

COMUNICACIÓN INTERNA

Medellín, agosto 5 de 2025

De: Directora Mercadeo y Comercialización

Para: Margarita Arango Barrera – Gerente Teleantioquia

Asunto: Solicitud y entrega Informe de Gestión Preliminar

DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL FUNCIONARIO RESPONSABLE QUE ENTREGA	MARÍA CLARA ARBELÁEZ MEDINA
CARGO	Directora Mercadeo y Comercialización
CIUDAD Y FECHA INICIO DE LA GESTIÓN	Medellín, marzo 19 de 2024
CIUDAD Y FECHA TERMINACIÓN DE LA GESTIÓN	Medellín, julio 31 de 2025
FECHA DE PRESENTACIÓN DE INFORME PRELIMINAR, DE RETIRO, SEPARACIÓN DEL CARGO O RATIFICACIÓN	5 de agosto de 2025

INFORME EJECUTIVO DE LA GESTIÓN:

Este informe de gestión tiene como propósito informar la gestión de la Dirección de Mercado y Comercialización durante el período comprendido entre el 19 marzo de 2024 y el 31 de julio de 2025, en el marco de las competencias misionales que se tienen definidas en el manual de funciones y responsabilidades para este cargo.

La misión o propósito del cargo es planear, dirigir, evaluar y controlar la gestión de los macro procesos de activación de demanda y de apoyo con el fin de garantizar el balanceo adecuado de los ingresos de la compañía y la eficiencia operacional.

ESTRUCTURA DEL INFORME

- 1. Presupuesto 2024 -2025
- 2. Cumplimiento presupuestal por líneas de negocio año 2024 y el año 2025
- 3. Indicadores de Gestión 2024 - 2025

DESARROLLO DEL INFORME

1. PRESUPUESTO 2024 - 2025

PRESUPUESTO 2024	\$ 21.200.466.948
-------------------------	--------------------------

Es importante resaltar que se inició la administración del 2024 con una proyección de presupuesto de 25 mil millones de pesos, proyectada desde el 2023, que debió ser replanteada y ajustada por un valor de 21.200 millones, a partir del mes de agosto. (previa aprobación de la Junta Directiva)

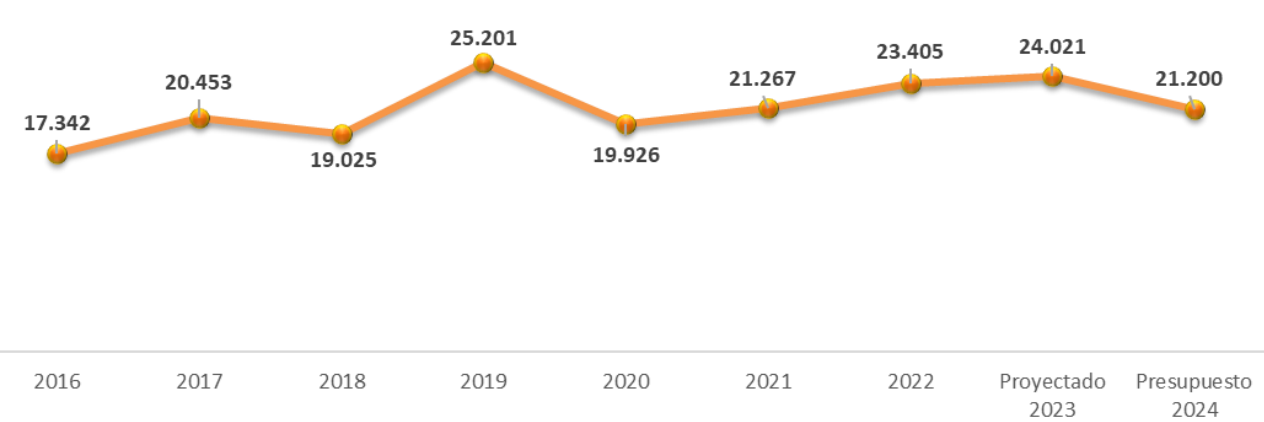
El año 2024 nos enfrenta a un cambio de administración departamental y municipal. Estos cambios marcan el comienzo de nuevos planes de gobierno, una etapa de renovación y reenfoque en las metas y prioridades de las entidades gubernamentales.

En este cambio las entidades oficiales analizan la opción de contar con Teleantioquia como un aliado estratégico en la difusión de sus objetivos y planes de gobierno teniendo en cuenta el alcance que le brinda el canal de llegar de manera efectiva a todos los Antioqueños.

- Grupo Bancolombia de acuerdo con los datos, el pronóstico de crecimiento del PIB para 2023 pasaría del 0,6 % al 1,2 %, es decir, un aumento. En cambio, se reduce la proyección para 2024 de 1,5 % a 0,9 %. Según Bancolombia, se mantiene en el 9 % la proyección del IPC para el cierre de este año.
- Entre tanto, desde Credicorp Capital se espera que el Producto Interno Bruto de Colombia cierre este año en el 1,6 % y para el 2024 que aumente al 2,2 %. “Las estimaciones de crecimiento para 2023 se han elevado, pero la demanda interna se contraerá”, resalta el documento de Credicorp Capital.

En el 2024, la incertidumbre política y económica plantea desafíos significativos. Por un lado, la transición hacia nuevos gobiernos departamentales y municipales. Por otro, la economía colombiana experimenta una desaceleración y adaptación. Por esta razón, es crucial establecer un presupuesto de ventas conservador para el próximo año, en sintonía con la realidad del mercado.

Resulta esencial que el canal cuente con una oferta excepcional para nuestros clientes, resaltando las ventajas competitivas de asociarse con Teleantioquia. La implementación de estrategias comerciales audaces y la exploración de nuevos nichos de mercado serán fundamentales para abordar estos desafíos.



Tendencia ingresos servicios Teleantioquia 2016 - presupuesto 2024

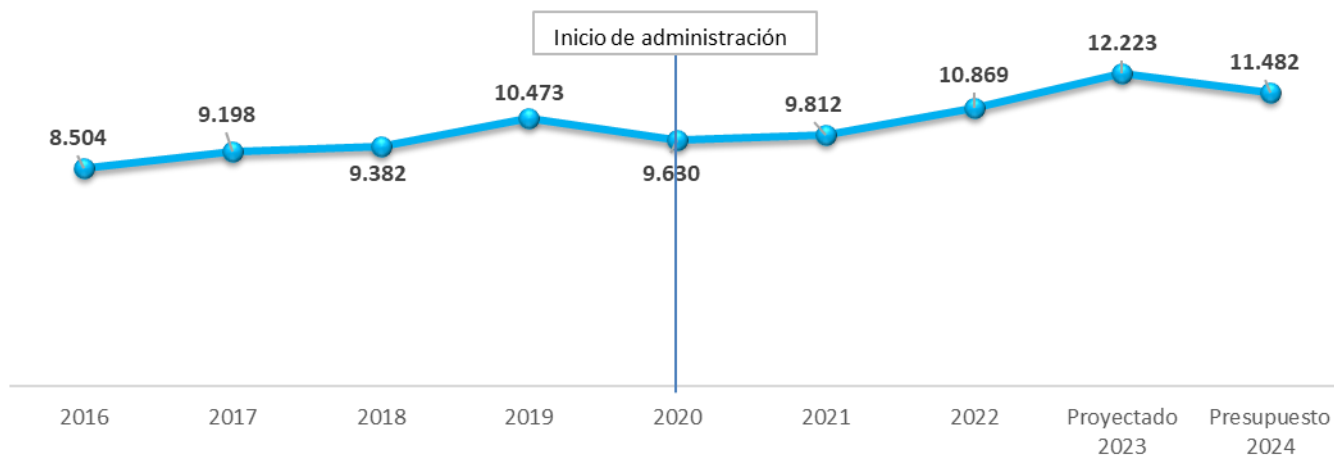
Se proyecta una variación negativa del -11,7% para el próximo año. se procederá a examinar de manera detallada los elementos que conllevan a esta disminución considerando el portafolio de servicios (publicidad, cesión de derechos, producción y central de medios) y el comportamiento de los ingresos por tipos de clientes (privados o públicos).

Servicios de Publicidad	\$ 11.482.003.600
Cesión de Derechos	\$ 1.592.071.339
Servicios de Producción	\$ 4.498.421.695
Central de Medios	\$ 3.627.970.312
TOTAL:	\$ 21.200.466.946

Así se proyecta el presupuesto después del mes de agosto del 2024.

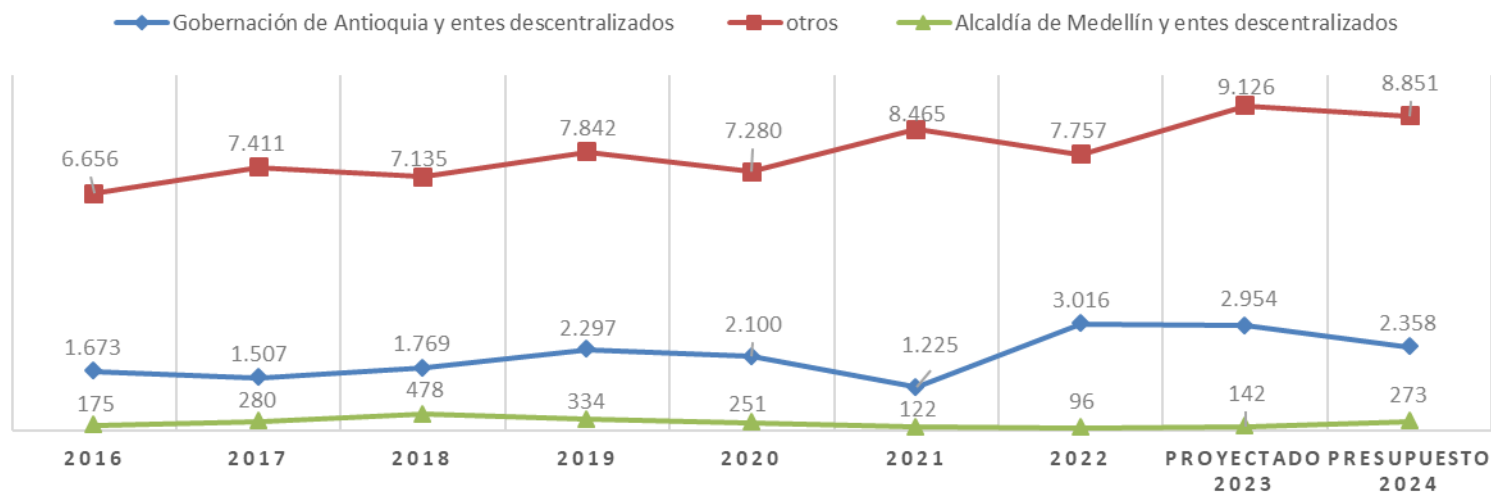
• Servicios de Publicidad

\$ 11.482.003.600



Tendencia ingresos servicio de publicidad 2016-presupuesto2024

Como se observa en el grafico anterior, la tendencia de los ingresos por el servicio de publicidad nos arroja un decrecimiento al inicio de la administración departamental anterior del año 2020 y si a eso se le suma el hecho de una reactivación económica producto de la era pos pandemia y las expectativas de estabilización de la economía para el próximo año, a través de la baja de las tasas de interés, se presupuesta un decrecimiento del -6,1%. a continuación, se presentan el comportamiento de los ingresos por tipo de cliente:



Tendencia ingresos publicidad 2016-presupuesto2024 por tipo de cliente

Claramente el inicio de los gobiernos departamentales y municipales implica un cambio en la tendencia de inversión de pauta publicitaria la cual en algunos casos puede ser o no favorable para el canal. Como podemos observar en la grafica6 por “La gobernación de

Antioquia y entes descentralizados” se presupuesta ingresos por valor de 2.358 millones utilizando como base los ingresos del año 2020.

Fuerza de venta	Rubros	Proyección 2023	Presupuesto 2024	% crecimiento
Teleantioquia	Ventas Directas	7.559	6.961	-7,9%
Comercializadora Medellín	Logros Publicitarios S.A.S.	3.475	3.784	8,9%
Comercializadora Bogotá	PYAM	251	273	8,9%
	Mass solution	240	273	14,0%
Complicidades	Complicidades	700	762	8,9%
Total		12.223	12.053	-1,4%

Distribución por fuerza de ventas 2023 y presupuesto 2024

Los ingresos publicitarios provienen de cinco fuentes distintas al día de hoy.

Dentro de las ventas directas encontramos:

- Actualmente Teleantioquia cuenta con 5 ejecutivos comercial los cuales representan para el próximo año un presupuesto de \$1.815 millones representando un 16% del total del presupuesto de publicidad.
- La Gobernación de Antioquia y las entidades descentralizadas dan comienzo a un ciclo en el que se espera que sigan confiando en el canal como medio de comunicación. Históricamente, un nuevo ciclo está asociado a una disminución en los ingresos en comparación con el año inmediatamente anterior.
- La Alcaldía de Medellín y sus entidades descentralizadas se presupuesta un valor de 273 millones.
- La emisión de los Sorteos de Rediapuestas S.A.S y la Lotería de Medellín se proyecta un incremento del 3%, este porcentaje históricamente se ha sostenido teniendo en cuenta el monto total de los contratos de sorteos.
- “Serenata” habitualmente es un programa que se comercializa desplazando la producción y emisión del programa al lugar donde el cliente lo requiera. Este producto es muy atractivo para los municipios del departamento de Antioquia y por esta razón sus ingresos para el año 2024 tienden a decrecer mientras las administraciones municipales se posicionan.
- Grandes clientes que históricamente han sido manejados por Teleantioquia directamente como la JFK, Rediapuestas S.A.S, entre otros también hacen parte de las ventas publicitarias.

- Las ventas de pauta digital continúan en crecimiento se proyecta un incremento del 8,9% equivalente a 290 millones, apostando a una estrategia digital que apunte a la sostenibilidad del canal como otra nueva línea de negocio.

La comercializadora de Medellín representa un 30% del total del presupuesto. Esta comercializadora en su gran mayoría tiene a cargo las medianas y grandes empresas de la ciudad de Medellín, se proyecta un incremento del 8,9%.

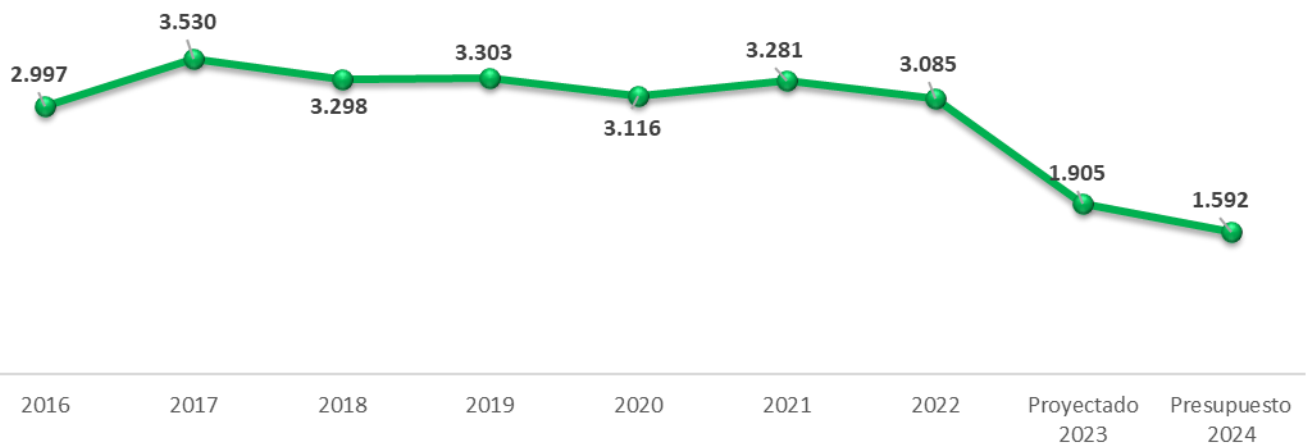
Las comercializadoras de la ciudad de Bogotá representan el 6% de los ingresos. Estas han experimentado una marcada disminución en los últimos años. Para el 2024 se proyecta recuperar participación en la inversión de las grandes marcas en el canal.

El programa "Las 3 gracias" opera bajo un acuerdo de riesgo compartido con la empresa Complicidades S.A.S y constituye el 6% del presupuesto total de ventas publicitarias. Se proyecta un crecimiento del 8,9% en este aspecto.

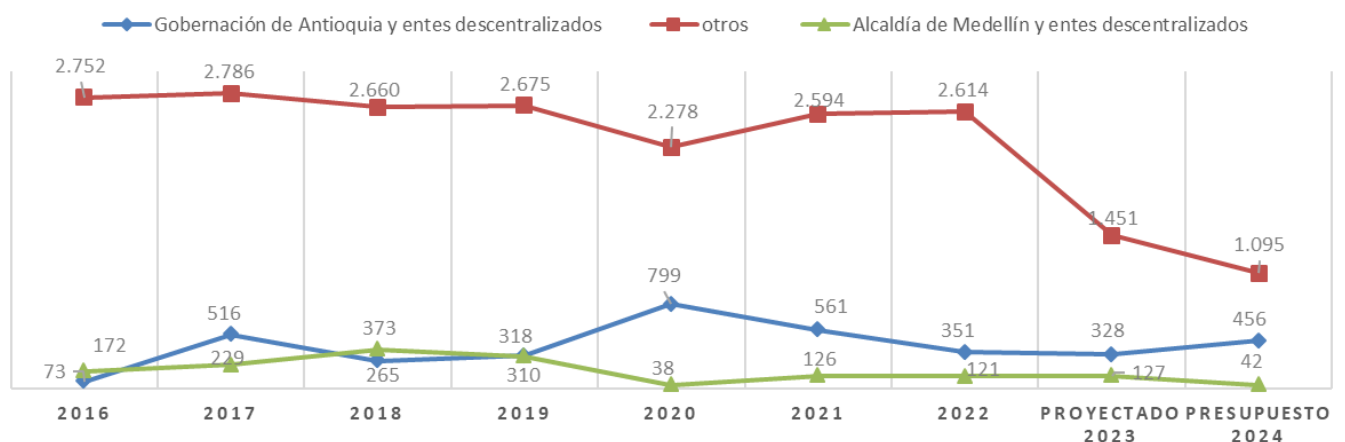
Para el cumplimiento del objetivo general del año se plantean algunas acciones como son:

- Fortalecer las ventas en otro tipo de plataformas.
- Búsqueda de nuevos anunciantes en otros medios de comunicación.
- reactivación y sostenimiento de los clientes del canal.
- Creación de modalidades de pauta publicitaria con las que se pretende ofrecer soluciones integrales y efectivas las cuales apoyen al cumplimiento de los objetivos de comunicación de los clientes.
- Capacitaciones permanentes a nuestras fuerzas de ventas en temas audiovisuales, comercialización e indicadores de audiencias televisivas con el fin de tener insumos para brindar una asesoría adecuada a nuestros anunciantes.
- Utilizar las herramientas de análisis de medios (Kantar Ibope Media y Estudio General de medios) para complementar las propuestas comerciales.
- Realización de grandes eventos para el trabajo de relacionamiento con nuestros clientes y darles a conocer todas las posibilidades de lograr sus objetivos de comunicación de la mano con Teleantioquia.

• Cesión de Derechos	\$ 1.592.071.339
----------------------	------------------



Tendencia ingresos servicios de cesión de derechos Teleantioquia 2016-presupuesto2024



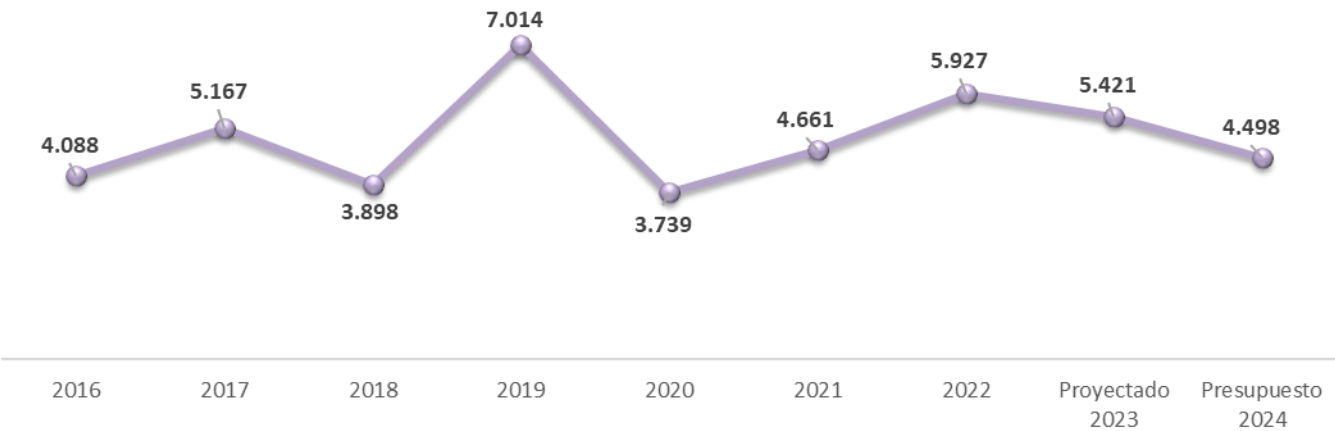
Tendencia ingresos cesión de derechos 2016-presupuesto2024 por tipo de cliente

El presupuesto de ingresos por cesión de derechos presentará una variación del -16,4% para el 2024, algunos aspectos a tener en cuenta son:

- La continuidad de la producción por parte del canal del noticiero "Teleantioquia Noticias de la 1", emitido de lunes a viernes de 1:00 pm a 2:00 pm, ha influido en la disminución de los ingresos del servicio durante los años 2023 y proyectados 2024. Anteriormente, este espacio solía ser cedido a terceros, lo que generaba ingresos por este rubro.
- Se proyecta la continuidad del programa "Camino al Barrio" de Empresas Públicas de Medellín.

- El canal tiene la confianza de poder continuar ofreciendo apoyo a los municipios del departamento de Antioquia en la producción y transmisión de sus contenidos. Sin embargo, es importante ser consciente de que este proceso requerirá tiempo. Son el caso los municipios de Itagüí, Bello, La estrella, Rionegro, Envigado, entre otros.
- Es fundamental disponer de una parrilla de programación flexible que permita ofrecer horarios atractivos para nuestros clientes en el proceso de comercialización.

• Servicios de Producción	\$ 4.498.421.695
---------------------------	------------------



Tendencia ingresos producción 2016-presupuesto 2024

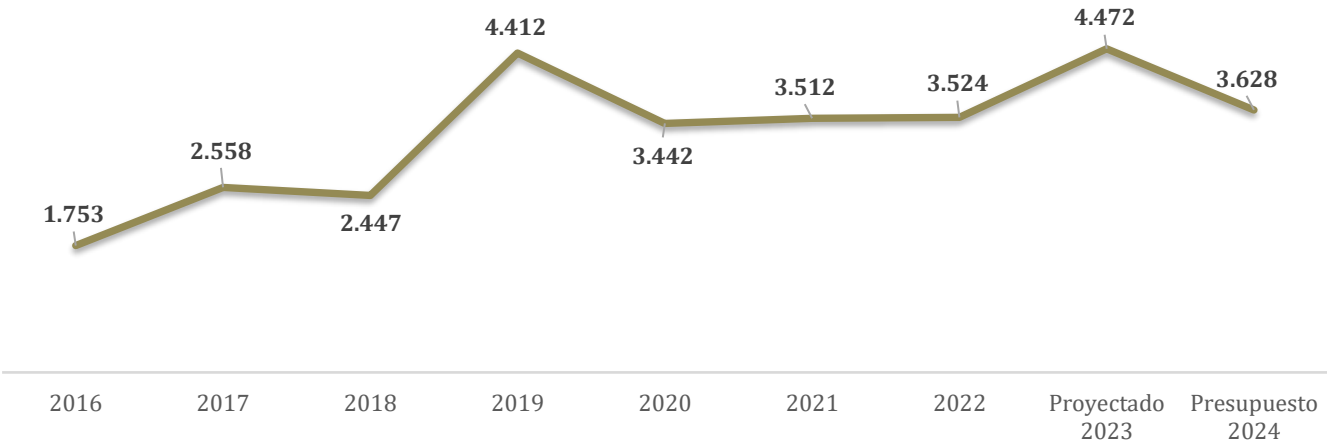


Tendencia ingresos producción 2016-presupuesto2024 por tipo de cliente

Para el 2024 se proyecta un decrecimiento del -18,9%, un escenario conservador frente a la incertidumbre que nos genera el cambio de administración departamental. La Gobernación de Antioquia y entes descentralizados” representan el 55% del total de las ventas de producción para el próximo año, como podemos observar en la grafica11, no se tiene una tendencia definida ya que esta inversión está ligada directamente a las estrategias que definan las entidades públicas.

Es relevante destacar que nuestra competitividad en el mercado del sector privado sigue siendo un desafío debido a los costos administrativos del canal. Estos costos aumentan el precio de venta de nuestros servicios de producción y dificultan la labor en términos comerciales.

• Central de Medios	\$3.627.970.312
---------------------	-----------------



Tendencia ingresos servicio de central de medios 2016-presupuesto2024

Para el logro de las metas presupuestales desarrollaremos los siguientes planes de acción:

1. Activar clientes potenciales que no estuvieron en la vigencia anterior.
2. Realizar nuevas negociaciones con nuestros proveedores que nos permitan incrementar los ingresos por incentivos.
3. Conservar y fortalecer la estructura de la central de medios que nos permita ejecutar los proyectos de nuestros clientes y mejorar la oferta comercial para los clientes potenciales en la que podamos incluir la compra y recomendación de pauta digital en redes sociales, pues como vemos en las tendencias del sector, son las de mayor crecimiento en ingresos publicitarios.

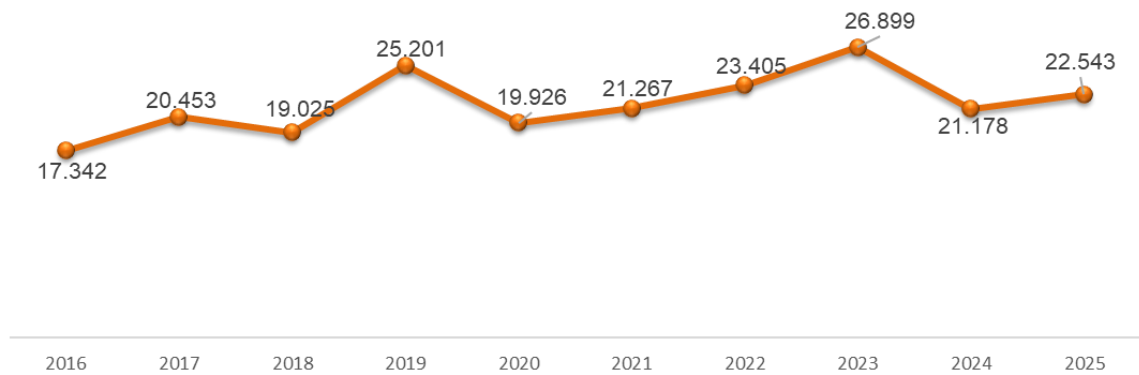
Cabe contemplar que las siguientes variables que pueden afectar el cumplimiento del presupuesto

1. Que el nuevo gobierno tome mayor tiempo del esperado para iniciar sus planes de comunicación en 2024.
2. Políticas de austeridad en el gasto público que afecten los recursos de publicidad y comunicaciones que administramos.
3. La migración de nuestros clientes a otras agencias o actores del mercado que ofrezcan planes de medios o estrategias de comunicación que sustituyan el portafolio de servicios ofrecido por la central de medios.
4. La reestructuración del equipo que limite el cobro oportuno de recaudos y el desarrollo de nuevas propuestas para clientes potenciales.

PRESUPUESTO 2025	\$ 22.543.280.622
-------------------------	--------------------------

El año 2025 nos tomamos con una economía con mucha incertidumbre y un segundo año de administración departamental y municipal donde se tiene mayor claridad del desarrollo de los planes de gobierno, esto nos permite poder ofrecer los servicios del canal como medio de difusión, convirtiendo a Teleantioquia en un aliado estratégico para todos nuestros clientes.

Se utiliza como un IPC proyectado del 5,58%.



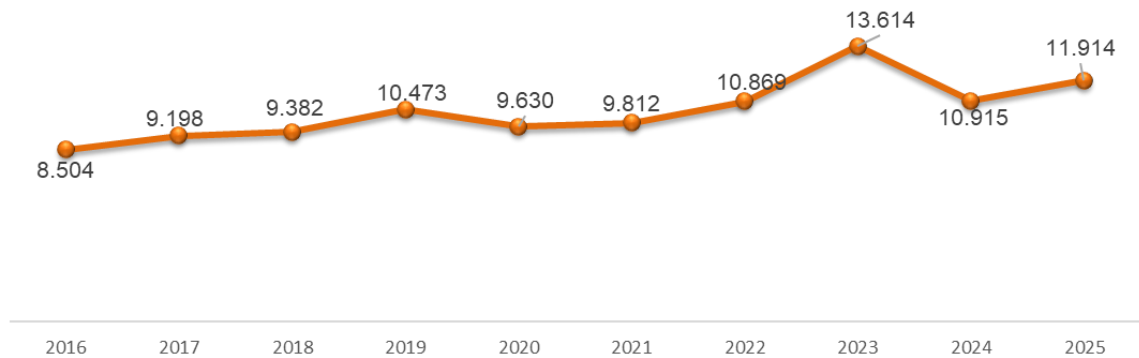
Tendencia ingresos servicios Teleantioquia 2016-presupuesto 2025

Comportamiento similar a los años 2016 y 2020, años de inicio de administración departamental y municipal.

Como se aprecia en la Gráfica 4, se proyecta una variación del 5,3% para el próximo año. se procederá a examinar de manera detallada los elementos que conllevan a esta este

incremento en los ingresos del portafolio de servicios (publicidad, cesión de derechos, producción y central de medios) y el comportamiento de los ingresos por tipos de clientes (privados o públicos).

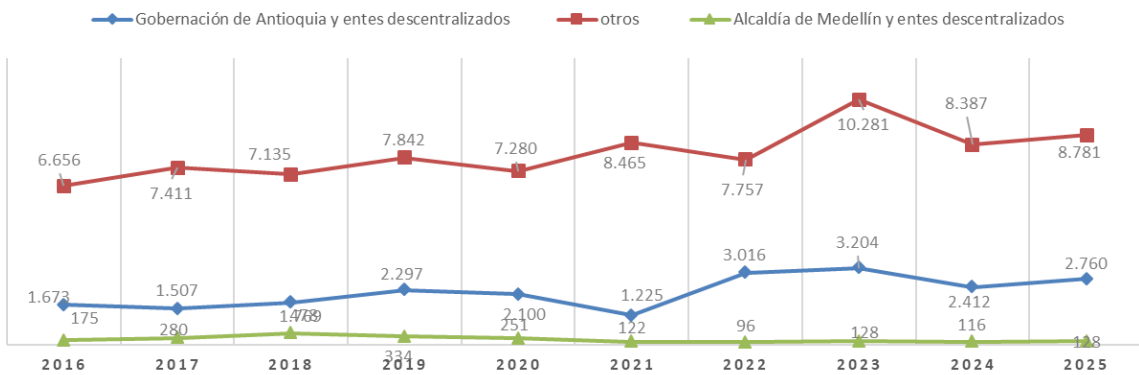
• Servicios de Publicidad	\$ 11.914.490.457
----------------------------------	--------------------------



Tendencia ingresos servicio de publicidad 2016-presupuesto 2025

Como se observa en el grafico 5, la tendencia de los ingresos por el servicio de publicidad nos arroja un crecimiento en el presupuesto del 9,2%.

A continuación, se presentan el comportamiento de los ingresos por tipo de cliente:



Tendencia ingresos publicidad 2016-presupuesto2025 por tipo de cliente

Fuerza_de_venta	Rubros	Proyección 2024	Presupuesto 2025	% crecimiento
Teleantioquia	Ventas Directas	7.159	7.636	6,7%
Comercializadora Medellín	Logros Publicitarios S.A.S.	2.917	3.080	5,6%
Comercializadora Bogotá	PYAM	108	182	68,3%
	Mass solutions	172	182	5,6%
Complicidades	Complicidades	558	589	5,6%
Total		10.915	11.670	6,9%

Distribución por fuerza de ventas 2024 y presupuesto 2025

Los ingresos publicitarios provienen de cinco fuentes distintas al día de hoy.

Dentro de las ventas directas encontramos:

- Actualmente Teleantioquia cuenta con 3 ejecutivos comerciales, los cuales representan para el próximo año un presupuesto de \$2.139 millones, representando un 19% del total del presupuesto de publicidad.
- Por la Gobernación de Antioquia y las entidades descentralizadas se espera una inversión promedio de \$2.658 millones, mejorando las inversiones proyectadas para el presente año.
- La Alcaldía de Medellín y sus entidades descentralizadas se presupuesta un valor de 128 millones.
- La emisión de los Sorteos de Rediapuestas S.A.S y la Lotería de Medellín se proyecta un incremento del IPC del 5,58%.
- “Serenata” es un producto muy atractivo para los municipios del departamento de Antioquia y por esta razón se espera mejorar los ingresos para el año 2025 sabiendo que tenemos unas entidades más claras con sus objetivos de comunicación.
- Grandes clientes que históricamente han sido manejados por Teleantioquia directamente como la JFK y Rediapustas S.A.S.
- La estrategia digital se fortalece cada día y es una gran oportunidad de crecimiento en ventas se proyecta ventas por 345.950.640 pesos.
- La comercializadora de Medellín Logros Publicitarios, representa un 28% del total del presupuesto. Esta comercializadora en su gran mayoría tiene a cargo las medianas y grandes empresas de la ciudad de Medellín, se proyecta un incremento del 5,58%.

Las comercializadoras de la ciudad de Bogotá representan el 3% de los ingresos, actualmente son Mass Solution y Pyam. Estas han experimentado una marcada disminución

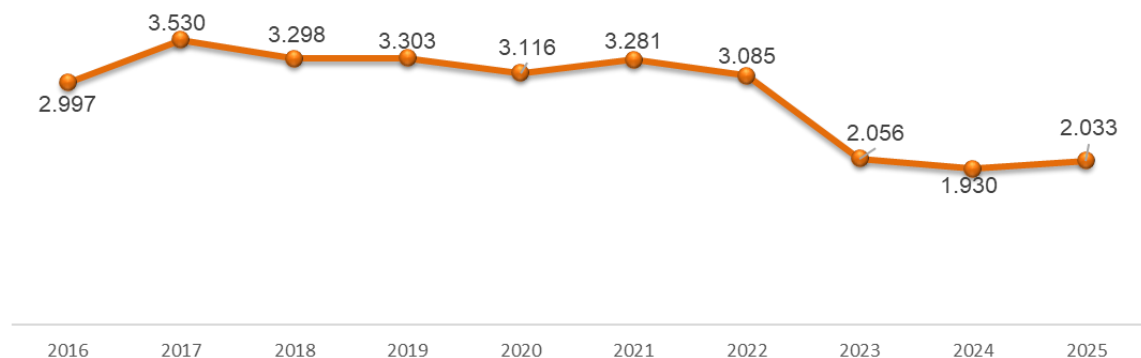
En los últimos años. Para el 2025 se proyecta recuperar participación en la inversión de las grandes marcas en el canal.

El programa "Las 3 gracias" opera bajo un acuerdo de riesgo compartido de 60% - 40%, con la empresa Vilchez Producciones S.A.S. y constituye el 5% del presupuesto total de ventas publicitarias. Se proyecta un crecimiento del 5,58% en este aspecto.

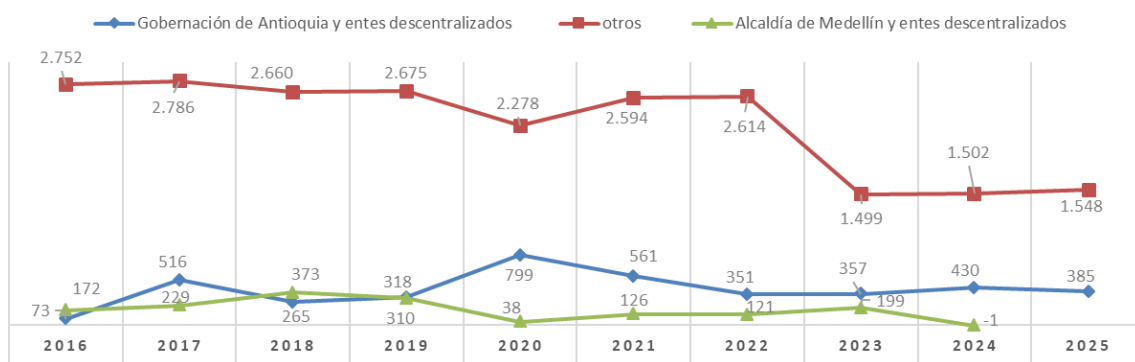
Para el cumplimiento del objetivo general del año se plantean algunas acciones como son:

- Fortalecer las ventas en otro tipo de plataformas como la estrategia digital.
- Búsqueda de anunciantes en otros medios de comunicación, potenciales clientes para el canal.
- Relacionamiento directo con los grandes clientes de Antioquia para ofrecerles el canal.
- Reactivación y sostenimiento de los clientes actuales y potenciales.
- Creación de modalidades de pauta publicitaria con las que se pretende ofrecer soluciones integrales y efectivas, estrategias a la medida, las cuales apoyen el cumplimiento de los objetivos de comunicación de los clientes.
- Capacitaciones permanentes a nuestras fuerzas de ventas en temas audiovisuales, comercialización e indicadores de audiencias televisivas con el fin de tener insumos para brindar una asesoría adecuada a nuestros anunciantes.
- Actualización permanente sobre las cifras de crecimiento en audiencia en la primera pantalla y en digital.
- Utilizar las herramientas de análisis de medios (Kantar, Ibope Media y Estudio General de medios) para complementar las propuestas comerciales.
- Realización de grandes eventos tipo show room, para el trabajo de relacionamiento con nuestros clientes y darles a conocer todas las posibilidades de lograr sus objetivos de comunicación de la mano con Teleantioquia.

• Cesión de Derechos	\$ 2.033.109.453
----------------------	------------------



Tendencia ingresos servicios de cesión de derechos Teleantioquia 2016-presupuesto 2025



Tendencia ingresos cesión de derechos 2016 - presupuesto 2025 por tipo de cliente.

El presupuesto de ingresos por cesión de derechos presentará una variación del 5,3% para el 2025, algunos aspectos a tener en cuenta son:

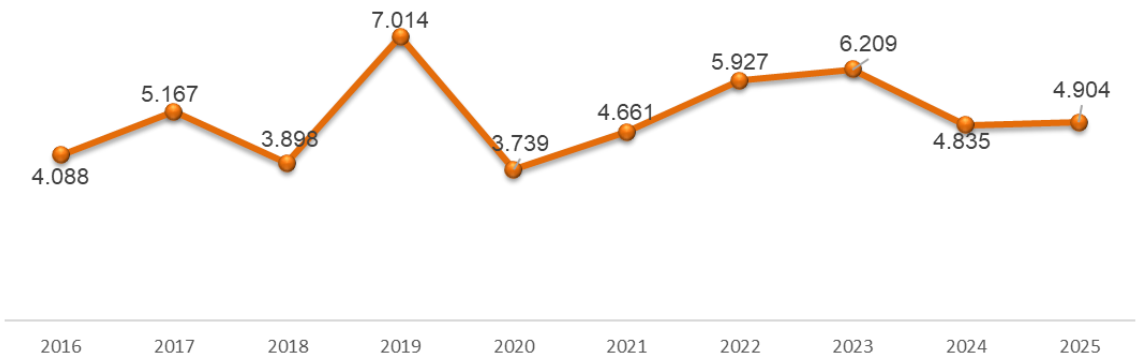
- La continuidad de la producción por parte del canal del noticiero "Teleantioquia Noticias de la 1", emitido de lunes a viernes de 1:00 pm a 2:00 pm, ha influido en la disminución de los ingresos del servicio de cesión de derechos, durante los años 2023 y 2024, anteriormente, este espacio solía ser cedido a terceros, lo que generaba ingresos por este rubro.
- Se proyecta la continuidad del programa "Camino al Barrio" de Empresas Públicas de Medellín.

- El canal tiene la confianza de poder continuar ofreciendo apoyo a los municipios del departamento de Antioquia en la producción y transmisión de sus contenidos como son los casos de los municipios de Itagüí, Bello, La Estrella, Rionegro, Envigado, entre otros.
- Se espera la continuidad de los micro programas de: IDEA, Agricultura, VIVA, Indeportes.

Es fundamental disponer de una parrilla de programación flexible que permita ofrecer horarios atractivos para nuestros clientes en el proceso de comercialización.

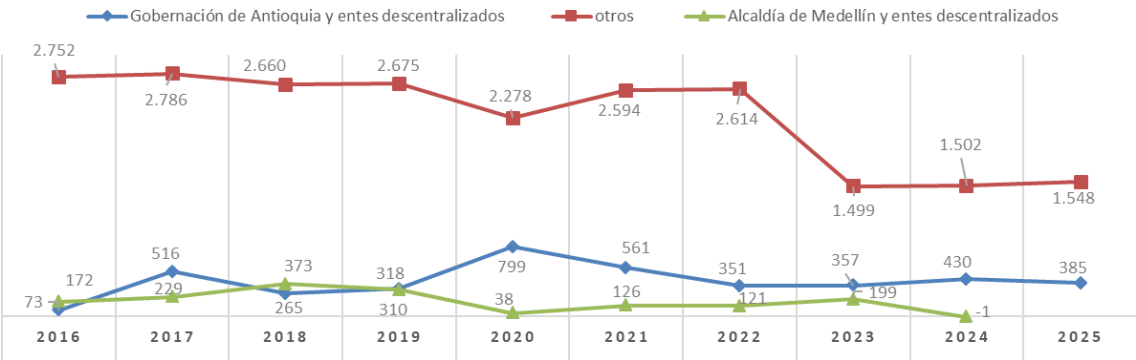
Se anexa un documento con el detalle de los espacios por día y horarios requeridos para cumplir con la meta.

• Servicios de Producción	\$ 4.903.943.229
----------------------------------	-------------------------



Tendencia ingresos producción 2016- presupuesto 2025

Para el 2025 se proyecta un crecimiento del 1,4% por el servicio de producción.



Tendencia ingresos producción 2016-presupuesto 2025 por tipo de cliente

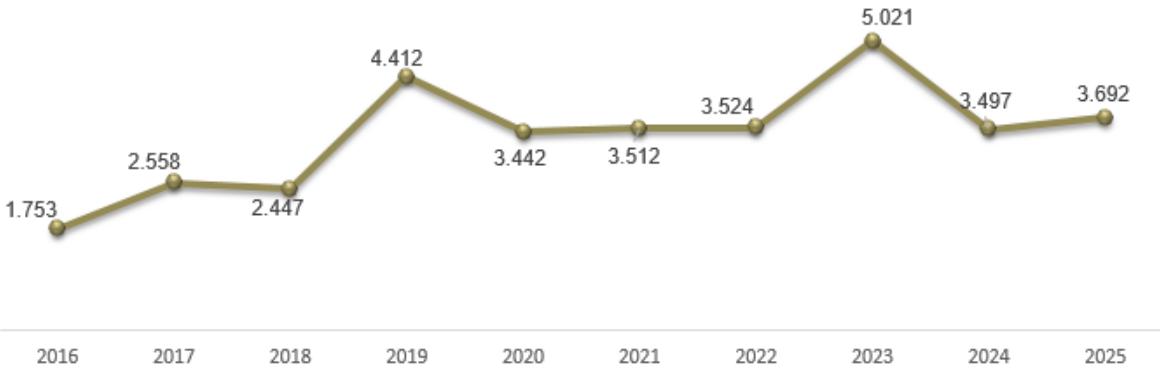
Por parte de la Gobernación de Antioquia se espera la reactivación de la realización de los productos audiovisuales con el canal como lo son, comerciales, producción de programas institucionales, cubrimiento de especiales, entre otros.

Por el sector “Otros”, se proyecta:

- La producción de los sorteos de Rediapuestas S.A.S y la Lotería de Medellín.
- La producción del programa Súper debate.
- Otras producciones como: Festival Hato viejo de Cotrafa, alquiler de equipos, entre otros.

Es relevante destacar que nuestra competitividad en el mercado del sector privado sigue siendo un desafío debido a los costos administrativos del canal. Estos costos aumentan el precio de venta de nuestros servicios de producción y dificultan la labor en términos comerciales.

• Central de Medios	\$3.691.737.481
---------------------	-----------------



Grafica 12. Tendencia ingresos servicio de central de medios 2016-presupuesto 2025

Claramente el inicio de administración departamental y municipal afecta directamente los recursos del sector oficial administrados por la central de medios de Teleantioquia y más relevante aún con la premisa de la gobernación de Antioquia sobre la austeridad, se proyecta para el 2025 un incremento del IPC (5,58%).

Para el logro de las metas presupuestales desarrollaremos los siguientes planes de acción:

- 1. Activar clientes potenciales que no estuvieron en la vigencia anterior.
- 2. Realizar nuevas negociaciones con nuestros proveedores que nos permitan incrementar los ingresos por incentivos.
- 3. Conservar y fortalecer la estructura de la central de medios que nos permita ejecutar los proyectos de nuestros clientes y mejorar la oferta comercial para los clientes potenciales. Implementar el desarrollo, diseño y construcción de sistema de información digital a la medida de los clientes.

2. CUMPLIMIENTO PRESUPUESTAL POR LÍNEAS DE NEGOCIO AÑO 2024 Y AÑO 2025

Año 2024:

75 clientes nuevos durante el año 2024 en las diferentes líneas de negocio.

97 clientes fidelizados con relacionamiento uno a uno.

172 clientes permanentes en el año.

Contratos de la central de medios en el 2024

CLIENTE	Año 2024
CONTRALORIA DISTRITAL DE MEDELLIN	\$ 185.000.000
CORANTIOQUIA	\$ 800.000.000
CORNARE	\$ 2.237.903.022
EMPRESA DE VIVIENDA DE ANTIOQUIA	\$ 530.000.000
FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE	\$ 14.476.000.000
GOBERNACION DE ANTIOQUIA	\$ 3.857.844.679
INDEPORTES ANTIOQUIA	\$ 305.506.854
INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DE ANTIOQUIA - IDEA	\$ 2.000.000.000
LOTERÍA DE MEDELLÍN	\$ 2.647.806.843
SECRETARIA SECCIONAL DE SALUD	\$ 4.598.343.000
TECNOLOGICO DE ARTES DEBORA ARANGO INSTITUCION REDEFINIDA	\$ 298.510.430
POLITECNICO JAIME ISAZA CADAVID	\$ 80.000.000
CONTRALORIA GENERAL DE ANTIOQUIA	\$ 40.000.000
TOTAL:	\$ 32.848.330.579

Presupuesto de ventas mes a mes y comparativos:

Presupuesto de 25.309 millones hasta el mes de agosto.

**Presupuesto de ventas por servicios
Enero a abril 2024**

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto enero a abril 2024	Ingresos enero a abril 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	12.561	17%	2.845	2.193	-652	77%
Producción	5.746	13%	929	757	-172	81%
Cesión de derechos	2.139	20%	426	435	10	102%
Central de medios	4.863	30%	949	1.450	501	153%
Total	25.309	19%	5.148	4.835	-313	94%

Servicios	Presupuesto 2025	Avance año	Presupuesto a mayo 2025	Ingresos a mayo 2025	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.914	36%	3.595	4.261	666	119%
Producción	4.904	32%	1.623	1.588	-35	98%
Cesión de derechos	2.033	30%	787	610	-177	78%
Central de medios	3.692	26%	689	974	285	141%
Total	22.543	33%	6.694	7.433	739	111%

Servicios	Presupuesto junio 2024	Ventas junio 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	851	735	-116	86%
Producción	316	184	-132	58%
Cesión de derechos	192	126	-66	66%
Central de medios	389	180	-209	46%
Total	1.747	1.224	-523	70%

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto primer semestre 2024	Ingresos primer semestre 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	12.561	30%	4.712	3.753	-959	80%
Producción	5.746	21%	1.764	1.180	-584	67%
Cesión de derechos	2.139	34%	828	732	-95	88%
Central de medios	4.863	34%	1.581	1.668	87	105%
Total	25.309	29%	8.884	7.333	-1.551	83%

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto Enero a julio 2024	Ingresos Enero a julio 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	12.561	35%	5.671	4.416	-1.256	78%
Producción	5.746	25%	2.052	1.441	-611	70%
Cesión de derechos	2.139	41%	1.037	870	-168	84%
Central de medios	4.863	37%	1.970	1.807	-163	92%
Total	25.309	34%	10.730	8.533	-2.197	80%

*En el mes de agosto del año 2024 se realiza una reestructuración al presupuesto y pasa a 21.200 millones.

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto Enero a septiembre 2024	Ingresos Enero a septiembre 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.124	55%	7.407	6.091	-1.315	82%
Producción	4.200	43%	2.655	1.819	-837	68%
Cesión de derechos	1.796	64%	1.333	1.141	-193	86%
Central de medios	4.081	52%	2.674	2.130	-544	80%
Total	21.200	53%	14.069	11.181	-2.889	79%

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto Enero a octubre 2024	Ingresos Enero a octubre 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.124	62%	8.228	6.923	-1.305	84%
Producción	4.200	54%	2.997	2.288	-708	76%
Cesión de derechos	1.796	72%	1.435	1.291	-144	90%
Central de medios	4.081	56%	2.985	2.282	-703	76%
Total	21.200	60%	15.645	12.784	-2.861	82%

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto Enero a noviembre 2024	Ingresos Enero a noviembre 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.124	72%	9.251	7.984	-1.267	86%
Producción	4.200	73%	3.422	3.051	-371	89%
Cesión de derechos	1.796	81%	1.563	1.450	-113	93%
Central de medios	4.081	60%	3.372	2.454	-918	73%
Total	21.200	70%	17.608	14.939	-2.670	85%

Servicios	Presupuesto Diciembre 2024	Ventas Diciembre 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	1.873	1.480	-393	79%
Producción	778	1.976	1.197	254%
Cesión de derechos	233	179	-54	77%
Central de medios	709	703	-6	99%
Total	3.592	4.337	745	121%

Ingresos por servicio año 2024.

Servicios	Presupuesto 2024	Ingresos 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.124	9.464	-1.660	85%
Producción	4.200	5.026	826	120%
Cesión de derechos	1.796	1.629	-167	91%
Central de medios	4.081	3.157	-924	77%
Total	21.200	19.275	-1.925	91%

ASPECTOS MÁS RELEVANTES RESULTADOS 2024:

Durante el año 2024, la gestión comercial del canal presenta un cumplimiento del 91%.

PUBLICIDAD:

El cumplimiento en servicios de publicidad es del 85%, los anunciantes con mayor inversión de pauta publicitaria fueron durante el año fueron: Rediapuestas, JFK Cooperativa Financiera, Cencosud, Arrendamientos Santa Fe, Gobernación de Antioquia, Bienes y Bienes, Telemedellín, Almacenes Éxito, Call Center, Cooperativa Colanta, Lotería de Medellín, Euro Supermercado, Didi Mobility, entre otras.

Feria de las Flores:

FERIA DE FLORES 2024	
Evento	Ventas
Desfile_de_silleteros	\$ 47.559.679
Desfile_de_autos	\$ 91.280.249
Desfile avenida primavera	\$ 1.243.352
Total	\$ 140.083.280

CESIÓN DE DERECHOS

Durante el año 2024 Teleantioquia ha tenido en la parrilla de programación 36 contenidos cesionarios, donde se resalta la vinculación de municipios como: Bello, Envigado, Itagüí, Girardota y Copacabana a través de las emisiones de sus programas en la parrilla de programación del canal.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:

En el 2024 se resalta la producción de los sorteos de Lotería de Medellín, Rediapuestas S.A.S, el programa del Super Debate, especiales y microprograma de la Gobernación de Antioquia, Microprogramas de las Secretaría de Agricultura y Seccional de Salud, servicio de alquiler y operación de la unidad móvil “Edumovil”, para el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, la producción de piezas audiovisuales para las campañas de la seccional de salud de Antioquia, la transmisión de las novenas navideñas por parte de la Fábrica de Licores de Antioquia, entre otros.

Producciones 2024		
Tipo	Cliente	Valor
Rendición de cuentas	IUDigital	\$ 85.408.646
	Gobernación de Antioquia	
	Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia	
	Segovia	
Transmisiones especiales	Cotrafa: Festivas Hatoviejo	\$ 503.234.446
	Distrito Especial de Ciencia y Tecnología	
	Antioquia Vive la Música	

	Ruta por Antioquia firme – Gobernación de Antioquia	
	Demolición Casas de Vicio - Gobernación de Antioquia	
	Discapacidad: Seccional de Salud de Antioquia	
	Asamblea Departamental	
	Novenas de Navidad (9)	
Micros / Capsulas / Videos	Cámara de Comercio	\$ 219.453.550
	Micros del Gober: Gobernación de Antioquia (8)	
	Micros Secretaria de Agricultura (10)	
	Video Laboratorios: Seccional de Salud de Antioquia	
	Automedicación: Seccional de Salud de Antioquia	
Sorteos	Rediapuestas - La Antioqueña(730)	\$ 1.866.471
	Rediapuestas - El Paisita (730)	
	Rediapuestas - El Paisita 3 (52)	
	La Loteria de Medellín (54)	
Programas	Superdebate (37)	\$ 808.847.117
	Doc una consultica (14)	
	Seccional de salud	
	Historias del Campo (10)	
Total		\$ 1.618.810.230

CENTRAL DE MEDIOS:

Por el servicio de la central de medios Durante el año 2024, se facturaron \$1.485.997.644 millones por incentivos y \$1.670.672.697 millones por honorarios, para un cumplimiento del 77%, tres contratos se prorrogaron para el 2025, Gobernación de Antioquia

Los proveedores que generaron mayores ingresos por incentivos son: El Colombiano y Efectimedios, los clientes que generaron honorarios fueron: Gobernación de Antioquia, Seccional de Salud de Antioquia y Fábrica de Licores de Antioquia.

CLIENTE/CONTRATO	VALOR CONTRATO	EJECUCIÓN
FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE		
4600016903	\$ 14.476.000.000,00	\$ 12.913.347.533,00
SECRETARIA SECCIONAL DE SALUD		
4600017220	\$ 4.598.343.000,00	\$ 3.223.231.201,00
GOBERNACION DE ANTIOQUIA		
4600016998	\$ 3.252.844.679,00	\$ 2.624.960.452,00
4600016875	\$ 605.000.000,00	\$ 498.901.164,00
INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DE ANTIOQUIA - IDEA		
0044-DE-2024	\$ 3.000.000.000,00	\$ 2.759.264.127,00
LOTería DE MEDELLÍN		
35- DE-2024	\$ 2.000.000.000,00	\$ 1.880.846.486,00
20-2024	\$ 123.894.136,00	\$ 82.619.700,00
048-V24		\$ 10.181.534,00
CORNARE		
183	\$ 2.237.903.022,00	\$ 1.600.216.969,00
215-2024	\$ 39.174.828,00	\$ 75.672.087,00
215-2023	\$ 39.174.828,00	\$ 38.907.883,00
MUNICIPIO DE ENVIGADO		
ENV-04-09-0585-24	\$ 790.406.483,00	\$ 693.252.295,00
CORANTIOQUIA		
140-CNT2408- 149	\$ 800.000.000,00	\$ 634.451.209,00
EMPRESA DE VIVIENDA DE ANTIOQUIA		
63 DE 2024	\$ 603.980.000,00	\$ 559.336.672,00
INDEPORTES ANTIOQUIA		
402 DE 2024	\$ 305.506.854,00	\$ 184.536.548,00
CONTRALORIA DISTRITAL DE MEDELLIN		
CD-0182024	\$ 186.500.000,00	\$ 174.056.631,00
TECNOLOGICO DE ARTES DEBORA ARANGO INSTITUCION REDEFINIDA		
01-2024	\$ 298.510.430,00	\$ 89.255.221,00
COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA		
CD-22360-JU-745-2024	\$ 100.000.000,00	\$ 82.755.348,00
POLITECNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID		
54081-2024	\$ 80.000.000,00	\$ 66.584.500,00
ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA		
0106-2024	\$ 80.000.000,00	\$ 35.712.443,00
CONTRALORIA GENERAL DE ANTIOQUIA		
CGA 031-2024	\$ 40.000.000,00	\$ 35.699.998,00
BAVARIA Y CIA S.C.A		
CT-COL-24-287	\$ 36.000.000,00	\$ 32.354.995,00
TOTAL	\$ 33.693.238.260,00	\$ 28.296.144.996,00

La ordenación del año fue de alrededor de \$28.296.144.996 millones de pesos.

Ingresos por tipo de cliente año 2024.

El año 2024 finaliza con el dominio de la inversión del sector privado, mientras que la Gobernación de Antioquia y entes descentralizados termina en un 26% donde los ingresos percibidos por la Seccional de Salud de Antioquia a través de la producción y emisión de piezas audiovisuales de sus campañas, fortalecieron dicho resultado.

La Alcaldía de Medellín y sus entes descentralizados presentaron una participación del 2%, Empresas Públicas de Medellín continúa con el programa “Camino al barrio” y pauta publicitaria de la Alcaldía de Medellín.

AÑO 2025:

119 clientes nuevos durante el primer semestre del 2025.

39% más de contratos por la central de medios

Servicios	Presupuesto 2025	Avance año	Presupuesto a febrero 2025	Ingresos a febrero 2025	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.914	10%	1.146	1.133	-13	99%
Producción	4.904	14%	629	678	49	108%
Cesión de derechos	2.033	8%	259	156	-103	60%
Central de medios	3.692	13%	332	464	133	140%
Total	22.543	11%	2.366	2.432	66	102.8%

Servicios	Presupuesto 2025	Avance año	Presupuesto a marzo 2025	Ingresos a marzo 2025	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.914	14%	1.918	1.711	-207	89%
Producción	4.904	28%	978	1.383	405	141%
Cesión de derechos	2.033	15%	441	296	-145	67%
Central de medios	3.692	18%	534	652	118	122%
Total	22.543	18%	3.871	4.042	170	104%

Servicios	Presupuesto 2024	Avance año	Presupuesto enero a abril 2024	Ingresos enero a abril 2024	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	12.561	18%	2.845	2.283	-561	80%
Producción	5.746	13%	929	767	-162	83%
Cesión de derechos	2.139	21%	426	443	17	104%
Central de medios	4.863	29%	949	1.427	478	150%
Total	25.309	19%	5.148	4.920	-228	96%

Servicios	Presupuesto 2025	Avance año	Presupuesto a mayo 2025	Ingresos a mayo 2025	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.914	36%	3.595	4.261	666	119%
Producción	4.904	32%	1.623	1.588	-35	98%
Cesión de derechos	2.033	30%	787	610	-177	78%
Central de medios	3.692	26%	689	974	285	141%
Total	22.543	33%	6.694	7.433	739	111%

Servicios	Presupuesto 2025	Avance año	Presupuesto a junio 2025	Ingresos a junio 2025	Diferencia	Cumplimiento
Publicidad	11.914	43%	4.492	5.169	677	115%
Producción	4.904	38%	1.939	1.853	-86	96%
Cesión de derechos	2.033	40%	961	809	-152	84%
Central de medios	3.692	32%	879	1.198	319	136%
Total	22.543	40%	8.271	9.028	757	109%

Gráfica2. Ingresos por servicio enero a junio 2025.

COMPARATIVO ENERO HASTA JUNIO					
SERVICIO	Presupuesto	Ventas	%Cump.	Diferencia	Crecimiento 2025 Vs 2024
PUBLICIDAD	4.492.101.315	5.276.081.919	117,45%	783.980.605	40,6%
PRODUCCIÓN	1.938.883.656	1.821.566.007	93,95%	(117.317.649)	54,4%
CESIÓN DE DERECHOS	961.293.270	776.649.915	80,79%	(184.643.355)	6,0%
CENTRAL DE MEDIOS	879.172.549	1.207.820.522	137,38%	328.647.973	-27,6%
Total general	8.271.450.788	9.082.118.363	109,8%	810.667.575	23,9%

SERVICIO	Ventas julio 2024	Presupuesto	Ventas julio 2025	%Cump.
PUBLICIDAD	4.415.512.808	5.655.458.934	6.192.632.041	109,50%
PRODUCCIÓN	1.440.945.186	2.231.330.605	2.199.646.132	98,58%
CESIÓN DE DERECHOS	869.585.926	1.144.496.585	984.605.629	86,03%
CENTRAL DE MEDIOS	1.806.958.979	1.026.096.419	1.566.435.279	152,66%
Total general	8.533.002.899	10.057.382.542	10.943.319.081	108,8%

ASPECTOS MÁS RELEVANTES

Durante el periodo de enero a junio del 2025, la gestión comercial del canal presenta un cumplimiento del 109%.

Por el servicio de publicidad los anunciantes con mayor inversión de pauta publicitaria fueron: Redi Apuestas, Gobernación de Antioquia, Lotería de Medellín, Fábrica de Licores de Antioquia, Comfama, Call Center S.A.S, Arrendamientos Santa Fe, IDEA, Municipio de

Envigado, Banco BBVA, Telemedellin, Cencosud Colombia, Odontos, entre otras.

Los servicios de cesión de derechos y producción tienen un cumplimiento acumulado de 96% y 84% respectivamente. Actualmente se están produciendo varios productos audiovisuales para La Seccional de Salud e Inclusión Social y el proyecto “La nave 2.0” del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

Durante el primer semestre, Teleantioquia ha tenido en la parrilla de programación 23 contenidos cesionarios, a la espera de nuevos contenidos como El Profesor Yarumo de la Federación Nacional de Cafeteros y Seccional de Salud e Inclusión Social.

Por el servicio de producción se resalta los productos audiovisuales realizados a la Seccional de Salud de Antioquia y la producción de los sorteos de Lotería de Medellín, Redi Apuestas S.A.S, microprograma de la Gobernación de Antioquia, y algunos especiales de clientes, como: Isagen, Canal Regional Teve Andina, D´ferias y eventos, Producción S.A.S, el especial de para Federación de Arqueros de Colombia, Transmisión de final del torneo vacaciones “Cielo Roto 2025” en Municipio de Caldas.

Por el servicio de la central de medios, se facturaron \$ 375.707.325 y por incentivos y \$ 822.077.583 por honorarios.

Los proveedores que generaron mayores ingresos son: Negocios Estratégicos Ne S.A.S. y El Colombiano.

Los clientes que generaron honorarios fueron: Gobernación de Antioquia, Seccional de Salud de Antioquia y La Fábrica de Licores de Antioquia.

La ordenación para el periodo de enero a julio fue de \$21.920.984.147.

CLIENTE	Año 2025
CONTRALORIA DISTRITAL DE MEDELLIN	\$ 247.665.012
CORANTIOQUIA	\$ 1.237.000.000
CORNARE	\$ 2.479.390.575
EMPRESA DE VIVIENDA DE ANTIOQUIA	\$ 494.218.699
FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE	\$ 16.740.596.999
GOBERNACION DE ANTIOQUIA	\$ 11.932.391.825
INDEPORTES ANTIOQUIA	\$ 428.268.255
INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DE ANTIOQUIA - IDEA	\$ 3.000.000.000
LOTERÍA DE MEDELLÍN	\$ 2.000.000.000
SECRETARIA SECCIONAL DE SALUD	\$ 5.115.674.153
TECNOLOGICO DE ARTES DEBORA ARANGO INSTITUCION REDEFINIDA	\$ 196.166.550
POLITECNICO JAIME ISAZA CADAVID	\$ 80.000.000
CONTRALORIA GENERAL DE ANTIOQUIA	\$ 60.000.000
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO	\$ 156.200.000
REGISTRADURÍA NACIONAL DEL ESTADO CIVIL	\$ 1.363.713.181
VALOR +	\$ 80.000.000
TOTAL:	\$ 45.611.285.249

Planes de acción del 2025.

- Venta cruzada de las diferentes líneas de negocio del canal.
- Analizar perfiles y necesidades para entregar propuestas y contenidos a la medida de los clientes.
- Alinear los esfuerzos del canal para alcanzar sus objetivos de crecimiento y de posicionamiento. Esto implica la maximización de los ingresos, la mejora del margen de beneficio, la ampliación de la cuota de mercado y la satisfacción de los clientes.
- Relacionamiento directo y fidelización de los clientes actuales y antiguos.
- Identificación de clientes potenciales: sectorización y paretización de los clientes.
- Gestión de las visitas a los clientes en formato comercial para seguimiento a la gestión.
- Desarrollo de miadiakit 2025
- Ejecutivo comercial en Bogotá y visita a las diferentes agencias en la capital.
- Estrategia de ventas Cosiaca serie de 12 capítulos de 27.5 minutos
- Estrategia de ventas Feria de flores, Magacín de las flores, Desfiles y digital
- Bases de datos actualizadas con histórico del canal y gestión comercial.
- Realizar análisis del mercado, el sector y categorizar según el público objetivo.
- Diseñar una estrategia de comunicación efectiva incluyendo contenidos en pantalla y estrategia digital.
- Ejecutivo comercial en Bogotá que haga la apertura de nuevas empresas con enfoque de negocio en Antioquia.

Clientes Cosiaca		
Cliente	Concretado TV	Digital
Familia	\$ 13.000.000	
Kalley	\$ 26.000.000	
La Vaquita	\$ 3.000.000	
Panela la Calandria	\$ 9.000.000	
Itagui	\$ 6.000.000	
Coogranada	\$ 2.000.000	
Loteria de Medellín	\$ 10.985.400	
Camino Real	\$ 15.800.000	
Premiun Plaza	\$11.600.000	\$5.500.000
Confecciones Mompirry	\$19.000.000	
Raul Cataño	\$13.000.000	
Bienes y Bienes	\$13.000.000	
Asados Doña Rosa	\$10.000.000	\$5.000.000
CFA	\$21.000.000	
Grupo Argos	\$20.000.000	
IU Digital	\$5.119.000	
Ferrocarriles de Antioquia		\$11.000.000
Mr Tamal	\$15.800.000	
Alcaldia de Medellín	\$ 10.000.000	
Ferrini	\$ 20.000.000	
Clinica odontologica		\$ 38.500.000
Surtitodo	\$ 5.000.000	
AKT	\$ 20.000.000	
Friko	\$30.000.000	
Espumas Medellín	\$15.000.000	
Cooperativa Confiar	\$15.000.000	
Cementos Argos	\$15.000.000	
La finca de Rigo		\$38.500.000
MC Company Brizzer	\$ 3.000.000	
Seccional Salud de Antioquia	\$6.000.000	
Flamingo	\$15.000.000	
FORD	\$7.000.000	
Escuela de Ingeniería de Antioquia	\$11.000.000	
Gran Plaza	\$5.000.000	
Puerta del Norte	\$ 14.000.000	
CC San Nicolás	\$10.000.000	
Supermercado ARA	\$4.000.000	
Ruta 7	\$18.000.000	
Claro	\$39.351.600	
Gobernación de Antioquia	\$3.000.000	
CC Oviedo	\$4.500.000	
SubTotal	\$ 484.156.000	\$98.500.000
TOTAL		\$ 582.656.400

Ventas Feria de las Flores

Cliente feria de flores	valor antes de IVA
Innovaciones de Moda	\$ 5.645.700
FLA tablados	\$ 19.000.000
FLA Feria	\$ 91.907.142
Lotería	\$ 88.000.000
Logros	\$ 80.000.000
Gana	\$ 9.268.700
Arquitectura y Concreto	\$ 7.218.500
GAES	\$ 5.198.600
Pixie	\$ 10.340.000
Prisma Gestión	\$ 855.000
Centro Comercial San Nicolás	\$ 8.663.398
Graficolors	\$ 6.273.000
distrikia	\$ 9.796.800
Autollantas Nutibara	\$ 3.830.000
Referencia: Noche de Boleros	\$ 307.200
Falabella	\$ 3.210.620
FOTON	\$ 2.822.850
TOTAL	\$ 352.337.510

Frente a las ventas del 2024 en Feria de flores tuvimos un incremento del **251,52%**

3. Indicadores de Gestión 2024 - 2025

Resultados y análisis de Plan Estratégico “Conectando Futuro 2024-2027” indicadores de gestión de la Dirección de Mercadeo y Comercialización de Teleantioquia.

LÍNEA 3 SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL

Siendo conscientes de la importancia de administrar con integridad y austeridad el patrimonio de los antioqueños, Teleantioquia tiene claro que impulsando la revitalización sostenible de manera ordenada, eficiente e integra de los diferentes recursos, reconociendo el impacto que genera en el medio ambiente por la huella de carbono que producen sus actividades, y comprometiéndose con la mitigación y compensación del daño generado, logrará asegurar su permanencia en el tiempo como institución sostenible, manteniendo altos estándares de excelencia en todos sus productos y servicios y

reconociendo su talento humano como la fuerza principal que impulsa su desarrollo, razón por la cual lograr un equilibrio multidimensional para los colaboradores del canal es parte fundamental de esta línea estratégica.

ESTRATEGIA 3.1.1. Diversificación y aumento de fuentes de ingresos. Para enfrentar un entorno económico y sociocultural cambiante y mantener niveles de ingreso que aseguren la sostenibilidad de su operación, Teleantioquia debe fortalecer y mejorar sus procesos comerciales, y aprovechar las nuevas oportunidades que ese mismo entorno le ofrece.

Evaluar el cumplimiento de este objetivo, permite controlar y medir la eficacia de las ventas y controlar las actividades comerciales desde l diferentes líneas de negocio.

Número de ventas concretadas:

Garantizar 10 clientes nuevos cada año desde las diferentes líneas de negocio de la Dirección de Mercadeo y Comercialización, es decir 40 clientes entre el 2024 y el 2027.

Tasa de conversión:

Garantizar el 10% de tasa de conversión al mes por cada ejecutivo comercial.

Ejemplo de 10 visitas al mes se cierra 1.

Se calcula dividiendo las ventas cerradas en un periodo de tiempo determinado por las visitas totales durante ese mismo periodo.

fórmula te quedaría del siguiente modo: $TC = 1/10 = 0,1 \times 100 = 10\%$. *Este resultado indica que lograste un 10% de ventas en el mes.*

$(Ventas/visitas)*100$

Dos indicadores respaldan la oportunidad de crecimiento, los nuevos negocios y la gestión comercial.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.1.A.	Número de clientes	381	421	Dirección de mercadeo y comercialización
3.1.1.B.	Tasa de conversión	SLB	10%	

LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL

Línea estratégica	Responsable	Código	Indicador	U. medida	Tipo	Meta 2024	Resultado	Cump
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	Dirección de mercadeo y comercialización	3.1.1.A.	Número de clientes	Cientes	Producto	391	482	123.27%
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	Dirección de mercadeo y comercialización	3.1.1.B.	Tasa de conversión	Porcentaje	Producto	10.00%	N.D.	N.D.

Para el cierre del año 2024 se cumple con el indicador de nuevos clientes en un 123.27%

En cuanto al indicador de tasa de conversión no se mide porque no se tiene una herramienta que permia realizar el comparativo, para el año 2025 se proyecta el informe de gestión de cada ejecutivo comercial para su medición y control.

T1 Y T2 2025

Indicador	U. medida	Tipo	Meta T1-202	Resultado	Cump
Número de clientes	Cientes	Producto	119	162	136,13%
Tasa de conversión	Porcentaje	Producto	10,00%	23,62%	236,22%

INDICADORES DE GESTIÓN	T4 - 2024	T1 - 2025	T2 - 2025
Número total de clientes activos en las diferentes líneas de negocios del canal	482	162	307
Número de ventas reales registradas durante el periodo de medición	N.D.	90	165
Número total de visitas realizadas por los ejecutivos comerciales durante el periodo	N.D.	381	702

Análisis indicadores de gestión para el año 2025 T1 Y T2:
Durante el periodo evaluado, los indicadores claves del proceso mostraron un desempeño favorable, superando las metas establecidas.

Por ejemplo, el indicador de número total de clientes activos en las diferentes líneas de negocio del canal logró un cumplimiento en el primer trimestre de 2025 de tener 162 clientes activos más que el cierre del 2024, y el T2 tiene 307 clientes, lo que representa que en tres meses aumentaron 145 clientes activos, crecimiento del 89.51%.

El indicador de número de ventas tiene un crecimiento significativo del T1 al T2, del 83.33% más, lo que representa efectividad en la etapa final del proceso comercial, donde se concreta el compromiso del cliente para realizar la compra. Superar las metas de ambos trimestres implica un buen manejo de técnicas de venta, persuasión, y gestión efectiva del cliente donde se refleja un alto rendimiento comercial, con resultados que pueden traducirse en mayores ingresos y mejor posicionamiento en el mercado.

El indicador número total de visitas aumentó de 381 en el T1 a 702 en el T2, demostrando que la gestión es efectiva y oportuna, crecimiento de 321 visitas más entre los 5 ejecutivos comerciales, corresponde a 84.25% de crecimiento.

Además, este resultado implica un uso eficiente de los recursos de prospección y seguimiento, permitiendo prever ingresos con mayor precisión y optimizar el ciclo de ventas mediante la focalización en clientes con mayor probabilidad de cierre, Cusiaca como gran apalancador de las ventas y Feria de flores como estrategia anual de visibilidad de marca.

Conclusiones:

- Durante este semestre del 2025, el equipo comercial ha logrado superar con creces los objetivos de ventas establecidos, demostrando un rendimiento sobresaliente y un compromiso excepcional.
- Gracias a una estrategia bien definida, alineada con el análisis de mercado y un enfoque centrado en el cliente, las ventas crecieron de manera sostenida mes a mes, alcanzando un incremento significativo en comparación con el año anterior.
- Los esfuerzos en la identificación de nuevas oportunidades, la mejora en la gestión de relaciones con los clientes existentes y la ampliación del portafolio de productos permitieron no solo cumplir, sino superar las metas establecidas.



María Clara Arbeláez Medina

Director de Mercadeo y Comercialización