

# Tabla de contenido

1.	Introducción.....	1
1.1.	Contexto.....	1
1.2.	Caracterización de la empresa.....	2
2.	Características del mercado.....	5
2.1.	Actores y regulaciones relevantes .....	5
2.2.	Desempeño organizacional.....	6
3.	Área de trabajo y problema.....	9
3.1.	Descripción del área de trabajo .....	9
3.2.	Contexto del trabajo de título.....	11
3.3.	Problema.....	11
3.4.	Propuesta de solución.....	12
3.5.	Impacto del cambio propuesto.....	14
4.	Objetivos .....	15
4.1.	Objetivo general.....	15
4.2.	Objetivos específicos.....	15
5.	Marco conceptual.....	16
5.1.	Marketing digital .....	16
5.2.	Propuesta de valor .....	17
5.3.	Investigación de mercados .....	19
5.4.	Procesos de negocios .....	19
5.5.	Administración estratégica.....	20
5.6.	Control de gestión.....	20
6.	Metodología .....	21
7.	Entregables y alcances .....	24
7.1.	Entregables .....	24
7.2.	Alcances .....	24
8.	Definición de la propuesta de valor.....	25
8.1.	Situación actual .....	25
8.2.	Value Proposition Canvas.....	25

9.	Levantamiento de la situación actual del área de Medios .....	30
9.1.	Macroproceso del área de Medios .....	30
9.2.	Flujo de procesos actual del área de Medios .....	31
9.2.1.	Fase de propuesta de medios .....	31
9.2.2.	Fase de on-boarding de clientes y fase de gestión de medios .....	33
9.2.3.	Fase de reportería y proceso de finalización .....	35
10.	Investigación bibliográfica.....	37
10.1.	Uso de datos .....	37
10.2.	Selección de audiencias.....	37
10.3.	Feedback de clientes.....	38
10.4.	On-boarding .....	38
10.5.	Análisis de aplicación .....	40
11.	Diseño de procesos.....	42
11.1.	Fase de Propuesta de Medios.....	42
11.1.1.	Diagnóstico Fase de Propuesta de Medios .....	42
11.1.2.	Tareas Fase de Propuesta de Medios .....	43
11.1.3.	Rediseño Proceso de Propuesta de Medios.....	45
11.1.4.	Cambios, consideraciones y tiempo de ejecución .....	49
11.2.	Fase de On-boarding de Clientes .....	49
11.2.1.	Diagnóstico Fase de On-Boarding de Clientes.....	49
11.2.2.	Tareas Fase de On-Boarding de Clientes .....	50
11.2.3.	Diseño Proceso de On-boarding de Clientes.....	52
11.2.4.	Cambios, consideraciones y tiempo de ejecución .....	56
11.3.	Fase de Gestión de Medios.....	56
11.3.1.	Diagnóstico Fase de Gestión de Medios.....	56
11.3.2.	Tareas Fase de Gestión de Medios .....	56
11.3.3.	Rediseño Proceso de Gestión de Medios.....	60
11.3.4.	Cambios, consideraciones y tiempos de ejecución .....	63
11.4.	Fase de Reportería.....	64
11.4.1.	Diagnóstico Fase de Reportería .....	64
11.4.2.	Tareas Fase de Reportería .....	65

11.4.3.	Rediseño Proceso de Reportería .....	66
11.4.4.	Cambios, consideraciones y tiempos de ejecución .....	67
11.5.	Fase de Proceso de Finalización.....	67
11.5.1.	Diagnóstico Fase de Proceso de Finalización .....	67
11.5.2.	Tareas Fase de Proceso de Finalización .....	68
11.5.3.	Diseño Proceso de Finalización.....	69
11.5.4.	Cambios, consideraciones y tiempos de ejecución .....	71
11.6.	Impacto en el tiempo dedicado a cada cliente .....	72
12.	Propuesta de control .....	74
12.1.	Indicadores relevantes para el cliente .....	74
12.2.	Indicadores de resultados para la agencia .....	75
12.3.	Indicadores de proceso para la agencia .....	76
12.4.	Gestión de carga .....	79
13.	Plan de implementación .....	81
14.	Conclusiones .....	83
15.	Bibliografía .....	84