

| | | |
|----------------------|---|-------------------------|
| Teleantioquia | CARACTERIZACIÓN CONOCIMIENTO DEL MERCADO | Código: CA-P5-01 |
| | | Versión: 01 |

| DESCRIPCIÓN GENERAL | |
|--------------------------------|---|
| MACROPROCESO | Creación de Demanda |
| NOMBRE DEL PROCESO | Conocimiento del Mercado |
| SUB PROCESOS | Estudio de la Industria, Análisis de Audiencia, Administración de PQRs |
| LIDERES DE SUB PROCESOS | Coordinador de Mercadeo |
| AREAS INVOLUCRADAS | Dirección de Innovación y Contenidos – Dirección de Mercadeo y Comercialización – Staff de Planeación |
| OBJETIVO | Obtener información del comportamiento y hábitos de consumo de los diferentes públicos, para nutrir la organización de información relevante para toma de decisiones. |
| ALCANCE | Inicia con la necesidad de obtener información de los diferentes clientes y finaliza con la entrega de resultados y recomendaciones de acuerdo a la necesidad. |

| ENTRADAS | PROVEEDOR | SALIDAS | CLIENTES |
|---|--|---|---|
| Direccionamiento estratégico Plan de acción Datos de audiencias obtenidos de (Ibope y EGM) Investigaciones de mercado Brief de nuevos productos Sinopsis de programas Administración de riesgos Informes de investigación Peticiónes, quejas y reclamos | Entidades Contratistas Televidentes Clientes Gerencia Dirección de Innovación y Contenidos Coordinación de Control Interno Coordinación de Planeación Coordinación Comercial | Informes de seguimiento de plan estratégico y plan de acción Informes de investigaciones Resultados de indicadores Plan de Mejoramiento Informes de análisis estadístico de datos | Junta de Socios Entes de control Contratistas Anunciantes Televidentes Dirección de Innovación y Contenidos Coordinación de Control Interno Coordinación de Planeación Coordinación Comercial |

| RECURSOS | | |
|---|---|--|
| HUMANO | INFRAESTRUCTURA | AMBIENTE DE TRABAJO |
| Coordinador de Imagen Corporativa Profesional de Mercadeo Técnico de Mercadeo | Computadores, software nómina, software de oficina, Internet y líneas telefónicas | Iluminación Ventilación Espacios libres de contaminación (visual, auditiva, olfativa) Espacios adecuados de trabajo |

| REQUISITOS | |
|---|---|
| REQUISITOS DEL CLIENTE: | |
| Oportunidad, Confiabilidad Claridad y disponibilidad de la información | |
| REQUISITOS DE NORMA | |
| REQUISITOS MECI | REQUISITOS GP:1000 |
| 1. MÓDULO DE CONTROL DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN 1.2. COMPONENTE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 1.2.1. Planes, Programas y Proyectos. 1.2.2. Modelo de Operación por Procesos. . 2. MÓDULO DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO 2.1. COMPONENTE DE AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL 2.1.1. Autoevaluación del Control y Gestión. 2.3. COMPONENTE PLANES DE MEJORAMIENTO 2.3.1. Plan de Mejoramiento. 3. EJE TRANSVERSAL: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | 4.2.4 Control de los registros 4.2.3 Control de documentos 8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos 8.4 ANÁLISIS DE DATOS 8.5.1 Mejora continua 8.5.2 Acción correctiva 8.5.3 Acción preventiva |

POLÍTICAS DE OPERACIÓN

- La necesidad de realizar una investigación sobre un tema específico, debe ser motivada por una solicitud de Gerencia, necesidades de información desde el proceso de programación y por resultados de análisis de audiencia
- Los resultados de investigaciones realizadas de manera directa por la organización deben contener transcripción y tabulación de datos, análisis de datos y consolidación de la información.
- Todos los resultados de investigaciones de carácter interno o externo deben ser socializados con las partes interesadas
- El análisis de audiencias debe evaluar los resultados de Teleantioquia en comparación con datos históricos del mismo y con los resultados de los demás canales y medios
- El resultado de análisis de audiencias debe estar acompañado con estrategias de contenido, promoción y mercadeo; en aras de aumentar los índices de sintonía.
- Toda divulgación de resultados debe incluir o mencionar la fuente o ficha técnica de la investigación
- Cada sesión de grupo, para que sea válida debe realizarse como mínimo con seis (6) personas
- La fuente oficial para la generación de datos de audiencia es la Coordinación de Imagen Corporativa
- Diariamente se debe entregar reporte de los resultados de comportamiento de audiencia de Teleantioquia a las partes interesadas

RIESGOS POR PROCESOS

| RIESGOS | PUNTO DE CONTROL |
|--|--|
| Información deficiente o errónea | Revisión de los informes antes de su publicación |
| Mala interpretación de los datos o de la información del mercado | Capacitación permanente, en aras de tener claridad sobre el manejo de los datos y de la información del mercado |
| Envío de la información de manera extemporánea | Información compartida dentro de los miembros del equipo para dar cumplimiento a las necesidades puntuales del Canal |
| Pérdida de información histórica | Respaldo de la información en un servidor corporativo |

MEDICIÓN DEL PROCESO

| INDICADOR | FORMULA | META | FRECUENCIA DE MEDICIÓN | RESPONSABLE |
|---|--|-------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Eficacia Investigaciones Realizadas | Número de investigaciones planeadas / número de investigaciones ejecutadas | 100% | Anual | Coordinador de Imagen Corporativa |
| Eficiencia Sondeos realizados a través de alianzas | Número de sondeos ejecutados | 10 | Anual | Coordinador de Imagen Corporativa |
| Efectividad Incremento consumo de los índices de sintonía | Canales vistos últimos 30 días en Colombia | >=20% | Anual | Coordinador de Imagen Corporativa |

| VERSION | FECHA | RAZON DE LA ACTUALIZACION |
|----------------|--------------|--|
| 01 | 29-05-2015 | Obedece al rediseño del modelo de operación de Teleantioquia |

| ELABORÓ | APROBÓ |
|-------------------------------|--|
| Diana Marcela Mejía Hernández | Guillermo Alfonso Valderrama Castellanos |
| Coordinadora de Mercadeo | Director de Mercadeo y Comercialización |
| 27/05/2015 | 29-05-2015 |
| | |