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=eyJrIjoiZGM5YzcyOTI8NWEzMS00OTI4LWJhNjAtMTQxZDk4ODhmNGQ1IiwidCI6Imi VhYzIwYjZlLWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCIsIm MiOjR9

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%	10.74%	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	4.17%	1.734%	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. Valor Proyectado 326 horas	135,7 horas producidas	41.63%	100.00%	41.63%	El diseño de producción 2022 desarrolla un incremento del número de capítulos producidos, logrando para el I trimestre un total de 135,7 horas producidas que contribuyen al 41.63% del cumplimiento de la meta. Las evidencias pueden ser consultadas en el enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:x:/s/AlbumdeProduccion/EYyPBylbt5Gm8QGuvRAa0BD0Ktwo/VSkmptdI6M5AV3Dw?e=4%3ADeLyUj&at=9&CID=6119ca96-8ae7-8571-91a7-13dbfee0acea
								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 diez (10) proyectos para el Semillero de Proyectos de Contenidos	Convocatoria programada para el II Semestre del Año	0%	0.00%	0.00%	La línea estratégica convocatoria Semillero Trece está proyectada para ser ejecutada durante el segundo semestre del año 2022. Por lo anterior, este indicador no aplica para el primer trimestre del año.
								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 dos (2) proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	Convocatoria programada para el II Trimestre del Año	0%	0.00%	0%	Durante el segundo trimestre del año 2022 se espera hacer la adjudicación de las dos convocatorias abiertas proyectadas para este año: Guardaparques voluntarios y Gamer. A la fecha 21 de abril de 2022, ya hemos abierto la primera convocatoria Guardaparques voluntarios, sobre la cual se cerrarán las inscripciones de proyectos el 26 de abril. Se tiene proyectado adjudicar el contrato de dicha convocatoria el 20 de mayo de 2022.Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/f:/g/personal/produccioncontenidos_canaltrece_com_co/EgQwNu0Bht2Hm-K5dkJee-wBkzUX7TwxYfZgT-MVqA1BDw?e=r1d4ip
								Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	4.17%	4.167%	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	3 Convenios firmados para producción de contenidos	150%	100.00%	100%	A la fecha desde la parte técnica se han coordinado 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/:f:/g/personal/framirez_canaltrece_com_co/EuFH4PaPsDtAgrFKbPtSox4ByyMWteujTyroDlk7XQheyWcQ?e=n0CECe
								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 cuatro (4) contenidos especiales regionales y/o culturales	Proyectos en etapa de Preproducción	0%	0.00%	0.00%	Los proyectos de producción de contenidos especiales regionales y/o culturales se encuentran en etapa de preproducción, las evidencias podrán ser consultadas bajo el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:x:/s/AlbumdeProduccion/EYyPBylbt5Gm8QGuvRAa0BD0Ktwo/VSkmptdI6M5AV3Dw?e=4%3ADeLyUj&at=9&CID=6119ca96-8ae7-8571-91a7-13dbfee0acea
					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%	La primera serie de podcast se produce y se publica en el marco del festival de cine de Cartagena. Producción y publicación 20/03/2022 las evidencias pueden ser consultadas en el enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/acampo_canaltrece_com_co/EjfcAhqnOBdMhOiVKCbdpIIBUwtmT9kVpyYmKmVdA9Pbw?e=ISUTz
									4.17%	1.389%	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	1 serie web Producida y Publicada	33%	100.00%	33.33%	La primera serie web está relacionada con el contenido de pantalla de televisión "Somos región "la serie web "Así es nuestra región" tiene 4 capítulos publicados. las evidencias pueden ser consultadas en el enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/acampo_canaltrece_com_co/EtQ-AuOEHCtMv0axQ1hCwf0BI3RNr6fLvVvDXX_Ae4czA?e=wBgkMb
					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%	1.042%	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 correspondiente al 89.88% de emisión de contenido	89.88%	100.00%	25.00%	La franja educativa y cultural aumentó porque este año iniciamos con la emisión de una franja juvenil de 3 horas diarias las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/inmontealegre_canaltrece_com_co/EcGImFDHVdPvRc5f8agO-YBRWQjha_TxANvhvQs23934w/e=Nm6gb
								Emitir el 100% de la programación con acceso a la población hipoacúsica, a excepción de musicales y deportivos	4.17%	1.017%	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	90% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	87 horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica correspondiente al 87.88% de emisión de contenido sin video clips	87.88%	97.64%	24.41%	La emisión de Resonantes Presenta, conciertos internacionales, hace que disminuya el sistema de closed caption, porque estos programas están exceptos del sistema. las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/inmontealegre_canaltrece_com_co/EcGImFDHVdPvRc5f8agO-YBRWQjha_TxANvhvQs23934w/e=Nm6gb
					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%	0.000%	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	Semestral	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece	Estudio en fase de Planeación	0%	0%	0.00%	El informe del primer trimestre se encuentra en fase de planeación para salir en las siguientes actividades de marca en región para la aplicación de la metodología

2) Audiencias y Usuarios	25%	8.60%	Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece	25%	5.Aumento de Audiencias y Usuarios	5.00%	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	2.50%	0.477%	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	327.997 Televidentes Promedio a Primer Trimestre	76.28%	76.27%	19.07%	Para el cierre de primer trimestre de 2022, el alcance efectivo promedio del canal fue de 327.997 televidentes, el mes con mayor consumo fue marzo que impactó en promedio diario 334, 537 las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:f:/s/Audiencias/Ep4bqLwUbfBDuY3NkX-YfI0BBQrc5Fdt0Zv6k8NaJUsHbg?e=gaUlLM
								Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	2.50%	0.625%	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%	25.00%	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 encuentra en la página 2 del siguiente enlace: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiODdjNmI3ODAtNzk2NC00OGFiLWJkZjUtMzkzZjMwNjI4YmEyIiwidCI6Imv0YzIwYjZlLWI0MGYtNDVhOC05MzU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCstMMOjR9
					6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	5.00%	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	2.50%	0.625%	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	34 actividades	100.00%	100.00%	25.00%	Para el primer trimestre de la vigencia se programaron y cumplieron 6 reuniones de relaciones públicas, 3 reuniones con medios de comunicación regionales y se realizaron 32 boletines de prensa dando un cumplimiento a las 34 actividades propuestas en el cronograma del PEC establecido para el primer trimestre de la vigencia 2022. Finalmente, cabe resaltar que durante este periodo se registraron 188 impactos de Free Press en medios de comunicación locales, regionales y nacionales. Durante este periodo se realizo una amplia divulgación del proyecto "Mesa para Trece" especialmente en los departamentos de Huila y Boyacá. Logramos apariciones en medios de relevancia nacional como W Radio, la FM, el Tiempo, las Dos Orillas y Caracol Radio. La monetización de estos impactos en medios de comunicación supero los 600 millones de pesos. 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%89GICO%20DE%20COMUNICACIONES%20%281%29%2Ejpg&parent=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents
								Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	2.50%	0.625%	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	1 Proyecto Audiovisual Interactivo implementado y en funcionamiento	25%	100.00%	25%	Se realiza un proyecto relacionado con la serie "Mesa para Trece" en el que los usuarios pueden interactuar con un mapa de referencia y descargar un libro relacionado con la serie. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.com.co/programas/mesa-para-trece/
					7. Alianzas	5.00%	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	5.00%	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 I 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	5.00%	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	5.00%	1.250%	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 I Trimestre de la vigencia	100%	100.00%	25.00%	Al corte de este periodo se efectuaron 6 reuniones de trabajo con Canto al Agua, Biblioteca Nacional y Banco de la Republica con el fin de divulgar el día mundial del agua y el intercambio de contenidos con la biblioteca nacional y el banco de la republica. Adicionalmente gestionamos espacios para la grabación del Podcast "Somos Región": "Cabildo Inga" en Bogotá y Emisora "Baca Stereo" en Funza dando cumplimiento a las dos actividades planteadas en el PEC. Las actividades 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%89GICO%20DE%20COMUNICACIONES%20%281%29%2Ejpg&parent=%2Fsites%2FComunicacinExterna2022%2FShared%20Documents
					9. Experiencia Web	5.00%	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	5.00%	5.000%	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	4300 seguidores nuevos inscritos en la experiencia web Freenium a primer Trimestre	215%	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_d4uZVHvQpZPvyi7y4BVWgp2jTHAYbsLlg2xFWTA?e=4Ka8Sa
3) Financiera y Comercial	25%	9.75%	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%	0.521%	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%	32.56% del Margen de Contribución a marzo de 2022	32.56%	100%	25.00%	El margen de contribución a marzo de 2022, está en 32.56%, esto obedece a los ingresos de pauta y emisión donde el margen de contribución es del 100%
									2.08%	0.521%	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	13.88% de Incremento del Gasto de Administración a marzo de 2022	13.88%	100%	25.00%	El incremento del gasto de administración al primer trimestre de la vigencia 2022 frente al mismo periodo de la vigencia 2021 se situó en un 13.88%, siendo esta cifra inferior a la meta planteada.
									2.08%	0.521%	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	0.40% de Cartera Vencida a diciembre de 2021	0.40%	100%	25.00%	Durante el primer 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 $14.702, que obedece a tres facturas adeudadas por el Fondo Mixto de Cultura de Boyacá
									2.08%	0.521%	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	2 Informes entregados a Gerencia a marzo de 2022	20.00%	100%	25.00%	Durante el primer trimestre se realizaron dos reuniones 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	4.17%	1.042%	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%	25%	Durante el primer trimestre del 2022 se llevo a cabo la actualización del plan de mercadeo, con el apoyo del área administrativa y el área de comunicaciones definiendo las estrategias y/o actividades durante la actual vigencia. Las evidencias pueden 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%2FPLAN%20DE%20MERCADEO%202022&ga=1
								Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual	4.17%	1.389%	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 primer trimestre se hizo presencia en 1 evento	33.33%	100.00%	33.33%	Durante el primer trimestre la marca TRECE tuvo presencia en el evento FESTIVAL MUSICAL DE COLOMBIA en Ibagué.
								Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes	2.78%	0.000%	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%	0 encuestas aplicadas	0%	0.00%	0.00%	No aplica esta actividad para el primer trimestre dado que la encuesta se realiza en los meses de Junio y Diciembre.
								Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos.	2.78%	0.087%	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 (64) alianzas estratégicas teniendo en cuenta el funcionamiento y las direcrices para la contingencia actual	2 alianzas suscritas a primer trimestre de la vigencia actual	3.13%	12.50%	3.13%	Durante el primer trimestre y antes de iniciar la ley de garantías se realizaron dos alianzas con Gobernación de Cundinamarca y Parques Naturales de Colombia. Es importante aclarar que no se pueden suscribir alianzas mientras siga en vigencia esta ley. Las evidencias podrán ser consultadas en el 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&ga=1

					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%	2.372%	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	$ 21.687.857.409 en suscripción de contratos y convenios interadministrativos a I Trimestre de la Vigencia	85.38%	100.00%	85.38%	Para el I trimestre se suscribieron 8 contratos y una adición por valor de 21.687.857.409 incluidos espacios de emisión, pauta cumpliendo la meta propuesta en 85%. Las evidencias pueden 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%2FVENTAS%202022&ga=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 marzo de 2021	150%	100.00%	100.00%	Para el Primer trimestre se vincularon 3 clientes nuevos que son Federación Nacional de Departamentos, Lotería del Meta y Defensoría del Pueblo cumpliendo dicho indicador en un 150%. Las evidencias pueden 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&ga=1
4) Fortalecimiento Organizacional	25%	6.52%	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%	0.000%	Avance FURAG	(Resultado FURAG para la vigencia actual / Resultado proyectado)	Anual	Obtener un porcentaje de cumplimiento de FURAG del 80% o superior	A la espera de la publicación de los resultados por parte de Función Pública	0%	0.00%	0.00%	El equipo de Planeación diligencio el FURAG el 22/03/2022 y esta a la espera de la publicación de los resultados por parte de Función Pública.
									1.25%	0.000%	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 fase de diseño para iniciar divulgación a partir de Mayo	0%	0.00%	0.00%	El equipo de Planeación realizo reuniones para el diseño de las infografías con el proceso de Comunicaciones para realizar las divulgaciones internas sobre los resultados y la importancia de FURAG - MIPG. Por el momento estamos esperando la publicación de los resultados del FURAG por parte de Función Pública.
					14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	3.13%	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	1.56%	0.391%	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.	28.21% del Despliegue del Marco Estratégico (1 Seguimientos al Plan de Acción)	36%	100.00%	25.00%	A mediados del mes de Abril 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 28.21% 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/SeguimientoaPlanesyProyectos/Eig4wTJDuuFLvoLJjmySEsBETaEovQwfxCmqpHqqgAVw?e=3LMte7
								Realizar seguimiento y control a la Gestión	1.56%	0.391%	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	92% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	92.00%	100%	25.00%	No se cumplió con el seguimiento al plan de Austeridad en el gasto, dado que la Dirección Jurídica se encuentra en proceso de solicitar un concepto a Ministerio de hacienda con el fin de verificar si es obligado para la entidad ,dado que no hacemos parte del presupuesto General de la Nación. En el mes de marzo no se realizó revisión de expedientes contractuales ya que según lo informado por gestión documental, no se había iniciado la impresión de los expedientes.
					15. Planes de Fortalecimiento TIC	3.13%	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	1.04%	0.298%	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	20% de avance en el PETIC a marzo de 2022	20.00%	100.00%	28.57%	Durante este periodo en conjunto con el equipo de trabajo se desarrollaron las actividades de planeación estratégica para el cumplimiento de los proyectos descritos en el PETIC, priorizando la realización de los contratos de operación y personal. De igual forma se dio cumplimiento al decreto 612 relacionado con la integración de planes, incluyendo las iniciativas y proyectos de TI para la vigencia
									1.04%	0.405%	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	35% de Cumplimiento del Plan de Seguridad de la Información	35%	100.00%	38.89%	Durante este periodo fueron desarrolladas actividades relacionadas con la actualización de las bases de datos ante la SIC, se realizó la construcción de la política de tratamiento de datos personales, avisos de seguridad, inclusión de tratamiento de datos personales en los contratos, avance en el inventario de datos personales a ser tratadas por la entidad, documentación del 80% sobre el inventario de activos de información, detección inicial de controles para ser implementados y el inicio en la construcción de la matriz de riesgos en seguridad de la información.
									1.04%	0.347%	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.	33% de Avance en la contratación del Plan Anual de Adquisiciones correspondiente a 4 de 12 contratos proyectados	33%	100.00%	33.33%	A primer trimestre de la vigencia se han contratado 4 de los 12 proyectos relacionados en el PAA, sin embargo, es de considerar que otros 2 de ellos también se encuentran en ejecución mediante adición de los contratos de vigencia 2021, debido a la imposibilidad de realizar nuevos contratos por la ley de garantías. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/cecheverry_canaltrece_com_co/EqWEN4beuEdBhIvj0kRq0KgBB9mOGW0ULm6yvbDQgzaFeg?e=7zYkyQ
					16. Plan Estratégico de Talento Humano	3.13%	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	1.56%	0.391%	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	100% de cumplimiento en las 11 actividades del cronograma del Plan Estratégico de Talento Humano	100%	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia 2022 se ha dado cumplimiento al Plan Estratégico de Talento Humano en un 100%, teniendo en cuenta que lo conforman el Plan de Bienestar Social y el Plan Institucional de capacitación, manteniendo la ejecución de sus actividades con temas desde la virtualidad y retornando progresivamente a la presencialidad también. Con respecto a las actividades proyectadas del Plan de Bienestar, se llevaron a cabo las 12 actividades propuestas dentro del trimestre (exámenes médicos de los colaboradores de planta, publicación de los cumpleaños por meses, envío de tarjetas de cumpleaños personalizadas en cada mes, envío de tarjetas para conmemorar profesiones u oficios, y la celebración de fechas especiales) Asimismo, con las actividades de capacitación se han realizado las siguientes sites (7) actividades dentro del trimestre, así: 1. Curso de Inducción a contratistas. 2. Curso de inducción en Seguridad y Salud en el Trabajo para Contratistas. 3. Curso de integridad, transparencia y lucha contra la corrupción.
									1.56%	0.391%	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 91 actividades planteadas en el cronograma	100.00%	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 91 de las 91 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 trimestre en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se relacionan las siguientes: Elaboración del Plan de Trabajo Anual en SST 2022 (firmado por la representante legal y encargado SGSST), autoevaluación del SGSST capacitaciones en prevención frente al COVID-19 , reuniones de los comités (COPASST, COCOLA), 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/ErKa5rms4t3Ep-kDVxWOuv8BZcbP2DVBSIEMdyq7tBfeQ?e=g2y9bL
					17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	3.13%	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	1.04%	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 trimestre de la vigencia 2022	0.00%	0.00%	0.00%	Durante el primer 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 realizaron reuniones con el equipo de TI para la implementación de los parámetros de la Resolución 1519 de 2020. Se ha proyectado realizar mínimo una carga trimestral para realizar el reporte oportuno ITA en los meses de agosto o septiembre según se habilite la plataforma de la Procuraduría General de la Nación
									1.56%	0.391%	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 12 actividades del cronograma en el Plan de Gestión Ambiental para Primer Trimestre	100.00%	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 12 de las 12 actividades planteadas , dando cumplimiento al 100 % de las actividades planteadas y logrando un 98% de cumplimiento sobre las actividades proyectadas para el año. Frente a la gestión dada para las actividades del trimestre en cumplimiento del sistema de gestión de ambiental se encuentran registro de la publicidad exterior visual de los vehículos de la entidad , registro como generadores de residuos peligrosos , adquisición de contendor de residuos peligrosos desinfección, fumigación y control de roedores en Sede CAN y SOLEDAD, las 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/EtYbrKcXQ5JCpJ7Ns764SjEBUvRpwTFSEdMUSr_Cy6qnA?e=eK2eF6

									1.56%	0.391%	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 404 PQRSD	100.00%	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre de la vigencia se recibió un total de 404 PQRSD brindando la respuesta dentro de los términos de Ley a un total de 403 PQRSD y 1 PQRSD se encuentra 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. La evidencia puede ser consultada 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%	0.000%	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	Proyectos en etapa de Diseño y Planeación	0%	0.00%	0.00%	Los proyectos se encuentran en etapa de diseño y planeación para apropiación durante el segundo semestre de la vigencia actual.
					19. Plan de Comunicación Organizacional	3.13%	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	3.13%	0.781%	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	166 impactos de comunicación interna a primer trimestre de la vigencia actual	69%	100.00%	25.00%	Durante la vigencia 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 166 comunicaciones internas en la vigencia 2022 frente a las 242 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: 90 - Campañas: 3 - Fechas Especiales: 6 - Boletines Parche Trece: 12 - Eventos: 1 - Tarjetas Cumpleaños: 54 2021 - Correos Masivos: 150
					20. Defensa Jurídica	3.13%	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	3.13%	0.781%	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%	25.00%	Durante este primer trimestre recolectamos información con la finalidad de proyectar a lo largo del año, el lineamiento por medio del cual se van a establecer directrices dirigidas a los supervisores a fin de indicar el proceder para ejercer tal función. De igual manera se han efectuado acercamientos para definir fecha y hora de la capacitación semestral que debe realizarse sobre contrato realidad.
					21. Comité de Conciliación	3.13%	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	3.13%	0.781%	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%	25.00%	De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.4.3.1.2.4. del decreto 1069 de 2015, los comités de conciliación deberán reunirse al menos dos veces por mes, en ese sentido, durante el primer trimestre del año se han efectuado seis (6) comités de conciliación. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/sites/juridica/Actas%20Comites/Forms/AllItems.aspx?viewpath=%2F sites%2Fjuridica%2FActas%20Comites%2FForms%2FAllItems%2Easpxsid=%2F sites%2Fjuridica%2FActas%20Comites%2FCOMITI%C3%B3%20DE%20CONCILIAC R%C3%3N%2F08%2E%20ACTAS%20COMIT%C3%B9%20DE%20CONCILIAC R%C3%3N%20
					21. Liderazgo	3.13%	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	3.13%	0.781%	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	1 Reunión del Comité de Gestión y Desempeño Institucional a I Trimestre	25%	100.00%	25.00%	Durante el mes de enero 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.