PLAN ESTRATEGICO - POA 2022

Para consultar el presupuesto desagregado y la ejecución presupuestal del Plan de Acción por fuente de financiamiento podrán ingresar a los siguientes enlaces:

https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZGM5YzcyOTI8NWEzMS00OTI4LWJhNjAtMTQxZDk4ODhmNGQ1IiwidCI6Imi1YjY2LWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCIsIm1lOjR9

https://canaltrece.com.co/presupuesto/presupuesto-general-asignado/

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 2022
1) Contenidos y Proyectos	25%	12.94%	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%	1.128%	Contenido InHouse	(Horas producidas de contenido en región en el periodo actual / Horas producidas de contenido en región en el vigencia anterior) * 105	Anual	Aumentar en 5 % las horas producidas de contenidos de actualidad y/o en directo, en relación con la vigencia anterior. (Producir 500 horas de contenidos de actualidad y/o en directo)	338,4 horas producidas	67.68%	100.00%	67.68%	Para 2022 se proyecto un total de 338,4 horas de producción in house, de acuerdo a lo contemplado en los contenidos presentados a través de las fichas del Fondo Único de TIC. Sin embargo, gracias al diseño de producción modular se generan eficiencias en los recursos y se logró desarrollar un proyecto tipo contenedor para TV que intenta establecer diálogos con las audiencias a través de las pantallas digitales. De esta manera llega 'InBox Trece', un producto dirigido a las audiencias adolescentes y juveniles, a partir de una narrativa extendida en múltiples pantallas. En un principio el proyecto pretendía tener pequeñas entradas con presentadora para ir 'tejiendo' los contenidos (series y videos) de la parrilla de programación, desde las 4:00 p.m. a 7:00 p.m. de lunes a viernes. Lo que inicialmente era un ejercicio de experimentación, se fue convirtiendo en un caso de éxito. Hoy 'InBox Trece' tiene emisiones en vivo, secciones propias, un equipo de realización y alta demanda de contenido in house, convirtiéndolo en un formato atractivo para los públicos y que exige horas de producción al aire. A lo anterior, debemos agregar que también se generó un cubrimiento especial de las jornadas electorales presidenciales (primera y segunda vuelta), en la que Canal Trece,
								Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	1.67%	0.167%	Semillero de Proyectos de Contenidos	(Cantidad de proyectos seleccionados en el vigencia actual / Meta de proyectos de la vigencia) * 100	Anual	Seleccionar diez (10) proyectos para el Semillero de Proyectos de Contenidos	Convocatoria programada para el II Semestre del Año	10%	40%	10.00%	Durante el primer semestre del año 2022 se adjudicó por medio de convocatoria pública el proyecto Guardaparques Voluntarios. Actualmente se encuentra en proceso la adjudicación el proyecto Gamer, el cual se espera que sea contratado la primera semana de agosto 2022. Las evidencias de esta actividad pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/produccioncontenidos_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fproduccioncontenidos%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2F2022%2FConcurso%28s%29%20P%C3%BAblico%28s%29&ga=1
								Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	1.67%	0.833%	Programa de Convocatorias Abiertas	(Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual / Meta de proyectos de la vigencia adjudicados) * 100	Anual	Adjudicar dos (2) proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	Un (1) proyecto adjudicado	50%	100.00%	50%	Durante el primer semestre del año 2022 se adjudicó por medio de convocatoria pública el proyecto Guardaparques Voluntarios. Actualmente se encuentra en proceso la adjudicación el proyecto Gamer, el cual se espera que sea contratado la primera semana de agosto 2022. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/produccioncontenidos_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fproduccioncontenidos%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2F2022%2FConcurso%28s%29%20P%C3%BAblico%28s%29&ga=1
								Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	1.67%	1.667%	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 dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	Tres (3) Convenios firmados para producción de contenidos	150%	100.00%	100%	A la fecha se han coordinado desde la parte técnica tres convenios y/o contratos interadministrativos para la producción de contenidos, a saber: 1.Convenio Canal Trece/ Parques Nacionales Naturales de Colombia. 2. Convenio interadministrativo 675 de 2022 Ministerio TIC y Canal Trece (Proyecto: El buen vivir IV). 3. Resolución 0047 de 2022. Ministerio TIC y Canal Trece (Proyecto: Territorios y voces indígenas II). Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/framirez_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fframirez%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2F2022%2FConvenios%20y%20contratos%20administrativos%202022&ga=1
								Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece	1.67%	0.833%	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 cuatro (4) contenidos especiales regionales y/o culturales	Dos (2) contenidos especiales regionales y/o culturales producidos	50%	100.00%	50.00%	Transmisión y cubrimiento especial de la jornada electoral presidencial (primera y segunda vuelta) / TOTAL HORAS PRODUCIDAS EN PRIMERA Y SEGUNDA VUELTA: 14,82. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/x:/r/sites/AbumiPeProduccion/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B28F38F8C-6E88-46DE-9BC4-3ABAF457697D%7D&file=Producción%20InHouse%202022.xlsx&action=default&mobileredirect=true
					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%	1.389%	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 tres (3) Series de Podcast	1 Serie Podcast producida y publicada	33%	100.00%	33.33%	Para el cierre del trimestre tenemos una serie de podcast publicada y se vanza en la preproducción de las dos restantes: "Magnífica región TRECE" y "El podcast de master Crispr". Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/f:/g/personal/acampo_canaltrece_com_co/Ertr5Tybs9Cpn3MxoA-LJABy8Kb4Ibx-DVSlbZqn9t6bA?e=g2lycC
									4.17%	2.778%	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 tres (3) Series Web de Contenidos Regionales	2 serie web Producidas y Publicadas	67%	100.00%	66.67%	A segundo trimestre de la vigencia se realiza la publicación de la segunda serie web de la vigencia que está relacionada con el contenido de Resonantes en la pantalla de televisión. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/acampo_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Facampo%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FEVIDENCIAS%209%3A%20DE%20VIDA%20PLAN%20DE%20ACCIN%C3%93N%20SEMESTRE%20II%202022%2FSERIE%20WEB&ga=1
					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	151 horas Promedio Semanal de Programación Educativa y Cultural lo cual corresponderia al 89.88% de emisión de contenido	89.88%	100.00%	50.00%	De las 168 horas de la parrilla de programación, 151 horas corresponden a contenidos educativos y culturales, continúa sobre el promedio gracias a la emisión la franja juvenil de lunes a viernes. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/nmontealegre_canaltrece_com_co/EWSdpLSLZ3RPjsS6_YpOdeAB-g8bpwMHddcSH6no6S3Gvw?e=yFkV3t&wLORF=c1272A108-4F69-4458-8FCC-F729EA4CD1D6
								Emitir el 100% de la programación con acceso a la población hipoacúsica, a excepción de musicales y deportivos	4.17%	2.059%	Acceso a Población Hpoacúsica	(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 68 horas de emisión correspondientes a video clips para un total de 100 horas promedio semanal.**	Trimestral	90% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	93 horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica correspondiente al 93% de emisión de contenido sin video clips	93.00%	100.00%	49.41%	El cumplimiento del sistema de acceso para la población sorda o hipoacusia, ha permitido que el 100% de nuestros programas incluyan el texto escondido o closed caption, además los siguientes programas incluyen Lengua de Señas Colombiana: "Toma el control", "DW Noticias" y "Enlace Trece". Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/nmontealegre_canaltrece_com_co/EWSdpLSLZ3RPjsS6_YpOdeAB-g8bpwMHddcSH6no6S3Gvw?e=yFkV3t
					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%	1.042%	Plan de Comprensión de Audiencias	(Número de estudios de Audiencia en las Regiones Trece realizados y publicados en la pagina web en la vigencia actual / Meta de estudios de Audiencia en las Regiones Trece establecida para la vigencia) * 100	Semestral	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece	Estudio en fase de Despliegue	25%	50%	25.00%	Para el segundo trimestre de 2022, se finalizó el intrumento junto con el comité de programación para la salida a campo el primer mes del tercer trimestre, información que se analizará y dará cierre al primer estudio para cierre de tercer trimestre. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8BhN4tknHVhK58uS3-eCEJhR-cq41z9HqVTQDgbPNCQ/viewform?usp=sf_link

2) Audiencias y Usuarios	25%	11.97%	Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece	25%	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%	1.001%	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	452.003 Televidentes Promedio a Segundo Trimestre	105.12%	100.00%	48.04%	Para el segundo trimestre de 2022 el alcance del canal sufrió un incremento debido a un mayor consumo de la pantalla de televisión fundamentado principalmente en la etapa de madurez a la que llegan los contenidos estrenados en primer trimestre, y el aumento del consumo de medios en este segundo trimestre por, Semana santa, Vacaciones escolares, y las dos vueltas en las elecciones presidenciales. Este segundo trimestre presentamos un aumento del 5.12% en los televidentes promedio con respecto a la meta planteada. Las evidencias de esta actividad podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.com.co/uploads/file_uploads/Informe_trimestral_ABRIL___-_JUNIO___de_2022_v5.pdf
								Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	2.08%	1.598%	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 2022 haber alcanzado 6 millones de usuarios en el activo digital total del año	A Primer Trimestre se Alcanzaron 1.500.000 Usuarios en el Activo Digital	100.00%	100.00%	76.72%	Se cumple la meta del activo digital de la vigencia. En el link que se agrega como evidencia se puede verificar el Power BI entregado por el área de audiencias en el que es evidente el cumplimiento de la meta del primer trimestre. Esta información se en cuenta en la página 2. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiODdjNmI3ODAtNmk2NC00OGFlLWJkZjUtMzkzZjMwNjI4YmEyIiwidCI6Im VhYzIwYjZlLWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCIsImMiOjR9
					6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	4.17%	A través de las acciones que permitan acercar y hacer participe 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	Cumplir con el 100% del Cronograma establecido en el Plan Estratégico de Comunicaciones	12 actividades	100.00%	100.00%	50.00%	Para el segundo trimestre de la vigencia se programaron y cumplieron 7 realizadas de relaciones públicas y se produjeron 46 boletines de prensa, dando cumplimiento a las 12 actividades propuestas en el cronograma del PEC. Cabe resaltar que durante este periodo se registraron 128 impactos de Free Press en medios de comunicación locales, regionales y nacionales. Las evidencias se pueden consultar en los siguientes enlaces: PEC https://canaltrece.sharepoint.com/sites/ComunicacinExterna2022/Shared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents%2FPLAN%20ESTRAT%C3%B9GICO%20DE%20COMUNICACIONES%20%281%29%2Ebf&parent=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents Abril https://tasks.office.com/canaltrece.com.co/Home/Task/skUe34MzukGTDnFFf1Tc2QADJTa?Type=TaskLink&Channel=Link&CreatedTime=637946358710940000
								Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	2.08%	1.042%	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 cuatro (4) Proyectos Audiovisuales Interactivos	2 Proyecto Audiovisual Interactivo implementado y en funcionamiento	50%	100.00%	50%	Se realiza un proyecto de cubrimiento de las elecciones presidenciales en el que los usuarios navegan por nuestras redes sociales con diferentes contenidos y terminan en la página web del canal con la información en tiempo real. Para la segunda vuelta se emite en televisión un magazin digital que acompaña el cubrimiento de las elecciones que realiza el canal. Las evidencias pueden ser encontradas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/acampo_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Facampo%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FEVIDENCIAS%20HOJA%20DE%20VIDA%20PLAN%20DE%20ACC%C3%93N%20SEMESTRE%20II%202022%2FPROYECTO%20INTERACTIVO&ga=1
					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 con Medios de Comunicación	0 Alianzas suscritas	0%	0.00%	0%	Para el II trimestre de la vigencia 2022, no se pueden suscribir alianzas debido a la Ley de Garantías, se espera cumplir con esta meta durante el ultimo trimestre de la vigencia.
					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	Cumplir con el 100% del Plan de Relaciones Públicas	2 Actividades programadas y cumplidas para el II Trimestre de la vigencia	100%	100.00%	50.00%	Gracias a la gestión de relaciones publicas que se realizo en este trimestre se logra el desplazamiento de los equipos de producción del Canal para realizar el cubrimiento de los festivales; Folclórico Colombiano (Ibagué), del Bambuco (Neiva) y Amazónico (Caquetá). Además, se contactaron a las secretarías de cultura y turismo de Ibagué y Tolima, para trabajar conjuntamente, en ellas se estableció contacto con las secretarías de cultura de Tunja y Boyacá para la realización del evento BAM. Las evidencias pueden ser consultadas en los siguientes enlaces: PEC https://canaltrece.sharepoint.com/sites/ComunicacinExterna2022/Shared%20Documents/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents%2FPLAN%20ESTRAT%C3%B9GICO%20DE%20COMUNICACIONES%20%281%29%2Ebf&parent=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents
					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	Obtener mínimo 2000 seguidores en la experiencia web Freenium	2131 seguidores nuevos inscritos en la experiencia web Freenium para segundo Trimestre	322%	100.00%	100.00%	El indicador se supera teniendo en cuenta la efectividad de la estrategia planteada con el programa de la pantalla principal "Inbox Trece". La evidencia entregada es un pantallazo tomado desde el código fuente de la página web y puede ser consultado en https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/acampo_canaltrece_com_co/EuLwW_d4uZVHvQpZPvyi7y4BVWgp2jiTHAYbsLlg2xFWTA?e=4Ka8Sa
3) Financiera y Comercial	25%	14.77%	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	Mantener el margen de contribución de las ventas de las líneas de negocio que garanticen el cubrimiento del gasto fijo de operación y funcionamiento en un 22%	15.30% del Margen de Contribución a marzo de 2022	15.30%	100%	50.00%	El margen de contribución a junio de 2022, está en 15.30%, esto obedece a los ingresos de pauta y emisión donde el margen de contribución es del 100%, e ingresos por producción con un costo asociado a su ejecución.
									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 2022	7.51% de Incremento del Gasto de Administración a marzo de 2022	7.51%	100%	50.00%	El incremento del gasto de administración al segundo trimestre de la vigencia 2022 frente al mismo periodo de la vigencia 2021 se situó en un 7.51%, siendo esta cifra inferior a la meta planteada.
									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 2022	0.29% de Cartera Vencida a junio de 2022	0.29%	100%	50.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia 2022 se realizó gestión de cobro a todos los clientes y en consecuencia se logró el recaudo eficiente de los recursos, solo esta pendiente $19,098 MM, con vencimiento menor a treinta días.
									2.08%	0.625%	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	3 Informes entregados a Gerencia a junio de 2022	30.00%	60%	30.00%	Durante el segundo trimestre se realizo una reunión de flujo de caja, donde de se proyectaron los ingresos y gastos estimados de cada periodo
					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	Cumplimiento del 100% de las actividades propuestas del Plan de Mercadeo	100%	100%	50%	Durante el segundo trimestre se dio cumplimiento a las actividades tanto internas como de presencia de marca en región previstas en el marco del Plan de Mercadeo 2022. Las evidencias pueden ser consultadas en los siguientes enlaces: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/lperez_canaltrece_com_co/Errbbmx6qtVHnx86Rfp9JUB8X_fLYzT-ZLunfByWUFHBA?e=Lzfztd https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/lperez_canaltrece_com_co/EvvLq71BQ9VLhJhQDNP6iHGkBvZHmffvnk2mvlKDSpz4wg?e=b7sxVX
								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	Hacer presencia de la Marca TRECE en al menos 3 eventos presenciales o virtuales	A segundo trimestre se hizo presencia en 2 eventos	66.67%	100.00%	66.67%	Durante el segundo trimestre la marca Trece tuvo presencia en uno (1) evento del sector audiovisual como lo es Colombia 4.0. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/lperez_canaltrece_com_co/ErOFqnJkmAFJotMsIrTXpFQB9Kcp5pqOSsgWltNHLKgKQ?e=emlsa6
								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	Aplicar una encuesta de satisfacción del cliente dos (2) veces al año. Con un resultado de puntuación mayor o igual al 85%	1 encuesta aplicada con resultado de 92.8%	50.00%	100.00%	50.00%	Se aplico la encuesta correspondiente al primer semestre de la vigencia 2022 teniendo como resultado un 92,8% de satisfacción en el 100% de nuestros clientes. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/lperez_canaltrece_com_co/EIRDqcAS0ktBuhNFpydzCTwBuQbFsG7Eem9KkP2KmttgaQ?e=G6NCAT
								Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos.	2.78%	1.190%	Suscripción de alianzas	(Número de alianzas suscritas en la vigencia actual / Meta de alianzas suscritas para la vigencia actual) * 100	Anual	Celebrar sesenta y cuatro (35) alianzas estratégicas teniendo en cuenta el funcionamiento y las direcrices para la contingencia actual	13 alianzas suscritas para segundo trimestre de la vigencia actual	42.86%	100.00%	42.86%	Una vez finalizada la Ley de garantías en el mes de junio se llevo a cabo la suscripción de 13 alianzas. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/psanabria_canaltrece_com_co/EsaYOCL2CshGlCirVxdgB1wBXLjWVbQHbXYv9k2NZyN7dw?e=4Lirph

					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	Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior.	2.78%	2.419%	Ingresos por ventas de prestación de servicios.	(valor de los contratos suscritos en la vigencia actual / meta de valor de los contratos suscritos en la vigencia actual) * 100	Anual	Dada la ley de garantías, para la vigencia 2022 las ventas se podrán ver afectadas por ello se establecerá la meta de suscripción de contratos y convenios interadministrativos por la suma de 25.403.000.000	$ 431.382.116 en suscripción de contratos y convenios interadministrativos para el II Trimestre de la Vigencia	87.07%	100.00%	87.07%	Para el segundo trimestre se suscribió una adición con la JEP por la suma de $345.000.000 suscrito el 04 de abril del 2022 y se vendieron servicios de pauta hasta por $86.382.116 para un total en ventas al 30 de junio de $ 22.118.326.182 cumpliendo la meta en un 87.08%. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/lperez_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Flperez%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FMERCADEO%20TRECE%20ALIANZAS%202022%20VEMTA&sort=1
								Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos dos clientes nuevos	2.78%	2.778%	Cantidad de clientes nuevos.	2 clientes nuevos	Anual	Aumentar en 2 Clientes nuevos para la vigencia 2022	3 Clientes nuevos a junio de 2022	150%	100.00%	100.00%	Durante el segundo trimestre no tuvimos clientes nuevos, esto teniendo en cuenta que para el primer trimestre se logro aumentar y dar cumplimiento al indicador con 3 nuevos clientes. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/psanabria_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fpsanabria%5Fcanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FMERCADEO%20CANAL%20TRECE%2FALIANZAS%202022%2FORDENES%20DE%20PAUTA%2FCLIENTES%20NUEVOS&gs=1
4) Fortalecimiento Organizacional	25%	14.27%	Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el Fortalecimiento del Desempeño Organizacional	25%	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%	1.202%	Avance FURAG	(Resultado FURAG para la vigencia actual / Resultado proyectado)	Anual	Obtener un porcentaje de cumplimiento de FURAG del 80% o superior	Resultado FURAG vigencia 2021: 76.9%	96.13%	96.13%	96.13%	A mediados del mes de Mayo fueron publicados los resultados del FURAG en la página de Función Pública. Presentando un cumplimiento del 76.9%. Los resultados pueden ser consultados en el siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTgwYTg4NGMtZGZhMy00Yme0LWI0ZWbtZFjYmUiMdOQ1MWYyIwidCI6IjJlMDhhYWMyLTdhMTLtNDZhZi1iNTwLTJhNjc1YWQxZGYxNiBtMiOjR9&pageName=ReportSection39f61cd03a850a004c59
									1.25%	1.250%	Divulgaciones Anuales	(Número de sensibilizaciones sobre FURAG realizadas en el periodo actual / Meta de sensibilizaciones sobre FURAG establecida para la vigencia) * 100	Anual	Realizar 10 Divulgaciones internas sobre FURAG	100% de la las piezas diseñadas para iniciar divulgación a partir de Julio	120%	100.00%	100.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia se realizo el diseño de 12 piezas de MIPG y FURAG, La campaña se denomino "Medición de Gestión y Desempeño". Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/f:/s/SeguimientosPlanesyProyectos/EgboWnpCTL5KqRrX0K_P2T4BqbcSRnPOm8I4-JccBrQQ0g?e=FS1oie
					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%	0.667%	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	Realizar un 70% del despliegue del Marco Estratégico para la vigencia 2022 con un mínimo de 4 seguimientos anuales.	% del Despliegue del Marco Estratégico (2 Seguimientos al Plan de Acción)	53.95%	100.00%	53.39%	A mediados del mes de Agosto de 2022 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 % 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/f:/s/SeguimientosPlanesyProyectos/Elg%wTJDuuFLvoLJjmySEsBETxEoxQwhCmqpH4qqgAVw?e=3LMte7
								Realizar seguimiento y control a la Gestión	1.25%	0.625%	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	Cumplir con el 90% del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos aprobado por el CICCI	90.48% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	90.48%	100%	50.00%	Durante el segundo trimestre de 2022 se realizó la auditoria de presupuesto, y se realizó una auditoria especial, dada una solicitud de la CGR se rindieron 9 informes y se realizaron 9 seguimientos de acuerdo con el plan anual de auditorias, el informe de austeridad en el gasto del primer trimestre no se realizó toda vez que no tenía plan de austeridad en el gasto, dado que se solicito un concepto al Ministerio de hacienda, con le fin de verificar si aplicaba a la entidad; así mismo el seguimiento al cumplimiento del decreto 612 no se termino a junio, se planea terminarlo en el mes de julio. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/f:/g/personal/valatorre_canaltrece_com_co/EjRcwWv2gmhGo-OhjuZZ-goBYGiRtaToTZ2dxotLIDqTgv?e=VelcEC
					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%	0.476%	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 70% del mapa de ruta del PETIC con relación a las iniciativas planeadas para la vigencia 2022	40% de avance en el PETIC a junio de 2022	40%	100.00%	57.14%	Durante este periodo se dio inicio a los proyectos para el diseño e implementación del Gestor de Documento Electrónico y proyecto sede electrónica, así mismo se dio continuidad a los servicios TI en operación a través de procesos de contratación. Se participó en el concurso de máxima velocidad 2022 obteniendo en la segunda categoría el tercer puesto.
									0.83%	0.417%	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 90% de las actividades planteadas en el Plan Maestro de Seguridad de la Información durante la vigencia 2022	45% de Cumplimiento del Plan de Seguridad de la Información	45%	100.00%	50.00%	Durante este periodo se gestiona avance sobre el plan maestro de seguridad de la información donde se especifican aspectos referentes con la gestión de activos de información la cual se encuentra documentada en un 80%, la matriz de riesgos en seguridad de la información y las políticas generales en seguridad de la información las cuales deben ser aprobadas en el siguiente periodo por el comité directivo.
									0.83%	0.476%	Renovación Tecnológica	(Proyectos ejecutado para renovación tecnológica de la vigencia / Proyectos planeado para la renovación tecnológica en la vigencia) *100	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de los proyectos de Renovación y Conservación de Tecnología en el Plan Anual de Adquisiciones.	57.14% de Avance en la contratación del Plan Anual de Adquisiciones correspondiente a 8 de 14 contratos proyectados	57.14%	100.00%	57.14%	El denominador incremento en 2 unidades, debido a que se requieren dos nuevos contratos para garantizar la actualización y renovación tecnológica, adicionales a los 12 planteados inicialmente en el PAA. En todo caso, nos encontramos dentro de la ejecución planeada. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/f:/s/GestindeTecnologaConvergente/El2MNjHNCZOI8By0qNZuDEBFQ3oKeLf7zo4Qv7hUk6Q2g?e=IoUfJar
					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, benestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	1.25%	0.619%	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 en a vigencia	98.04% de cumplimiento en las 51 actividades del cronograma del Plan Estratégico de Talento Humano	98.04%	98.04%	49.51%	Para el segundo trimestre de la vigencia 2022 se ha dado cumplimiento al Plan Estratégico de Talento Humano en 98,04%, conformado por el PIC (Plan Institucional de Capacitación) y el Plan de Bienestar Social e Incentivos. Manteniendo la ejecución de actividades de forma virtual y retomando la presencialidad gradualmente. Con respecto al Plan de Bienestar Social e Incentivos, se realizaron 24 actividades de las 25 proyectadas dentro del trimestre con un cumplimiento del 96%. Lo anterior se debe a la NO participación de la entidad para la versión XX Juegos Deportivos de integración de la Función Pública ya que en esta ocasión la participación estaba limitada en su gran mayoría al personal de planta, y en ese orden no contábamos con la cantidad mínima de interesados para participar. En cuanto a las demás actividades se realizaron (exámenes médicos de los colaboradores de planta, publicación de cumpleaños de colaboradores por mes, envío de tarjetas de cumpleaños personalizadas en cada mes, envío de tarjetas para conmemorar profesiones u oficios, Jornada de Salud, Feria Empresarial, Feria de Vivienda y Recensionados, Día de la familia)
									1.25%	0.625%	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 de las 118 actividades planteadas en el cronograma	100.00%	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 118 de las 118 actividades planteadas, dando cumplimiento al 100% de las actividades planteadas y logrando un 100% de cumplimiento sobre las actividades proyectadas para el año. Frente a la gestión dada para las actividades del segundo trimestre en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se relacionan las siguientes: Revisión y actualización al Plan de Mejoramiento (acciones preventivas y correctivas) cumpliendo con a un total de cincuenta y tres (54) acciones. subsanando (20) hallazgos, capacitaciones en el marco de la semana de salud en temas como: Desorden musculoesquelético, estrategias de trabajo bajo presión , Inteligencia emocional, manejo del estrés , orden y aseo prevención en riesgo locativo, prevención en el consumo de alcohol, tabaco y sustancias psicoactivas , reuniones de los comités (COPASST, COCOLA), actualización de Manual del SGSST, Programa de mantenimiento preventivo de la entidad, creación de la Política de prevención del acoso laboral y por ultimo inspecciones de seguridad en compañía del COPASST. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada
					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 2022	0.00%	0.00%	0.00%	Durante el primer semestre de 2022 el equipo de planeación adelanto la gestión de carga de archivos faltantes o desactualizados en la Sección de Transparencia y Acceso a Información Pública. Nos encontramos a la espera de la migración de los archivos del sitio www.canaltrece.com.co al sitio www.teveandina.gov.co por parte de proveedor así como la asignación de usuarios para iniciar con la restructuración del sitio bajo los parámetros de la Resolución 1519 de 2020. Se espera que para el tercer trimestre de la vigencia se pueda iniciar con la implementación de esta resolución.
									1.25%	0.625%	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	Cumplimiento de las 19 actividades del cronograma en el Plan de Gestión Ambiental para el Segundo Trimestre	100.00%	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 19 de las 19 actividades planteadas , dando cumplimiento al 100 % de las actividades planteadas y logrando un 100% de cumplimiento sobre las actividades proyectadas para el año. Frente a la gestión dada para las actividades del segundo trimestre en cumplimiento del sistema de gestión de ambiental se encuentran Solicitud del servicio de recolección y disposición de residuos generados por la entidad (cuando se requiera) , acompañamiento al servicio de desinfección, fumigación y control de roedores en Sede CAN y SOLEDAD, realización de campañas de ahorro papel de agua y energía en la entidad. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/f:/g/personal/jlopez_canaltrece_com_co/EmMnY5vE0GdlkOoKrNFMbTsB0gGntzKebWn_dBjvnYkoQ?e=tzjOfP

									1.25%	0.625%	Apropiación PQRSD	(Número de PQRSD contestadas de manera oportuna en el periodo / Número de PQRSD recibidas en el periodo) * 100	Trimestral	Brindar un 100% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD	100% de respuestas oportunas y apropiadas a las 201 PQRSD	100.00%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre de la vigencia se recibió un total de 201 PQRSD brindando la respuesta dentro de los términos de Ley a un total de 198 PQRSD y 3 PQRSD se encuentran en estado pendiente y dentro de la fecha oportuna de respuesta. Por lo tanto el 100% de respuestas fueron oportunas y apropiadas. Las evidencias pueden ser consultadas en la pagina web de la entidad - módulo de transparencia y Acceso a la Información pública. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.com.co/instrumentos-de-gestion/informes-de-pqrs/
					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	Implementar el 75% del Proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	2 de 3 proyectos ejecutados y entregados	67%	100.00%	66.67%	A segundo trimestre de la vigencia, se ejecutaron dos proyectos de Innovación y Gestión del Conocimiento, el primero hace referencia al seguimiento a la Contratación del Canal y podrá ser consultado en el siguiente enlace https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/jmonje_canaltrece_com_co/ERgNKH603wpBvzFF9vT8rPOBWZUjlgXGr1mUKe5ehvJUBQ?e=OexlvA, el segundo se genero como control a los elementos que se cargan en el Plan Anual de Adquisiciones, generando códigos únicos en los elementos que se aprueban en los Comités el proyecto puede ser consultado en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/jmonje_canaltrece_com_co/EbBmOSJlasRHpKYhC8GYT8oBe4N7Co53VBANJptrF3Vnlg?e=NDso3y
					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%	1.250%	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 en Comunicaciones de los Procesos Internos de + o – 10% con respecto a la vigencia anterior	Reducción del 12.5% en las Comunicaciones Internas con respecto a la vigencia anterior	-12.50%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre de 2022 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. Para el primer trimestre de la vigencia se presento una disminución en los impactos de las comunicaciones internas obteniendo un total de 287 comunicaciones internas en la vigencia 2022 frente a las 328 en 2021, esto obedece al retorno gradual y progresivo que reduce el numero de correos masivos con información sobre los protocolos frente al COVID-19 y que eran requisito del gobierno. A continuación se presentan los tipos y número de comunicaciones enviadas durante las vigencias 2022 y 2021 para el periodo solicitado: 2022 - Correos Masivos: 171 - Campañas: 0 - Fechas Especiales: 12 - Boletines Parche Trece: 12 - Eventos: 12 - Tarjetas Cumpleaños: 80 2021
					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	Dar cumplimiento al 100% de la Política de Daño Antijurídico	Cumplimiento del 100% de las actividades de la Política de Daño Antijurídico	100%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre de 2022, se llevó a cabo la primera capacitación programada para el primer semestre de la presente anualidad, la cual contó con la asistencia de los supervisores de planta, cuyo tema a tratar fue la jurisprudencia aplicable a contrato realidad. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nsuarez_canaltrece_com_co/EtTCAjpR5VnCtlDeZOSBzd-
					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	Dar cumplimiento al 100% de los Comités de Conciliación	Cumplimiento del 100% de las actividades de Comité de Conciliación	100%	100.00%	50.00%	Durante el segundo trimestre de 2022, el comité de conciliación adelantó seis (6) sesiones, las cuales se encuentran cargadas en el Share Point. Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:f:/s/juridica/Eurqe3KTz_-JMgXHJVpyDlsB4xsqi5V-5YYH_Rk-ke7NEg?e=CpmuXm
					22. 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	Realizar 4 reuniones al Año en el comité de Gestión y Desempeño Institucional	Trimestral	Realizar un avance del 60% en la Implementación del Modelo de Liderazgo	2 Reunión del Comité de Gestión y Desempeño Institucional a ll Trimestre	50%	100.00%	50.00%	Durante el mes de mayo de la vigencia actual se realizo el primer Comité de Gestión y Desempeño Institucional, dando a conocer el Plan de Acción para la vigencia 2022 y aprobando las metas proyectadas.