PLAN ESTRATEGICO - POA 2021 - II TRIMESTRE

Para consultar el presupuesto desagregado y la ejecución presupuestal del Plan de Acción por fuente de financiamiento podrán ingresar al siguiente enlace: https://lapp.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiYzYzYTY2NzEtN2Y5NS00YWM5LWJhOWYtODdmZGIwMTA4YWY5IiwidCI6InVhYzIwYjZlLW0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCIsInMiOjR9&pageName=ReportSection7e98441d14fcf65a4d6b

Perspectiva Estratégica	Peso Obj	TOTAL OBJETIVO	Objetivo	Peso Objetivo -->	Iniciativa Estratégica	Peso Iniciativa -->	Descripción	Acciones	Peso Acción -->	% Rta Peso	Indicador Acción	Formula Indicador	Frecuencia cumplimiento	Meta Acción	Resultado del Indicador 2021	Resultado del Indicador en %	Resultado del Periodo en %	Resultado de la Avance en %	Observaciones 2021
1) Contenidos y Proyectos	25%	7.37%	Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmedia de proyección internacional que nos posicionen como referente nacional entre los canales públicos regionales	25%	1. Aumento de Contenidos Regionales	8.33%	A través del diseño, actualización, control de versiones y divulgación del Portafolio de Programas y Servicios de Canal Trece	Fortalecer la capacidad de producción propia	1.67%	0.298%	Contenido InHouse	(Horas producidas de contenido en región en el periodo actual / Horas producidas de contenido en región en el vigencia anterior) * 102	Anual	Aumentar en 2% las horas producidas de contenidos en región en relación a la vigencia anterior. Valor proyectado 310 horas	55,4 horas producidas	17.87%	100.00%	17.87%	Durante el segundo trimestre de 2021 se produjeron 43 horas de contenidos regionales con los proyectos in-house Enlace Trece y Somos Región. Para un total de 55.4 horas de contenidos regionales. Esto contribuye con un 17.87% del cumplimiento de la meta establecida de 310 horas de contenidos en región a cierre de la vigencia 2021. Además la producción de contenidos InHouse crecerá exponencialmente para el segundo semestre de la vigencia, teniendo en cuenta que en el primer semestre se planean y desarrollan estos contenidos, lo cual impacta los resultados de Plan de Acción. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/dmoncada_canaltrece_com_co/EVVw30TmTo9PvF4EdqDEJwBBPrLBcfWNOFSN8yZf3NRUg?nime=1H4bP9V2Ug
								Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	1.67%	0.000%	Semillero de Proyectos de Contenidos	(Cantidad de proyectos seleccionados en el vigencia actual / Meta de proyectos de la vigencia) * 100	Anual	Seleccionar 8 proyectos para el Semillero de Proyectos de Contenidos	Planeación y Diseño del Semillero de Proyectos	0%	0.00%	0.00%	La selección de proyectos de Semillero es una meta que no se mide trimestralmente sino que se verifica al final de la presente vigencia. De acuerdo con el cronograma de trabajo del equipo de contenidos, sobre los últimos cuatro meses del año se abrirá el Semillero, se evaluarán las propuestas recibidas y se dejarán seleccionados un total de 8 proyectos recomendados para posterior coproducción. En ese orden de ideas, solo al final del último trimestre se podrá registrar el cumplimiento del objetivo.
								Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	1.67%	0.000%	Programa de Convocatorias Abiertas	(Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual / Meta de proyectos de la vigencia adjudicados) * 100	Anual	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	Proyección de la totalidad de los términos de referencia	0%	0.00%	0.00%	A lo largo del primer semestre se adelantaron las actividades necesarias para abrir las convocatorias de producción por encargo, a saber la caracterización del sector audiovisual de región, el estudio de sector, así como la escritura y revisión de los términos de referencia para su publicación, proyectada para mediados de julio. En conformidad con ese plan de trabajo, la adjudicación de los contratos de producción por encargo tras la selección de los proyectos, debe darse a comienzos del mes de septiembre. Con ello se cumpliría el indicador aquí citado. Por lo pronto no aplica.
								Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	1.67%	0.833%	Convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	(Cantidad de convenios firmados en el periodo actual / Meta de Convenios firmados establecida para la vigencia) * 100	Anual	Coordinar desde la parte técnica la ejecución de 2 convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	1 Convenio firmado y uno en proceso de firmas	50%	100.00%	50.00%	En el mes de mayo se firmó el convenio entre Minciencias y Canal Trece y la Unión Temporal Fuerzas Invisibles para el fortalecimiento y difusión del proyecto "Fuerzas invisibles" a partir de la serie seleccionada y desarrollada a partir del Semillero 2020 y que fue financiada con recursos FUTIC. Las evidencias pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/mfolguin_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fmfolguin%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FConvenio%20Avancian cias%5FTrece%5FFLIN%5F%20No%2ECDP2136%5FFirmado%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fmfolguin%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments
								Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece	1.67%	0.000%	Transmisiones de eventos	(Cantidad de Contenidos Especiales producidos en el periodo actual / Meta de producción de contenidos especiales establecida para la vigencia) * 100	Anual	Producción de un contenido especial regional y/o cultural	Planeación y Diseño del Contenido Especial Regional	0%	0.00%	0.00%	En etapa de PREPRODUCCIÓN se espera producir y/o emitir en el segundo semestre de la vigencia.
					2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	8.33%	A través de la producción de una serie web que permita ampliar los canales transmedia de la Entidad.	Producir series para pantallas digitales	4.17%	0.000%	Producir Serie Podcast	(Cantidad de Series Podcast producidas y publicadas en el periodo actual / Meta de producción y publicación de series Podcast establecida para la vigencia) * 100	Anual	Producir y publicar 2 Series de Podcast	A segundo trimestre se cuenta con 4 capítulos grabados y editados de uno de los proyectos, y el otro está en fase de desarrollo.	0%	0.00%	0.00%	Para la vigencia 2021 se planeo producir y publicar los dos series Podcast. Para el primer proyecto de Podcast denominado "Nuestra Biblioteca" se grabaron y editaron 4 capítulos y se proyecta la grabación de los 4 capítulos restantes para el tercer y cuarto trimestre de 2021. Por su parte, el proyecto denominado "Amazonas 2050" ha completado su proceso de desarrollo, y para el tercer trimestre se planea su producción y publicación. Las evidencias pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/diveros_canaltrece_com_co/Ei-J99DHvlgUonK0I7RJZTUBZV_RoD6dEeIGjrxDfVG_gQ?e=VMvyFX
									4.17%	2.083%	Producir una Serie Web	(Cantidad de Series Web producidas y publicadas en el periodo actual / Meta de producción y publicación de series Web establecida para la vigencia) * 100	Anual	Producir y publicar 2 Series Web de contenidos regionales	1 serie Producida y Publicada	50%	100.00%	50.00%	Las series web corresponden a Gamer "Temporada 2021" y "Rezeteando". En cuanto a la primera serie, se han grabado 4 capítulos que se encuentran en proceso de postproducción y finalización, su publicación tendrá lugar en el tercer trimestre de 2021. Respecto al segundo proyecto, se han grabado 4 capítulos y se ha publicado uno, los demás se publicarán en el tercer y cuarto trimestre del 2021. Las evidencias pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/diveros_canaltrece_com_co/Ely PO9LykBBR6eJsoAfZ8vdBB0_TMhmNOWODIIGGwUedg?e=9RaUGq
					3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación	8.33%	A través de la creación de nuevos canales de difusión enfocadas al posicionamiento de marca, del reconocimiento en las regiones y de la promoción de la parrilla de programación del canal trece.	Emitir el 60% de programación cultural y educativa	4.17%	2.083%	Programación Cultural y Educativa	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido Cultural y Educativo durante el periodo actual / Número máximo de horas semanales de emisión de contenido Cultural y Educativo) * 100	Trimestral	70% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	134 horas Promedio Semanal de Programación Educativa y Cultural lo cual correspondiente al 80% de emisión de contenido	81%	100.00%	50.00%	De las 168 horas de la parrilla de programación, 136 horas corresponden a franja de TRECE ANIMADO, con contenidos educativos dirigidos a público infantil y adolescente y a producciones con contenido cultural que se hacen parte de alianzas, convenios, producción InHouse y producciones por encargo, emitidas dentro la parrilla de programación. El Informe de parrilla de programación para el segundo trimestre de 2021 puede ser encontrado en el enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mmontealegre_canaltrece_com_co/ERz24yV23QZPIoFChEm7sHgB-2O7VWjcH4ZqcBfBXHskVA?e=o6KbE8
								Emitir el 100% de la programación con acceso a la población hipoacúsica, a excepción de musicales y deportivos	4.17%	2.071%	Acceso a Población Hipoacúsica	(Número promedio de horas semanales de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica durante el periodo actual/ Número máximo de horas semanales de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica) * 100 **Nota: Para el calculo de este indicador se restan 70 horas de emisión correspondientes a video clips para un total de 94 horas promedio semanal.**	Trimestral	80% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	94 horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica correspondiente al 100% de emisión de contenido sin video clips	100%	100.00%	50%	De las 168 horas semanales, 74 horas corresponden a franjas musicales conformadas por videoclips, las cuales no requieren sistema de acceso para población con hipoacusia, por lo tanto las horas que requieren el sistema son 94 horas. Las evidencias pueden ser consultadas en los siguientes enlaces: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mmontealegre_canaltrece_com_co/EQeUpxyJIVZLICuyAcyAPzwBFWKFsxVFVDeVcAngcE5UA?e=cEDOoN https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mmontealegre_canaltrece_com_co/ERz24yV23QZPIoFChEm7sHgB-2O7VWjcH4ZqcBfBXHskVA?e=o6KbE8
2) Audiencias y Usuarios	25%	12.20%	Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece	25%	4. Comprensión y medición de Televidentes y Audiencia Digital	4.17%	A través de la realización de un ejercicio documentado de investigación de audiencias que permita conocer con alta precisión el segmento al cual podría acceder Canal Trece y mejorar el diseño y cumplimiento de metas comerciales.	Comprender y medir las características, preferencias y comportamientos de la Audiencia Trece	4.17%	2.083%	Plan de Comprensión de Audiencias	(Número de estudios de Audiencia en las Regiones Trece realizados y publicados en la página web en la vigencia actual / Meta de estudios de Audiencia en las Regiones Trece establecida para la vigencia) * 100	Anual	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece	1 Estudio realizado con análisis y socialización	50%	100%	50.00%	Se realizó la salida a campo de las encuestas sobre modelo de convergencia en la televisión pública con el análisis y socialización correspondiente, en estos momentos se encuentra en la encuesta regional trece de la cual tendremos resultados y análisis para el siguiente trimestre. La evidencia puede ser consultada en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/sites/Audiencias/EVIDENCIA%20AUDIENCIAS/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FAudiencias%2FEVIDENCIA%20AUDIENCIAS%2FSegundo%20trimestre%2FEstudio
					5.Aumento de Audiencias y Usuarios	4.17%	A través del seguimiento periódico al número de televidentes y usuarios que visitan las plataformas digitales, la programación del canal y análisis al informe presentado con el estudio que permite identificar el consumo de productos, hábitos y actitudes de los colombianos que consumen los contenidos del Canal Trece y un informe diario del Rating del canal con el índice de audiencia de los programas emitidos.	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	2.08%	0.908%	Alcance de Televidentes	(Número promedio de Alcance Efectivo de Televidentes durante el trimestre actual / Meta de Alcance Efectivo promedio de Televidentes Proyectada para el trimestre * 100	Trimestral	Alcance Efectivo de 430.000. Televidentes promedio trimestral	A Segundo Trimestre se alcanzaron 410.000 Televidentes Promedio	95%	72%	43.59%	El promedio diario de televidentes de los contenidos del Canal fue de 410.000 personas, si bien la cantidad de televidentes presentó un aumento con respecto al primer trimestre, no se cumple con la meta propuesta debido al aumento de personas que están retornando la presencialidad en colegios, universidades y trabajos. La evidencia puede ser consultada en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/sites/Audiencias/EVIDENCIA%20AUDIENCIAS/Forms/AllItems.aspx?viewid=7396158b%2D8cdfb%2D427f%2Daa76%2Bd24a4a54464d&id=%2Fsites%2FAudiencias%2FEVIDENCIA%20AUDIENCIAS%2FSegundo%20trimestre%2FControl%20de%20usuarios%20televis%C3%B3n
								Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	2.08%	1.233%	Activo Digital	(Cantidad de Usuarios del Activo Digital del Canal durante el periodo trimestral / Meta de Usuarios del Activo Digital Proyectada para el trimestre actual) * 100	Trimestral	A cierre de 2021 haber alcanzado 4,2 millones de usuarios en el activo digital total del año. Promedio trimestral de 1 .050.000 usuarios trimestrales.	A Segundo Trimestre se Alcanzaron 2.486.710 Usuarios en el Activo Digital	101.32%	100.00%	59.21%	Durante el segundo trimestre se alcanzo una meta de 1.063.835 usuarios en el Activo Digital correspondiente a un 25.33% de avance sobre la meta de la vigencia 2021. El activo digital durante el trimestre se obtiene según las cifras informadas por el líder de audiencias que pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/diveros_canaltrece_com_co/EsSf5DwQo5Om-VJnRWxQ8oKcBYCcdyST4ELLxNr18Q?e=DCFbdZ
					6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	4.17%	A través de las acciones que permitan acercar y hacer participar al ciudadano con la gestión del Canal.	Fortalecer el posicionamiento de la marca Trece en las audiencias Regionales	2.08%	1.042%	Plan Estratégico de Comunicaciones	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan Estratégico de Comunicaciones en el trimestre/ Actividades proyectadas del Cronograma del Plan Estratégico de Comunicaciones en el trimestre) *100	Trimestral	100% de cumplimiento del Cronograma Plan Estratégico de Comunicaciones	28 Actividades programadas y cumplidas para el II Trimestre de la vigencia	100.00%	100.00%	50.00%	El Plan Estratégico de Comunicaciones se diseñó y aprobó en el Comité directivo el día 28 de abril, para el segundo trimestre de la vigencia se programaron y cumplieron 31 reuniones de relaciones públicas con Gobernaciones (4 en abril, 7 en mayo y 20 en junio), 10 reuniones con medios de comunicación regionales (3 en mayo y 7 en junio) y se realizaron 52 boletines de prensa (30 en abril, 12 en mayo y 10 en junio) dando un cumplimiento a las 28 actividades propuestas en el cronograma del PEC establecido para el segundo trimestre de la vigencia. Finalmente, cabe resaltar que durante este periodo se registraron 221 impactos de Free Press en medios de comunicación locales, regionales, nacionales e internacionales. Las evidencias pueden ser consultadas en los siguientes enlaces: PEC https://canaltrece.sharepoint.com/sites/ComunicacinInternaShared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?id=%2FSites%2FComunicacinInternaShared%20Documents%2FPlan%20Estratg%CC%8Bgico%20de%20Comunicaciones%20Canal%20Trece%202021%2Epdf&parent=%2Fsites%2FComunicacinInternaShared%20Documents ABRIL https://tasks.office.com/canaltrece.com.co/Home/Task/zt4kkakpLUhk4rIZKB4GQOAJLZN7Type=TaskLink&Channel=Link&CreatedTime=637641102442210000
								Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	2.08%	0.688%	Proyectos Audiovisuales Interactivos	(Cantidad de Proyectos Audiovisuales Interactivos realizados en el periodo actual / Meta de Proyectos Audiovisuales Interactivos establecida para la vigencia) * 100	Anual	Realizar 3 Proyectos Audiovisuales Interactivos	1 Proyecto Audiovisual Interactivo implementado y en funcionamiento	33%	100.00%	33.00%	Los proyectos interactivos son "Inbox Trece", "Aulas Trece" y "Rendición de Cuentas". El primero está implementado y en funcionamiento (aire y publicación) desde el primer trimestre de 2021. El segundo proyecto, hasta el momento se ha realizado la grabación del mismo, faltando su posproducción y publicación la cual se hará en el siguiente trimestre del año. En cuanto al tercero se encuentra en desarrollo para publicación a tercer trimestre. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/diveros_canaltrece_com_co/EmEEz7HvOvdlnd6D971P7iQBPlyL-kBhCYeJP1Vm1FCSpA?e=rtfkZX

					7. Alianzas	4.17%	Mediante la suscripción de alianzas con otros medios de comunicación, que permitan posicional la marca del Canal	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	4.17%	0.000%	Alianzas con Medios de Comunicación	(Cantidad de alianzas suscritas en el periodo actual / Meta de alianzas suscritas establecida para la vigencia) * 100	Anual	6 Alianzas Suscritas	4 Alianzas en proceso de firma	0%	0.00%	0.00%	Para el segundo trimestre de la vigencia se efectuaron 10 reuniones con los siguientes medios de comunicación: Manare Radio (Casanare), Emisora Fantástica (Amazonas), Vicinirida TV (Guainía), Diario la Nación (Huila y Tolima), el Morichal (Vichada y Guainía) y el Diario el Tiempo (Nacional). En el momento nos encontramos esperando la fase final de aprobación y firma con 4 alianzas. Las evidencias pueden ser consultadas en los siguientes enlace: DOCUMENTOS ALIANZAS https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/comunicaciones_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fcomunicaciones%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2Fdocuments%2FComunicaciones%202021%2FDOCUMENTOS%202021%2FALIANZAS%20MEDIOS&originalPath=aHRoc3M6Ly9jYWSfGHHRy2WNLW1SLrNoYXJlc0lpbXQyY2ltLzmO0lnL3BcNvbnFiL2NvbXAvUaWNhY2vbmVzX2NhbnFsdHJfY2VfY29X2NvL0VpZnFyTUxVVlFKQ29FU3N1MzE1W1FQkZ2RXBFSWnVTFFSUnBtUAs1cmpHUE%5FGRpbWU6EpQVU5OeFMyVWc
					8. Gestión de Relaciones Públicas	4.17%	A través de un Plan de Gestión de Relaciones Públicas que permita mejorar el posicionamiento de la Marca de Canal	Posicionar la Marca Trece a través de un trabajo articulado con Entes Públicos y Privados	4.17%	2.083%	Plan de Gestión de Relaciones Públicas	(Cantidad de las actividades del Cronograma del Plan de Relaciones Públicas en el periodo/ Meta proyectadas del Cronograma del Plan de Relaciones Públicas en el periodo) *100	Trimestral	100% de Cumplimiento del Plan de Relaciones Públicas	2 Actividades programadas y cumplidas para el II Trimestre de la vigencia	100%	100.00%	50.00%	Al corte de este periodo se evidencia la puesta en marcha de un sistema de relaciones públicas con las Gobernaciones de la Región Trece, efectuando 31 reuniones de trabajo conjunto con Jefaturas de Prensa y/o Asesores de Despacho, con el fin de exponer la oferta de contenidos y convocatorias del Canal que son divulgados a través de las Gobernaciones. Además se establecio contacto entre el equipo de producción de Somos Región y las jefaturas de prensa de los departamentos planeados para la grabación del programa. también se impulso el desarrollo de las piezas turísticas 'Rezateando' con las 14 gobernaciones. Para el cumplimiento de este indicador se establecieron 2 actividades en el mes de abril que se encuentran documentadas dentro del PEC. Las actividades pueden ser consultadas en los siguientes enlace: PEC https://canaltrece.sharepoint.com/sites/ComunicacionExterna/Shared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FComunicacionExterna%2FShared%20Documents%2FPlan%20Estrategico%C%B1olico%20de%20Comunicaciones%20Canal%20Trece%202021%2Epdf&parent=%2
					9. Experiencia Web	4.17%	A través del diseño de la experiencia Web Freenium que permita ofrecer contenidos exclusivos para nuestros usuarios registrados	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	4.17%	4.167%	Experiencia Web Freenium	(Número de seguidores nuevos de la experiencia Web Freenium en el vigencia actual / Meta de seguidores de la experiencia Web Freenium Proyectados para la vigencia actual) * 100	Anual	1000 seguidores nuevos en la experiencia web Freenium	2210 seguidores nuevos inscritos en la experiencia web Freenium	221%	100.00%	100.00%	La experiencia web Freenium o "Parche Trece" que invita a los seguidores a volverse usuarios de nuestra pág. web para tener acceso a contenidos y ventajas especiales (como pedir videos) cerró el primer trimestre de 2021 con un total de 7864 usuarios. Para el segundo trimestre de este año la cantidad de usuarios inscritos alcanzó el número de 10074, es decir que para este trimestre hubo un aumento de 2210 usuarios . Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/drivero_canaltrece_com_co/EqQZO9P3JySKMMQ4DCEvSc-B7MYEMKnEXMBDWIFSzIBQ?e=3teK8j
3) Financiera y Comercial	25%	12.69%	Lograr la autofinanciación mediante el posicionamiento comercial de nuestros productos y servicios.	25%	10. Gestión de Recursos Financieros	8.33%	Fortalecer el margen de ventas y de utilidades, para la generación de recursos suficientes con el fin de crear más y mejores contenidos.	Mantener el control de Recursos Financieros a través de la Gestión y Seguimiento Continuo	2.08%	1.042%	Seguimiento y Control a la Ejecución de Proyectos	(Ingresos-Costo directo de los proyectos / Valor antes de IVA de los proyectos)	Trimestral	20% del Margen de Contribución a diciembre de 2021	29.47% del Margen de Contribución a junio de 2021	29.47%	100%	50.00%	El margen de contribución a Junio está por encima del 20%, esto obedece a los ingresos de pauta y emisión donde el margen de contribución es del 100%. Las evidencias reposan en los Estados Financieros de Canal a Junio de 2021.
									2.08%	1.042%	Gasto de Administración	Gastos de Administración vigencia actual-Gastos de Administración de la vigencia anterior / Gastos de administración de la vigencia anterior.	Trimestral	Incremento del Gasto de Administración <0=25% a 31 diciembre de 2021	11.42% de Incremento del Gasto de Administración a junio de 2021	11.42%	100%	50.00%	El incremento del gasto de administración en el primer semestre de la vigencia 2021 frente al mismo periodo de la vigencia 2020 se situó en un 11.42%, estando esta meta en la tolerancia de la meta planteada. Las evidencias reposan en los Estados Financieros de Canal a Junio de 2021.
									2.08%	1.042%	Gestión de Cartera	(Saldo cartera vencida durante el periodo / Total Facturación del periodo) * 100	Trimestral	Porcentaje de Cartera Vencida <0=1% a diciembre de 2021	0.02% de Cartera Vencida a junio de 2021	0.02%	100%	50.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia 2021 se realizó gestión de cobro a todos los clientes y en consecuencia se logró el recaudo eficiente de los recursos, solo está pendiente el saldo de una factura de Havas Media por valor de $687 mil pesos. Las evidencias pueden ser consultadas en el Consolidado Facturación Trimestre y el Informe mensual consolidado de cuentas por cobrar clientes a Junio 30 de 2021.
									2.08%	1.042%	Seguimiento al Flujo de Caja	(Número de informes de Flujo de Caja entregados a la Gerencia en el periodo actual / Meta de informes de Flujo de Caja entregados a la Gerencia Proyectados para la vigencia actual) * 100	Trimestral	10 Informes Anuales de Gerencia	5 Informes entregados a Gerencia a junio de 2021	50%	100%	50.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia se realizaron tres reuniones de flujo de caja donde se proyectaron ingresos y gastos estimados del periodo. Durante dicho periodo se entregaron 3 informes de flujo de caja a la Gerencia. Las evidencias pueden ser consultadas en las Actas de Reunión - Archivo Consolidado Flujo de Caja.
					11. Posicionamiento Comercial	8.33%	A través de la creación de nuevos canales de difusión enfocadas al posicionamiento de marca, del reconocimiento en las regiones y de la promoción de la parrilla de programación del canal trece.	Posicionar al Canal a través de un Plan de Mercadeo y Endomarketing	2.78%	1.389%	Plan de Mercadeo	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan de Mercadeo en el Trimestral/ Actividades proyectadas del Cronograma del Plan de Mercadeo en el trimestral) *100	Trimestral	Mantener el 100% del Cumplimiento del Plan de Mercadeo	Documento del Plan de Mercadeo Aprobado	100%	100%	50%	Se entregó el documento del Plan de Mercadeo el cual aprobado por gerencia el dia 3 de Junio en reunión presencial. El documento evidencia puede ser consultado en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/jsanabria_canaltrece_com_co/EXGhdPAFDdVMry07Hp1hncBfF64OHKwoAxs4tbdEfEdJg?e=4P2bm7
								Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual	2.78%	1.852%	Presencia de marca en eventos del sector virtuales y/o presenciales	(Cantidad de presencias de la marca Trece en eventos del sector (virtuales y/o presenciales) en el periodo actual / Meta de presencias de la marca Trece en eventos del sector Proyectados para la vigencia actual) * 100	Anual	Presencia en 3 eventos	A segundo trimestre se hizo presencia en 2 eventos	66.67%	100.00%	66.67%	Tuvimos presencia de marca en la mmB con un stand virtual a partir del mes de mayo hasta el 8 de agosto que finalizará la exposición. Este año la Media Maratón de Bogotá se realizara de manera virtual para todos los usuarios inscritos. Las evidencias pueden ser consultadas bajo el siguiente enlace: https://www.mediamaratonbogota.com/expomedia/stand_canaltrece.php
								Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes	2.78%	1.389%	Satisfacción del Cliente	85 % promedios de la calificación de las encuestas aplicadas	Semestral	Aplicación de la encuesta 2 veces al año. Con un resultado de puntuación mayor o igual al 85%	Una encuesta aplicada con un resultado de satisfacción del 92% de nuestros clientes.	50%	100.00%	50.00%	En el mes de junio se aplicó la encuesta de satisfacción a nuestra base de clientes actuales, teniendo como resultado un 92% de satisfacción en el 100% de nuestros clientes. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/jsanabria_canaltrece_com_co/EQEN_xSOCWBlnE-FGthRjnDsBLrzRFPYO42AYAUjo6JBbiw?e=qqs4sU1
					12. Portafolio de Servicios	8.33%	A través del diseño, actualización, control de versiones y divulgación del Portafolio de Programas y Servicios de Canal Trece	Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos.	2.78%	1.259%	Suscripción de alianzas	(Número de alianzas suscritas en la vigencia actual / Meta de alianzas suscritas para la vigencia actual) * 100	Anual	64 alianzas	29 alianzas suscritas a II trimestre de la vigencia actual	29.69%	100.00%	45.31%	Durante el segundo trimestre se suscribieron 19 Alianzas, entre eventos culturales (3), institucionales (5), Medios de comunicación (1) y gestión misional (5). Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jsanabria_canaltrece_com_co/Eukw5mszUhJOmbIFWRqkYy4BE_37ajIN-QuGyUBS_osxg?e=M16Fwn
								Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior.	2.78%	1.242%	Ingresos por ventas de prestación de servicios.	(Ingresos por ventas por prestación de servicios en la vigencia actual / 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios de la vigencia anterior) * 100	Anual	Se plantea un 80% de ingresos por ventas con respecto a la vigencia anterior. Ingresos de la vigencia anterior ($ 21.314.035.000)	$ 7.621.363.085 de ingresos por ventas a segundo trimestre	44.70%	100.00%	44.70%	Para el segundo trimestre se suscribieron 4 contratos y una adición por un valor total de $2.571.989.242 , dando un cumplimiento al 15.08% de la meta propuesta. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/aparrado_canaltrece_com_co/Etta3y_9u1tdLmtzS_1UlUMBEoOLeauAW5lVdcprbOY3hQ?e=vKH0ik
								Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos dos clientes nuevos	2.78%	1.389%	Cantidad de clientes nuevos.	2 clientes nuevos	Anual	2 Clientes nuevos para la vigencia 2021	1 Cliente nuevo a Junio de 2021	50%	100.00%	50.00%	A segundo trimestre se suscribió contrato con la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial- ENTERRITORIO cumpliendo con el 50% de la meta proyectada para la vigencia. Las evidencias pueden ser consultadas en el enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/aparrado_canaltrece_com_co/EmmFToC2CbRBuRpco38Lvjo-BAeoAO9SGTmp-dp2bYdxw?e=9LtRqQ
					13. Fortalecimiento y Apropiación del MIPG	2.50%	A través del acompañamiento y asesoría en la formulación de planes, programas, informes, metodologías, procesos y de la implementación del Sistema Integrado de gestión.	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG	1.25%	1.250%	Avance FURAG	(Resultado FURAG para la vigencia actual / Resultado proyectado)	Anual	% de cumplimiento en el FURAG del 70% o superior	Resultado FURAG vigencia 2020: 72.8%	101%	100.00%	100.00%	A mediados del mes de Mayo fueron publicados los resultados del FURAG en la página de Función Pública. Presentando un cumplimiento del 72.8%. Los resultados pueden ser consultados en el siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZGE2MzQ1YTQtYWI3ZC00YTdLWJkY2thNzY1YzI2LZTk5IiwidCI6IjU1MDNhYWNlyLTdhMTUhZDh2U1hTIwL T2NjC1YWQxZGYxNlsInMiOjR9&pageName=ReportSection396dlcd03a85O0a004c59
									1.25%	0.625%	Divulgaciones Anuales	(Número de sensibilizaciones sobre FURAG realizadas en el periodo actual / Meta de sensibilizaciones sobre FURAG establecida para la vigencia) * 100	Anual	6 Divulgaciones Anuales sobre FURAG	3 Divulgaciones realizadas a Junio	50%	100.00%	50.00%	El día 2 de julio se realizó una sensibilización sobre los resultados de FURAG por medio de Parche Trece, Además se realizo una sensibilización previa a la gerencia y otra al comité. El enlace de acceso a la reunión de Parche Trece puede ser consultada en https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_ODdmZDY0MDMtNDRlNi00YjQ5LWI3NTMtMTY3ZTczMDQ4Y2I3%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22aac208ke-b40f-45a8-9355-e24387314c84%22%2c%22Oid%22%3a%22dc24dcce-2617-4a02-8035-e263b4bd6df%22%7d
					14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	2.50%	A través de asesorías, auditorías internas, seguimiento al cumplimiento de disposiciones legales, seguimiento a los controles de los riesgos y al cargue de los informes en las plataformas respectivas.	Realizar despliegue del Marco Estratégico	1.25%	0.625%	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico	(Número de seguimientos del plan de acción entregados a la Gerencia y comité institucional en la vigencia actual / Meta de informes de seguimientos del plan de acción a entregados a la Gerencia y comité institucional Proyectados para la vigencia actual) * 100	Anual	60% de cumplimiento en el despliegue del marco estratégico al finalizar la vigencia (4 Seguimientos al Plan de Acción)	47.16% del Despliegue del Marco Estratégico (2 Seguimientos al Plan de Acción)	50%	100.00%	50.00%	A mediados del mes de Julio se cumple con el diligenciamiento y socialización de los resultados de Plan Estratégico con la Gerencia y el Comité de Gestión y Desempeño. Presentando un 53.80% de cumplimiento en el Despliegue del Marco Estratégico. Las evidencias del diligenciamiento pueden ser consultadas en el SharePoint de Seguimiento de Planeación bajo el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:x:/s/SeguimientoaPlanesyProyectos/EtbJYvjW12hGo4KuaP2LiAYBYKjLyJX0fzBjPzGmFng9A?e=Z9ie1
								Realizar seguimiento y control a la Gestión	1.25%	0.662%	Cumplimiento Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	(Número de actividades del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos realizadas en el periodo actual / Meta de actividades del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos establecida para la vigencia) * 100	Trimestral	90% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	36 Actividades programadas a segundo trimestre (17 informes, 10 seguimientos, 7 informes a entes externos y 2 auditorías Gestión de producción y SGSST y SGA)	25.00%	100%	52.94%	Durante el segundo trimestre se cumplió con los siente (7) informes a entes externos, dos (2) auditorías Gestión de producción y SGSST y SGA, y se cumplió con los ocho (8) seguimientos; lo anterior de acuerdo con el plan anual de auditorias y seguimientos 2021. Las evidencias pueden ser consultadas en el enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jlatorre_canaltrece_com_co/EmmMq-lHRZBoSEMQjPuOBBHan_XzxWB3HEuinD-euRQ?e=Vdnc8
					15. Planes de Fortalecimiento TIC	2.50%	A través de un Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y la Comunicación y de adquisición de nuevas tecnologías que permitan fortalecer y mejorar la competitividad del Canal.	Contribuir desde las TIC al fortalecimiento del Desempeño Organizacional	0.83%	0.401%	Plan Estratégico TIC	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan Estratégico TIC en el trimestre/ Actividades proyectadas del Cronograma del Plan Estratégico TIC en el trimestre) *100	Trimestral	Dar cumplimiento al 60% del Plan Estratégico de TI con respecto a la vigencia anterior.	28.87% de avance en el PETIC a junio de 2021	28.87%	100.00%	48.12%	Durante este periodo se han desarrollado las actividades correspondientes a los dominios de arquitectura, proyectos TI, operaciones TI, emisión e infraestructura de televisión, máxima velocidad, soluciones TI y seguridad de la información. Presentando un cumplimiento del 28.82% en el PETIC. Las evidencias pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTZmMTBjYjQtNDg3OS00NTEyLWI1NzEtYTA3YzRlNTRkNWUzIiwidCI6ImVhY2wiYjZlLWI0MGYtNDVhOC05MzUtLWUyNDM4NzNmNGM4NCIsIm0iOjR9
									0.83%	0.208%	Seguridad de la Información	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan de Seguridad de la Información en el trimestre/ Actividades proyectadas del Cronograma del Plan de Seguridad de la Información en el vigencia) *100	Trimestral	Dar cumplimiento al 80% del Plan de Seguridad de la Información	20% de Cumplimiento del Plan de Seguridad de la Información	25%	100.00%	25.00%	Durante este periodo se ha dado avance sobre el diseño de un plan maestro de seguridad de la información, actualización de la matriz de activos de información, gestión de riesgos del proceso y relacionados con seguridad digital. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTZmMTBjYjQtNDg3OS00NTEyLWI1NzEtYTA3YzRlNTRkNWUzIiwidCI6ImVhY2wiYjZlLWI0MGYtNDVhOC05MzUtLWUyNDM4NzNmNGM4NCIsIm0iOjR9

4) Fortalecimiento Organizacional	25%	14.90%	Consolidamos como una entidad efectiva mediante el Fortalecimiento del Desempeño Organizacional	25%					0.83%	0.583%	Renovación Tecnológica	(Proyectos ejecutado para renovación tecnológica de la vigencia / Proyectos planeado para la renovación tecnológica en la vigencia) *100	Trimestral	5% de Avance en Renovación Tecnológica con respecto a la vigencia anterior	4% de Avance en Renovación Tecnológica con respecto a la vigencia anterior	70%	100.00%	70.00%	Se han ejecutado 7 de las 10 renovaciones y adquisiciones que se tienen proyectadas dentro del PAA por medio de los contratos 503 y 499, las otras tres renovaciones corresponden a cambios de baterías de UPS (una proyectada para julio y otra para diciembre) y la renovación de las licencias de adobe, proyectada para septiembre. Las evidencias se pueden encontrar en los contratos 499 y 503 de 2021
					16. Plan Estratégico de Talento Humano	2.50%	A través de un Plan de Capacitación, de los Planes de Bienestar social e incentivos, de la medición del clima organizacional, de la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.	Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	1.25%	0.616%	Plan Estratégico de Talento Humano	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan Estratégico de Talento Humano en a vigencia / Actividades proyectadas del Cronograma del Plan Estratégico de Talento Humano en el trimestre) *100	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 100% del Plan Estratégico de Talento Humano , alineándolo con los requerimientos de MIPG	97% de cumplimiento de las actividades proyectadas para el segundo trimestre	97%	97.00%	49.25%	Durante el segundo trimestre de la vigencia 2021 se ha dado cumplimiento al plan estrategico de Talento humano en un 97%, el plan esta conformado por los planes de capacitación y de bienestar con actividades de forma virtual y presencial. En cuanto a las capacitaciones, de acuerdo con el cronograma de ejecución se proyectaron 18 actividades de las cuales se desarrollaron 17 quedando pendiente en el semestre la reunión de Parche Trece como programa de reinducción, la cual por temas de agenda de la Gerente fue necesario reprogramarla para el 2 de julio. Sobre el plan de bienestar fueron proyectadas 17 actividades, las cuales fueron cumplidas en su totalidad de manera virtual y presencial como lo fue el caso de la entrega de los detalles del día de la madre y del padre. Adicionalmente como apoyo al plan de bienestar, la entidad realizó alianzas con la MMB-2021 en la cual (25) colaboradores podrían acceder al kit de la competencia con su respectivo cupo para registrar el tiempo en la plataforma designada. Por otra parte, se adelantó la alianza con la empresa Salud Visual la cual ofrecerá servicios relacionados con exámenes de diagnóstico visual, compra de lentes y monturas para él y su grupo familiar, mantenimiento de productos, charlas de prevención, pausas activas visuales, entre otros. Las evidencias podrán ser consultadas bajo los siguientes enlaces: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jsalcedo_canaltrece_com_co/ErEdwpBxzYFDlibZUuKgVeJEBAUB93zSbuFCqOWUxK_udcbs?e=BOuqfo
									1.25%	1.184%	Estándares del SGSST	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del SGSST / Actividades proyectadas del Cronograma del SGSST en el periodo) *100	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 100% de los estándares mínimos para el SGSST	Implementación y Cumplimiento del 94.5% de los estándares mínimos para el SGSST	94.74%	94.74%	94.74%	Durante el segundo trimestre se ejecutaron 108 de las 114 actividades programadas. De la varias actividades en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo destacan algunas como: actualización del curso de inducción al SGSST en la plataforma Moodle, la programación y ejecución de diversas actividades de capacitación para los diferentes niveles u órganos asociados al SGSST, la revisión de documentación de terceros para la ejecución de actividades al interior de las instalaciones, la actualización de documentos del SGSST, el desarrollo de la auditoría interna al SGSST, la socialización de medidas preventivas del contagio de Covid-19 a través del proceso de Comunicaciones, además de inspecciones de seguridad y formularios para fomentar la participación de los trabajadores en la identificación de peligros. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada en https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/fsanin_canaltrece_com_co/EoJWaIlnX0pPqCGPCVgpnXcBvdzqjLLpG9yDjby7yUvbuA?e=qsxx3Y
					17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	2.50%	A través del fortalecimiento de la sección de Transparencia y Acceso a Información Pública que permita que los ciudadanos encuentren la información organizada y más fácilmente	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	0.83%	0.000%	Índice de Transparencia Activa	Reporte	Anual	90% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa	A la espera de la habilitación de la plataforma ITA en el segundo semestre de la vigencia	0.00%	0.00%	0.00%	Durante el segundo trimestre, el equipo de planeación adelanto la gestión de carga de archivos faltantes o desactualizados en la Sección de Transparencia y Acceso a Información Pública, además se ha realizado mínimo una carga trimestral de información a la página web, esperando la habilitación de la herramienta ITA a mediados del segundo semestre de la vigencia por parte de la Procuraduría General de la Nación.
									0.83%	0.417%	Plan Ambiental	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma del Plan de Gestión Ambiental / Actividades proyectadas del Plan de Gestión Ambiental en el trimestre) *100	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 90 % del Plan de Gestión Ambiental	23 Actividades del Cronograma programadas y ejecutadas	100%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre se ejecutaron 17 actividades de las 17 actividades programadas en cumplimiento del Plan de Gestión Ambiental tales como la separación, recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos, además del desarrollo de campañas de ahorro de agua, energía y papel en la entidad y la auditoría al SGA. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en carpetas físicas en las instalaciones de la entidad y en la carpeta compartida ubicada en https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/fsanin_canaltrece_com_co/EoJWaIlnX0pPqCGPCVgpnXcBvdzqjLLpG9yDjby7yUvbuA?e=qsxx3Y
									0.83%	0.416%	Apropiación PQRSD	(Número de PQRSD contestadas de manera oportuna en el periodo / Número de PQRSD recibidas en el periodo) * 100	Trimestral	100% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD	209 solicitudes con respuesta oportuna y apropiada	100.00%	100.00%	49.91%	Durante el segundo trimestre de la vigencia se recibió un total de 209 PQRSD. La entidad dio respuesta dentro de los términos de Ley a 206 PQRSD y 3 PQRSD se encuentran estado pendiente de respuesta las cuales se encuentran dentro de los términos establecidos. Por lo tanto el 100% de respuestas fueron oportunas y apropiadas. Las evidencias se encuentran ubicadas en la carpeta compartida de atención al ciudadano: Base de datos https://canaltrece-my.sharepoint.com/x:/g/personal/mcarrillo_canaltrece_com_co/ERWSE1dbHqCVdnHEQDAGEBUto-84Se9VTd0jy5H8N2mA?e=8knjLQ. Informe segundo trimestre: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDVlMTQzZDgtMTc2NC00OGM3LTgzYzQtMzQyNTUxMmY3NTZmIiwidCI6Imh7YzwyY2LWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDMxMzNhNGN4NCIsImMiOjR9
					18. Innovación y Gestión del Conocimiento	2.50%	A través de la implementación del Proceso dentro del Canal que permita documentar la gestión y transferencia del Conocimiento entre funcionarios y colaboradores	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	2.50%	1.667%	Innovación y Gestión del Conocimiento	(Numero de proyectos ejecutados y entregados en el periodo / Número de proyectos de innovación proyectados en el periodo) *100	Trimestral	75% de implementación del proceso	2 proyectos ejecutados y entregados	67%	100.00%	66.67%	A segundo trimestre de la vigencia, se ejecutaron dos proyectos en colaboración con el proceso de Tecnologías Convergentes, el primero referente a las PQRSD se desarrollo junto con el proceso de Atención y Servicio al Ciudadano y se entrego a la gerencia, quien dio el aval de cargarlo en el sitio web bajo el enlace https://canaltrece.com.co/instrumentos-de-gestion/seguimiento-informe-pqrs-2021/, el segundo se desarrollo con el equipo de Planeación referente al seguimiento a la Contratación del Canal y fue entregado a la gerencia, este ultimo quedo como reserva exclusiva de la gerencia. Se espera desarrollar el tercer proyecto en el segundo semestre de la vigencia.
					19. Plan de Comunicación Organizacional	2.50%	A través de fortalecer los espacios y canales de comunicación ascendente y descendente dentro del Canal y la divulgación de noticias, estrenos y hechos de coyuntura del Canal a través de los medios de comunicación internos.	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	2.50%	2.500%	Comunicaciones de los Procesos Internos (Impactos de comunicaciones internas)	(Número de impactos de comunicación interna en el periodo de la vigencia actual / Número de impactos de comunicación interna en el periodo de la vigencia anterior) *100	Trimestral	Mantener un margen de tolerancia de + o - 10% en Comunicaciones interna de los Procesos Internos con respecto a la vigencia anterior	547 Impactos de comunicación interna a segundo trimestre de la vigencia actual	133%	100.00%	100.00%	Durante la vigencia 2021 y teniendo como experiencia la emergencia sanitaria del COVID-19 que viene afectando la manera en como realizamos las actividades desde la vigencia 2020, hemos articulado nuestro plan de comunicaciones, aumentando los correos masivos internos, las fechas especiales, tarjetas de cumpleaños, boletines de parche trece y además nos hemos reinventado para realizar más eventos internos de manera virtual. Para el primer semestre de la vigencia se presento un aumento en los impactos de las comunicaciones internas del 133% y se espera estandarizar el resultado en el segundo semestre para cumplir con la meta teniendo en cuenta que en la vigencia 2020 se presento un incremento exponencial en el envió de comunicaciones internas a partir del mes de Julio. A continuación se presentan los tipos y número de comunicaciones enviadas durante las vigencias 2021 y 2020 para el periodo solicitado: 2021 - Correos Masivos: 343 - Campañas: 6 - Fechas Especiales: 16 - Boletines Parche Trece: 16 - Eventos: 15 - Tarjetas Cumpleaños: 151
					20. Defensa Jurídica	2.50%	A través de la revisión y optimización de la documentación de los procesos, adopción de controles, políticas y capacitaciones sobre los asuntos jurídicos y contractuales.	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición de la política de daño antijurídico	2.50%	1.250%	Política de Daño Antijurídico	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma de la Política de Daño Antijurídico en el periodo / Actividades proyectadas de la Política de Plan de Daño Antijurídico en el periodo) *100	Trimestral	100% de Cumplimiento de la Política de Daño Antijurídico	3 actividades de la Política de Daño Antijurídico programadas y ejecutadas	100%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia actual se realizaron 2 capacitaciones; (I) Contrato Realidad (II) Distribución de Recursos. Adicionalmente se diligenció el formato de pagos con Medición Trimestral. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jgomez_canaltrece_com_co/EjbfsF3-nWBrtqrRmHuLHrtLEBkAHgrlByLnwpUzSY2TwQ?e=fpMW7e
					21. Comité de Conciliación	2.50%	A través de las convocatorias y decisiones sobre la viabilidad extrajudicial o judicial de los casos que sean sometidos al estudio del comité, en pro de la protección de los recursos del canal.	Análisis jurídico de los casos específicos donde procede o no, la conciliación de la conformidad de la normatividad legal y existente para el caso concreto	2.50%	1.250%	Comité de Conciliación	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma de la Política de Daño Antijurídico en el periodo / Actividades proyectadas de la Política de Plan de Daño Antijurídico en el periodo) *100	Trimestral	100% de Cumplimiento del Comité de Conciliación	12 Actividades del Cronograma programadas y ejecutadas a Segundo Trimestre	100%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre se realizaron 6 sesiones del Comité de Conciliación de acuerdo con la periodicidad de la resolución 072 de 2018. Las evidencias pueden ser consultadas bajo el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:f:/s/juridica/EjPy-Nfq17BOmskYCfcw4RUBVqkv5mXkaN2-tiYDk8Balg?e=B49SEN
					21. Liderazgo	2.50%	A través de la medición de los proyectos que han realizado los Líderes y/o encargados de cada proceso	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo	2.50%	1.250%	Modelo de Liderazgo	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma de Implementación del Modelo de Liderazgo en el periodo / Actividades proyectadas del Cronograma de Implementación del Modelo de Liderazgo en el periodo) *100	Trimestral	50% de avance en la Implementación del Modelo de Liderazgo	6 Informes realizados a segundo trimestre	50%	100.00%	50.00%	Se realizo un informe mensual de Planes, donde se medían los avances de cada uno de las actividades que adelantan los procesos de la entidad dando cumplimiento a la Circular Interna 012 de 2020 y fortaleciendo el Modelo de Liderazgo. Las evidencias de los seguimientos pueden ser encontradas en los siguientes enlaces: Abril https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMWQ3OTBkMDQtNTZhNS00ZDkxLWExYjEtN2Y5ZGZlMDZlMzY1MSIsIndlZCI6Imh7YzwyY2LWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDMxMzNhNGN4NCIsInMiOjR9 Mayo