

 Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT	MACRO PROCESO: Gestión de Comunicación Social PROCESO: Representación Comunicacional SUBPROCESO: Análisis de Mercado		FECHA: 01-06-2015	
	Versión: 02		CÓDIGO: CSO-36-MA	
	PUBLICADO ☒	EN ANALISIS ☐	BORRADOR ☐	OBSELETO ☐
	PÁGINA: 1 de 10			

MANUAL DELSUBPROCESO

ANÁLISIS DE MERCADO

Elaborado por: Ing. Diego Espinoza Cargo: Analista de Planificación	Revisado por: Ing. Diego Molina Cargo: Director de Planificacion	Aprobado por: Lcdo. Lenin Figueroa Cargo: Director de Comunicación Social
 Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT	 Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT	 Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT

 Ministerio de Salud Pública Instituto Nacional de Donación y Trasplante de Órganos, Tejidos y Células INDOT	MACRO PROCESO: Gestión de Comunicación Social PROCESO: Representación Comunicacional SUBPROCESO: Análisis de Mercado		FECHA: 01-06-2015	
	Versión: 02		CÓDIGO: CSO-36-MA	
	PUBLICADO ☒	EN ANALISIS ☐	BORRADOR ☐	PÁGINA: 2 de 10

CONTENIDO

1.	NOTAS DE CAMBIO.....	3
2.	FICHA DEL SUBPROCESO	¡Error! Marcador no definido.
3.	PROPÓSITO DEL SUBPROCESO	4
4.	ALCANCE DEL SUBPROCESO	4
5.	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO	4
6.	INTERVINIENTES DEL SUBPROCESO	4
7.	GLOSARIO DE TÉRMINOS Y ABREVIATURAS.....	4
8.	POLÍTICAS	4
9.	DOCUMENTOS Y REGISTROS	5
10.	PROCEDIMIENTO	6
11.	DIAGRAMA DE FLUJO	8
12.	INDICADORES	10
13.	ANEXOS	10



SUBPROCESO:Análisis de Mercado

CÓDIGO:CSO-36-
MA

PUBLICADO EN ANALISIS

BORRADOR OBSOLETO

PÁGINA: 3 de 10

[illegible]

	MACRO PROCESO: Gestión de Comunicación Social PROCESO: Representación Comunicacional SUBPROCESO: Análisis de Mercado		FECHA: 01-06-2015
			CÓDIGO: CSO-36-MA
	Versión: 02		PÁGINA: 4 de 10
	PUBLICADO ☒	EN ANALISIS ☐	

2. PROPÓSITO DEL SUBPROCESO

Establecer estrategias y parámetros para llegar de manera efectiva al público objetivo.

3. ALCANCE DEL SUBPROCESO

El proceso inicia la solicitud para promocionar un tema específico, y finaliza con el archivo del Informe de Resultados.

4. RESPONSABLE DEL SUBPROCESO

- Director/a de Comunicación Social

5. INTERVINIENTES DEL SUBPROCESO

- Director/a Ejecutivo/a
- Director/a de Comunicación Social
- Analista de Comunicación Social

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS Y ABREVIATURAS

No existe glosario para este subproceso.

7. POLÍTICAS

- El/ la Director/a de Comunicación Social tiene que revisar el Informe de Marketing antes de enviarlo a revisión a Director/a Ejecutivo/a.
- Una vez aprobado el Informe de Marketing por el/ la Director/a Ejecutivo/a, el Director/a de Comunicación Social podrá definir el Plan de Ejecución.

	MACRO PROCESO: Gestión de Comunicación Social PROCESO: Representación Comunicacional SUBPROCESO: Análisis de Mercado		FECHA: 01-06-2015	
	Versión: 02		CÓDIGO: CSO-36-MA	
	PUBLICADO ☒	EN ANALISIS ☐	BORRADOR ☐	PÁGINA: 5 de 10
	OBSELETO ☐			

- Realizar la encuesta de satisfacción de cliente externo e interno por lo menos una vez al año en los formatos establecidos
- Los resultados de las encuestas deberán ser notificados a los directores responsables para establecer ACPM mediante la solicitud de ACPM cada vez que proceda

8. DOCUMENTOS Y REGISTROS

Código	Documento
EXTERNO	Constitución de la República
EXTERNO	Ley orgánica de Salud
EXTERNO	Plan Nacional del Buen vivir
EXTERNO	Políticas sectoriales
EXTERNO	Ley orgánica de Donación y Trasplante de órganos, tejidos y células
EXTERNO	Reglamento General a la ley orgánica de órganos, tejidos y células
GES-1-DL	Estatuto Orgánico de Gestión organizacional por procesos del Instituto Nacional de Donación y trasplante de órganos, tejidos u células – INDOT
EXTERNO	Decretos Ejecutivos
EXTERNO	Acuerdos Ministeriales
EXTERNO	Administración Bajo Procesos del SNAP
EXTERNO	Metodología del Gobierno por Resultados (GPR)
THU-24-DL	Manual de Descripción, Valoración y Clasificación de Puestos del INDOT
EXTERNO	Ley Orgánica de Comunicación
EXTERNO	Ley Orgánica de la función de Transparencia y Control Social
EXTERNO	Resoluciones de la Secretaría Nacional de Comunicación - SECOM
EXTERNO	Resoluciones de la Secretaría Nacional de Comunicación - SECOM
EXTERNO	Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública

Registro			
Nombre	Formato	Retención	Disposición
Plan de Ejecución	Físico y Digital	Hasta finalizar el subproceso	Archivo
Informe	Físico y Digital	Hasta finalizar el subproceso	Archivo
Encuesta de satisfacción Cliente	Físico y Digital	Hasta finalizar el subproceso	Archivo
Encuesta de satisfacción INDOT	Físico y Digital	Hasta finalizar el subproceso	Archivo



Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

MACRO PROCESO:Gestión de Comunicación Social

PROCESO:Representación Comunicacional

SUBPROCESO:Análisis de Mercado

FECHA: 01-06-2015

CÓDIGO:CSO-36-
MA

Versión: 02

PUBLICADO EN ANALISIS



BORRADOR OBSOLETO



PÁGINA: 6 de 10

9. PROCEDIMIENTO

No.	Responsable	Actividad	Descripción
INICIO			
1.	Director/a de Comunicación Social	Revisar solicitud para promocionar un tema específico	Director/a de Comunicación Social revisa solicitud para promocionar un tema específico.
2.	Director/a de Comunicación Social	Delegar responsables	Director/a de Comunicación Social delega responsables para realizar un análisis de mercado.
3.	Analista de Comunicación Social	Recolectar información	Analista de Comunicación Social recolecta información a través de la elaboración de un análisis de mercado. En caso de requerir, se podrá contratar a una agencia para que realice el análisis de mercado, para lo cual se deberá contar con la aprobación del Director/a de Comunicación Social para iniciar el proceso de GESTIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS.
4.	Analista de Comunicación Social	Analizar información y elaborar Informe de Marketing	Analista de Comunicación Social analiza información recolectada y elabora Informe de Marketing que puede contener historial, antecedentes, justificación, metas, mercado objetivo (características del público y mercado), recomendaciones y estrategias.
5.	Analista de Comunicación Social	Enviar Informe de Marketing para revisión	Analista de Comunicación Social envía Informe de Marketing a Director/a de Comunicación Social para revisión.
6.	Director/a de Comunicación Social	Revisar Informe de Marketing	Director/a de Comunicación Social revisa que el Informe de Marketing enviado por Analista de Comunicación Social sea consistente con la solicitud y que la información sea clara para poder tomar decisiones en base a ella. Se debe analizar y revisar por parte de la dirección de comunicación del MSP.
7.	Director/a de Comunicación Social	¿Aprueba?	En caso de NO, ir a punto 7.1. En caso de SI, ir a punto 8.
7.1.	Director/a de Comunicación Social	Solicitar cambios a Informe de Marketing	Director/a de Comunicación Social solicita a Analista de Comunicación Social cambios al Informe de Marketing.
7.2.	Analista de Comunicación Social	Realizar cambios solicitados a Informe de Marketing	Analista de Comunicación Social realiza cambios solicitados por Director/a de Comunicación Social a Informe de Marketing. Ir a punto 5.
8.	Director/a Ejecutivo/a	Revisar Informe de Marketing	Director/a Ejecutivo/a revisa Informe de Marketing enviado por Director/a de Comunicación Social.
9.	Director/a	¿Aprueba?	En caso de NO, ir a punto 7.1.



Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

MACRO PROCESO:Gestión de Comunicación Social

PROCESO:Representación Comunicacional

SUBPROCESO:Análisis de Mercado

FECHA: 01-06-2015

CÓDIGO:CSO-36-
MA

Versión: 02

PUBLICADO ☒

EN ANALISIS ☐

BORRADOR ☐

OBSELETO ☐

PÁGINA: 7 de 10

	Ejecutivo/a		En caso de SI, ir a punto 10.
10.	Director/a Ejecutivo/a	Comunicar aprobación de Informe de Marketing	Director/a Ejecutivo/a comunica aprobación de Informe de Marketing al Director/a de Comunicación Social.
11.	Director/a de Comunicación Social	Definir Plan de Ejecución	Director/a de Comunicación Social define Plan de Ejecución en base al Informe de Marketing, para lograr cubrir la necesidad de la Institución. El plan de Ejecución debe ser revisado por la Dirección de comunicación del MSP
12.	Analista de Comunicación Social	Ejecutar Plan de Ejecución a través de las áreas, instituciones pertinentes	Analista de Comunicación Social ejecuta Plan de Ejecución a través de las áreas, institucionales pertinentes
13.	Director/a de Comunicación Social	Definir método de medición en base al plan de Ejecución	Director/a de Comunicación Social define método de medición en base al plan de Ejecución. El método de medición variará dependiendo del tipo de resultado que se desea medir y del presupuesto que se asigne.
14.	Analista de Comunicación Social	Realizar Informe de Resultados	Analista de Comunicación Social realiza Informe de Resultados con los resultados de efectividad.
15.	Analista de Comunicación Social	Enviar Informe de Resultados para revisión	Analista de Comunicación Social envía Informe de Resultados a Director/a de Comunicación Social para revisión.
16.	Director/a de Comunicación Social	Revisar Informe de Resultados	Director/a de Comunicación Social revisa Informe de Resultados y analiza la información e identifica puntos de mejora.
17.	Director/a de Comunicación Social	¿Aprueba Informe?	En caso de NO, ir a punto 17.1. En caso de SI, ir a punto 19.
17.1.	Director/a de Comunicación Social	Solicitar cambios a Informe de Resultados	Director/a de Comunicación Social solicita a Analista de Comunicación Social cambios a Informe de Resultados.
17.2.	Analista de Comunicación Social	Realizar cambios solicitados a Informe de Resultados	Analista de Comunicación Social realiza cambios solicitados por Director/a de Comunicación Social a Informe de Resultados. Ir a punto 15.
18.	Analista de Comunicación Social	Archivar Informe de Resultados para retroalimentación	Analista de Comunicación Social archiva Informe de Resultados para retroalimentación
FIN			



Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

MACRO PROCESO:Gestión de Comunicación Social

PROCESO:Representación Comunicacional

SUBPROCESO:Análisis de Mercado

FECHA: 01-06-2015

CÓDIGO:CSO-36-
MA

Versión: 02

PUBLICADO EN ANALISIS



BORRADOR OBSOLETO



PÁGINA: 8 de 10

10. DIAGRAMA DE FLUJO



Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

DIAGRAMA DE FLUJO

Fecha Aprobación: 04/08/2014

Validez: 1 año

Versión: 01

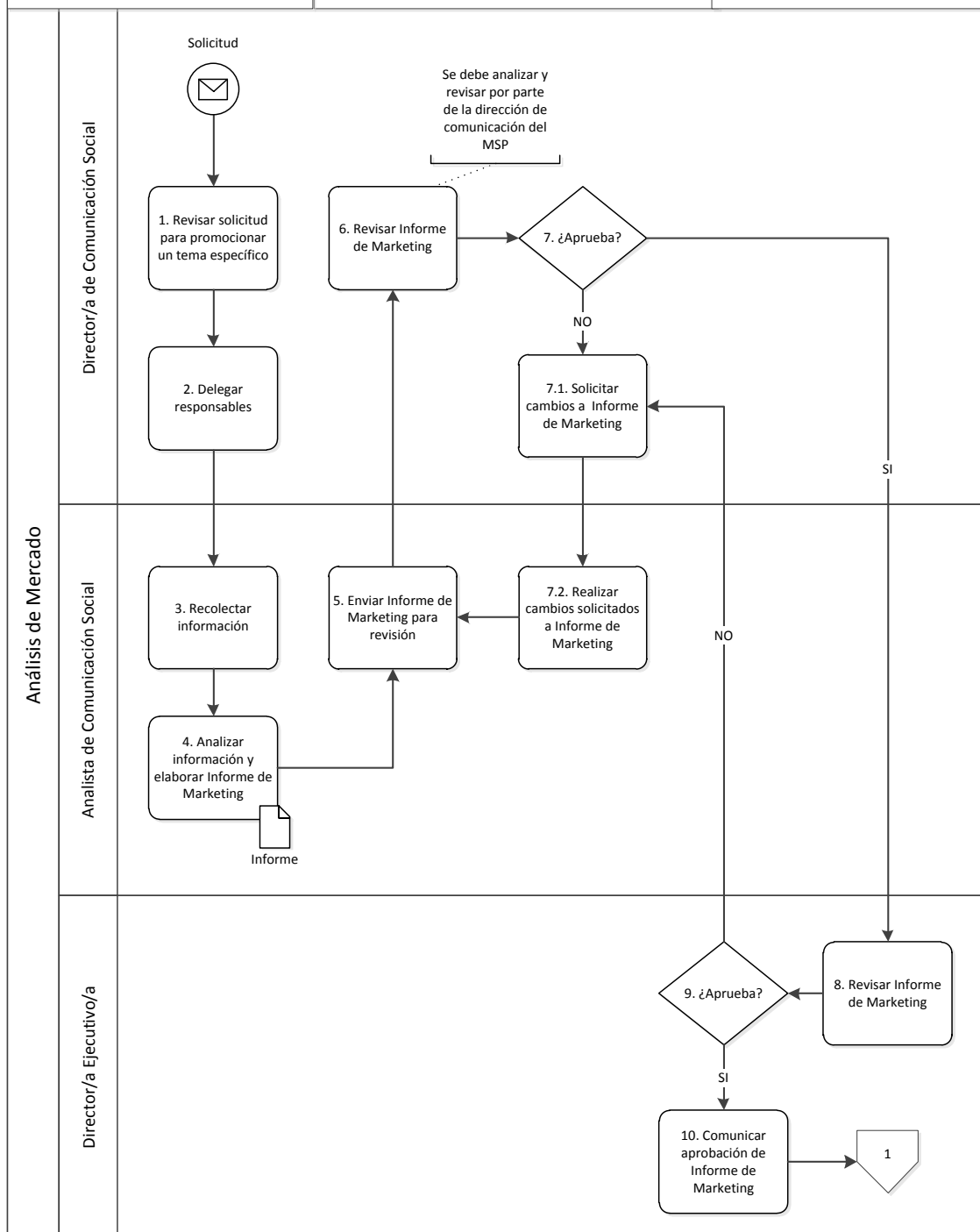
Macro proceso: Gestión de Comunicación Social

Proceso: Representación Comunicacional

Subproceso: Análisis de Mercado

Código: CSO-36-FL

Página: 1/2





Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

MACRO PROCESO:Gestión de Comunicación Social

PROCESO:Representación Comunicacional

SUBPROCESO:Análisis de Mercado

FECHA: 01-06-2015

CÓDIGO:CSO-36-
MA

Versión: 02

PUBLICADO EN ANALISIS



BORRADOR OBSOLETO



PÁGINA: 9 de 10



Ministerio
de Salud Pública
Instituto Nacional de Donación y Trasplante
de Órganos, Tejidos y Células INDOT

DIAGRAMA DE FLUJO

Fecha Aprobación: 04/08/2014

Validez: 1 año

Versión: 01

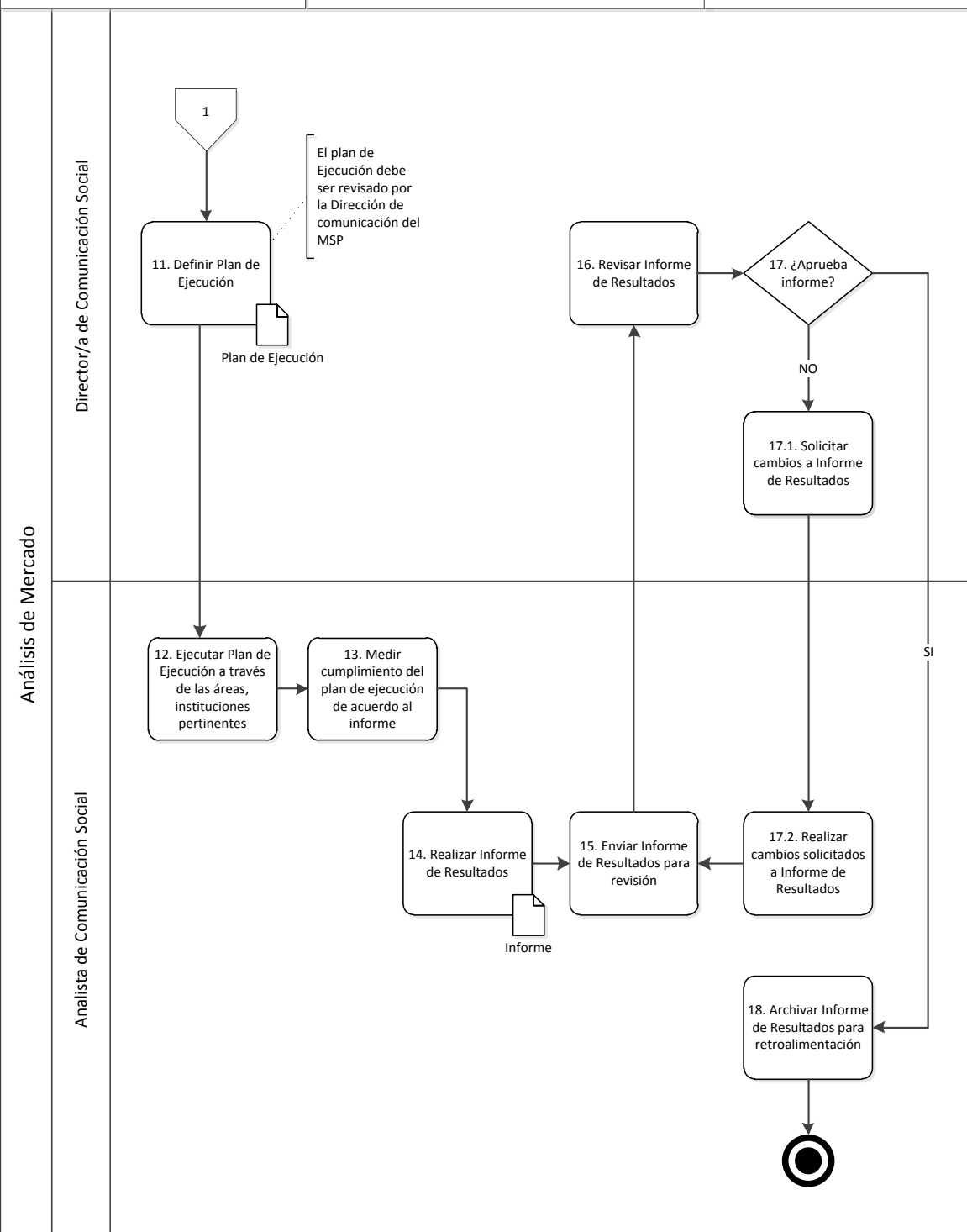
Macro proceso: Gestión de Comunicación Social

Proceso: Representación Comunicacional

Subproceso: Análisis de Mercado

Código: CSO-36-FL

Página: 2/2



	MACRO PROCESO: Gestión de Comunicación Social PROCESO: Representación Comunicacional SUBPROCESO: Análisis de Mercado		FECHA: 01-06-2015
			CÓDIGO: CSO-36-MA
	Versión: 02		PÁGINA: 10 de 10
	PUBLICADO ☒	EN ANALISIS ☐	

11. INDICADORES

El seguimiento a los procesos se lo realiza con la herramienta Gobierno por Resultados conforme la lista de indicadores (RG-INDOT-165)

12. ANEXOS

1. Plan de Ejecución/RG-INDOT-051
2. Informe /RG-INDOT-003
3. Encuesta de satisfacción del cliente/RG-INDOT-147
4. Encuesta de satisfacción del cliente /RG-INDOT-147