



PLAN ESTRATEGICO - POA 2020 - I TRIMESTRE

Perspectiva Estratégica	Peso Obj	TOTAL OBJETIVO	Objetivo	Peso Objetivo	Iniciativa Estratégica	Peso Iniciativa	Descripción	Acciones	Peso Acción	% Rta Peso	Indicador Acción	Meta Acción	Ejecución del Indicador Primer Trimestre	Resultado de Primer Trimestre	Resultado de la Meta	Observaciones 2020			
1) Contenidos y Proyectos	25%	22.92%	Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmitidos 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%	1.667%	Contenido InHouse	2% de Horas Producidas	21.8 horas	100.00%	43.70%	Para 2019 se obtiene un mayor número de horas teniendo en cuenta que el año anterior logramos estrenar antes en comparación a 2020 donde sólo hasta mediados de marzo hicimos el lanzamiento de los programas. Esto debido a que la resolución de la ficha de inversión llegó semanas después comparada a 2019, lo que impactó en los cronogramas de los proyectos.			
								Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	1.67%	1.667%	Semillero de Proyectos de Contenidos	6 Proyectos Seleccionados	4 Proyectos Seleccionados	100.00%	67.00%	A lo largo de primer trimestre de 2020 se diseñaron los términos de referencia del semillero de proyectos. Posteriormente se abrió la convocatoria para personas naturales y personas jurídicas que quisieran postular ideas para dicho semillero. Esta convocatoria estuvo abierta del 12 de marzo hasta el 13 de abril. Al momento se finalizó la revisión de la totalidad de las propuestas presentadas y se seleccionaron los proyectos que pasaron a PITCA. Una vez surtida esta etapa se realizó la escogencia final de los proyectos seleccionados para el desarrollo en lo que resta de la vigencia.			
								Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	1.67%	1.667%	Programa de Convocatorias Ajenas	1 Proyecto adjudicado	Documento en revisión	100.00%	25.00%	Dado que la convocatoria abierta en cuestión es para el proyecto "Usurarios voluntarios", y la apertura de la convocatoria estaba condicionada por el libre acceso al sistema de Parques Nacionales Naturales, el cronograma de esta iniciativa en particular se ha visto afectado en su fase inicial. Los tiempos de referencia ya se formularon y fueron revalidados por jurídica, también se hicieron los estudios de mercado correspondientes. En comité de contratación se decidió postergar la apertura de la convocatoria hasta tener mayor información sobre el impacto de la cuarentena en el sistema de Parques Nacionales. La dirección de la entidad, no obstante, manifiesta su interés en seguir adelante con el convenio.			
								Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	1.67%	1.667%	Programa de Convenios para desarrollo de Contenidos	1 Convenio firmado	Documento en revisión	100.00%	25.00%	Por otro lado, el proyecto "Así es la vuelta", financiado por MINTIC y desarrollado en convenio con el ICBF, será producido a partir del convocatorio. Este proyecto se presentó a MINTIC y fue aprobado, y próximamente se publicarán términos de referencia para proceso de selección de casa productora.			
								Transmitir eventos culturales y deportivos de la gran región Trece	1.67%	0.000%	Transmisiones de Eventos	5 Transmisiones	0 Transmisiones	0.00%	0.00%	Los términos del convenio entre el canal y la Dirección de Parques Nacionales ya fueron acordados. El documento se encuentra en revisión por parte de Jurídica del Canal.			
								2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	8.33%	A través de la producción de una serie web que permita ampliar los canales transmitidos de la Entidad.	Producir series para pantallas digitales	4.17%	4.167%	Producir una Serie de Podcast	1 Serie de Podcast Publicada	100.00%	25.00%	Los documentos de soporte correspondientes a la fase de desarrollo de la serie que se ha completado al finalizar el primer trimestre de 2020 se pueden encontrar en el siguiente link: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f?gpersonaldivinos_canaltrce_com_cooE01eP93uK0H4c_mvgUcBkAYW6G2q8a6c-ak-4Vfmx7wE7oCm	
								Producir una Serie Web			4.17%	4.167%	1 Serie Web Publicada	100.00%	25.00%	Los documentos de soporte correspondientes a la fase de desarrollo de la serie que se ha completado al finalizar el primer trimestre de 2020 se pueden encontrar en el siguiente link: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f?gpersonaldivinos_canaltrce_com_cooE1_1eP93uK0H4c_mvgUcBkAYW6G2q8a6c-ak-4Vfmx7wE7oCm			
								3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la pantalla de programación	8.33%	A través de la creación de nuevos canales de difusión enfocados al posicionamiento de marca, del reconocimiento en las regiones y de la promoción de la pantalla de programación del canal Trece.	Emisión del 60% de programación cultural y educativa	4.17%	4.167%	Programación Cultural y Educativa	60% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	58% más de contenidos Educativos	100.00%	58.41%	Los contenidos educativos van en aumento, por lo que esta iniciativa que está siendo el país, hemos aumentado el interacción y por ende la emisión de contenidos educativos, aumentando así las frías informáticas.
								Emisión del 100% de la programación con acceso a la población hipocacista, a excepción de musicales y deportivos			4.17%	3.750%	Acceso a Población Hipocacista	100% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipocacista	50% de horas de emisión teniendo en cuenta que el contenido musical no contienen sistemas de acceso	90.00%	22.50%	Los programas musicales no contienen sistemas de acceso, lo que no permite dar cumplimiento pero a la medición de este indicador.	
								2) Audiencias y Usuarios	25%	18.70%	Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece	25%	4. Comprensión y medición de Televidentes y Audiencia Digital	4.17%	A través de la realización de un ejercicio documentado de investigación de audiencias que permita conocer con alta precisión el segmento al cual podría acceder Canal Trece y registrar 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
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 entorno 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 Activo Digital del Canal Trece	2.08%	2.083%	Alcance de Televidentes	Alcance Efectivo de 400.000 Televidentes promedio año 2020						Promedio de 391.290 usuarios a Primer Trimestre	97.82%	24.45%	Entre el mes de enero y marzo de 2020 el promedio de usuarios fue de 391.290. Esto se dio principalmente por que los lanzamientos de contenidos propios se hicieron hasta marzo presentando contenido repetido al público.			
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	4.17%	A través de las acciones que permitan acercar y hacer partícipe al ciudadano con la gestión del Canal.	Fortalecer el posicionamiento de la marca Trece en las audiencias Regionales	2.08%	1.042%	Plan de Comunicación Externa	10% de Aumento en Publicaciones						25% de Aumento en Publicaciones	50.00%	12.50%	La emergencia derivada de la Covid 19 retrasó el proceso de contratación de la Agencia Free Press, y por tanto, el diseño y ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC). El contrato es vigente desde el 4 de abril y a la fecha, ya se encuentra en ejecución. Por lo tanto, las primeras evidencias de impactos en medios de comunicación serán evidenciadas en los próximos meses que se produzcan a partir de la semana del lunes 20 de abril.			
7. Alianzas	4.17%	Mediante la suscripción de alianzas con otros medios de comunicación, que permitan posicionar la marca del Canal	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	4.17%	2.083%	Alianzas con Medios de Comunicación	5 Alianzas Suscritas						1.25% Por la identificación realizada	50.00%	12.50%	Durante el primer trimestre se realizó el diseño y la pre-producción de un video de divulgación del Plan Estratégico del Canal 2020-2024 y en la actualidad se encuentra en etapa de Producción.			
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 Enees Públicos y Privadas.	4.17%	4.167%	Plan de Gestión de Relaciones Públicas	100% de Cumplimiento del Plan						25% de cumplimiento del Plan	100.00%	25.00%	Aunque a la fecha no se ha suscrito ninguna alianza informativa con medios de comunicación regionales, en gran parte por la declaración de emergencia por cuenta de la COVID 19 a mediados de marzo, el proceso para alcanzar este objetivo ya se encuentra en marcha, siguiendo el Plan Estratégico de Comunicaciones Canal Trece 2020 (PEC), diseñado y en ejecución por parte de la Agencia Free Press Manobra SAS y la Coordinación de Comunicaciones y Sistemas. A la fecha, abril 22 de 2020, se ha realizado un mapeo preliminar que arrojó más de 300 medios de comunicación potenciales para suscribir alianzas informativas en los 14 departamentos que componen la zona de cobertura del Canal. Este listado está en proceso de depuración con el fin de identificar un máximo de 20 medios que serán escogidos durante el desarrollo del PEC de acuerdo con los intereses estratégicos de comunicación y relacionamiento de Canal Trece en las regiones. El relacionamiento y generación de alianzas informativas es una labor gradual e ejecutarse entre abril y junio del presente año.			
9. Experiencia Web	4.17%	A través del diseño de la experiencia Web Freemium que permita ofrecer contenidos exclusivos para nuestros usuarios registrados	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	4.17%	4.167%	Experiencia Web Freemium	Diseño de la experiencia Web Freemium						25% para el primer trimestre de año se ha cumplido con la fase de desarrollo de la experiencia Web Freemium que cuenta con investigación respaldada y aprobada	100.00%	25.00%	Los documentos de soporte correspondientes a la fase de desarrollo de la experiencia Web Freemium se pueden encontrar en la siguiente carpeta: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f?gpersonaldivinos_canaltrce_com_cooE1E93uK0H4c_mvgUcBkAYW6G2q8a6c-ak-4Vfmx7wE7oCm			
	2.08%	2.083%	Seguimiento y Control a la Ejecución de Proyectos	20% del Margen de Contribución	100.00%	25.00%	Se hace el seguimiento a la ejecución de los contratos con el fin de controlar estado y presupuestar la asignación del tubo de gasos, en el momento se están controlando estados.												

3) Financiera y Comercial	Lograr la autofinanciación mediante el posicionamiento comercial de nuestros productos y servicios.	25%	22.36%	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%	2.083%	Anteproyecto de Presupuesto	Incremento del Gasto Fijo <«0%»	5%	100.00%	25.00%	Durante la vigencia 2019 debido a un austero plan de recuperación financiero se mantuvieron vacantes en la nómina y se disminuyó el personal contratado de apoyo a los diferentes áreas del canal.
					2.08%	1.657%	Gestión de Cartera	Porcentaje de Cartera Vencida <«0»1%	20% se ha realizado la gestión de cartera al 100% de los clientes	80.00%	20.00%	El porcentaje se ve afectado principalmente por 2 clientes (Lotería de Boyacá y Departamento de Boyacá), el valor pendiente correspondió al último pago de los contratos que se encuentran en proceso de liquidación.				
					2.08%	2.083%	Seguimiento al Flujo de Caja	12 Informes Anuales de Gerencia	25% Se ha socializado con gerencia 3 informes de seguimiento al flujo de caja	100.00%	25.00%	Semanalmente se hace seguimiento al flujo de caja y mensualmente se informa su estado a la gerencia.				
					2.78%	2.778%	Plan de Mercadeo	100% de Cumplimiento del Plan de Mercadeo	50% de Cumplimiento del Plan de Mercadeo	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre se llevaron a cabo 2 eventos de posicionamiento por parte del Canal, el lanzamiento del Proyecto Bicentenario realizada en coordinación con los 7 Canales Públicos Regionales de parte siendo este el proyecto transmitido más grande de la Televisión Pública y el seminario de proyecto que permitió la promoción de la marca Trece en el sector audiovisual recibiendo propuestas de proyectos para buscar viabilidad en el desarrollo de los mismos.				
					2.78%	2.778%	Participación en eventos	3 eventos	1 evento	100.00%	33.00%	Durante el primer trimestre se hizo presencia en el Festival de Cine de Cartagena con el lanzamiento del proyecto bicentenario				
					2.78%	1.111%	Satisfacción del Cliente	Diseño de la Herramienta CRM	10% de Diseño de la herramienta CRM	40.00%	10.00%	El desarrollo de la herramienta se encuentra en su fase inicial dado que el área de TI se encuentra explorando herramientas CRM				
					2.78%	2.778%	alanzas suscritas	20 alanzas	12 alanzas	100.00%	60.00%	Durante el primer trimestre se suscribieron 12 alanzas estratégicas para difusión de contenidos y posicionamiento de marca.				
					2.78%	2.778%	eventos de lanzamiento	4 lanzamientos	2 lanzamientos	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre se llevaron a cabo 2 eventos de lanzamiento de la serie Libertador y del seminario de proyectos Canal trece.				
					2.78%	2.222%	producciones realizadas	5 producciones	1 producción	80.00%	20.00%	Durante el primer trimestre se realizó la producción del programa Entrenando Juntos para el Ministerio del Deporte.				
					11. Posicionamiento Comercial	8.33%	A través de la creación de nuevos canales de difusión enfocados al posicionamiento de marca, del reconocimiento en las regiones y de la promoción de la parilla de programación del canal trece.	Posicionar al Canal a través de un Plan de Mercadeo y Endomarketing	100% de Cumplimiento del Plan de Mercadeo	50% de Cumplimiento del Plan de Mercadeo	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre se llevaron a cabo 2 eventos de posicionamiento por parte del Canal, el lanzamiento del Proyecto Bicentenario realizada en coordinación con los 7 Canales Públicos Regionales de parte siendo este el proyecto transmitido más grande de la Televisión Pública y el seminario de proyecto que permitió la promoción de la marca Trece en el sector audiovisual recibiendo propuestas de proyectos para buscar viabilidad en el desarrollo de los mismos.			
					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	Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual	3 eventos	1 evento	100.00%	33.00%	Durante el primer trimestre se hizo presencia en el Festival de Cine de Cartagena con el lanzamiento del proyecto bicentenario			
					2.78%	1.111%	Satisfacción del Cliente	Diseño de la Herramienta CRM	10% de Diseño de la herramienta CRM	40.00%	10.00%	El desarrollo de la herramienta se encuentra en su fase inicial dado que el área de TI se encuentra explorando herramientas CRM				
2.78%	2.778%	alanzas suscritas	20 alanzas	12 alanzas	100.00%	60.00%	Durante el primer trimestre se suscribieron 12 alanzas estratégicas para difusión de contenidos y posicionamiento de marca.									
2.78%	2.778%	eventos de lanzamiento	4 lanzamientos	2 lanzamientos	100.00%	50.00%	Durante el primer trimestre se llevaron a cabo 2 eventos de lanzamiento de la serie Libertador y del seminario de proyectos Canal trece.									
2.78%	2.222%	producciones realizadas	5 producciones	1 producción	80.00%	20.00%	Durante el primer trimestre se realizó la producción del programa Entrenando Juntos para el Ministerio del Deporte.									
4) Fortalecimiento Organizacional	Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el Fortalecimiento del Desempeño Organizacional	25%	23.56%	25%	13. Fortalecimiento y Apropiación del MPG	2.78%	A través del acompañamiento y asesoría en la formación de planes, programas, informes, metodologías, procesos y de la implementación del Sistema Integrado de gestión.	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MPG	1.39%	1.389%	Avance FURAG	20% de Avance en resultado FURAG	12.5% de Avance en el resultado FURAG	100.00%	62.50%	A primer trimestre de 2020 se respondió el FURAG y aunque no se han recibido los resultados finales se diseñó una herramienta de autodiagnóstico que nos permitió medir el avance de este indicador.
					1.39%	1.389%	Divulgaciones Anuales	6 Divulgaciones Anuales de Sensibilización sobre FURAG	2 Divulgaciones a primer trimestre	100.00%	33.33%	Por medio del comité directivo se socializaron los resultados del FURAG y la sensibilización de los Planes de Acción a todos los líderes de proceso				
					1.39%	1.389%	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico	50% de Cumplimiento en el Despliegue del Marco Estratégico	100.00%	25.00%	Para el primer trimestre se han realizado diversas sensibilizaciones por medio del proceso de Comunicaciones tanto para el cliente interno como externo, además se socializaron todos los documentos a cada líder de proceso con el fin de realizar actualizaciones					
					1.39%	1.389%	Realizar seguimiento y control a la Gestión	85% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorías y Seguros	29% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorías y Seguros	100.00%	29.00%	En la actualidad el plan anual de Auditorías y seguimientos cuenta con 51 productos, entre informes a reportar a entes externos, informes de auditorías e informes de seguimientos, en el primer trimestre se reportaron 12 informes así: informe de Sistema de Control Interno FURAG (1), informe de Control Interno Contable-Contaduría General de la Nación (1), Informe Pormenorizado segundo semestre de 2019 (1), Reporte de información sobre la utilización del software a través del aplicativo que disponga la Dirección Nacional de Derechos de Autor (1), Rendición de cuentas segundo semestre 2019-Plan de Mejoramiento por SIREC (1), rendición de cuentas mensual de contratación por SIREC (3), Certificado segundo semestre de 2019 ANODUCA (1), informe segundo semestre de 2019 sobre las Cuentas, Sugerecias y Reclamos. Ley 4474 del 2011(1), informe autenticidad en el gasto cuarto trimestre de 2019 (1), Informe de gestión Oficina de Control Interno 2019 (1), se realizaron tres (3) seguimientos así: Seguimiento ejecución recursos FURAG cuarto trimestre de 2019 (visto bueno en informe), seguimiento a 31 de diciembre del Plan Asociaciones y de Atención al Ciudadano (1) y Seguimiento Gestión Jurídica (1)				
					0.93%	0.926%	Plan Estratégico TIC	10% de Avance en el Plan Estratégico TIC	2.5% de Avance en el Plan Estratégico TIC	100.00%	25.00%	Para el primer trimestre se realizaron las actividades para el cumplimiento del PEIC de la vigencia. Respecto a la línea de proyectos para mejorar flujos en los procesos, fue implementada una herramienta para el control de recursos de producción, así mismo fue entregada una herramienta a conectividad para la gestión de solicitudes de soporte por parte de los clientes, se entregó una herramienta para el control de los programas en fase de programación. Respecto a la línea de operación de TI, fueron suscritos los contratos de acuerdo a la aprobación del PMA para la vigencia, además durante este periodo de acuerdo con las actividades del plan de seguridad de la información fueron presentadas al comité de control interno las políticas específicas de seguridad informática para aprobación, así mismo se dio inicio al diseño de las estrategias incluidas en el plan de sensibilización de seguridad informática.				
					0.93%	0.617%	Seguridad de la Información	12% de Avance en el Plan de Seguridad de la Información	2.0% de Avance en el Plan de Seguridad de la Información	66.66%	16.66%	A la fecha se han realizado las actividades previas a la contratación, estructuración del proyecto que incluye la identificación de los equipos que componen el proyecto, la elaboración del ECO y Estado de sector, documentos que en este momento se encuentran en revisión del área de jurídica, por lo que se espera contar con el contrato a finales del mes de abril y iniciar su ejecución en el mes de mayo y de esta manera iniciar con la adquisición, configuración y puesta en marcha de la infraestructura.				
					0.93%	0.376%	Renovación Tecnológica	20% de Avance en Renovación Tecnológica	2.0% de Avance en Renovación Tecnológica	40.00%	10.00%	Durante el primer trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Plan Institucional de Capacitación como lo fueron los cursos de inducción para personal de planta y contratistas. Para el plan de bienestar se adelantaron los poster de cumpleaños, las tarjetas de las fechas especiales y se programaron actividades para la celebración del día de la mujer, pero por la emergencia sanitaria del COVID-19 fue necesario cancelarlas. Los cronogramas de actividades de los dos años fueron aprobados en el mes de marzo, según resolución 032 y 036 respectivamente. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran publicadas en la carpeta compartida https://carsharece-my.sharepoint.com/:galleries/default.aspx?webui=6dGrpAqVq2p88VEUjv4nQpTAR8tpG0XU7fwevg68R				
					1.39%	1.389%	Plan Estratégico de Talento Humano	100% de cumplimiento del Plan Estratégico de Talento Humano	25% de cumplimiento del Plan Estratégico de Talento Humano	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como inducción y capacitaciones, socialización de recomendaciones médicas, revisión de documentación de terceros para la ejecución de actividades al interior de las instalaciones, documentación de programa de vigilancia epidemiológica y estándar de trabajo seguro, además de inspecciones y campañas de higiene ambiental y prevención del Covid-19. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en carpetas físicas en las instalaciones de la entidad y en la carpeta compartida ubicada en https://carsharece-my.sharepoint.com/personal/ffarran_carsharece_com_co_jaywdu15@onodva.aspx?webui=6dGrpAqVq2p88VEUjv4nQpTAR8tpG0XU7fwevg68R				
					1.39%	1.389%	Estándares del SGGST	95% de cumplimiento de los estándares del SGGST	23.75% de cumplimiento de los estándares del SGGST	100.00%	25.00%	Durante el primer trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como inducción y capacitaciones, socialización de recomendaciones médicas, revisión de documentación de terceros para la ejecución de actividades al interior de las instalaciones, documentación de programa de vigilancia epidemiológica y estándar de trabajo seguro, además de inspecciones y campañas de higiene ambiental y prevención del Covid-19. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en carpetas físicas en las instalaciones de la entidad y en la carpeta compartida ubicada en https://carsharece-my.sharepoint.com/personal/ffarran_carsharece_com_co_jaywdu15@onodva.aspx?webui=6dGrpAqVq2p88VEUjv4nQpTAR8tpG0XU7fwevg68R				
					0.93%	0.926%	Índice de Transparencia Activa	85% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa	85.06%	100.00%	85.06%	Durante el primer trimestre el proceso de planeación adelantó la gestión de solicitud y carga de archivos fallidos o desactualizados en la Sección de Transparencia y Acceso a Información Pública mediante el desarrollo de una herramienta de Autodiagnóstico que permitió subir la calificación a un 85% en Transparencia Activa.				
					0.93%	0.463%	Plan Ambiental	50% de cumplimiento al Plan Ambiental	6.25% de Cumplimiento al Plan Ambiental	50.00%	12.50%	Durante el primer trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Plan de Gestión Ambiental tales como la separación, recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos, además de socialización de campañas de ahorro de agua en la entidad. Las jornadas de capacitación o sensibilización no se han efectuado por la emergencia del Covid-19 y la falta de disponibilidad de contenidos virtuales. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en carpetas físicas en las instalaciones de la entidad y en la carpeta compartida ubicada en https://carsharece-my.sharepoint.com/personal/ffarran_carsharece_com_co_jaywdu15@onodva.aspx?webui=6dGrpAqVq2p88VEUjv4nQpTAR8tpG0XU7fwevg68R				
					0.93%	0.813%	Apropiación PQRSD	90% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD	Se respondieron 180 solicitudes oportunamente y 25 fuera de los términos	87.80%	21.95%	A Primer trimestre de 2020 se respondieron 180 solicitudes correspondientes al 87.8% de respuestas oportunas, respondiendo 25 solicitudes por fuera de los tiempos establecidos representando un 12.2%.				
2.78%	2.778%	Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	50% de implementación del Proceso	12.5% de Implementación del Proceso	100.00%	25.00%	A primer trimestre de 2020, se diseñó el procedimiento y el manual de Innovación y Gestión del Conocimiento y se espera la aprobación por parte del Canal Institucional de Gestión y Desempeño								

