

	MACROPROCESO:	MISIONAL		CODIGO:	ME-GAUD-C01		
	PROCESO AL QUE	COMPRESION Y FIDELIZACION DE AUDIENCIAS		VERSIÓN:	0		
	NOMBRE DEL FORMATO:	CARACTERIZACIÓN COMPRESION Y FIDELIZACION DE AUDIENCIAS		VERSIÓN:	8/10/2025		
OBJETIVO DEL PROCESO:		Comprender y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece					
ALCANCE DEL PROCESO:		Inicia desde la planificación, seguido por la ejecución y el desarrollo de los proyectos audiovisuales multiplataforma y/o transmediales y su respectivo control, hasta su					
LIDER DEL PROCESO:		Lider de audiencias					
SECUENCIA E INTERACCIÓN							
PROVEEDOR		ENTRADA (Insumo)	PHVA	ACTIVIDADES	SALIDA (Producto)	USUARIO	
INTERNO	EXTERNO					INTERNO	EXTERNO
Proceso Planeación Estratégica. Mejora Continua. Proceso Gestión de Evaluación, Control y Seguimiento	Cientes, Socios y/o Aliados, Proveedores	Necesidad de identificar el comportamiento de las audiencias de medios de comunicación	P L A N E A R	Identificar el comportamiento de las audiencias de medios de comunicación	Informe de cierre de año, tendencias, consumo general	Proceso Planeación Estratégica Proceso Gestión de Evaluación, Control y Seguimiento	Cientes, Socios y/o Aliados
Planeación - Procesos Internos Contenidos Junta Administradora Regional, Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados	Necesidad de Planear el desarrollo del proceso de audiencias		Planear en cronograma el desarrollo del plan de acción proceso de audiencias para la vigencia en curso	Plan de Audiencias, proyectos e investigaciones	Planeación. Procesos Internos. Contenidos. Junta Administradora Regional, Gerencia, Área Comercial. Comité de Programación.	Proveedores
Gerencia Contenido Junta Administradora Regional, Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados	Necesidad de revisar la respuesta de la audiencia a los contenidos transmedia		Identificar la respuesta de la audiencia a los contenidos transmedia	Informe mensual, trimestral	Gerencia. Contenido Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados
Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados	La solicitud de información de los procesos transversales (producción, emisión, comunicación, digital, contenidos, mercadeo)	H A C E R	Dar respuesta a las solicitudes por parte de las demás áreas	Respuesta de resultados de audiencias de los programas	Gerencia, Gerencia. Contenido Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación. Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados
Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados	La solicitud de información de inversión publicitaria		Revisar los resultados de las investigaciones sindicadas relacionados a inversión en pauta	Informe mensual de mercadeo	Gerencia, Mercadeo Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados
Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados	la necesidad de socializar la información analizada		Desarrollar los informes para las demás áreas 1. informe semanal 2. informe mensual de televisión 3. Informe mensual digital	Actualización del tablero de datos de televisión y digital	Gerencia. Contenido Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación.	Cientes, Socios y/o Aliados
Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo.	Cientes, Socios y/o Aliados	Necesidad de revisión de la información reportada en los estudios de audiencias	V E R I F I C A R	revisar la información reportada por los estudios	Envío de correo al proveedor con las correcciones	audiencias, Programación Comunicación Mercadeo. Comercial. Asesor Conceptual. Líder Digital. Líder de Contenidos.	Ministerio de las telecomunicaciones
Gerencia, Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo.	Cientes, Socios y/o Aliados	Necesidad de almacenar las bases de información de audiencias de los diferentes estudios		almacenar las bases de información de audiencias de los diferentes estudios	Actualización de las bases de usuarios televisión y digital	Gerencia, Contenido Área Comercial. Gestión de Producción. Gestión de contenidos. Digital. Producción. Comunicación Mercadeo. Comité de Programación. Programación. Comunicación Mercadeo. Emisión. Comercial. Digital.	Contraloría
Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica. Control Interno	Cientes, Socios y/o Aliados	Plan de Acción		Seguimiento del Cronograma del plan de Acción del proceso	Cierre de observaciones	Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica. Control Interno	Cientes, Socios y/o Aliados

Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica. Control Interno	Clientes, Socios y/o Aliados	Necesidad de entrega del análisis y/o proyecto finalizado.		Presentación de Informes al comité de programación	Informes de la Gestión	Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica.	Clientes, Socios y/o Aliados
Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica. Control Interno	Clientes, Socios y/o Aliados	Controles del proceso		Medición del Desempeño de los objetivos en la matriz POA trimestral de planeación	Indicadores de gestión.	Alta Dirección, Proceso de Planeación Estratégica. Control Interno	Clientes, Socios y/o Aliados
Proceso de Gestión de Evaluación, Control y Seguimiento	Clientes, Socios y/o Aliados	Informes de Gestión. Informes de Auditorías.	A C T R U	Formulación y ejecución de Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejora.	Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejora	Proceso de Gestión de Evaluación, Control y Seguimiento	Clientes, Socios y/o Aliados
RECURSOS							
HUMANOS		TECNOLÓGICOS		FÍSICOS		OTROS	
Equipo profesional multidisciplinario.		Equipos de almacenamiento de datos, estudios de audiencias sindicados, Softwares de los estudios, Excel, access, power bi		Dos computadores con los softwares instalados y acceso a internet		Recursos Financieros para el desarrollo del proceso. Disponibilidad de tiempo. Servicios asociados (agua, luz, teléfono, Internet).	
CONTROLES EN EL PROCESO				ACTIVOS DE INFORMACIÓN			
Los controles asociados al proceso se pueden consultar en los procedimientos, en el documento Puntos de Control y en el				Los activos de información asociados al proceso se pueden consultar en las TRD.			
DOCUMENTOS Y REGISTROS ASOCIADOS AL PROCESO				REQUISITOS Y REGULACIONES APLICABLES SIG			
Ver Listado Maestro de Documentos				a. ISO 9001:2015: 4.4, 5.1.2, 7.1, 7.1.1, 7.1.3, 7.1.5, 7.1.5.1, 7.1.5.2, 7.5, 7.5.1, 8.1, 8.2.			
INDICADORES DEL PROCESO				NORMOGRAMA			
Los indicadores asociados al proceso se pueden consultar en el: Batería de Indicadores de Gestión.				Ver documento NORMOGRAMA			
CONTROL DE CAMBIOS							
FECHA		VERSIÓN		RAZÓN DEL CAMBIO			
8/10/2025		0		Creación Documento			
ELABORÓ:				REVISÓ Y APROBÓ:			
Nombre: Andrés Felipe Cañón				Nombre: Angela Hoyos / Yulieth Rojas			
Cargo: Líder de audiencias				Cargo: Profesional de Planeación / Líder de audiencias			
"Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es Copia No Controlada. La versión vigente reposará en la oficina de planeación"							

