

PROCEDIMIENTO INVESTIGACION DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS



PE-PYM-PRO-007

VERSIÓN: 01

ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

1. OBJETIVO

Realizar estudios de oferta, competencia y demanda que faciliten la toma de decisiones sobre la nueva oferta académica de INFOTEP y los programas académicos vigentes.

2. ALCANCE

El procedimiento inicia desde el diseño de las encuestas para el levantamiento de información hasta el seguimiento de correcciones, acciones preventivas y acciones correctivas.

3. RESPONSABLE

Profesional Especializado de Planeación

4. DEFINICIONES

- 4.1. CLIENTE:** Organización, entidad o persona que recibe un producto y/o servicio.
- 4.2. INVESTIGACION DE MERCADOS:** Es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer información para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Este le sirve a las directivas de la entidad para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.
- 4.3. ESTUDIO DE MERCADO:** Es el conjunto de acciones que se realizan para saber cuáles son las necesidades y respuestas del entorno frente a los productos y servicios que ofrece la entidad.
- 4.4. PLAN DE COMUNICACIONES:** Es la herramienta que sirve para planificar en términos de recursos, tiempo y objetivos las acciones y estrategias de comunicación de la entidad. Debe estar contemplado en el plan estratégico de la institución, y como mínimo, debe contener estrategias de comunicación interna y externa (conocida como plan de medios). Igualmente, debe estar contemplado el presupuesto de ejecución del mismo junto con su respectiva estrategia de implementación y evaluación.

Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.

	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

4.5. PLAN DE MERCADEO: Es un instrumento de planificación estratégica que recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación a seguir. De igual manera, se describen los productos y/o servicios de la institución y su respectiva estrategia de precio, productos o servicios, promoción y distribución de los mismos. Adicionalmente, el plan debe establecer el presupuesto de ejecución y derrotero de implementación y evaluación.

4.6. ESTRATEGIA DE *SOCIAL MEDIA*: Es la planificación e implementación de los medios sociales que tiene la Institución a su alcance para generar impacto en sus clientes actuales y potenciales, concretamente vía *on line* con el objetivo de alcanzar las metas planteadas en el plan de mercadeo y/o de comunicaciones.

4.7. PROCEDIMIENTO: Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.

5. CONDICIONES GENERALES

5.1. La investigación de mercados se realizará cada tres (3) años.

5.2. La investigación de mercados se realizará en el formato establecido por la Institución.

5.3. La investigación de mercados puede ser cualitativa o cuantitativa, dependiendo de los métodos o técnicas de recopilación de información primaria, así como del análisis de datos.

5.4. Para la recopilación de información primaria, se podrán aplicar diferentes métodos o técnicas, como por ejemplo: encuestas, talleres, entrevistas en profundidad con expertos, *focus group* o sesiones de grupo, conversatorio, entre otros.

5.5. Cuando la técnica o método de recopilación de información primaria sea encuestas a clientes, deberá aplicarse metodología de muestreo probabilístico para inferir los resultados al total de la población objeto de estudio o *target*.

Los medios para aplicar la encuesta pueden ser por teléfono, digitales (página web, correo electrónico, formulario *on line*), o personalmente.

Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.

	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

Después de aplicar la encuesta se debe realizar un control de calidad, seleccionando aleatoriamente unos elementos de la muestra, con el propósito de verificar que efectivamente el individuo registrado se haya encuestado.

5.6. El Plan de Mercadeo de Servicios debe contener como mínimo los siguientes componentes:


- Estudio de Mercado (oferta, demanda y competencia)
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Servicios
- Estrategia de Distribución o Comercialización
- Estrategia de Promoción
- Estrategia de Servicio al Cliente

5.7. Para el INFOTEP son sus clientes: estudiantes, egresados, empresas y gremios económicos y entidades públicas e instituciones:

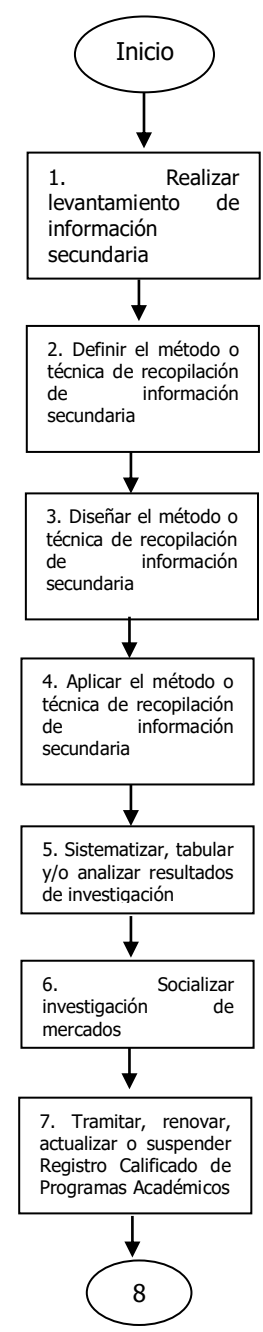
- Estudiantes: Son estudiantes del INFOTEP las personas que poseen matrícula vigente, en cualquiera de los programas que ofrece la institución: Pregrado, Extensión, Post-grado (mediante convenio) y Articulación.
- Egresados: Estudiantes de pregrado, post-grado (mediante Convenio), y de extensión que han obtenido el título que corresponda al programa académico que cursaron.
- Empresas y Gremios Económicos: Organizaciones que desarrollan actividad (es) económica (s) en las áreas dónde la Institución tiene cobertura
- Entidades Públicas e Instituciones: Organizaciones que hacen parte del Estado colombiano o que ejercen funciones públicas.

5.8. La formulación del Plan de Comunicaciones y la Estrategia de Social Media, se desarrolla según lo establecido en el procedimiento "Comunicaciones y Relaciones Públicas" del proceso Gestión Tecnológica y Comunicaciones.


Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.

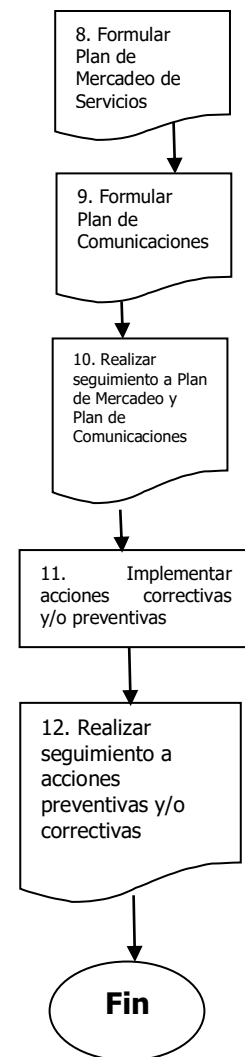
	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

6. TAREAS

No	TAREAS	RESPONSABLE	REGISTROS	DIAGRAMA DE FLUJO
1.	Realizar levantamiento de información secundaria sobre oferta, demanda y competencia	Profesional Especializado de Planeación	No Aplica.	 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> T1[1. Realizar levantamiento de información secundaria] T1 --> T2[2. Definir el método o técnica de recopilación de información secundaria] T2 --> T3[3. Diseñar el método o técnica de recopilación de información secundaria] T3 --> T4[4. Aplicar el método o técnica de recopilación de información secundaria] T4 --> T5[5. Sistematizar, tabular y/o analizar resultados de investigación] T5 --> T6[6. Socializar investigación de mercados] T6 --> T7[7. Tramitar, renovar, actualizar o suspender Registro Calificado de Programas Académicos] T7 --> Fin([8]) </pre>
2.	Definir el método o técnica de recopilación de información primaria	Profesional Especializado de Planeación	No Aplica.	
3.	Diseñar el método o técnica de recopilación de información primaria	Profesional Especializado de Planeación	-Encuesta diseñada -Formulario de Entrevista en Profundidad a Expertos -Metodología de taller -Guion de <i>focus group</i> -Guion de conversatorio	
4.	Aplicar el método o técnica de recopilación de información primaria, dirigido a clientes	Profesional Especializado de Planeación	-Encuesta diligenciada en Profundidad a Expertos sistematizada -Informes de taller o <i>focus group</i> o conversatorio	
5.	Sistematizar, tabular y/o analizar los resultados de la investigación	Profesional Especializado de Planeación	Sistematización, tabulación y/o análisis de los resultados de la investigación	
6.	Socialización de resultados de la investigación de mercados a los colaboradores de procesos misionales y Comité Institucional de Desarrollo Administrativo.	Rectora	-Informe -Acta de reuniones -Página web	
7.	Tramitar, renovar, actualizar o suspender el Registro Calificado de Programas Académicos, según aplique.	Vicerrectora Académica	Registro Calificado de Programas Académicos	
8.	Formular el Plan de Mercadeo de Servicios	Profesional Especializado de Planeación	Plan de Mercadeo de Servicios	
9.	Formular el Plan de Comunicaciones, que incluya Plan de Medios y Estrategia <i>Social Media</i>	Líder del Proceso Gestión Tecnológica y Comunicaciones	Plan de Comunicaciones	
10.	Se hace seguimiento a la implementación del Plan de Mercadeo de Servicios y Plan de Comunicaciones	Profesional Especializado de Planeación	Informe de seguimiento	
11.	Se implementan las acciones correctivas y/o preventivas, con base en el seguimiento del Plan de Mercadeo de	Líderes de Proceso	Registro de acciones preventivas, acciones correctivas y/o	

Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.

	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

No	TAREAS	RESPONSABLE	REGISTROS	DIAGRAMA DE FLUJO
12.	Servicios y Plan de Comunicaciones Se hace el seguimiento a la implementación de acciones correctivas y/o preventivas.	Jefe de Control Interno	correcciones implementadas Informe de seguimiento al Plan de Mejoramiento Individual	 <pre> graph TD A[8. Formular Plan de Mercadeo de Servicios] --> B[9. Formular Plan de Comunicaciones] B --> C[10. Realizar seguimiento a Plan de Mercadeo y Plan de Comunicaciones] C --> D[11. Implementar acciones correctivas y/o preventivas] D --> E[12. Realizar seguimiento a acciones preventivas y/o correctivas] E --> F((Fin)) </pre>

Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.

	PROCEDIMIENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MERCADEO DE SERVICIOS	CÓDIGO: PE-PYM-PRO-007
		VERSIÓN: 01
		ACTUALIZACIÓN: 24-05-2017

7. CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	ACTUALIZACIÓN	CAMBIOS
24-05-2017	00	Versión inicial.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
<p>Christie D. Walters A. Equipo de Calidad</p> <p>Nerieth May Caraballo Apoyo Oficina de Planeación</p>	<p>Lady Julieth Malagón Jessie Coordinadora del Sistema Integrado de Gestión</p>	<p>Evelyn Castillo Alvis Representante de la Dirección para el Sistema Integrado de Gestión</p>

Toda versión impresa de este documento se considera no controlada.
La versión vigente se podrá consultar en el Sistema de Información Institucional INFOSIG.