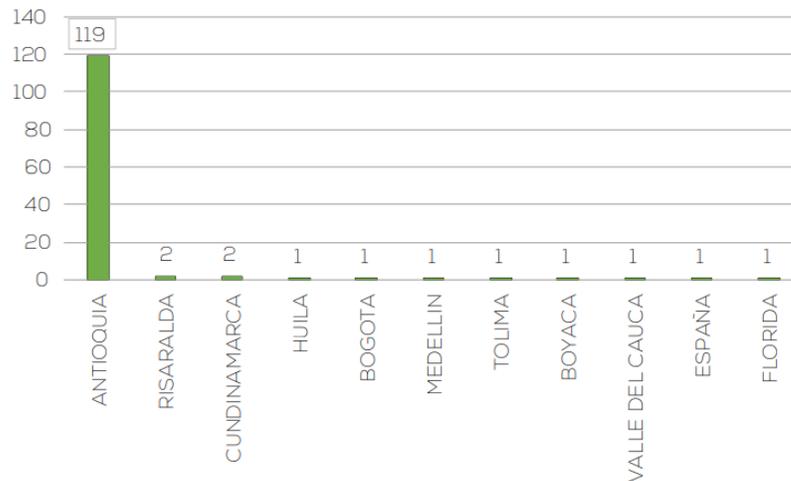
**7.1.1. Variables demográficas.**

**EDADES Y GÉNERO**



**7.1.2. Variables geográficas.**

**LUGAR DE RESIDENCIA**

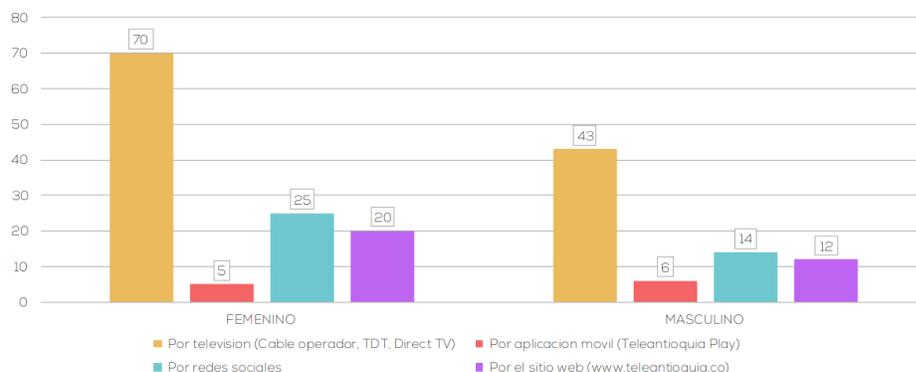


**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

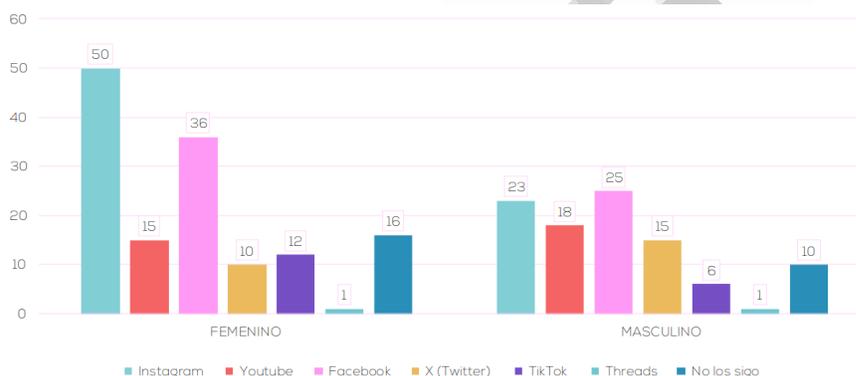
La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.

### 7.1.3. Variables de comportamiento.

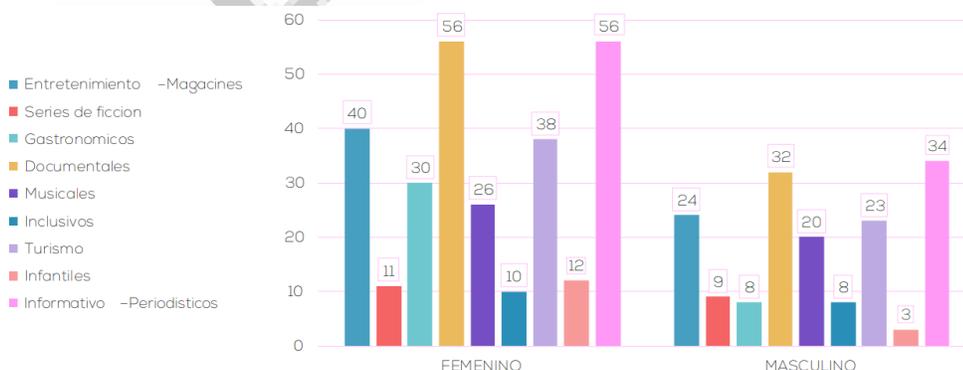
#### ¿Por qué medios ven Teleantioquia?



#### ¿En qué redes siguen a Teleantioquia?



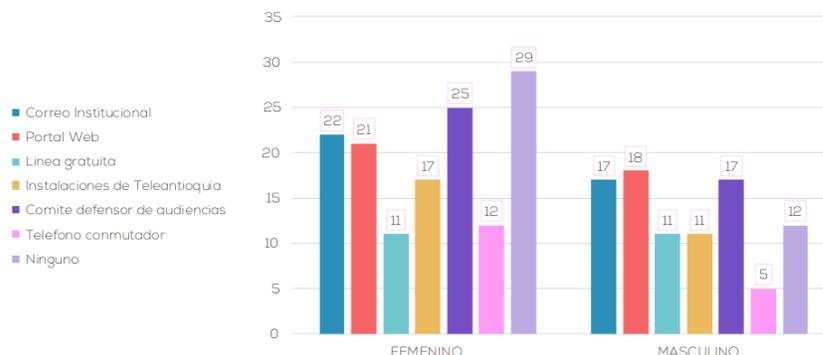
#### ¿Qué tipo de programas resultan más interesantes?



**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.

### ¿Cuáles mecanismos que conocen para la presentación directa de PQRS?



### 7.2. Información recopilada en canales de atención al ciudadano.

Las cifras de las encuestas que se presentan a continuación, corresponden al total consolidado desde el mes de enero de 2023 hasta el mes de diciembre de 2023, y fueron extraídas del sistema de trámites de la entidad, donde ingresan las peticiones de los canales web-servicios en línea, correo electrónico, y ventanilla física de radicación.

#### 7.2.1. Variables intrínsecas.

CALIFICA LA ATENCIÓN RECIBIDA POR NUESTRO PERSONAL		CALIFICA EL TIEMPO EN QUE RECIBIO SU RESPUESTA		CALIFICA LA CALIDAD DE LA INFORMACION RECIBIDA POR PARTE DEL PERSONAL	
BUENA	72	BUENA	69	BUENA	68
REGULAR	58	REGULAR	9	REGULAR	9
MALA	3	MALA	5	MALA	6
TOTAL	83	TOTAL	83	TOTAL	83

### 7.3. Registros administrativos.

#### 7.3.1. Variables relacionales.

##### Relaciones comerciales.

Para el año 2023, el área comercial de Teleantioquia obtuvo alrededor de 521 clientes y anunciantes de los cuales 22 pertenecen al sector público.

Sectores económicos de los clientes y anunciantes de Teleantioquia:

- Agropecuaria
- Alimentos
- Apuestas y loterías

**DOCUMENTO CONTROLADO  
 NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

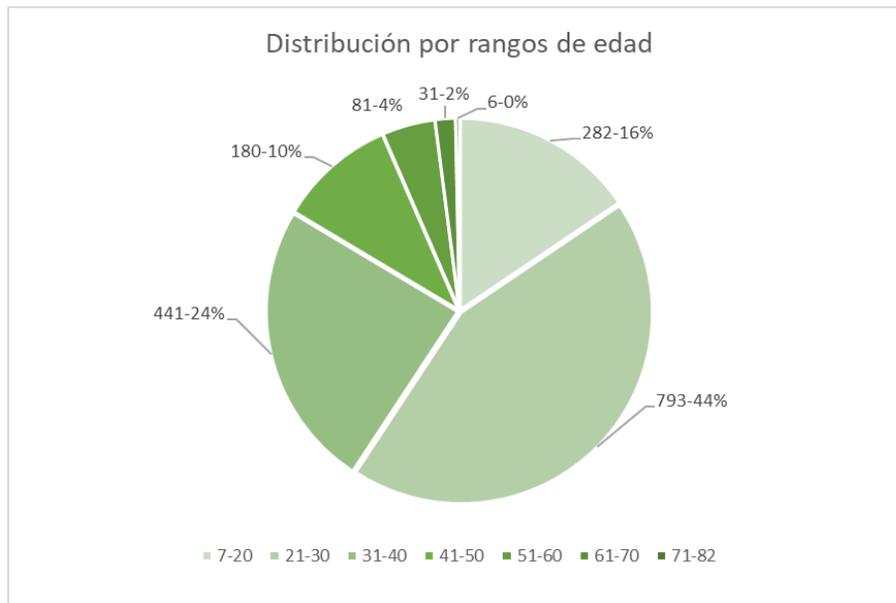
- Automotriz
- Bebidas
- Campanas cívicas y de gobierno
- Comercio, turismo
- Diversión y entretenimiento
- Educación
- Farmacéutico
- Financiero, seguros
- Higiene domestica
- Higiene personal y belleza
- Hogar, electrogasodomesticos
- Industria y construcción
- Internet
- Muebles y decoración
- Salud y deportes
- Servicios
- Telecomunicaciones
- Vestuario y accesorios

En el caso de la central de medios, se cuenta con una base de datos de 3.000 proveedores de los cuales hay activos alrededor de 550. Para la comercialización y prestación de servicios el área comercial cuenta con 8 proveedores de comercialización del portafolio de servicios y durante el año tuvo 2 casas productoras para el apoyo en todo lo relacionado con producción y realización de los productos para los casos donde la capacidad instalada del canal no era suficiente.

#### **7.4. Convocatoria nuevos talentos**

En la convocatoria nuevos talentos, Teleantioquia recibió 1814 videos con aspirantes de 98 municipios de las 9 sub regiones del departamento y de 50 municipios por fuera de Antioquia, donde hombres y mujeres entre los 7 y los 82 años se postularon con el deseo de formar parte de la familia Teleantioquia y aportar con sus talentos como reporteros, corresponsales, locutores, influenciadores, entre otros.

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

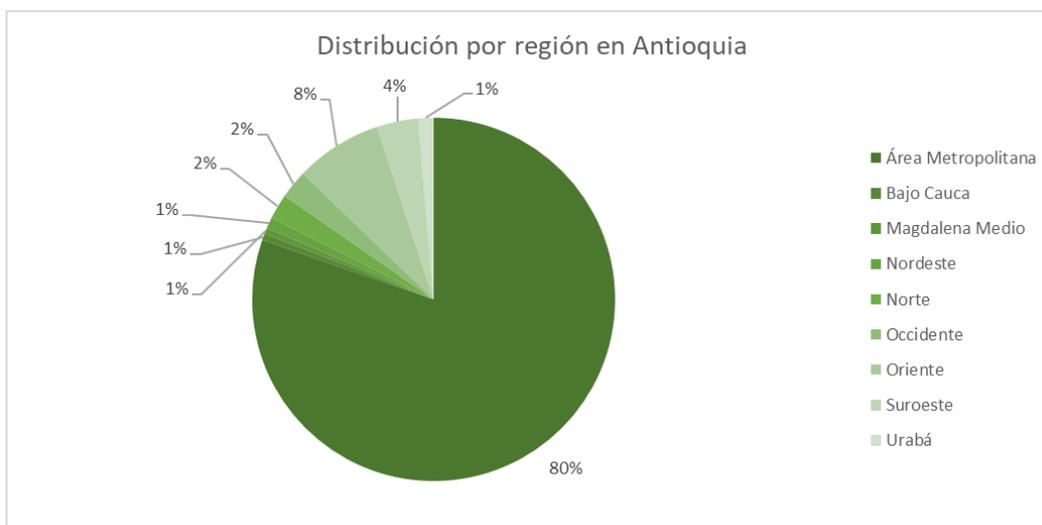
**7.4.1. Variables demográficas.****7.4.2. Variables geográficas.**

Departamentos de origen aspirantes

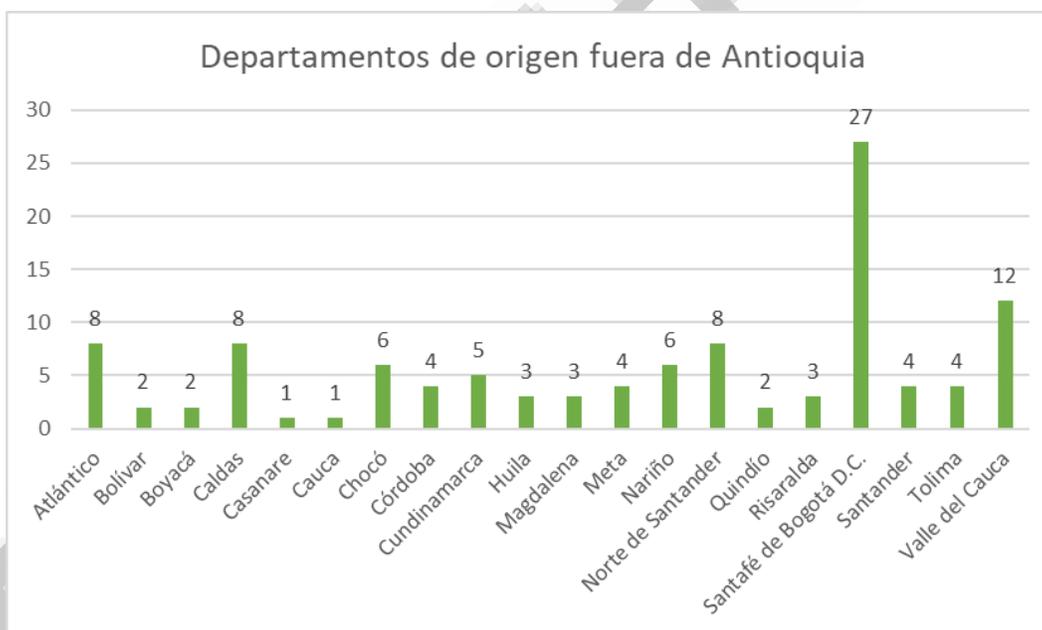


**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

### Regiones de origen aspirantes en Antioquia



### Departamentos de origen aspirantes fuera de Antioquia



## 8. Canales de comunicación

Los canales establecidos para atender las necesidades y expectativas de la Ciudadanía y Grupos de Valor son los siguientes:

- Defensor del televidente: [defensor@teleantioquia.com.co](mailto:defensor@teleantioquia.com.co).
- Correo Institucional: [info@teleantioquia.com.co](mailto:info@teleantioquia.com.co).

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.

- Teléfono Conmutador: (57) 604 3 56 99 00
- Línea Gratuita: 01 8000 41 80 80
- Portal web: <https://www.teleantioquia.co/atencion-y-servicios-a-la-ciudadania/>.
- Atención presencial: Calle 44 # 53 A 11. Torre A, piso 3, La Alpujarra, Medellín, Antioquia

**Horario de Atención:** De lunes a viernes de 7:30 a.m. a 12:30 p.m. y de 1:30 p.m. a 5:30 p.m.

## 9. Conclusiones.

- El 65% de las personas que ven Teleantioquia son mayores de 41 años, lo que quiere decir que el mayor público objetivo corresponde a las personas longevas, un público fiel que siente propio el canal, el cual requiere compañía y entretenimiento permanente.
- Con base a la encuesta “Teleantioquia en tus palabras” se demuestra la fuerte presencia que tiene Teleantioquia en los territorios de la región antioqueña, donde se evidencia la continua necesidad de encontrarse con las comunidades para generar contenidos con sentido social, de interés público y que posibiliten diálogos para construir conjuntamente lo que es de todos.
- Aunque entre los medios por los que ven a Teleantioquia, la televisión sigue siendo el de mayor consumo teniendo en cuenta la edad poblacional de sus audiencias, esta es seguida por las redes sociales y el sitio web, medios en los cuales cada día requieren la conquista de nuevo público de diferentes generaciones que permitan al canal crecer, fortalecerse, estar a la altura de las actualizaciones tecnológicas, enmarcando la visión de la entidad en el desarrollo de nuevos y próximos métodos, medios, aplicativos, dispositivos, narrativas y formatos.
- En términos generales, con base a la atención recibida a través de los canales de atención al ciudadano, en las diferentes respuestas se evidencia una buena percepción por parte de la ciudadanía, con un buen tiempo para recibir respuesta y una buena calidad en la información. Estas respuestas evidencian que Teleantioquia cuida su personal, capacita su talento humano y genera experiencias bajo el precepto de que Teleantioquia es una organización con alto sentido humano y un gran lugar para trabajar.
- Las buenas relaciones comerciales de Teleantioquia con entidades de diferentes sectores económicos son el resultado de una gestión comercial competente y a la altura de las exigencias del mercado para asegurar los ingresos del canal. Ofreciendo producción, espacios, campañas, servicios promocionales, publicitarios y de televisión a costos competitivos que representan oportunidades para los aliados y anunciantes al tiempo que se generan garantías económicas y financieras para la entidad.

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

- 1814 videos recibidos para la convocatoria de nuevos talentos de diferentes municipios, regiones y departamentos del país, da muestra que Teleantioquia propicia espacios incluyentes para la ciudadanía, espacios que en ocasiones no tienen lugar en otros escenarios del medio audiovisual, apostándole al reconocimiento con los desafíos sociales y culturales.

Teleantioquia

**DOCUMENTO CONTROLADO  
NO MODIFICAR SIN AUTORIZACIÓN**

*La versión vigente y controlada de este documento está publicada para su consulta en el repositorio documental dispuesto para ello en la intranet corporativa de Teleantioquia. Toda copia (física o electrónica) diferente a la allí publicada debe considerarse **COPIA NO CONTROLADA**, y es responsabilidad de quien lo utiliza asegurarse que está haciendo uso de una edición actualizada del mismo.*