



Tr=ce.

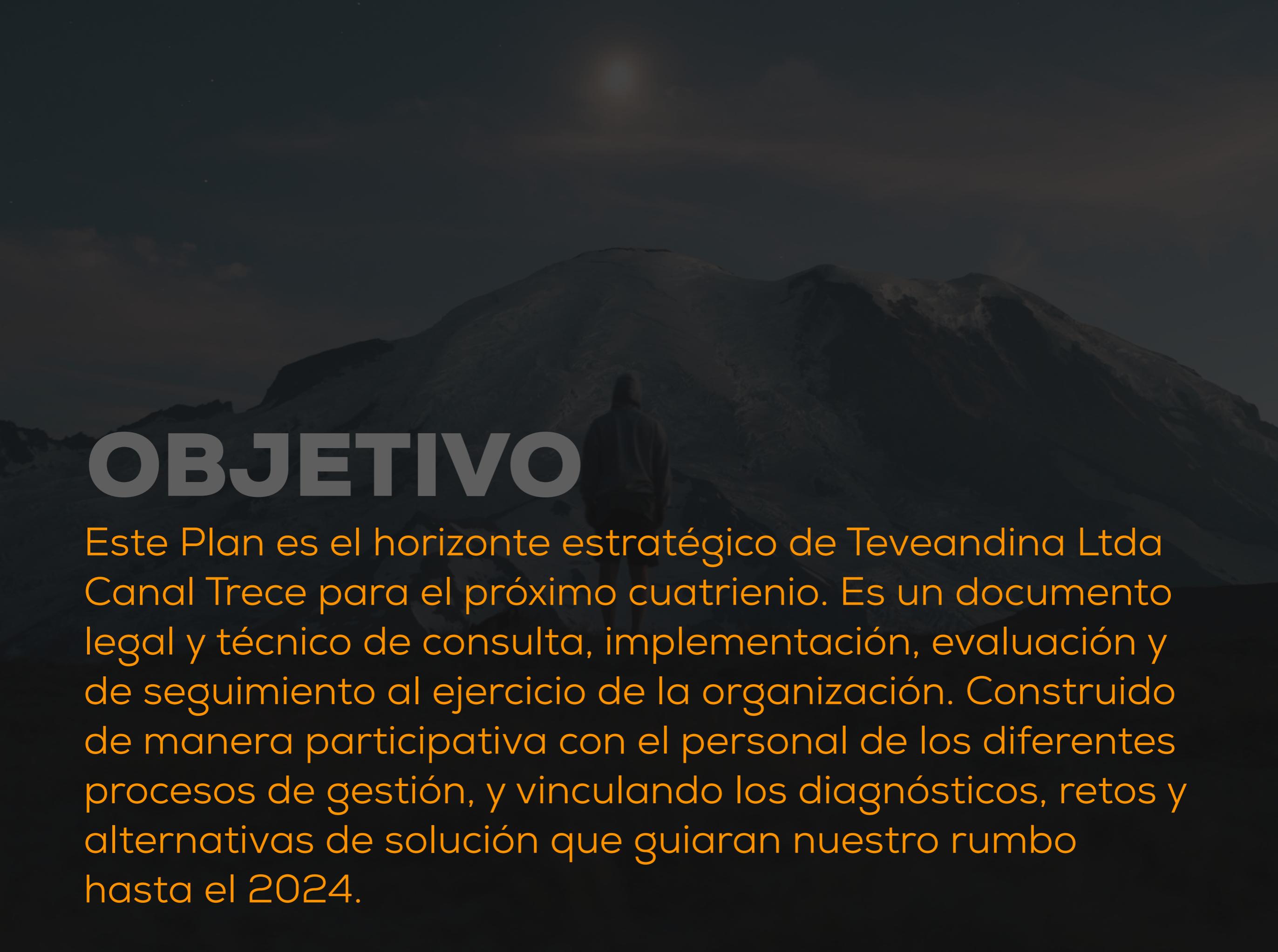
Formulación del

PLAN ESTRATÉGICO

Teveandina Ltda Canal Trece **2020 - 2024**

CONTENIDO

- 1** **Objetivo**
- 2** **Estrategia**
- 3** **Sentido Estratégico**
- 4** **Antecedentes históricos**
- 5** **El Entorno - VICA**
- 6** **El Entorno - Cuarta Revolución Industrial**
- 7** **Marco Socioeconómico**
- 8** **Marco de Desempeño Institucional**
- 9** **Metodología**
- 10** **Enfoques**
- 11** **Taxonomía Estratégica**
- 12** **Misión**
- 13** **Propósito Superior**
- 14** **Visión**
- 15** **Perspectivas Estratégicas**
- 16** **La Gestión Organizacional**
- 17** **Modelo de Gestión Organizacional**
- 18** **Dimensión Estratégica**
- 19** **Dimensión de Arquitectura Institucional**
 - Estructura Organizacional**
 - Mapa de procesos**
- 22** **Dimensión Humana**
 - ¿Quiénes somos?**
- 24** **Dimensión Relacional**
 - Identificación e interacción con **Grupos de Interés**
- 25** **Dimensión Cultura**



OBJETIVO

Este Plan es el horizonte estratégico de Teveandina Ltda Canal Trece para el próximo cuatrienio. Es un documento legal y técnico de consulta, implementación, evaluación y de seguimiento al ejercicio de la organización. Construido de manera participativa con el personal de los diferentes procesos de gestión, y vinculando los diagnósticos, retos y alternativas de solución que guiaran nuestro rumbo hasta el 2024.

ESTRATEGIA

La **Estrategia** es la forma de responder a la incertidumbre con la que se percibe la complejidad del entorno, frente a la necesidad de responder al cumplimiento de propósitos previamente definidos.

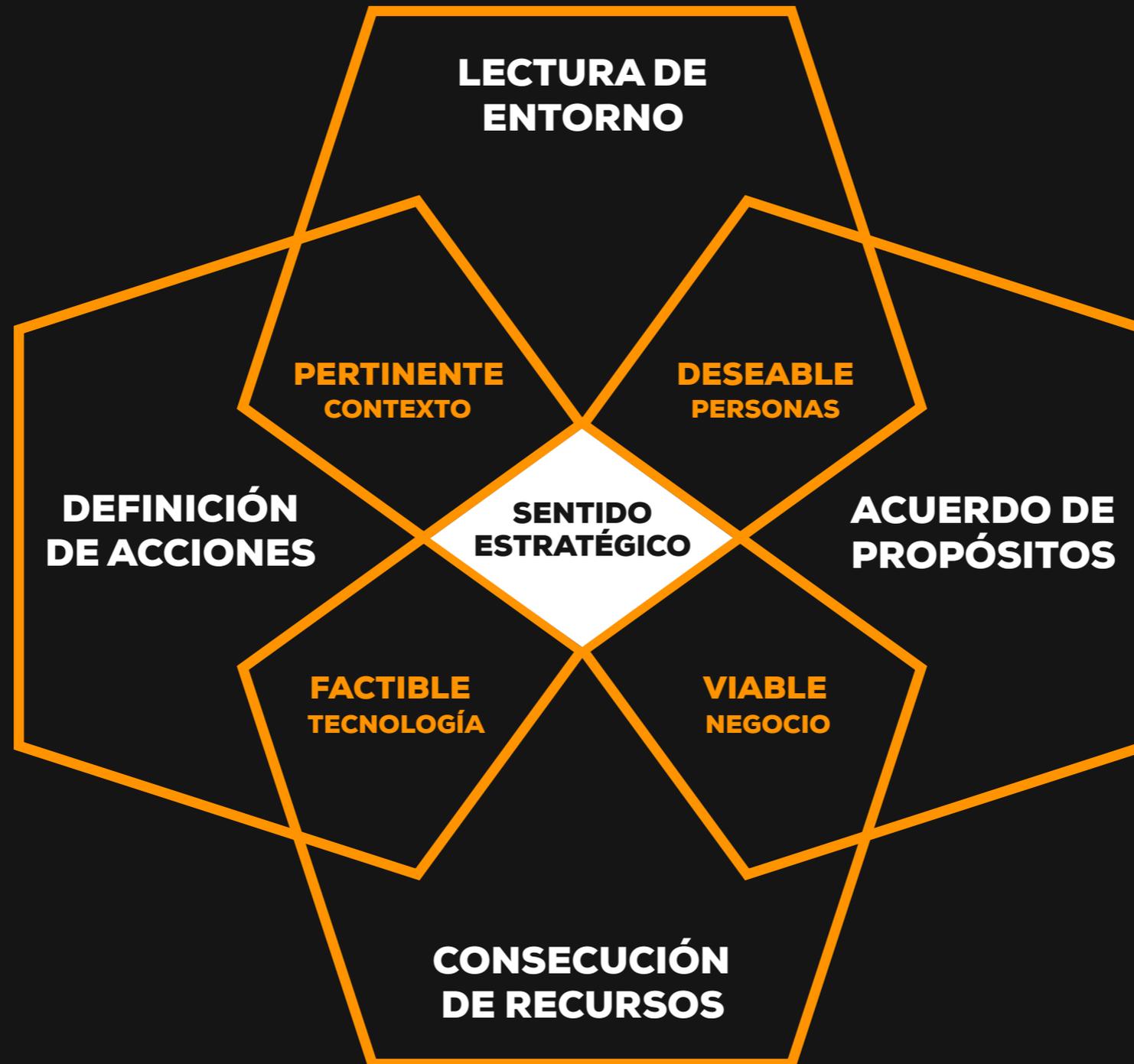
SENTIDO ESTRATÉGICO

Capacidad para leer e interpretar sucesos, determinar oportunidades y riesgos, visualizando el futuro, aprendiendo del pasado y actuando en el presente.



SENTIDO ESTRATÉGICO

Se traduce en cuatro acciones principales con cuatro atributos esenciales para cumplir con la misionalidad de la organización.



SENTIDO ESTRATÉGICO

Configurando cuatro directrices y momentos necesarios para el fortalecimiento organizacional.



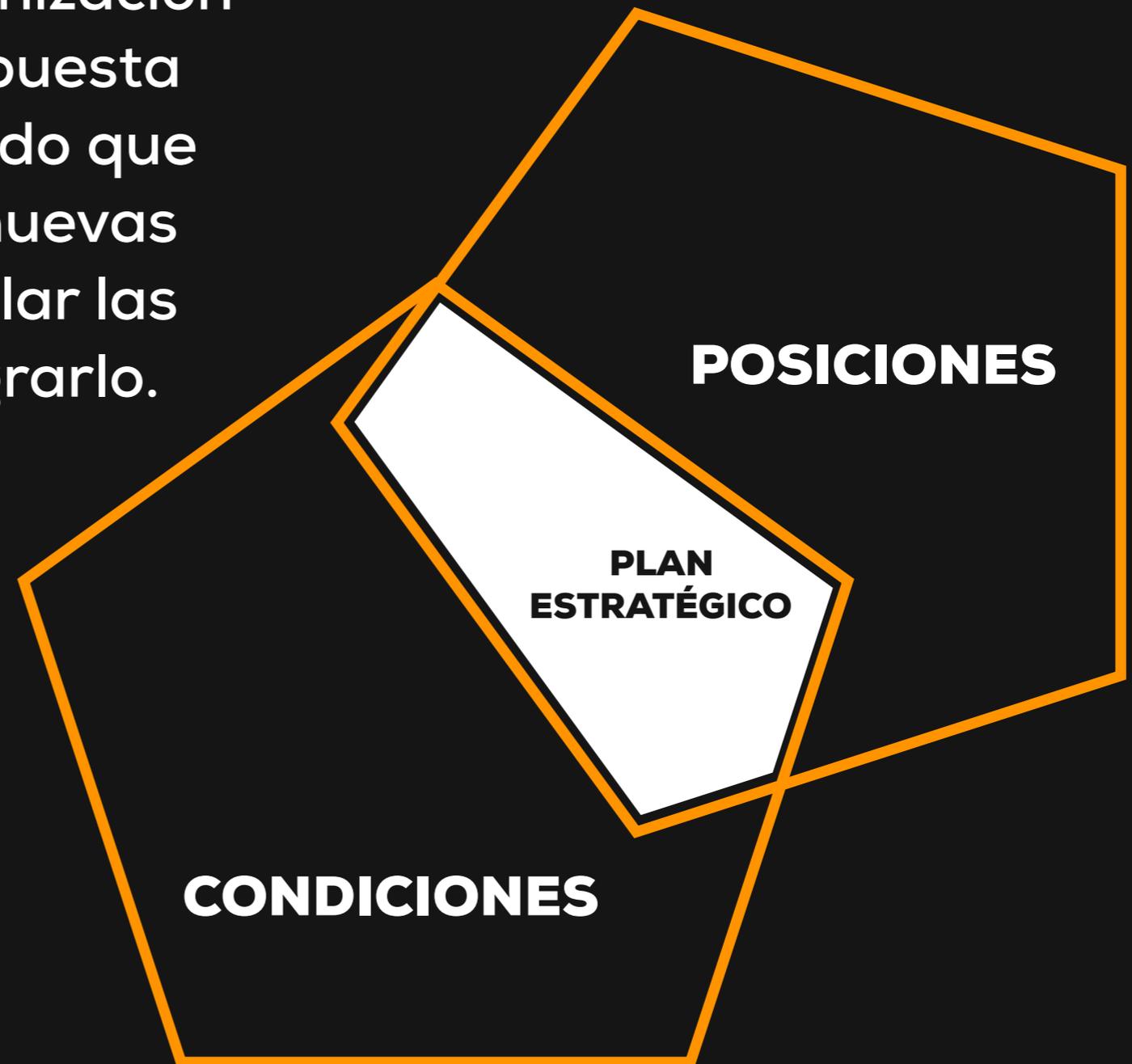


APUESTA

Análisis del contexto y la situación de la organización.
Y definición del reto y la apuesta estratégica para superar el reto.

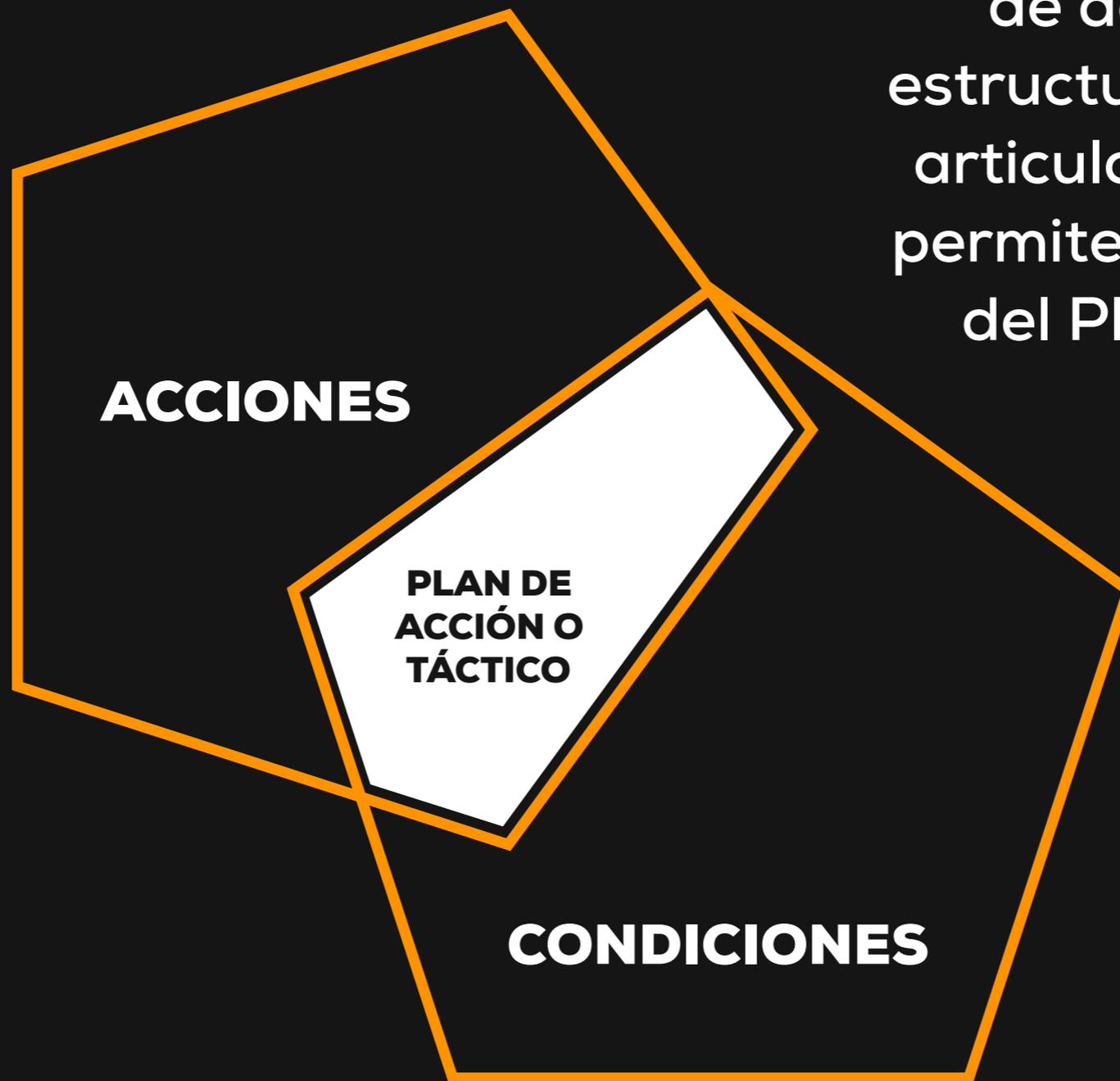
PLAN ESTRATÉGICO

Definido sobre las capacidades y condiciones de la organización frente al logro de la apuesta estratégica. Entendiendo que será necesario crear nuevas condiciones y desarrollar las capacidades para lograrlo.



PLAN DE ACCIÓN

Entendido como el conjunto de actividades que estructuradas de manera articulada y sistemática permiten el cumplimiento del Plan Estratégico.





PLAN OPERATIVO

Es el que se despliega en la cotidianidad y en el cual se encuentran nuevos hallazgos al estar afectando directamente al entorno.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS



Se apuesta por el nicho desatendido de mercado de los jóvenes, con cambios administrativos y de razón social da paso a la producción del nuevo Canal Trece.

2001



Canal 13

El inicio de venta de pautas publicitarias permite sostener una parrilla de 24 horas y una exitosa franja Prime de 7:30 a 10 p.m. con programas culturales y de edu-entretenimiento enfocados en los jóvenes.



Se ofrece una variada parrilla con temáticas como la música, moda, deportes, la apropiación de las TIC, la innovación y la responsabilidad social.



Comienza la era de transmisión de contenidos en Alta Definición.



Definimos una nueva plataforma estratégica con miras al 2024



1998

Nace Tv andina, emitiendo los espacios que vendía a terceros, quienes se encargaban de su producción y comercialización.



2003

2004

Un nuevo grupo administrativo posicionó al canal comercializando los programas propios y disminuyendo la franja de videoclips musicales.



2006

Tras la venta de Telecom, el Ministerio de Comunicaciones paso a tener el 91% de las acciones del Canal Trece y el 9% restante las gobernaciones de Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Putumayo, Huila, Tolima y Guaviare.

2011

2014

El Canal estrena nueva sede con un moderno centro de emisión y postproducción y un estudio de 144 metros cuadrados.



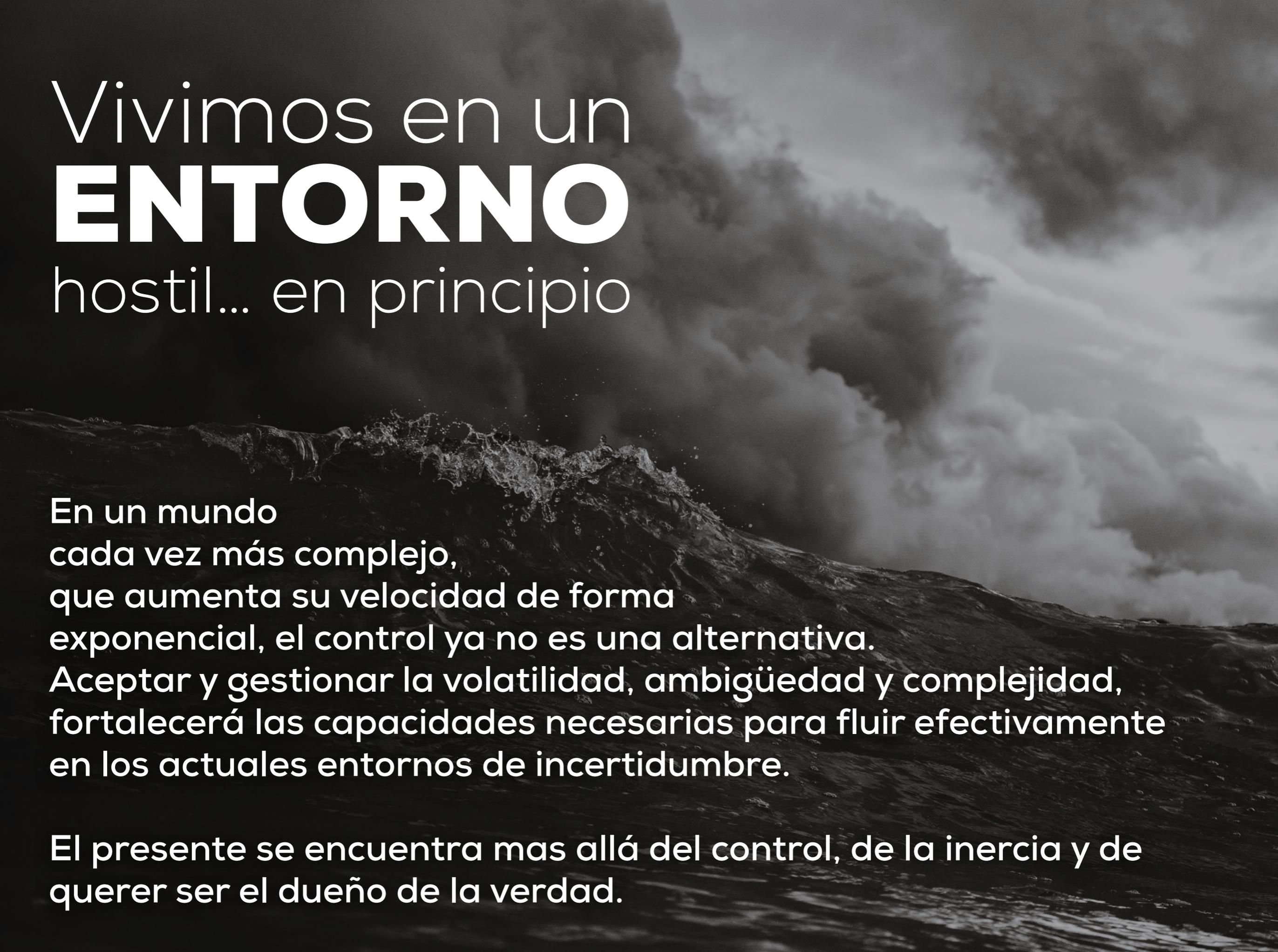
2019

EL ENTORNO

entorno

VICA

VOLATIL • INCIERTO • COMPLEJO • AMBIGUO



Vivimos en un
ENTORNO
hostil... en principio

En un mundo cada vez más complejo, que aumenta su velocidad de forma exponencial, el control ya no es una alternativa. Aceptar y gestionar la volatilidad, ambigüedad y complejidad, fortalecerá las capacidades necesarias para fluir efectivamente en los actuales entornos de incertidumbre.

El presente se encuentra mas allá del control, de la inercia y de querer ser el dueño de la verdad.

¿QUÉ TAN BIEN PUEDE PREDECIR EL
RESULTADO DE SUS ACCIONES?



COMPLEJIDAD

Muchas partes
y variables
interconectadas

VOLATILIDAD

Gran velocidad
en cambios de
las variables

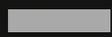
AMBIGÜEDAD

No hay claridad
entre las relaciones
de las variables

INCERTIDUMBRE

Existe una posibilidad
pero no una seguridad
que ocurran los cambios

¿CUÁNTO CONOCE DE LA SITUACIÓN?



EL ENTORNO

CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

INDUSTRIAL



VAPOR

PRIMERA
REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

FUERZA
Sistemas mecánicos
Energía hidráulica



1700s



ELECTRICIDAD

SEGUNDA
REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

PRODUCCIÓN
EN SERIE
Fabricación en cadena
Cadena de montaje



1800s



INFORMÁTICA

TERCERA
REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

FABRICACIÓN
EN MASA
Automatización

Tecnologías de la
información y las
comunicaciones y
electrónica



1990s



DIGITALIZACIÓN

CUARTA
REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

EFICIENCIA DE
RECURSOS

Flexibilidad autónoma

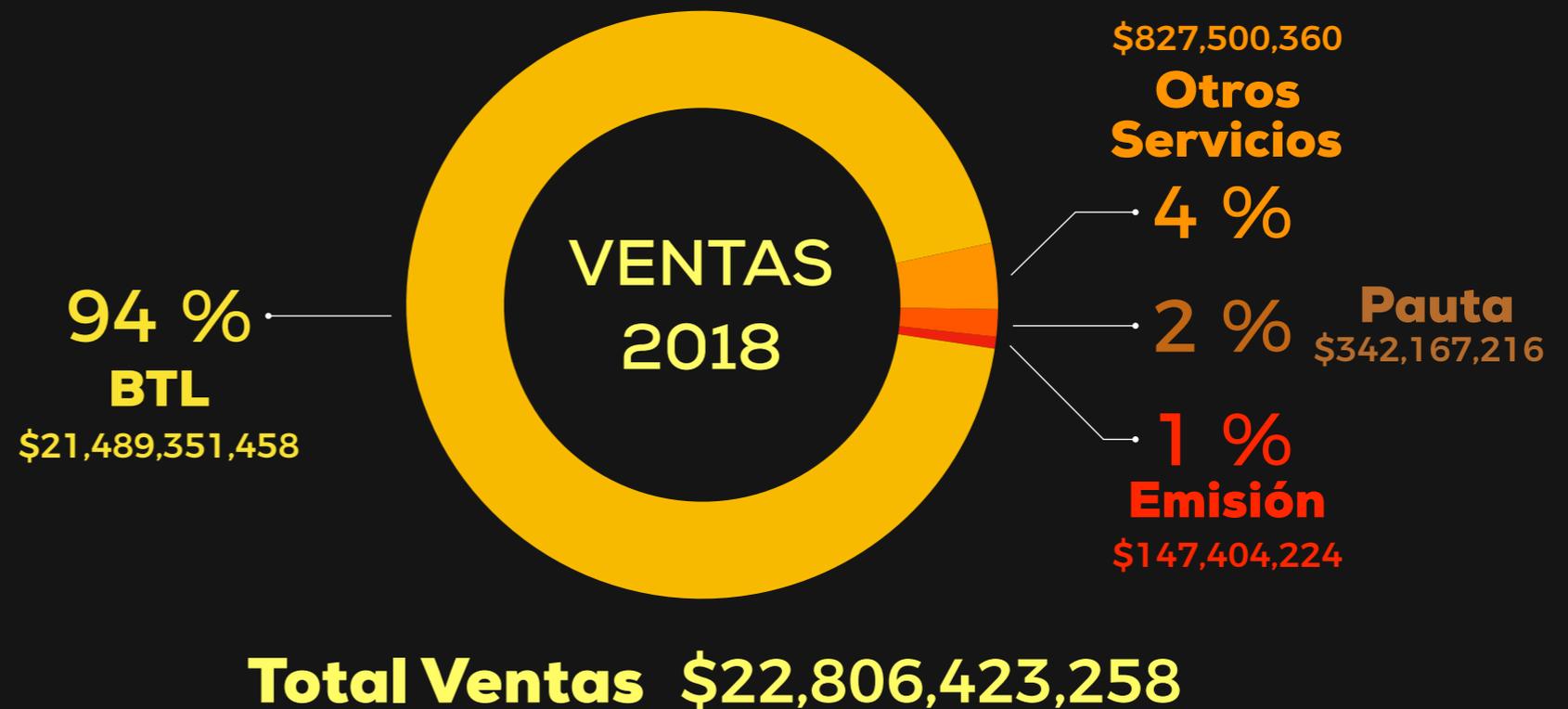
Internet de las cosas, la
nube, transformación y
coordinación digital,
ciberfísica, robótica,
inteligencia artificial



HOY

MARCO SOCIOECONÓMICO

En 2018 volvimos a lo esencial y realizamos producción de contenidos audiovisuales para el público. Captando, manteniendo y fortaleciendo clientes actuales y potenciales. Realizando la supervisión integral de los contratos o convenios interadministrativos, garantizando la ejecución oportuna, el seguimiento financiero y el cuidado de la utilidad prevista.



Con el objetivo de aumentar las ventas, fortalecer el relacionamiento e incentivar la participación ciudadana, el Canal realizó **87 alianzas** estratégicas en 2018:

17 
INSTITUCIONALES

11 
CON FESTIVALES REGIONALES

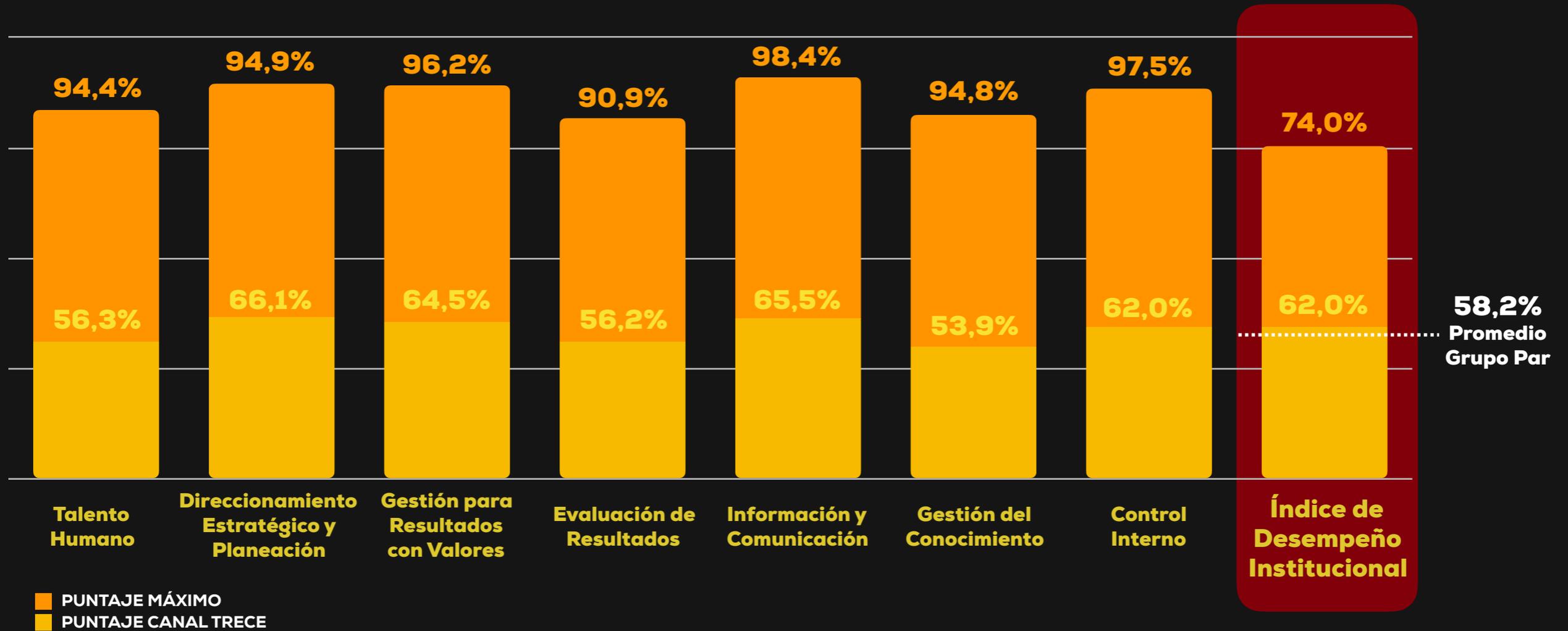
36 
CON PROMOTORES

20 
CON EMPRESAS PRIVADAS

3 
CON UNIVERSIDADES

MARCO DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

Evaluación del FURAG II del DAFP en el 2018, que mide las prácticas y procesos de desempeño institucional bajo el modelo del MIPG.



METODOLOGÍA

El Plan estratégico se definió en diferentes espacios de co-creación, con metodologías de Design Thinking y construcción de sentido estratégico, teniendo en cuenta los aportes de la gran mayoría de los colaboradores de la entidad.



18 DE SEPTIEMBRE

EVEN TO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON EL EQUIPO DIRECTIVO



10 DE DICIEMBRE

ENTREGA DEL DOCUMENTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



DEL 7 AL 11 DE OCTUBRE

TALLERES CON LAS DEPENDENCIAS PARA LA CONSTRUCCIÓN Y ARTICULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

AJUSTE, REVISIÓN Y ACUERDO DEL DOCUMENTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON LOS LÍDERES DE LA ENTIDAD

DISEÑO DEL PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CON EL EQUIPO TRECE

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

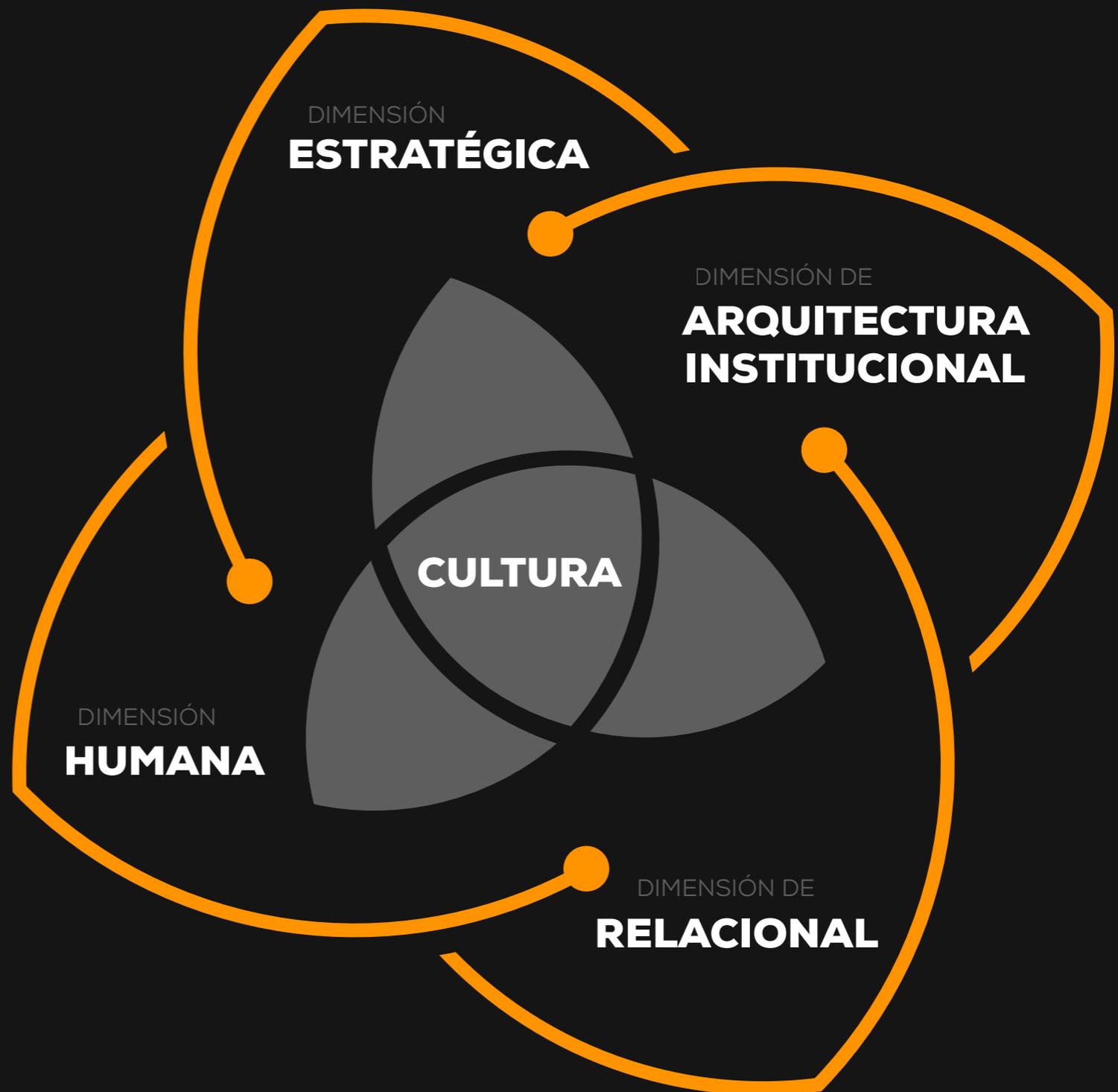
DICIEMBRE

2019



ENFOQUES

El Plan estratégico se desarrolla para construir sentido estratégico en el equipo Trece, desde un enfoque integral y sistémico que contemple diferentes perspectivas organizacionales que respondan al: qué, para qué, cómo, con quién y para quién se quieren lograr los propósitos institucionales del Canal Trece.



**TAXONOMÍA
ESTRATÉGICA**

PROPÓSITO SUPERIOR

VISIÓN



**PROPÓSITO
SUPERIOR**

**PERSPECTIVAS
ESTRATÉGICAS
OBJETIVOS, INICIATIVAS,
PROGRAMAS, PLANES Y PROYECTOS**

MISIÓN



TAXONOMÍA ESTRATÉGICA



MISIÓN

MISIÓN ACTUAL

Canal Trece, es el canal público de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Casanare, Meta, Caquetá, Putumayo, Huila, Guaviare, Amazonas, Guainía, Arauca, Vichada, Vaupés y Tolima que crea, produce y emite contenidos en televisión, medios digitales y otras plataformas digitales, con el fin de impulsar - desde una perspectiva joven - la expresión y la participación para la construcción de una ciudadanía crítica que represente sus realidades particulares.

MISIÓN PROPUESTA

Somos el medio de comunicación público regional de mayor cobertura en Colombia, que crea, produce, emite y comercializa contenidos y proyectos transmedia, con el fin de visibilizar e impulsar la inclusión, diversidad y riqueza cultural desde una perspectiva joven, generando identidad, entretenimiento y educación en nuestras regiones.

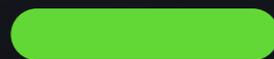
MISIÓN PROPUESTA

Somos el medio de comunicación público regional de mayor cobertura en Colombia, que crea, produce, emite y comercializa contenidos y proyectos transmedia, con el fin de visibilizar e impulsar la inclusión, diversidad y riqueza cultural desde una perspectiva joven, generando identidad, entretenimiento y educación en nuestras regiones.

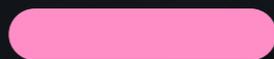
¿Qué es?



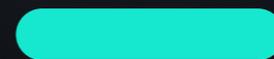
¿Qué hace?



¿Dónde y para
quién lo hace?



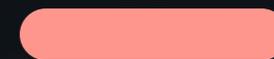
¿Para qué
lo hace?



¿Responsabilidad
empresarial?



¿Qué lo
diferencia?



Disminuimos de 63 a 47 palabras la misión.

TAXONOMÍA ESTRATÉGICA

PROPÓSITO SUPERIOR

PROPÓSITO
SUPERIOR

A person wearing a red jacket and dark pants stands on a grassy mountain peak, looking out over a vast sea of clouds. In the distance, a range of mountains is visible above the cloud layer. The sky is a deep blue.

PROPÓSITO SUPERIOR

Es el propósito ambicioso e inspirador que genera valor, sentido y significado a las acciones de Canal Trece. Con el, los Grupos de Interés se sienten conectados y en los colaboradores produce confianza, compromiso y orgullo por su trabajo, su equipo y la organización.

PROPÓSITO SUPERIOR

Contamos historias que trascienden. Aquí la identidad y la cultura se fortalecen.

¡Vive la experiencia Canal Trece!

TAXONOMÍA ESTRATÉGICA

VISIÓN



VISIÓN ACTUAL

Convertirse para el 2019, en un medio de comunicación multiplataforma fortalecido de manera integral, con excelente participación en el mercado y con liderazgo para visibilizar lo público.

VISIÓN A 2024

Al 2024 seremos un universo comunicativo transmedia, reconocido social y comercialmente por nuestra efectividad organizacional, y preferidos por la audiencia que disfruta la experiencia Canal Trece.

VISIÓN A 2024

Al 2024 seremos un universo comunicativo transmedia, reconocido social y comercialmente por nuestra efectividad organizacional, y preferidos por la audiencia que disfruta la experiencia Canal Trece.

¿Qué va a lograr?



APORTE DE LAS PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS

¿Cuándo lo va a lograr?



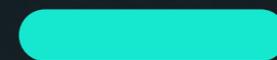
Contenidos y Proyectos

¿Atributos del logro?



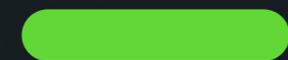
Financiera y Comercial

¿Cómo lo va a lograr?



Fortalecimiento Organizacional

¿Para qué lo va a lograr?



Audiencias y Usuarios

TAXONOMÍA ESTRATÉGICA

**PERSPECTIVAS
ESTRATÉGICAS
OBJETIVOS, INICIATIVAS,
PROGRAMAS, PLANES O PROYECTOS**



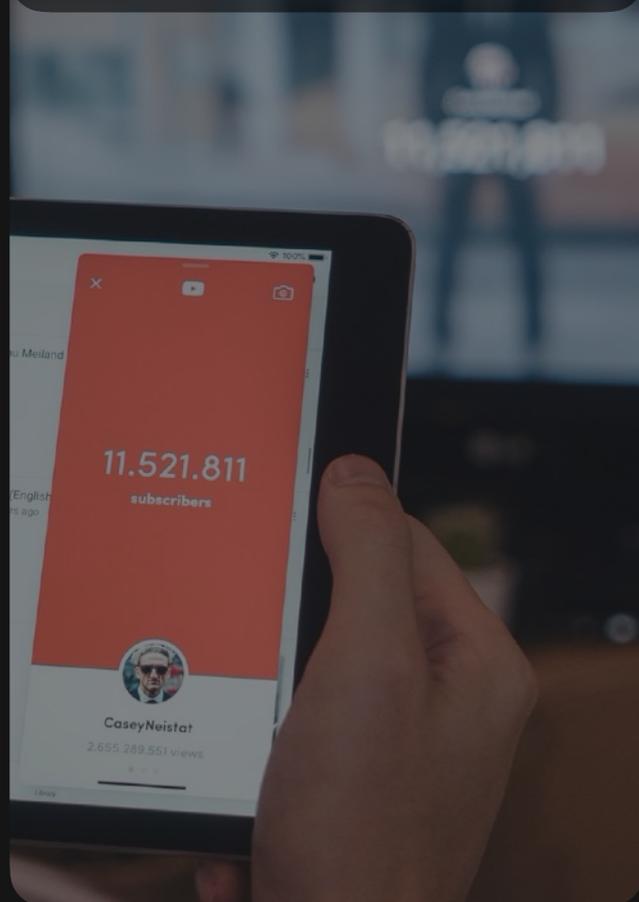
PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS PROPUESTAS

PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS

¿QUÉ HACEMOS?

CONTENIDOS Y PROYECTOS

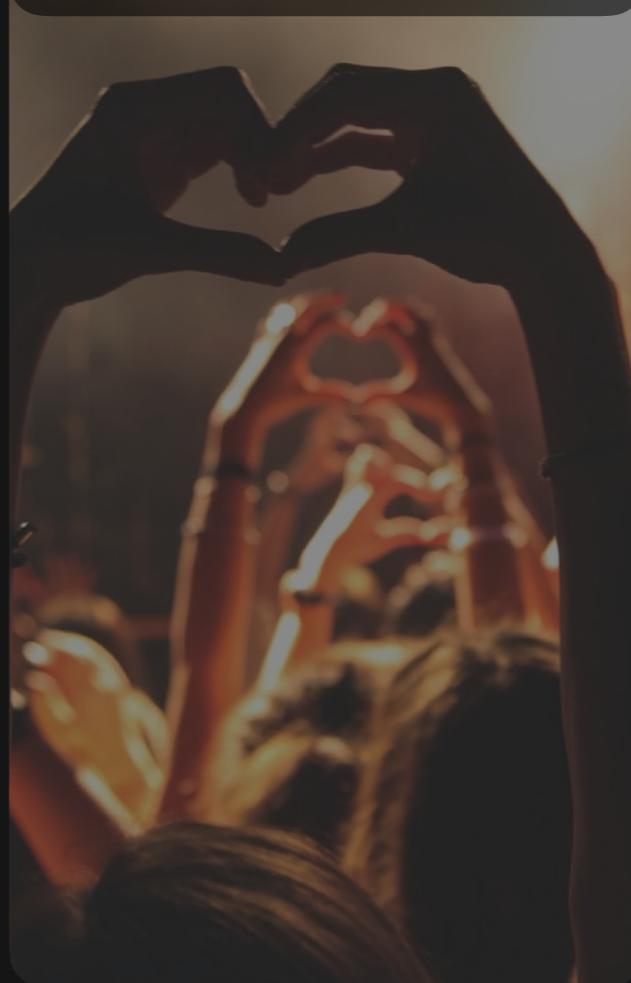
OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmedia de proyección internacional que nos posicionen como referente nacional entre los canales públicos regionales.



¿PARA QUIÉN LO HACEMOS?

AUDIENCIAS Y USUARIOS

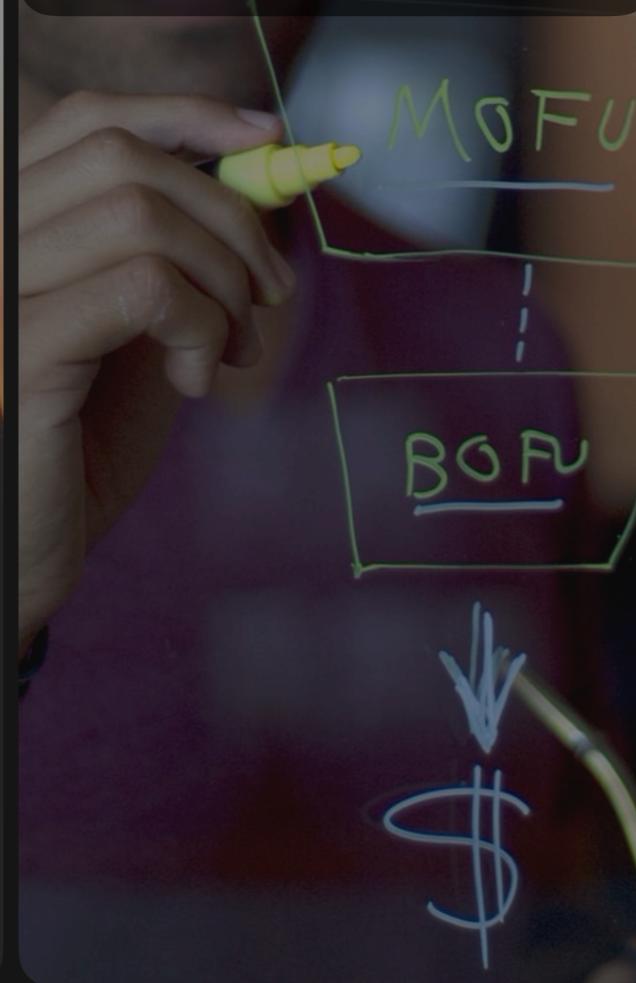
OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece.



¿CÓMO NOS FINANCIAMOS?

FINANCIERA Y COMERCIAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Lograr la autofinanciación mediante el posicionamiento comercial de nuestros productos y servicios.



¿CÓMO NOS FORTALECEMOS?

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el fortalecimiento del desempeño organizacional.



PERSPECTIVAS E INICIATIVAS 2020 - 2024

¿PARA QUÉ LO HACEMOS?

PROPÓSITO SUPERIOR

MISIÓN

VISIÓN

PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS

¿QUÉ HACEMOS?

CONTENIDOS Y PROYECTOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmedia de proyección internacional que nos posicionen como referente nacional entre los canales públicos regionales.

INICIATIVAS:

CREAR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

PRODUCIR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

DIFUNDIR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

¿PARA QUIÉN LO HACEMOS?

AUDIENCIAS Y USUARIOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece.

INICIATIVAS:

COMPRENDER

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

AUMENTAR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

INTERACTUAR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

FIDELIZAR

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

¿CÓMO NOS FINANCIAMOS?

FINANCIERA Y COMERCIAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Lograr la autofinanciación mediante el posicionamiento comercial de nuestros productos y servicios.

INICIATIVAS:

FINANCIERA

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

COMERCIAL

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

¿CÓMO NOS FORTALECEMOS?

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:
Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el fortalecimiento del desempeño organizacional.

INICIATIVAS:

ESTRATEGIA

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

HUMANA

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

RELACIONAMIENTO

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

CULTURA TRECE

PROGRAMAS, PLANES, PROYECTOS Y METAS:

PERSPECTIVAS E INICIATIVAS 2020 - 2024

¿QUÉ HACEMOS?

CONTENIDOS Y PROYECTOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmedia de proyección internacional que nos posicionen como referente nacional entre los canales públicos regionales.

INICIATIVAS:

	Aumento de contenidos regionales						Fortalecimiento de contenidos digitales				
CREAR	Contenido InHouse					Fortalecer la capacidad de producción propia	Parrilla de contenidos digitales				
	# aumento de horas producidas						Producir series para pantallas digitales				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	
	5%	10%	15%	20%	25%	Diseño	T1	T2	T3	T4	
PRODUCIR	Semillero de proyectos de contenidos					Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	Producir una serie de animación				
	# de proyectos producidos						2020	2021	2022	2023	2024
	6	8	10	12	14	Diseño	Publicación	2.000	4.000	6.000	
	Programa de convocatorias abiertas					Desarrollar contenidos desarrollados por productoras externas					
	# de proyectos ejecutados						2020	2021	2022	2023	2024
1	2	2	3	3							
Programa de convenios, contratos y alianzas para desarrollo de contenidos					Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos						
# de convenios ejecutados						2020	2021	2022	2023	2024	
1	2	2	3	3							
Transmisiones de eventos					Transmitir eventos culturales y deportivos de la gran región Trece						
# de transmisiones						2020	2021	2022	2023	2024	
5	6	6	7	7							

	Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación				
DIFUNDIR	Programación cultural y educativa				
	# de horas de emisión Cy E				
2020	2021	2022	2023	2024	
70%	70%	70%	70%	70%	
Acceso a población hipoacúsica					
# de horas de emisión A.P.H.					
2020	2021	2022	2023	2024	
70%	80%	90%	100%	100%	

PERSPECTIVAS E INICIATIVAS 2020 - 2024

¿PARA QUIÉN LO HACEMOS?

AUDIENCIAS Y USUARIOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece.

INICIATIVAS:

COMPRENDER

Comprensión y medición de televidentes y audiencia digital

Plan de comprensión de audiencias

# de estudios realizados	2020	2021	2022	2023	2024
	2	2	2	2	2

Comprender y medir las características, preferencias y comportamientos de la audiencia Trece

AUMENTAR

Aumento de Audiencias y Usuarios

Alcance de televidentes

% de aumento de alcance efectivo	2020	2021	2022	2023	2024
	128.100	30%	30%	30%	30%

Aumentar el alcance de los televidentes Trece

Alianzas

Alianzas con medios de comunicación

Posicionar la marca Trece a través de alianzas de divulgación con medios de comunicación

% de aumento de alianzas	2020	2021	2022	2023	2024
	5 Alianzas	10%	10%	10%	10%

INTERACTUAR

Activo Digital

# de aumento de la audiencia digital	2020	2021	2022	2023	2024
	20%	40%	60%	80%	100%

Aumentar el activo digital del Canal Trece

Gestión de Relaciones Públicas

Plan de Gestión de Relaciones Públicas

Posicionar la marca Trece a través de un trabajo articulado con entes públicos y privados

% cumplimiento del Plan	2020	2021	2022	2023	2024
	100%	100%	100%	100%	100%

FIDELIZAR

Plan de Comunicación Externa

# de aumento de publicaciones	2020	2021	2022	2023	2024
	10%	10%	10%	10%	10%

Fortalecer el posicionamiento de la marca Trece en las audiencias regionales

Fortalecimiento relacional con la audiencia

Proyectos Audiovisuales interactivos

# de proyectos realizados	2020	2021	2022	2023	2024
	2	3	4	5	6

Desarrollar proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción, y recordación en la audiencia

Experiencia Web

Experiencia Web Freemium

Ofrecer contenidos exclusivos para usuarios registrados y recopilar data

# de usuarios registrados	2020	2021	2022	2023	2024
	Diseño	1.000	2.000	3.000	4.000

PERSPECTIVAS E INICIATIVAS 2020 - 2024

¿CÓMO NOS FINANCIAMOS?

FINANCIERA Y COMERCIAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Lograr la autofinanciación mediante el posicionamiento comercial de nuestros productos y servicios.

INICIATIVAS:

FINANCIERA

Gestión de recursos financieros

Mantener el control de recursos financieros a través de la gestión y seguimiento continuo

Seguimiento y Control a la Ejecución de Proyectos

% del margen de contribución	2020	2021	2022	2023	2024
	20%	21%	22%	23%	24%

Gestión de Cartera

% de cartera vencida	2020	2021	2022	2023	2024
	<0=1%	<0=1%	<0=1%	<0=1%	<0=1%

Anteproyecto de Presupuesto

% incremento del gasto fijo	2020	2021	2022	2023	2024
	<0=5%	<0=5%	<0=5%	<0=5%	<0=5%

Seguimiento al Flujo de Caja

# de informes anuales a gerencia	2020	2021	2022	2023	2024
	12	12	12	12	12

COMERCIAL

Posicionamiento Comercial

Plan de Mercadeo

Posicionar a través de un Plan de Mercadeo y Endomarketing

% cumplimiento del plan de Mercadeo	2020	2021	2022	2023	2024
	100%	100%	100%	100%	100%

Distribución de Contenidos Originales

Realizar ventas internacionales de nuestros contenidos

# de contenidos distribuidos	2020	2021	2022	2023	2024
	1	2	4	6	8

Satisfacción del Cliente

Desarrollar herramientas de seguimiento de la satisfacción de los clientes (CRM)

Producir una serie de animación	2020	2021	2022	2023	2024
	Diseño	T1	T2	T3	T4

Portafolio de servicios

Servicios de Producción

Prestar servicios como productora audiovisual a terceros

# de servicios	2020	2021	2022	2023	2024
	1	2	4	6	8

Contenido Financiado

Realizar contenido comercial financiado por recursos públicos o privados

# de contenidos realizados	2020	2021	2022	2023	2024
	1	2	3	4	5

Nuestra región como locación

Visibilizar la región Trece como alternativa de locación para producciones audiovisuales

# de producciones realizadas	2020	2021	2022	2023	2024
	20	40	60	80	100

PERSPECTIVAS E INICIATIVAS 2020 - 2024

¿CÓMO NOS FORTALECEMOS?

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el fortalecimiento del desempeño organizacional.

INICIATIVAS:

ESTRATEGIA

Fortalecimiento y apropiación del MIPG
Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG

% avance en el FURAG	2020	2021	2022	2023	2024
	60%	70%	80%	90%	100%

# de divulgaciones anuales	2020	2021	2022	2023	2024
	6	8	10	12	14

Marco Estratégico, Seguimiento y Control

Despliegue del marco estratégico	% de cumplimiento del despliegue estratégico	2020	2021	2022	2023	2024
		50%	60%	70%	80%	90%

Seguimiento y control a la Gestión	% de cumplimiento Plan Anual de Auditorías y Seguimientos	2020	2021	2022	2023	2024
		85%	90%	95%	95%	100%

ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL

Planes de fortalecimiento TIC Contribuir desde las TIC al fortalecimiento del desempeño organizacional

Plan Estratégico TIC						Seguridad de la Información						Renovación Tecnológica					
% avance	2020	2021	2022	2023	2024	% avance	2020	2021	2022	2023	2024	% avance	2020	2021	2022	2023	2024
	10%	20%	30%	40%	50%		12%	24%	36%	48%	60%		20%	40%	60%	80%	100%

HUMANA

Plan Estratégico del Talento Humano Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST

% de cumplimiento del Plan Estratégico del Talento Humano						% de cumplimiento de los estándares del SGSST								
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
100%	100%	100%	100%	100%	90%	95%	100%	100%	100%	90%	95%	100%	100%	100%

RELACIONAMIENTO

Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano

% de cumplimiento del Índice de Transparencia Activa					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
85%	87%	90%	95%	100%	100%

% de cumplimiento del Plan Ambiental					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
90%	90%	90%	90%	90%	90%

% respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
90%	92%	95%	98%	100%	100%

Plan de Comunicación Organizacional

% aumento de interacciones					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
10%	10%	10%	10%	10%	10%

Defensa Jurídica

% cumplimiento de la política					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
100%	100%	100%	100%	100%	100%

CULTURA TRECE

Innovación y Gestión del Conocimiento
Implementación del proceso de I y GC

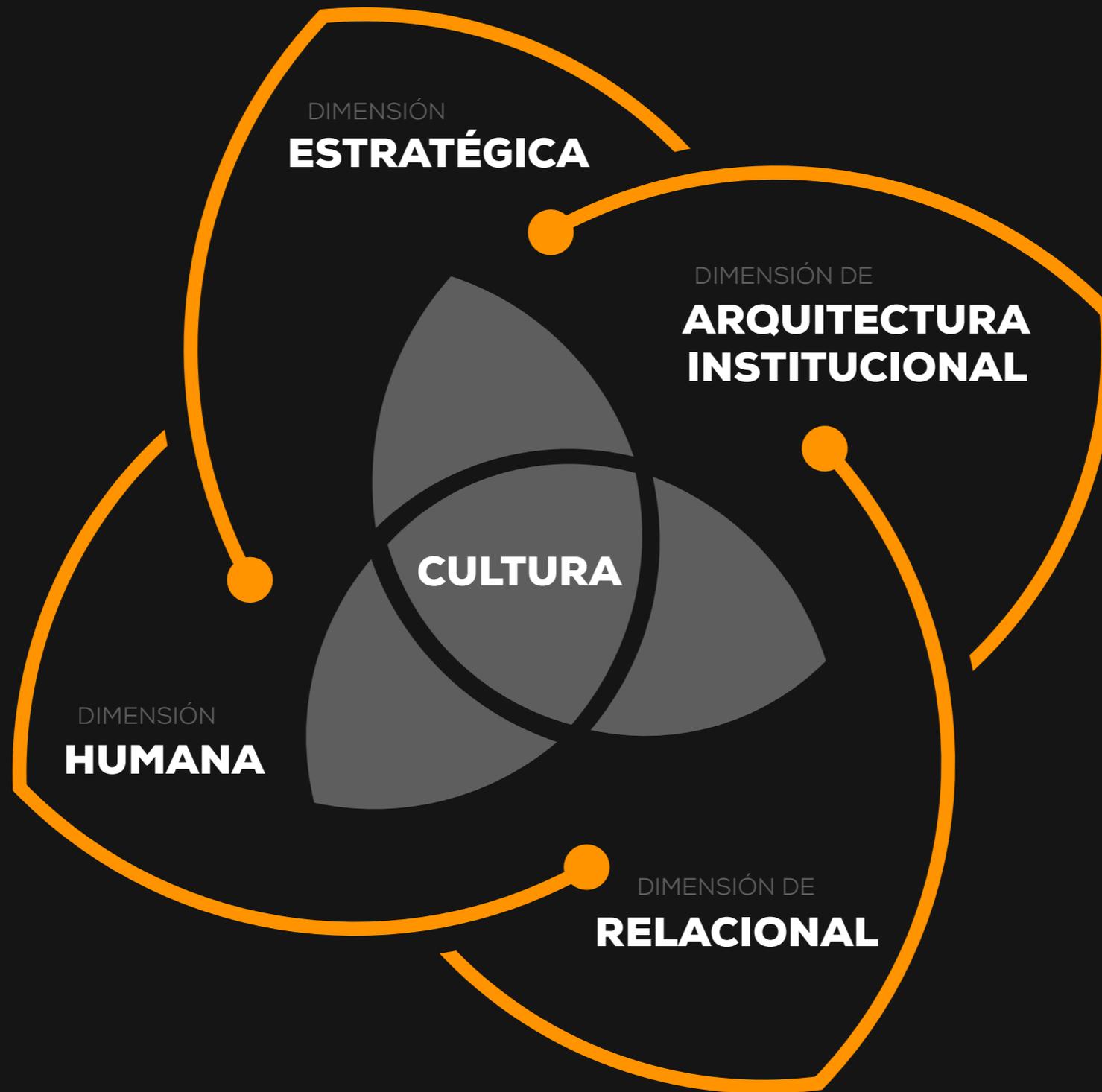
% implementación del proceso					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
5%	10%	15%	20%	25%	25%

Liderazgo
Implementación del Modelo

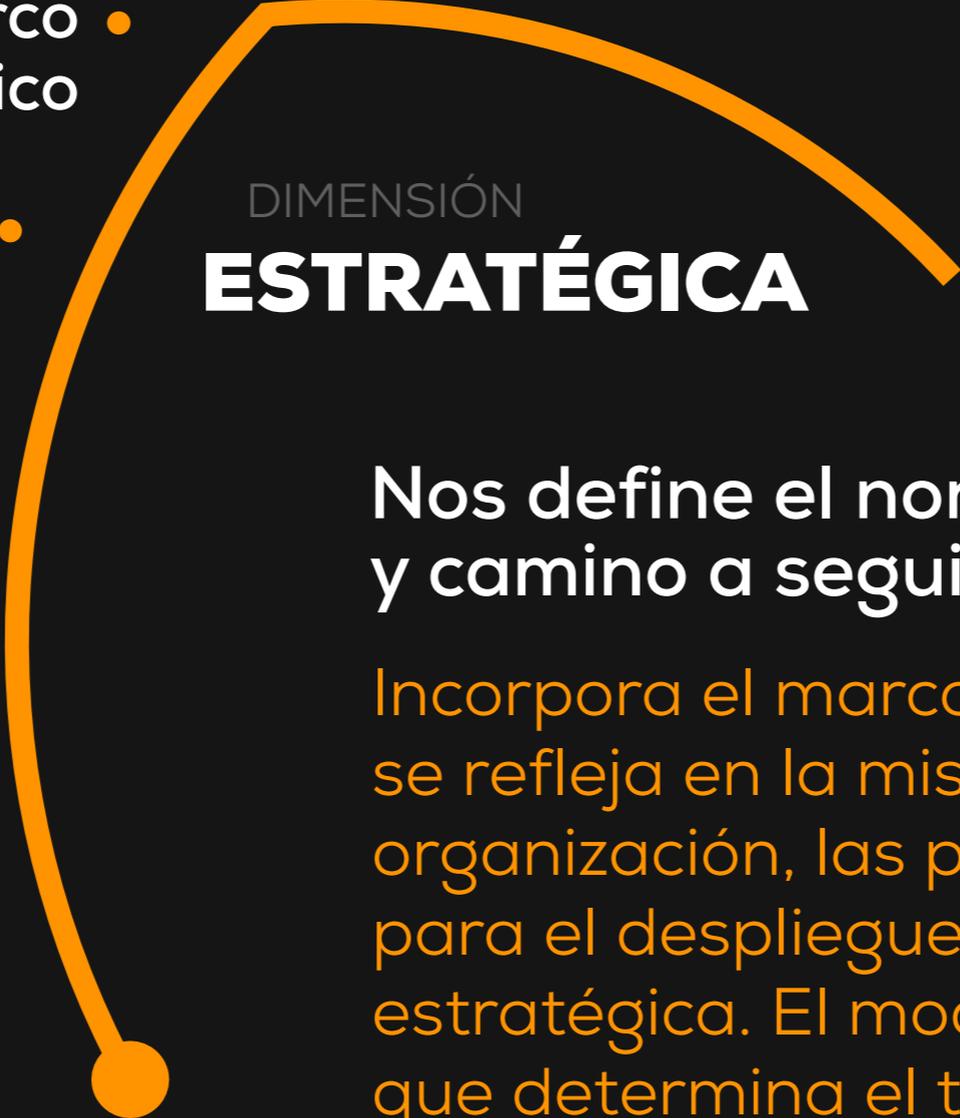
% implementación del Modelo					
2020	2021	2022	2023	2024	2024
20%	40%	60%	80%	100%	100%

GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Las organizaciones hoy, en el cumplimiento de su misión y propósitos institucionales, enfrentan retos que evidencian la necesidad de un **abordaje integral, sistémico y holístico** en la comprensión de sus procesos de gestión. Las fórmulas de ayer resultan insuficientes y no logran alcanzar los ritmos de **adaptación al actual entorno en constante y vertiginoso cambio.**



MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL CANAL TRECE

- Marco Estratégico •
 - Modelo de Gestión •
 - Control de Gestión •
- 

DIMENSIÓN
ESTRATÉGICA

**Nos define el norte
y camino a seguir**

Incorpora el marco estratégico, que se refleja en la misión y visión de la organización, las políticas definidas para el despliegue de la taxonomía estratégica. El modelo de gestión, que determina el tipo de organización y la manera de cumplir los propósitos institucionales. Y, por último, el control de gestión, el cual se entiende como las estrategias y mecanismos de seguimiento y control de la gestión.



DIMENSIÓN DE
**ARQUITECTURA
INSTITUCIONAL**

**La constante optimización
de nuestra cotidianidad**

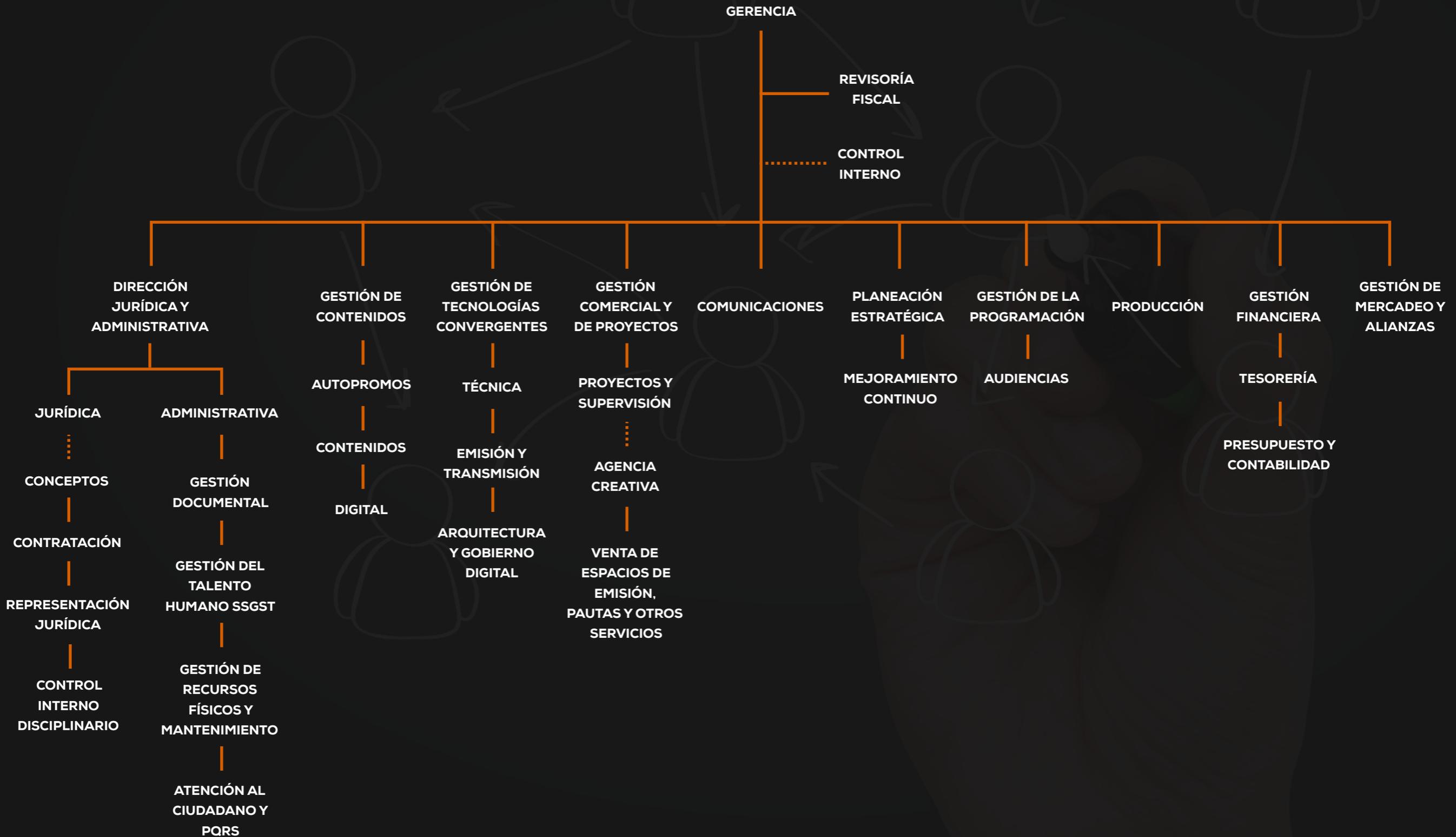
Contempla la estructura y diseño organizacional, los procesos y procedimientos esenciales para la elaboración de los productos y la prestación de sus servicios. Y, los sistemas de información e infraestructura tecnológica que dan soporte al despliegue de la arquitectura institucional.

- Diseño Organizacional
- Sistema de Información
- Tecnologías de la Información y las Comunicaciones



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL



ESTRUCTURA ORGANIZACION AL PROPUESTA





MAPA DE PROCESOS

MAPA DE PROCESOS ACTUAL

PROCESOS ESTRATÉGICOS



PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA



GESTIÓN DE
COMUNICACIÓN



GESTIÓN COMERCIAL Y
ALIANZAS ESTRATÉGICA

PROCESOS MISIONALES

Proveedores,
partes
interesadas,
requisitos,
necesidades y
expectativas



GESTIÓN DE
CONTENIDOS



GESTIÓN DE
PROGRAMACIÓN



GESTIÓN DE
PRODUCCIÓN



EMISIÓN Y
TRANSMISIÓN

Ciudadanía
y audiencia

PROCESOS DE APOYO

GESTIÓN TECNOLOGÍA
CONVERGENTE

GESTIÓN DE
RECURSOS FÍSICOS

GESTIÓN DEL
TALENTO HUMANO

GESTIÓN
CONTRACTUAL

GESTIÓN
DOCUMENTAL

MEJORA
CONTINUA

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
Y LA INNOVACIÓN

GESTIÓN
JURÍDICA

GESTIÓN
FINANCIERA

PARTICIPACIÓN Y
ATENCIÓN AL CIUDADANO

PROCESO DE EVALUACIÓN

CONTROL INTERNO

CONTROL DISCIPLINARIO

MAPA DE PROCESOS PROPUESTO

Visión sistémica focalizada en la innovación

ACTIVIDADES CLAVE



PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA

GESTIÓN
CONTRACTUAL

GESTIÓN JURÍDICA

GESTIÓN
DOCUMENTAL

GESTIÓN DEL
CONOCIMIENTO Y
LA INNOVACIÓN

MEJORA CONTINUA

FORTALECIMIENTO
ORGANIZACIONAL

ALIADOS CLAVE



ALIANZAS
ESTRATÉGICAS

RECURSOS CLAVE

GESTIÓN DEL
TALENTO
HUMANO

GESTIÓN
TECNOLOGÍA
CONVERGENTE

GESTIÓN DE
RECURSOS
FÍSICOS

PROPUESTA DE VALOR



GESTIÓN DE
CONTENIDOS
Y PROYECTOS



GESTIÓN DE
PRODUCCIÓN



GESTIÓN DE
PROGRAMACIÓN
Y DIFUSIÓN

RELACIÓN CON LA AUDIENCIA, USUARIOS Y CLIENTES



GESTIÓN DE LA
COMUNICACIÓN

GESTIÓN COMERCIAL

CANALES



EMISIÓN,
TRANSMISIÓN Y
PUBLICACIÓN

SEGMENTOS DE AUDIENCIA, USUARIOS Y CLIENTES



COMPRENSIÓN,
AUMENTO Y
FIDELIZACIÓN
DE AUDIENCIAS

PARTICIPACIÓN
Y ATENCIÓN AL
CIUDADANO

ESTRUCTURA FINANCIERA



GESTIÓN FINANCIERA

SEGUIMIENTO Y CONTROL



CONTROL DISCIPLINARIO

CONTROL INTERNO

El compromiso y talento de las personas lo hacen posible

Se centra en la gestión de las personas para su satisfacción y potenciación, buscando la armonía entre la consecución de los propósitos personales de los colaboradores e institucionales de la organización. Logrando personas integras en su comportamiento, integradas con su entorno e integradoras es sus relaciones.

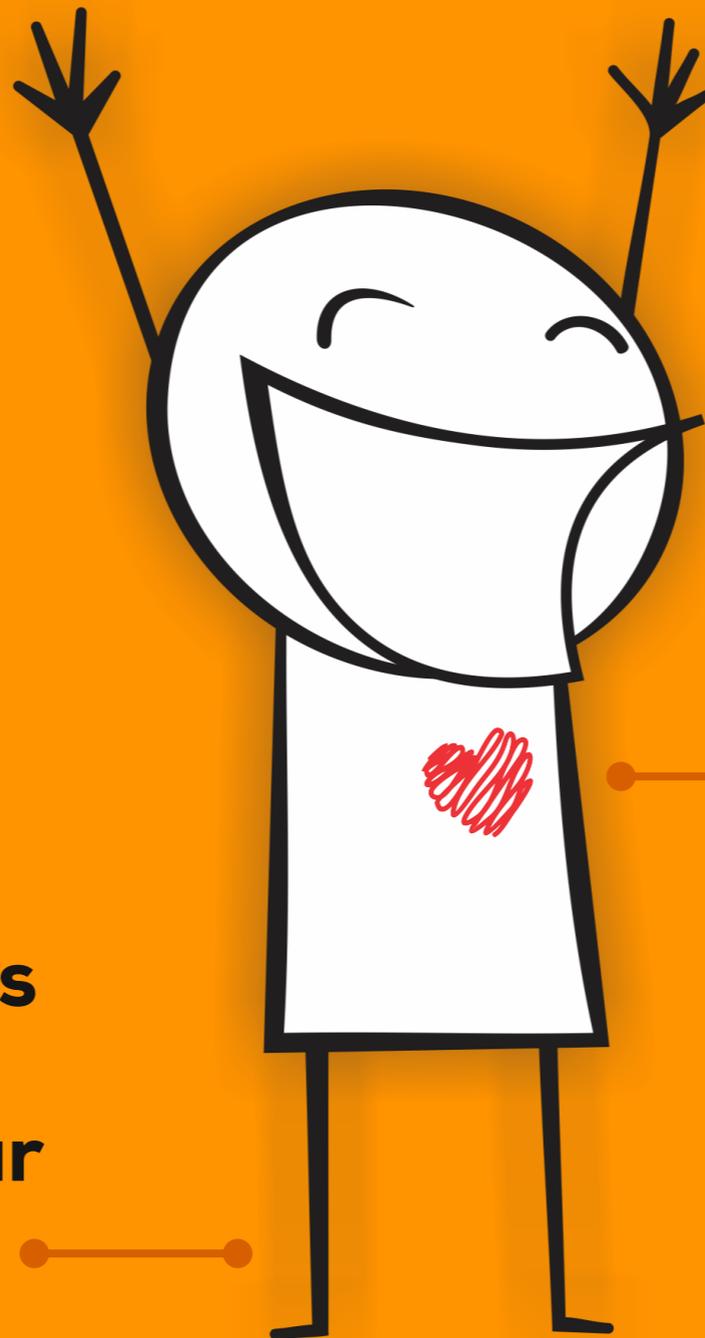


¿Quiénes somos?

Radiografía de
un Trece

490
APORTES

¿En qué aspectos
puedo mejorar
para transformar
la cultura Trece?



¿Qué hago muy
bien que aporta a
la cultura Trece?

¿Qué ideas
aporto para llevar
la cultura Trece al
próximo nivel?

¿Qué valores
deberían
catapultar la
cultura Trece?

¿Quiénes somos?

¿Qué hago muy bien que aporta a la cultura Trece?

Cinco cosas que hacemos más y mejor en la cultura Trece:

- 1 Respeto
- 2 Escucha
- 3 Amabilidad
- 4 Compromiso
- 5 Buena actitud

Respeto	
Escuchar	4,87 %
Compromiso	
Amabilidad	
Buena actitud	
Tratar a todos de la misma manera con respeto y cordialidad	4,06 %
Mi trabajo lo hago con dedicación	
Consumir y compartir contenidos	
Ofrecer lo mejor de mí	3,25 %
Ganas de aprender	
Hacer reír a las personas	
Cumplir	
Ser líder	2,43 %
Trabajo en equipo	
Calidad de trabajo	
Colaboración	
Responsabilidad	
Procuro dar siempre "la milla extra"	
Hacer más ameno el clima de mi área	
Comunicar	
Animar	
Ser positiva	
Proactivo	1,62 %
Empático	
Creativo	
Disciplina	
Articular equipos	
Realizo mis actividades con amor	
Análisis	
Entusiasmo	
Ganas de enseñar	
Entrega	
Comunicación externa sobre el canal	
Inspirar	
Servir	
Disposición	
Socializar	
Optimista	
Excelentes relaciones interpersonales	
Ofrecer soluciones	
Ética	
Cumplimiento de normas	
Proyección a futuro	
Compañerismo	0,81 %
Diligente	
Oportuno	
Eficiente	
Servicial con los demás	
Cortesía	
Hacer seguimiento amable a las tareas	
Saludar	
Comunicación clara y respetuosa	
Cursos de yoga	
Trayectoria	
Investigar	
Experiencia	
Autoaprendizaje	

¿Quiénes somos?

¿En qué aspectos puedo mejorar para fortalecer la cultura Trece?

Cinco cosas en las que podemos mejorar para fortalecer la cultura Trece:

- 1 No tomarme nada personal**
- 2 Ser más empático**
- 3 Ser más organizado**
- 4 Ser más colaborativo**
- 5 Ser más propositivo**

No tomar personal ni agresivo las observaciones que me hacen	
Saber escuchar	
Más capacitación	
Experiencia	5,12 %
Ser más sociable	
Ser más tolerante	
Organización	
Decir más lo que pienso	
Empatía	3,84 %
Apoyar en temas diferentes al de mi área	
Constancia	
No ser tan sarcástico	
Pedir ayuda cuando me siento con mucho trabajo	
Cumplimiento	
Conocer sobre Canal 13	2,56 %
Puntualidad	
Participación	
Exigencia	
Asistir a las reuniones	
No tomar nada personal	
No tomar con prisa los requerimientos y las observaciones	
Ser más objetiva	
Ser menos seria	
Entendimiento	
Comprender mejor los procesos administrativos y jurídicos	
Conocer mejor a todos los colaboradores	
Seguir procesos	
Ser más ágil	
Mayor confianza en mi trabajo y en las capacidades que poseo	
Prudencia	1,28 %
No depender de mis estados de ánimo	
Decir no	
Ser más receptivo a nuevas formas de trabajo	
Diplomacia	
Concentración	
Dar más importancia a la tecnología	
Aprender a delegar	
Disciplina	
Proactividad	
Opinar sobre contenido digital	
Ser más asertivo	

¿Quiénes somos?

¿Qué valores deberían catapultar la cultura Trece?

Cinco valores que debemos fortalecer para catapultar cultura Trece:

1 Respeto

2 Compromiso

3 Colaboración

4 Honestidad

5 Empatía

Respeto	13,72 %
Compromiso	8,72 %
Trabajo en equipo	5,81 %
Honestidad	4,06 %
Tolerancia	
Compañerismo	3,48 %
Empatía	
Amabilidad	
Colaboración	2,90 %
Amor	
Comunicación	
Solidaridad	
Dedicación	2,32 %
Transparencia	
Responsabilidad	
Lealtad	
Positivismo	
Apoyo	
Sinceridad	1,74 %
Integridad	
Creatividad	
Sentido de pertenencia	
Comunicación asertiva	
Alegria	1,16 %
Cooperación	
Dignificación	
Sensibilidad	
Respeto por el tiempo del otro	
Logica	
Ser profesionales y entregados a su trabajo	
Diversidad	
Pensar desde los mejores	
Entusiasmo	
Servicio	
Perspectiva joven	
Impetu	
Tranquilidad	
Humanidad	
Confianza	
Servicio	
Unidad	
Saber que nada es personal	
Armonia	
Identidad	
Coherencia	0,58 %
Integración	
Autoestima	
Ética	
Responsabilidad social	
Proactividad	
Multiculturalidad	
Objetividad	
Iniciativa de cambio	
Bienestar para todos	
Escuchar	
Calidad	
Igualdad	
Cumplimiento	
Organización	
Esfuerzo	
Identidad	
Disciplina	
Innovadores	
Humildad	
Gusto por lo que se hace	

¿Quiénes somos?

¿Qué ideas apporto para llevar la cultura Trece al siguiente nivel?

Cinco ideas que llevarían la cultura Trece al siguiente nivel:

- 1 Integración entre áreas
- 2 Promover el sentido de pertenencia
- 3 Fortalecer la colaboración
- 4 Conocer qué hace el otro
- 5 Zonas lúdicas

Integración entre áreas	12,82 %
Promover el sentido de pertenencia	6,83 %
Contribuir al trabajo del otro	
Saber el qué hacer de las otras personas	
Respeto	3,41 %
Trabajo en equipo	
Alegria	
Zonas ludicas	
Entendimiento entre colaboradores	
Actividades	
Mejorar baños	2,56 %
Restaurante propio	
Más tiempos y espacios para compartir más allá de los	
Mejores relaciones entre las dependencias	
Ponerse en los zapatos del otro	
No poner trabas a los procesos	
Buscar soluciones y no errores	1,70 %
Compromiso	
Aportar para ser feliz	
Saludar	
Trabajar por un mismo objetivo	
Dejar de buscar el culpable	
Más programas de entretención	
Celebración cumpleaños	
Empatia	
Interactuar con regiones	
Mejorar procesos de inducción	
Endomarketing	
Hacer las cosas de la mejor manera	
Capacitación en liderazgo	
Optimización de recursos	
Fidelización de proveedores	
Retención de clientes	
Mejoras en temas de contratación	
Buen manejo de contingencias	
Invertir en talento humano	
Programas de concursos musicales	
Organizar espacios para nuestros hijos	
Organizar espacios para compartir en pareja	
Calidad de trabajo	
Colaboración	0,85 %
Plan de bienestar	
Variedad de música, literatura y teatro	
Grabar más en la calle	
Programas para niños	
Infraestructura locativa	
Semillero de ideas	
Incentivo por cumplimiento de indicadores	
Aporte a la construcción social	
Concursos	
Tener procedimientos más prácticos	
Contar con más recurso humano	
Espacios de capacitación y formación	
Espacios con más computadores	
Escuchar las necesidades de la audiencia	
Mesa de ping pong	
Mejorar la cafetería	
Pensar en grande	
Un lugar para dormir	
Teletrabajo	
Trabajar sobre retos y no sobre horarios	

Satisfacer sus necesidades y expectativas son nuestro motor

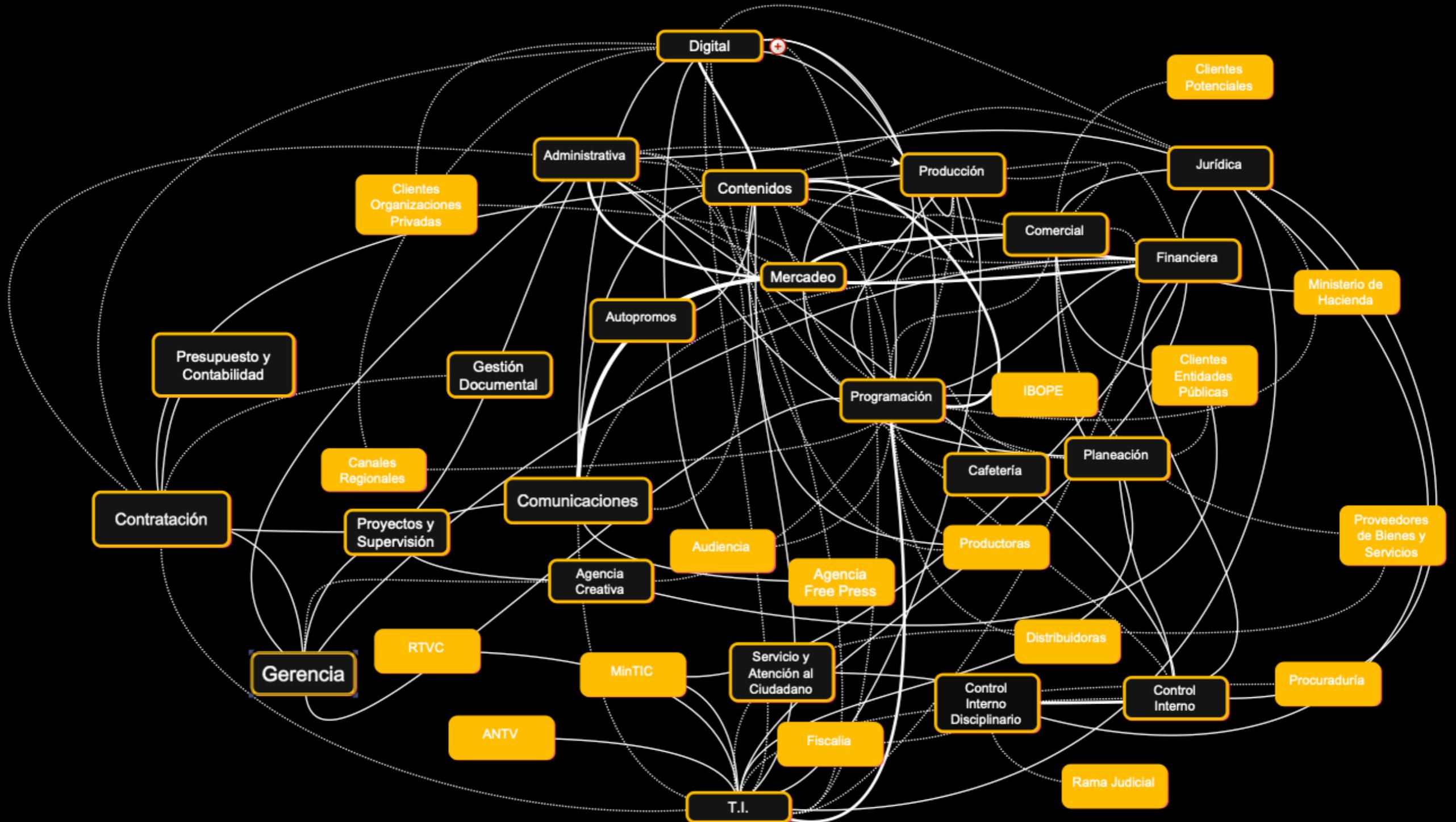
En esta dimensión se hace evidente que la organización encuentra su sentido y contenido en los servicios que les presta a sus grupos de interés. Y la responsabilidad que tiene con los agentes implicados. Esas relaciones configuran un modelo de interrelación que construye el capital relacional institucional.

DIMENSIÓN DE

RELACIONAL

- Caracterización de Agentes Implicados
- Política de Relacionamiento
- Responsabilidad Social Institucional

IDENTIFICACIÓN E INTERACCIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS





Construyendo constantemente nuestra identidad

Gestionando la cultura organizacional, por medio del liderazgo, la innovación y la gestión de conocimiento, generamos las capacidades para asumir y liderar retos, aprender y reinventarnos constantemente en la búsqueda de la efectividad organizacional.

Trace

GRACIAS