

<b>Teleantioquia</b>	<b>CARACTERIZACIÓN DE SUBPROCESO – GERENCIA DE LA IMAGEN</b>	<b>Código:</b> CA-101026
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 18/11/2021
		<b>Página</b> 1 de 4

<b>CÓDIGO :</b>	10	<b>NOMBRE:</b>	GERENCIA DE LA IMAGEN
<b>PROCESO :</b>	20		CREATIVIDAD E INNOVACIÓN
<b>LÍDER :</b>	Coordinador(a) Creativo(a)		
<b>OBJETIVO :</b>	Definir y desarrollar estrategias creativas que generen valor e impulsen el posicionamiento y la recordación de la marca Teleantioquia y sus contenidos entre los diferentes grupos de valor.		
<b>ALCANCE :</b>	Inicia con la estructuración de la estrategia institucional para el posicionamiento y recordación de la marca y finaliza con la gestión de la propiedad intelectual sobre marcas comerciales, signos distintivos y denominaciones de origen propias del canal.		

<b>SECUENCIA E INTERACCIÓN</b>						
<b>ENTRADAS</b>		<b>CICLO PHVA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>		
<b>PROVEEDOR</b>	<b>INSUMO</b>			<b>PRODUCTO</b>	<b>CLIENTE</b>	
SP Estrategia	Plan Estratégico institucional Caracterización de los grupos de valor	P	Estructuración de la estrategia institucional para el posicionamiento y recordación de la marca, y definición de lineamientos para su desarrollo	Estrategia institucional de mercadeo	Todos los procesos	
SP Accionar jurídico	Normograma Institucional vigente			Manual de estilo e identidad audiovisual institucional		
SP Gerencia de la imagen	Planes de mejora a la gerencia de la imagen			Lineamientos y procedimientos para la gerencia de la imagen		
SP Gerencia de la imagen	Estrategia institucional de mercadeo Manual de estilo e identidad audiovisual institucional Lineamientos y procedimientos para la gerencia de la imagen	H	Desarrollo y gestión de campañas y piezas promocionales	Brief	SP Gestión de innovación	
				Modificaciones a conceptos de campañas propias		
SP Desarrollo de contenidos	Reporte de contenidos propios aprobados Reporte de contenidos licenciados seleccionados para emisión Modificaciones a piezas ATL y BTL para campañas propias Modificaciones a piezas promocionales propias Modificaciones a paquetes gráficos de contenidos propios			Modificaciones a Story line de piezas promocionales propias		
Casas productoras	Piezas promocionales propias realizadas por las casas productoras			Requerimientos y necesidades de elementos multimedia licenciados para producción de contenidos		
SP Gestión de innovación	Conceptos para campañas propias			Reporte de campañas propias a emitir		SP Estructuración de la programación

### SECUENCIA E INTERACCIÓN

ENTRADAS		CICLO PHVA	ACTIVIDADES	SALIDAS	
PROVEEDOR	INSUMO			PRODUCTO	CLIENTE
	Story line para piezas promocionales propias				
	Estrategias para campañas propias			Piezas ATL y BTL para campañas propias	SP Desarrollo de contenidos
	Racionales para campañas propias				SP Emisión
	Contenido educativo para talleres EduMóvil			Piezas promocionales propias	SP Desarrollo de contenidos
	Elementos multimedia licenciados contratados				
	Lineamientos sobre condiciones de uso de elementos multimedia licenciados			Paquetes gráficos de contenidos propios	SP Emisión
SP Emisión	No conformidades en piezas promocionales			Piezas ATL y BTL para campañas de terceros	P Gestión comercial
	No conformidades en piezas ATL y BTL para campañas				SP Gestión de planificación y negociación
	No conformidades en paquetes gráficos de contenidos				
P Gestión comercial	Conceptos para campañas de terceros				
SP Gestión de planificación y negociación	Estrategias para campañas de terceros			Piezas promocionales de terceros	
P Gestión comercial	Racionales para campañas de terceros				P Gestión comercial
SP Gestión de planificación y negociación	Story line para piezas promocionales de terceros				
P Gestión comercial	Modificaciones a piezas ATL y BTL para campañas de terceros				
SP Gestión de planificación y negociación	Modificaciones a piezas promocionales de terceros			Paquetes gráficos para contenidos de terceros	SP Gestión de planificación y negociación
P Gestión comercial	Modificaciones a paquetes gráficos para contenidos de terceros				
SP Gestión de planificación y negociación					
SP Gerencia de la imagen	Manual de estilo e identidad audiovisual institucional			Brief	SP Gestión de innovación
	Lineamientos y procedimientos para la gerencia de la imagen				
SP Gestión de innovación	Conceptos para campañas institucionales	H	Desarrollo y gestión de campañas y piezas audiovisuales de uso institucional	Diseños gráficos para uso institucional	Todos los procesos
	Estrategias para campañas institucionales				

<b>SECUENCIA E INTERACCIÓN</b>					
<b>ENTRADAS</b>		<b>CICLO PHVA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	
<b>PROVEEDOR</b>	<b>INSUMO</b>			<b>PRODUCTO</b>	<b>CLIENTE</b>
	Racionales para campañas institucionales Story line para piezas institucionales Contenido educativo para talleres EduMóvil			Material P.O.P para uso institucional	
Todos los procesos	Modificaciones a diseños gráficos para uso institucional Modificaciones a material P.O.P para uso institucional Modificaciones a diseños de dotación institucional Modificaciones a talleres EduMóvil			Diseños de dotación institucional Talleres EduMóvil	
SP Desarrollo de contenidos	Reporte de contenidos propios aprobados	H	Gestión de propiedad intelectual de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen propias	Solicitudes de registro de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen propias	SP Accionar jurídico
SP Accionar jurídico	Reporte de registro de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen propias			Solicitudes de renovación de registro de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen propias	
Todos los procesos	Reporte de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen				
Superintendencia de industria y comercio (SIC)	Reporte detallado de marcas comerciales, otros signos distintivos y denominaciones de origen registradas				
P Evaluación y seguimiento	Informes de auditoría interna	V-A	Evaluación y seguimiento a la gerencia de la imagen	Planes de mejora a la gerencia de la imagen	SP Gerencia de la imagen
Autoridades y entes de control	Informes de auditoría externa			P Evaluación y seguimiento	Autoridades y entes de control

<b>REQUISITOS APLICABLES</b>		
<b>NORMA</b>	<b>REQUISITO</b>	<b>I/E</b>

<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>

<b>Teleantioquia</b>	<b>CARACTERIZACIÓN DE SUBPROCESO – GERENCIA DE LA IMAGEN</b>	<b>Código: CA-101026</b> <b>Versión: 01</b> <b>Fecha: 18/11/2021</b> <b>Página 4 de 4</b>
----------------------	--	--

<b>DETALLES INDICADORES DE GESTIÓN :</b>	Ver fichas técnicas para indicadores de gestión.
<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS :</b>	Ver listado maestro de documentos internos y externos.
<b>RIESGOS :</b>	Ver mapas de riesgos.

<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>
<b>Nombre:</b> Richard Bermúdez	<b>Nombre:</b> Román Fernando Gómez Marín	<b>Nombre:</b> Román Fernando Gómez Marín
<b>Cargo:</b> Estratega Creativo	<b>Cargo:</b> Coordinador de Planeación	<b>Cargo:</b> Coordinador de Planeación
<b>Fecha:</b> 07/10/2021	<b>Fecha:</b> 18/11/2021	<b>Fecha:</b> 18/11/2021