# PLAN ESTRATEGICO - POA 2022 IV TRIMESTRE

**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=eyJrIjoiZGM5YzcyOTI4NWEzMS00OTI4LWJhNjAtMTQxZDIkODImNGQ1IiwidCI6Imh0Yzlw0ZILW0MGYtNDVhOC05M zU1LWUyNDM4NzNmNGM4NCIsInMiOjR9

https://www.teveandina.gov.co/planeacion/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 2022 | Resultado del Indicador en % | Resultado del Periodo en % | Resultado del Avance en % | Observaciones 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1) Contenidos y Proyectos | 25% | 25.00% | 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% | 1.667% | Contenido InHouse | (Horas producidas de contenido en región en el periodo actual / Horas producidas de contenido en región en el vigencia anterior) * 1/5 | 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) | 650 horas producidas | 130.00% | 100.00% | 100% | A cierre del cuarto trimestre se produjeron 650 horas entrecontenidos de actulidad y/o en directo.<br><br>Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:x:/r/sites/AlbumdeProduccion/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B28F38FBC-6E88-46DE-9BC4-3ABAF457697D%7D&file=Producci%20InHouse%202022.xlsx&action=default&mobileredirect=true |
| | | | | | | | | Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos | 1.67% | 1.667% | 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 | Diez (10) proyectos seleccionados para el Semillero de Proyectos de Contenidos | 100% | 100% | 100% | Acierre del cuaro trimestre de la vigencia se han seleccionado un total de 10 proyectos que conforman el portafolio del Semillero. Las evidencias podrán ser consultadas bajo el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/sites/AlbumdeProduccion/Contenidos/Forms/Allitems.aspx?id=%2Fsites%2FAlbumdeProduccion%2FContenidos%2FGESTI%C3%93N%20DE%20CONTENIDOS%20Y%20PROYECTOS%2F2022%2FSemillero%20Trece%202022%2FPortafolio&p=true&ac=1667426534900&or=Teams%2DHL&ga=1 |
| | | | | | | | | Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas | 1.67% | 1.667% | 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 | Dos (2) proyectos adjudicados dentro del programa de convocatorias abiertas. | 100% | 100.00% | 100% | Para el cuarto trimestre por medio de la Convocatoria Pública No. 006 y 009 de 2022 se adjudicaron dos proyectos por convocatoria abierta: "Gamer" y "Guardaparque por naturaleza", cumpliendo la meta propuesta para la vigencia 2022.<br><br>https://canaltrece.sharepoint.com/sites/AlbumdeProduccion/Contenidos/Forms/Allitems.aspx?id=%2Fsites%2FAlbumdeProduccion%2FContenidos%2FGESTI%C3%93N%20DE%20CONTENIDOS%20Y%20PROYECTOS%2F2022%2FConvocatorias%20Producciones%20por%20Encargo%202022&p=true&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:<br><br>1.Convenio Canal Trece/ Parques Nacionales Naturales de Colombia.<br>2. Convenio interadministrativo 675 de 2022 Ministerio TIC y Canal Trece (Proyecto: El buen vivir IV).<br>3. Resolución 0047 de 2022. Ministerio TIC y Canal Trece (Proyecto: Territorios y voces indígenas II).<br><br>Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace:<br><br>https://canaltrece.sharepoint.com/sites/AlbumdeProduccion/Contenidos/Forms/Allitems.aspx?id=%2Fsites%2FAlbumdeProduccion%2FContenidos%2FGESTI%C3%93N%20DE%20CONTENIDOS%20Y%20PROYECTOS%2F2022%2FConvenios%20e%20Interadministrativos%202022&p=true&ct=1667427834336&or=Teams%2DHL&ga=1 |
| | | | | | | | | Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece | 1.67% | 1.667% | 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 | Siete (7) contenidos especiales regionales y/o culturales producidos | 350% | 100.00% | 100% | A cuarto trimestre se cuenta con la producción de 7 contenidos especiales, 7 de ellos en el cuarto trimestre. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece.sharepoint.com/:x:/r/sites/AlbumdeProduccion/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B28F38FBC-6E88-46DE-9BC4-3ABAF457697D%7D&file=Producci%20InHouse%202022.xlsx&action=default&mobileredirect=true<br><br>Se desarrollaron los proyectos especiales:<br>-Documental Reyastos: 1 capítulo.<br>-Especial Unitarios Gritos en el silencio: 1 capítulo.<br>-Elecciones presidenciales (cubrimiento de primera y segunda vuelta).<br>-Poderosas Rap Sessión (4 capítulos). |
| | | | | | 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% | 4.167% | 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 | Tres (3) Series Podcast producidas y publicadas | 100% | 100.00% | 100% | Se producen y publican tres series Podcast MASTER CRISPI, MAGNÍFICA REGIÓN TRECE y REZETANDO.<br><br>Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/alcampo_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?go=1&id=%2Fpersonal%2Falcampo%5FCanaltrece%5FCom%5Fco%2FDocumentos%2FEVIDENCIAS%20HDJA%20DE%20VIDA%20INDICADORES%20PLOAN%20DE%20ACC%C3%9D3N%20III%20TRIMESTRE%202022 |
| | | | | | | | | | 4.17% | 4.167% | 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 | Tres (3) series web Producidas y Publicadas | 100% | 100.00% | 100% | A cuarto trimestre de la vigencia se han realizado la publicación de las tres series web. Las evidencias pueden ser consultadas en el siguiente enlace:<br><br>https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/alcampo_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?go=1&id=%2Fpersonal%2Falcampo%5FCanaltrece%5FCom%5Fco%2FDocumentos%2FEVIDENCIAS%20HDJA%20DE%20VIDA%20INDICADORES%20PLOAN%20DE%20ACC%C3%9D3N%20III%20TRIMESTRE%202022 |
| | | | | | 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% | 4.167% | 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 | 150 horas Promedio Semanal de Programación Educativa y Cultural lo cual correspondiente al 89.29% de emisión de contenido Cultural y Educativo | 85.12% | 100.00% | 100% | Para el cuarto trimestre de la vigencia de las 168 horas de la parrilla de programación, 143 horas corresponden a contenidos educativos y culturales.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mmontealegre_canaltrece_com_co/Ed6ID8kfYwZNuIB9-DoiKEgBipJESnutLMq_rtQ2N7kHaQ?e=kNxnWe |
| | | | | | | | | Emitir el 100% de la programación con acceso a la población Hipoacúsica, a excepción de musicales y deportivos | 4.17% | 4.167% | 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<br>**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 | 84 horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica correspondiente al 94.68% de emisión de contenido sin video clips | 94.68% | 100.00% | 100% | 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.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mmontealegre_canaltrece_com_co/Ed6ID8kfYwZNuIB9-DoiKEgBipJESnutLMq_rtQ2N7kHaQ?e=kNxnWe |
| | | | | | 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% | 4.167% | 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 | 1 estudio realizado con infromación de audiencia en las Regiones de Canal Trece | 100.00% | 100.00% | 100% | Durante en el ultimo trimestre de 2022 se entrega el segundo estudio con la información de audiencias en las regiones de Canal Trece y se socializa al comité de programación . Para el cierre del cuarto trimestre del año se da cierre al analisis y presentación del segundo estudio en región de Canal Trece con la aplicación de la encuesta en las diferentes regiones.<br><br>https://canaltrece.sharepoint.com/sites/Audiencias/EVIDENCIA%20AUDIENCIAS/Forms/Allitems.aspx?ga=1&id=%2Fsites%2FAudiencias%2FEVIDENCIA%20AUDIENCIAS%2FCuarto%2Btrimestre&viewid=7096116b9%2D0cdf%2D427d%2Dae76%2DBd2e40a5446 |
| | | | | | 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% | 2.083% | 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 | 431.000Televidentes Promedio a cuarto Trimestre | 100.23% | 100.00% | 100% | Para el cuarto trimestre de la vigencia 2022 el alcance en pantalla de televisión obtuvo un promedio diario de 449,568 televidentes, las principales franjas que aportan a este alcance es la franja del Early time con el 33% de la audiencia total de las franjas, en esta franja el principal programa es sala trece , la siguiente franja con mayor audiencia es la prime time con el 29% de la audiencia, en esta franja los principales contenidos son Resonantes Presenta, Resonantes Magazin y nuestras series de ficción.<br><br>https://canaltrece.sharepoint.com/sites/Audiencias/EVIDENCIA%20AUDIENCIAS/Forms/Allitems.aspx?ga=1&id=%2Fsites%2FAudiencias%2FEVIDENCIA%20AUDIENCIAS%2FCuarto%2Btrimestre&viewid=7096116b9%2D0cdf%2D427d%2Dae76%2DBd2e40a5446 |
| | | | | | | | | Aumentar el Activo Digital del Canal Trece | 2.08% | 2.083% | 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 cuarto Trimestre se Alcanzaron 1.699.000 Usuarios en el Activo Digital | 113.27% | 100.00% | 100% | A cuarto trimestre de la vigencia actual se logra un total de 6.352.744 usuarios en el activo digital, cumpliendo con la meta del activo digital de la vigencia. la pagina más consumida del año dentro de canal trece fue, "como acceder al subsidio solidario"<br><br>https://app.powerbi.com/reportEmbed?reportId=d7ec3146-4c8a-496c-97fa-622ceb3e8994&autoAuth=true&ctid=ea23b8ie-b40f-45a8-9355-e243873f4c84&config=eyJlbHVzdGVyVXJsIjoiaHR0cHM6Ly93YWpLXNxdXRoLWNlbnRlYWwtdXMtcmVuaXJlY3QuYW5hbHl6ZWRhZ2Vzb2Xbuf2luZG93cy5uZXQvIn0%3D |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2) Audiencias y Usuarios | 25% | 25.00% | Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece | 25% | 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% | 2.083% | 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 | 25 actividades | 100.00% | 100.00% | 100% | Durante el IV trimestre se dio cumplimiento al 100% de las 25 actividades del Plan Estratégico de Comunicaciones, logrando 129 apariciones de free press en medios de comunicación locales, regionales, nacionales e internacionales como El Espectador, Paparazzi, Box Mov, Tolima Online, Ibagué Vibra, La Opinión, Emisora Ondas de Ibagué, Zona Bien, QHubo, Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo, La Patria, El Nuevo Día, Periódico del Meta, El Nuevo Siglo, Tolima Stéreo, El Cronista, Ciudad y Región Noticias, Enfoque TeVe, Radio Capital Musical, Diario del Cauca, Folklore, Gobernación del Tolima, La Voz del Pueblo, Periódico El Público, MinTIC, Isb Noticias, MiPuramayo, Universidad Tecnológica de Pereira, Fortín del Caballero, El Tiempo, Caracol Radio, Ivoox, Player FM, El Diario, Periódico del Meta, 90 Minutos.<br><br>En el mismo periodo de 2021 se realizaron 43 actividades, logrando 139 apariciones de free press. |
| | | | | | | | | Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia | 2.08% | 2.083% | 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 Interactivos implementados y en funcionamiento | 100.00% | 100.00% | 100% | Para el cuatro trimestre etapa interactiva de participantes para la inscripción al concurso rutas por Colombia<br><br>https://canaltrece.com.co/programas/ruta-por-colombia/ |
| | | | | | 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% | 4.167% | 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 | 6 Alianzas suscritas | 100.00% | 100.00% | 100% | Durante el IV trimestre se dio cumplimiento a la formalización del 100% de las alianzas propuestas para 2022. Un total de 6 nuevos medios de comunicación locales se sumaron a los 6 medios aliados de 2021. Los nuevos medios son: El Diario (Boyacá), Las Crónicas del Llano (Meta y Casanare), Marandúa Stéreo (Guaviare), Emisora Fantástica (Amazonas), Noticias Día a Día (Cundinamarca) y Boyacá Siete Días. Durante 2021, en el mismo periodo se dio cumplimiento a la meta de 5 nuevos medios aliados. https://canaltrece-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/comunicaciones_canaltrece_com_co/EnjZJHdg1qlPk5CFf3kOqGQBsGPuaB7nsTrpqFyU52Jg?e=QLSm1i |
| | | | | | 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% | 4.167% | 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 | 12 Actividades programadas y cumplidas para el IV Trimestre de la vigencia | 100% | 100.00% | 100% | Durante el IV trimestre se dio cumplimiento al 100% de las 12 actividades del cronograma de Relaciones Públicas. Se gestionó una entrevista con el Profesor Fabio López de la Roche para el especial Entre Pantallas. Se conectó a la producción de Somos Región con los 14 contactos de comunicaciones en los departamentos de la Región Trece. También se conectó a la Secretaría de Educación de Tunja con la producción de Inbox Trece para la producción de contenidos. También se gestionó una alianza con Red Bull para la transmisión en diciembre de la Red Bull Batalla desde México. En este periodo se efectuaron un total de 2 reuniones con medios de comunicación locales y 10 gestiones de Relaciones Públicas para un total de 12 actividades. En 2021, para el mismo periodo se realizaron 11 actividades de Relaciones Públicas, concentradas en reuniones con medios de comunicación locales.<br><br>https://canaltrece.com.co/noticias/red-bull-batalla-colombia-2022/<br>https://youtu.be/thl94_FNKjSI |
| | | | | | 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 | 1516 seguidores nuevos inscritos en la experiencia web Freenium para el tercer Trimestre | 447% | 198.60% | 100% | Dispuestas en los informes trimestrales Share Point |
| 3) Financiera y Comercial | 25% | 24.99% | 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% | 2.083% | 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% | 14% del Margen de Contribución a diciembre de 2022 | 14% | 100% | 100% | El margen de contribución a diciembre de 2022 está en 14%, esto obedece al registro del costo asociado a la ejecución de los proyectos. |
| | | | | | | | | | 2.08% | 2.083% | 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 | 5% de Incremento del Gasto de Administración a diciembre de 2022 | 5.00% | 100% | 100% | El incremento del gasto de administración al cuarto trimestre de la vigencia 2022 frente al mismo periodo de la vigencia 2021 se situó en un 5%, siendo esta cifra inferior a la meta planteada. |
| | | | | | | | | | 2.08% | 2.083% | 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 | 2% de Cartera Vencida a diciembre de 2022 | 2.00% | 100% | 100% | Durante el cuarto trimestre de la vigencia 2022 se realizó gestión de cobro a todos los clientes, se encuentra pendiente la suma de $97,071 MM, con vencimiento menor a treinta días. Dicho valor está representado en 4 facturas del cliente Universal Group, agencia que maneja política de pagos a 60 días. Se proyecta recibir el pago para el mes de enero de 2023. |
| | | | | | | | | | 2.08% | 2.083% | 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 | 9 Informes entregados a Gerencia a diciembre de 2022 (4 en el último trimestre) | 133.00% | 100% | 100% | Durante el cuarto trimestre de la vigencia se presentaron cuatro informes de flujo de caja a la gerencia, donde 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% | 2.778% | 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% | 100% | Durante el cuarto trimestre se dio cumplimiento a las actividades tanto internas como de presencia de marca en región previstas en el marco del Plan de Mercadeo https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/lperez_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Flperez%5FCanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FMERCADEO%20TRECE%2FPLAN%20DE%20MERCADEO%202022&ga=1. |
| | | | | | | | | Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual | 2.78% | 2.778% | 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 cierre del tercer trimestre se dio cumplimiento al indicador, se hizo presencia en 4 eventos | 133% | 100.00% | 100% | Durante la vigencia la marca Trece tuvo presencia en un total de cuatro (4) activaciones de marca durante la vigencia 2022. Las evidencias podrán ser consultadas bajo 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%2FPLANEACION%2F2022%2FEVENTOS%2FDEL%20SECTOR&ga=1 |
| | | | | | | | | Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes | 2.78% | 2.778% | 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% | Durante el segundo semestre de la vigencia se aplicó la 20a encuesta de satisfacción a nuestra base de clientes actuales, teniendo como resultado un 87.1% de satisfacción en el 100% de nuestros clientes durante la vigencia 2022. | 87.10% | 100.00% | 100% | Al cierre de la vigencia se realizaron las dos encuestas de satisfacción del cliente plantadas.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace:https://canaltrece-my.sharepoint.com/personal/lperez_canaltrece_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?ga=1&id=%2Fpersonal%2Flperez%5FCanaltrece%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FMERCADEO%20TRECE%2FPLANEACION%2F2022%2FENCUESTA%20DE%20SATISFACC%C3%9D3N |
| | | | | | 12. Portafolio de Servicios | 8.33% | A través del diseño, actualización, control de versiones y divulgación del Portafolio de Programas y Servicios de Canal Trece | Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos. | 2.78% | 2.778% | Suscripción de alianzas | (Número de alianzas suscritas en la vigencia actual / Meta de alianzas suscritas para la vigencia actual) * 100 | Anual | Celebrar cuarenta (40) alianzas estratégicas teniendo en cuenta el funcionamiento y las directrices para la contingencia actual | 9 alianzas suscritas para tercer trimestre de la vigencia actual | 117.50% | 100.00% | 100% | Para el cuarto trimestre se suscribieron 9 alianzas. Dando cumplimiento en un 117,5% de la meta con un total de 47 alianzas suscritas en la vigencia 2022. 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%2FALIANZAS%2FALIANZAS%202022&ga=1 |
| | | | | | | | | Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior. | 2.78% | 2.764% | 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 | $ 296.685.579 en suscripción de contratos y convenios interadministrativos para el Cuarto Trimestre de la Vigencia | 99.5% | 1.70% | 100% | Para el cuarto trimestre se suscribieron dos (2) contratos. No. 1125 del 2022 con ANLA por valor de $198.476.336 así mismo se suscribió el contrato No. 108 del 2022 con Super Sociedades por una valor de $28.974.224 y se vendieron servicios de pauta por un valor de $69.235.019 para un total en ventas al 31 de diciembre de $25.394.150.878 cumpliendo la meta en un 99.5%<br><br>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%2FPLANEACION%2F2022%2FVENTAS%2FCUARTO%20TRIMESTRE&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 septiembre de 2022 | 150% | 100.00% | 100.00% | Durante el cuarto trimestre no tuvimos clientes nuevos, esto teniendo en cuenta que para el primer trimestre se logró aumentar y dar cumplimiento al indicador con 3 nuevos clientes. Las evidencias podrán ser consultadas bajo 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 |
| | | | | | 13. Fortalecimiento y Apropiación del MIPG | 2.50% | A través del acompañamiento y asesoría en la formulación de planes, programas, informes, metodologías, procesos y de la implementación del Sistema Integrado de gestión. | Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG | 1.25% | 1.250% | Avance FURAG | (Resultado FURAG para la vigencia actual / Resultado proyectado) | Anual | Obtener un porcentaje de cumplimiento de FURAG del 80% o superior | Resultado FURAG vigencia 2021: 76.9% | 96.13% | 96.13% | 100.00% | 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:<br>https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTgwYTgiMGMtZGZlZmAtyO0YmE0LWI0ZWttN2FjYmUxMDQ1MWYyIiwidCI6IjU1MDNlYWMyLTdlMTUtNDZhZS1kNTIwLTJhNjc1YWQxZGYxNlsImMiOjR9&pageName=ReportSection0b6d1cd03a85fa0d04c59 |
| | | | | | | | | | 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 y divulgadas | 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:<br>https://canaltrece.sharepoint.com/:f:/s/SeguimientoaPlaneaysProyectos/EgboWnpCTL5KoRXdK_P2T4BqbcSRnPOm8f4-JccBrQ2Qq?e=FS1ioe |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4) Fortalecimiento Organizacional | 25% | 25.00% | Consolidarnos como una entidad efectiva mediante el Fortalecimiento del Desempeño Organizacional | 25% | 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% | 1.250% | 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. | 100% del Despliegue del Marco Estratégico<br>(4 Seguimientos al Plan de Acción) | 99.99% | 100.00% | 100.00% | A mediados del mes de diciembre 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 100% de cumplimiento en el Despliegue del Marco Estratégico.<br>Las evidencias del diligenciamiento pueden ser consultadas en el SharePoint de Seguimiento de Planeación bajo el siguiente enlace:<br>https://canaltreca.sharepoint.com/sites/SeguimientoaPlanesyProyectos/Documentos%20compartidos/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FSeguimientoaPlanesyProyectos%2FDocumentos%20compartidos%2FSeguimiento%20a%20Planes%20de%20Acc%C3%B3n%2F2022%2FVi%20Trimestre&viewid=80ad20aa%2D995e%2D4d45%2Db9d1%2D13ba491214b9 |
| | | | | | | | | Realizar seguimiento y control a la Gestión | 1.25% | 1.250% | 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 | 100% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorias y Seguimientos | 100.00% | 100.00% | 100.00% | Para el último trimestre de la vigencia 2022 se ha dado cumplimiento al Anual kte auditorias, realizando las correspondientes a : SGSST - Gestión Ambiental , TIC, Gestión Jurídica y un seguimiento al Arqueo a Cajas Menores |
| | | | | | 15. Planes de Fortalecimiento TIC | 2.50% | A través de un Plan Estratégico de Tecnologias 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% | 0.833% | 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 | Cumplimiento al 70% del mapa de ruta del PETIC con relación a las iniciativas planeadas para la vigencia 2022, siendo estas 11,4 desarrolladas de 13 previstas en el cuarto trimestre. | 87.69% | 100.00% | 100.00% | Durante esta vigencia se desarrollaron los proyectos referentes a las lineas de gestión de información y datos (90%), mejoramiento de procesos, servicios, sistemas e infraestructura (90%) funcionamiento de los sistemas de teleasistir (86,25%) y gobierno digital (81,2%) para un avance general del 87% sobre los proyectos e iniciativas propuestas por el proceso de tecnologia convergente |
| | | | | | | | | | 0.83% | 0.833% | 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 | Dar cumplimiento al 90% de las actividades planteadas en el Plan Maestro de Seguridad de la Información con la realización de 10,8 actividades | 90.00% | 100.00% | 100.00% | Durante esta vigencia el oficial de seguridad de la información trabajó temas relacionados con matriz de riesgos, ética hacking, identificación de vulnerabilidades, sensibilización en ciberseguridad, procedimientos proceso de seguridad, actualización de políticas de seguridad para el cumplimiento del 90% de implementación sobre las actividades programadas relacionadas con la implementación del modelo de seguridad y privacidad de la información (MSPI) |
| | | | | | | | | | 0.83% | 0.833% | 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. | 100% de Avance en la contratación del Plan Anual de Adquisiciones correspondiente a 10 de 15 contratos proyectados | 100.00% | 100.00% | 100.00% | Se incrementa el numero de contratos de 14 a 15, debido a la division del proyecto de mantenimiento de cámaras y lentes ante la existencia de 3 proveedores exclusivos.<br>Adicionalmente, debido a instrucción gerencial, se cancela la contratación de actualización de la grúa de estudio, dejando 15 proyectos, de los cuales 10 se encuentran ejecutados o en ejecución:<br><br>Contratos ejecutados o en ejecución:<br>1)ACM - En ejecución<br>2)Desmonte fibra Codensa - Ejecutado<br>3)Electrógenos - En Ejecución<br>4)Reposición equipos aseguradora - En ejecución<br>5)Lector cintas LTO - Ejecutado<br>6)Licencias Adobe - Ejecutado |
| | | | | | 16. Plan Estratégico de Talento Humano | 2.50% | A través de un Plan de Capacitación, de los Planes de Bienestar social e incentivos, de la medición del clima organizacional, de la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo. | Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST | 1.25% | 1.250% | 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 | Se implementó y dio cumplimiento en un 100% con respecto al Plan Estratégico de Talento Humano, alineándolo con los requerimientos de MIPG | 96.97% | 96.97% | 100.00% | Para el tercer trimestre de la vigencia 2022 se ha dado cumplimiento al Plan Estratégico de Talento Humano en un 100%, conformado por el Plan Institucional de Capacitación (PIC) y el Plan de Bienestar Social e Incentivos. Manteniendo la ejecución de actividades de forma virtual y retomando la presencialidad gradualmente.<br><br>Para el último trimestre de la vigencia 2022 se ha dado cumplimiento al Plan Estratégico de Talento Humano en un 97%, conformado por el Plan Institucional de Capacitación (PIC) y el Plan de Bienestar Social e Incentivos. Manteniendo la ejecución de actividades de forma virtual y retomando la presencialidad gradualmente.<br><br>Con respecto al Plan de Bienestar Social e Incentivos, se realizaron 18 actividades de las 18 proyectadas dentro del trimestre con un cumplimiento del 100%. Lo anterior, corresponde a las actividades se realizaron durante el periodo (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, Actividad Día de los Niños – Halloween, Feria empresarial con apoyo de Ramo y Alpina, Actividad de Planeación Estratégica fin de año) |
| | | | | | | | | | 1.25% | 1.250% | 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 100 de las 110 actividades planteadas en el cronograma | 93.33% | 93.33% | 100.00% | Durante el cuarto trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 98 de las 105 actividades planteadas, dando cumplimiento al 93% de las actividades planteadas y logrando un 98% de cumplimiento sobre las actividades proyectadas para el año.<br><br>Frente a la gestión realizada en el cuarto trimestre para el cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se relacionan las siguientes actividades: Ejecución del simulacro de evacuación certificado por el IDIGER, socialización de recomendaciones médicas, inspecciones de seguridad al vehículo de gerencia, elementos de atención y respuesta de emergencias, equipos de alturas, orden y aseo y evaluación de puestos de trabajo, revisión documental relacionada con análisis de amenazas y vulnerabilidad, política de Seguridad y Salud en el Trabajo, protocolo de prevención del covid-19, ejecución de reuniones del COPASST y COCOLA, capacitaciones a la brigada de emergencias, comités y personal en general, campañas de prevención y promoción de la salud, evaluación de estándares mínimos y auditoría al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.<br><br>Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada en el siguiente enlace:https://canaltreca-my.sharepoint.com/personal/sarin_canaltreca_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fsarin%5Fcanaltreca%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FSGSST%2D2022&ga=1 |
| | | | | | 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% | 0.833% | Índice de Transparencia Activa | Reporte | Anual | 90% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa | 94% en cumplimiento del ITA | 94.00% | 100.00% | 100.00% | A cierre de la vigencia 2022 el proceso de planeación reporto el Índice de Transparencia ITA a la Procuraduría General de la Nación obteniendo un porcentaje de cumplimiento del 94%. |
| | | | | | | | | | 0.83% | 0.833% | 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 14 de las 15 actividades del cronograma en el Plan de Gestión Ambiental para el Tercer Trimestre | 93.75% | 100.00% | 100.00% | Durante el tercer trimestre de la vigencia se dio cumplimiento a 15 de las 16 actividades planteadas ; dando cumplimiento al 93.7 % de las actividades planteadas y logrando un 97% de cumplimiento sobre las actividades proyectadas para el año.<br><br>Frente a la gestión realizada en el cuarto trimestre para el cumplimiento del Sistema de Gestión Ambiental se relacionan las siguientes actividades: Solicitud del servicio de recolección y disposición de residuos generados por la entidad, acompañamiento al servicio de desinfección, fumigación y control de roedores en Sede CAN y SOLEDAD, campañas de uso eficiente de los recursos y reciclaje, además de auditoría al Sistema de Gestión Ambiental.<br><br>Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada en el siguiente enlace:https://canaltreca-my.sharepoint.com/personal/sarin_canaltreca_com_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fsarin%5Fcanaltreca%5Fcom%5Fco%2FDocuments%2FSGSST%2D2022&ga=1 |
| | | | | | | | | | 0.83% | 0.833% | 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 167 PQRSD | 100.00% | 100.00% | 100.00% | Durante la ejecución del IV trimestre (octubre-diciembre), se recibieron un total de 65 PQRSD de las cuales 62 se han respondido de manera oportuna, y 3 de ellas se encuentran pendientes por respuesta, No obstante están dentro de los terminos establecidos de respuesta y el vencimiento.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace:<br>https://www.teveandina.gov.co/planeacion/informes-de-pqrs/<br>https://www.teveandina.gov.co/instrumentos-de-gestion/seguimiento-informe-pqrs-2022/ |
| | | | | | 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% | 2.500% | 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 | 3 de 3 proyectos ejecutados y entregados | 100% | 100.00% | 100.00% | A tercer trimestre de la vigencia, se ejecutaron tres proyectos de Innovación y Gestión del Conocimiento, el primero hace referencia al seguimiento a la Contratación del Canal , 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 y el tercer proyecto corresponde al Powerbi del Plan Anual de Adquisiciones donde se pueden consultar los resultados de la contratación en tiempo real desagregado por fuente de financiamiento. |
| | | | | | 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. | Fortalecemos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional | 2.50% | 2.500% | Comunicaciones de los Procesos Internos<br>(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 los Procesos Internos de - + o - 10% con respecto a la vigencia anterior | Reducción del 53.26% en las Comunicaciones internas con respecto a la vigencia anterior | 127.49% | 100.00% | 100.00% | Durante el cuarto trimestre de la vigencia se realizaron las siguientes 269 actividades de Comunicación Interna:<br>Envío de correos masivos: 145, Tarjetas de cumpleaños: 85, Fechas especiales: 10, Boletines Parche Trece: 10, Campañas: 7, Eventos internos: 3, Concursos: 6, Visitas guiadas: 3<br><br>En 2021, durante el mismo periodo se realizaron 211 actividades de Comunicación Interna: Correos masivos: 112, Tarjetas de cumpleaños: 63, Fechas especiales: 11, Boletines Parche Treca: 14, Campañas Internas: 6, Eventos: 5, Concursos: 0, Visitas guiadas: 0<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: Comunicación Interna 2021 - Planner (office.com) |
| | | | | | 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% | 2.500% | 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% | 100.00% | Durante el trimestre, se llevó a cabo la proyección del Lineamiento dirigido a los supervisores de planta, así como la realización del diagnostico de los contratistas que constituyen un riesgo en materia de contrato realidad.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace:<br>https://onedrive.live.com/?authkey=%21AmGr%2Dh5F0ZaNTuImA&id=CA925CADD3D1406C%21794S&cid=CA925CADD3D1406C |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 21. Comité de Conciliación | 2.50% | A través de las convocatorias y decisiones sobre la viabilidad extrajaticial o judicial de los casos que sean sometidos al estudio del comite en pro de la protección de los recursos del canal. | Análisis jurídico de los casos especificos donde procede o no, la conciliación de la conformidad de la normatividad legal y existente para el caso concreto | 2.50% | 2.500% | 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% | 100.00% | A corte del 30 de diciembre de 2022, la Dirección Jurídica y Administrativa adelantó los 6 comités correspondientes al cuarto trimestre de la presente vigencia; no obstante, en el sharepoint no se evidencia el acta de comité No. 24 pues dicha sesión se llevó a cabo el día 29 de diciembre, motivo por el cual, se encuentra en aprobación.<br><br>Las evidencias podrán ser consultadas en el siguiente enlace: https://canalmce.sharepoint.com/:f:/s/JuridicaEzqe3KTz_-JMgKHUVyOtuB4xsqSV-SYYH_-Rk4e7h5g?e=CpnuXm |
| | | | | | 22. Liderazgo | 2.50% | A través de la medición de los proyectos que han realizado los Lideres y/o encargados de cada proceso | Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo | 2.50% | 2.500% | 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 Cuarto trimestre | 75% | 100.00% | 100.00% | A cuarto trimestre de la vigencia se realizó la tercera reunión del Comité de Gestión y Desempeño debido a que durante el proceso de empalme de Gerencia se requirió el espacio para tal fin. |