



PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL 2023

INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la Gestión Institucional del 2022 y de acuerdo con cada proceso, se establecieron las metas que orientarán la gestión de la entidad, por cada Perspectiva para la vigencia 2023.

En este sentido, se da cumplimiento a las mismas por medio de Estrategias de gestión que serán implementadas a lo largo del año.

A continuación se presenta por cada perspectiva, el indicador de acción, su fórmula, la frecuencia con la que se medirá y la meta acción que le corresponde.

Finalmente se presentan las modificaciones de algunos de con su respectiva justificación, fórmula, periodicidad de seguimiento y meta acción.



INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META ACCIÓN
1. Aumento de Contenidos Regionales	Fortalecer la capacidad de producción propia	Contenido InHouse	$(\text{Horas producidas de contenido en región en el periodo actual} / \text{Horas producidas de contenido en región en el vigencia anterior}) * 105$	Anual	Aumentar en 5 % las horas producidas de contenidos de actualidad y/o en directo, en relación con la vigencia anterior.
	Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	Semillero de Proyectos de Contenidos	$(\text{Cantidad de proyectos seleccionados en el portafolio de Semillero Trece} / \text{Meta de proyectos de la vigencia}) * 100$	10	Acompañar a diez (10) proyectos del portafolio de Proyectos Semillero Trece hasta la etapa final de desarrollo (etapa C-Maduración).
	Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	Programa de Convocatorias Abiertas	$(\text{Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual} / \text{Meta de proyectos de la vigencia adjudicados}) * 100$	Anual	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas
	Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	Convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	$(\text{Cantidad de convenios firmados en el periodo actual} / \text{Meta de Convenios firmados establecida para la vigencia}) * 100$	Anual	Coordinar desde la parte técnica la ejecución de dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos
	Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece	Contenidos especial	$(\text{Cantidad de Contenidos Especiales producidos en el periodo actual} / \text{Meta de producción de contenidos especiales establecida para la vigencia}) * 100$	Anual	Producción de cuatro (5) contenidos especiales regionales y/o culturales



INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META ACCIÓN
2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	Producir series para pantallas digitales	Producir Serie de 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
		Producir 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
3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación	Emitir el 75% de programación cultural y educativa	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 emitidas) * 100	Trimestral	75% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo
	3% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	Programación contenido étnico, de inclusión social e identidad de género a nivel regional, nacional e internacional.	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido incluyente durante el periodo actual / Número máximo de horas semanales emitidas) * 100	Trimestral	3% de emisión de contenidos incluyentes



INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META DE ACCIÓN
4. Comprensión y medición de Televidentes y Audiencia Digital	Comprender y medir las características, preferencias y comportamientos de la Audiencia Trece	Plan de Comprensión de Audiencias	$(\text{Número de estudios de Audiencia en las Regiones Trece realizados y publicados en la página web en la vigencia actual} / \text{Meta de estudios de Audiencia en las Regiones Trece establecida para la vigencia}) * 100$	Anual	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece
5. Aumento de Audiencias y Usuarios	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	Alcance de Televidentes	$(\text{Número promedio de Alcance Efectivo de Televidentes durante el trimestre actual} / \text{Meta de Alcance Efectivo promedio de Televidentes proyectada para el trimestre}) * 100$	Trimestral	Alcance Efectivo de 430.000. Televidentes promedio trimestral
	Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	Activo Digital	$(\text{Cantidad de Usuarios del Activo Digital del Canal durante el periodo trimestral} / \text{Meta de Usuarios del Activo Digital proyectada para el trimestre actual}) * 100$	Trimestral	A cierre de 2023 haber alcanzado 6 millones de usuarios en el activo digital total del año.
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	Proyectos Audiovisuales Interactivos	$(\text{Cantidad de Proyectos Audiovisuales Interactivos realizados en el periodo actual} / \text{Meta de Proyectos Audiovisuales Interactivos establecida para la vigencia}) * 100$	Anual	Realizar 4 Proyectos Audiovisuales Interactivos

* Teniendo en cuenta que el Plan Estratégico de Comunicaciones es de carácter normativo y de cumplimiento para el funcionamiento del área a cargo, se elimina de la perspectiva 6 dicho indicador, este también puede verse reflejado en las acciones que efectúa el proceso de Mercadeo.



INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META DE ACCIÓN
7. Alianzas	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	Alianzas con Medios de Comunicación	$(\text{Número de alianzas suscritas en la vigencia actual} / \text{Meta de alianzas suscritas para la vigencia actual}) * 100$	Anual	Suscribir ocho (8) alianzas con medios de comunicación, con el fin de fortalecer sus canales de comunicación y difusión de información corporativa e institucional
8. Gestión de Relaciones Públicas	Posicionar la Marca Trece a través de un trabajo articulado con Entes Públicos y Privados	Plan de Comunicación Externa - divulgación, promoción y RRPP.	$(\text{Número de espacios de diálogo y difusión realizados con stakeholders previstos en el periodo} / \text{Número de espacios de diálogo y difusión realizados con stakeholders planeados en el periodo}) * 100$	Trimestral	Cumplir con el 100% del Plan de Relaciones Públicas
9. Experiencia Web	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	Experiencia Web Freenium	$(\text{Número de seguidores nuevos de la experiencia Web Freenium en la vigencia actual} / \text{Meta de seguidores de la experiencia Web Freenium proyectados para la vigencia actual}) * 100$	Anual	Obtener 8000 seguidores en la experiencia web Freenium



Iniciativa Estratégica	Acciones	Indicador Acción	FÓRMULA	FRECUENCIA	Meta de Acción
10. Gestión de Recursos Financieros	Mantener el control de Recursos Financieros a través de la Gestión y Seguimiento Continuo	Seguimiento y Control a la Ejecución de Proyectos	$(\text{Ingresos}-\text{Costo directo de los proyectos} / \text{Valor antes de IVA de los proyectos})$	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%
		Gasto de Administración	$\text{Gastos de Administración vigencia actual}-\text{Gastos de Administración de la vigencia anterior} / \text{Gastos de administración de la vigencia anterior.}$	Trimestral	Incremento del Gasto de Administración $\leq 16\%$
		Gestión de Cartera	$(\text{Saldo cartera vencida durante el periodo} / \text{Total Facturación del periodo}) * 100$	Trimestral	Porcentaje de Cartera Vencida $\leq 1\%$
		Seguimiento al Flujo de Caja	$(\text{Número de informes de Flujo de Caja entregados a la Gerencia en el periodo actual} / \text{Meta de informes de Flujo de Caja entregados a la Gerencia proyectados para el periodo actual}) * 100$	Trimestral	12 Informes Anuales de Gerencia
11. Posicionamiento Comercial	Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual	Presencia de marca en eventos del sector virtuales y/o presenciales	$(\text{Número de eventos asistidos} / \text{Número de eventos proyectados}) * 100$	Anual	Asistir al menos a 10 eventos del sector, culturales y comerciales a nivel nacional durante de la vigencia.
	Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes (CRM)	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%

* Teniendo en cuenta que el Plan de Mercadeo es de carácter normativo y de cumplimiento para el funcionamiento del área a cargo, se elimina de las perspectiva 11 dicho indicador.



Iniciativa Estratégica	Acciones	Indicador Acción	FÓRMULA	FRECUENCIA	Meta de Acción
12. Portafolio de Servicios	Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos.	Suscripción de alianzas	$(\text{Número de alianzas suscritas} / \text{Número de alianzas proyectadas}) * 100$	Anual	Celebrar cincuenta y cinco (55) alianzas estratégicas durante la vigencia.
	Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior.	Ingresos por ventas de prestación de servicios.	$(\text{Ingresos por ventas por prestación de servicios en la vigencia actual} / 80\% \text{ de los ingresos por ventas por prestación de servicios de la vigencia anterior}) * 100$	Anual	Para la vigencia 2023 la meta para ingresos por concepto de ventas a través de contratos, convenios interadministrativos y ordenes de pauta es por la suma de 29.015.666.692
	Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos dos clientes nuevos	Cantidad de clientes nuevos.	6 clientes nuevos para la vigencia 2023.	Anual	Aumentar en 6 clientes nuevos o que no hayan estado vinculados con la entidad en la vigencia anterior.



Iniciativa Estratégica	Acciones	Indicador Acción	FÓRMULA	FRECUENCIA	Meta de Acción
13. Fortalecimiento y Apropiación del MIPG	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG	Avance MIPG	(Resultado MIPG para la vigencia actual / Resultado MIPG proyectado)	Anual	Alcanzar un 80% en el nivel de avance de la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG.
		Divulgaciones Anuales	(#de sensibilizaciones sobre las acciones realizadas desde el MIPG de la entidad en el periodo actual / Meta de sensibilizaciones sobre el MIPG de la entidad establecido para el periodo) * 100	Anual	Realizar 20 Divulgaciones internas sobre el MIPG de la entidad.
14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	Realizar despliegue del Marco Estratégico	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico	(# 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 75% del despliegue del Marco Estratégico para la vigencia 2023 con un mínimo de 5 seguimientos anuales.
	Realizar seguimiento y control a la Gestión	Cumplimiento Plan Anual de Auditorías y Seguimientos	(# de actividades del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos realizadas en el periodo actual / Meta de actividades del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos establecida para la vigencia) * 100	Trimestral	Cumplir con el 90% del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos aprobado por el CICC
15. Planes de Fortalecimiento TIC	Contribuir desde las TIC al fortalecimiento del Desempeño Organizacional	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 la vigencia) *100	Trimestral	Dar cumplimiento al 90% de las actividades planteadas en el Plan Maestro de Seguridad de la Información durante la vigencia 2023
		Diseño de productos tecnológicos para el fortalecimiento del portafolio de servicios del canal.	No. de productos o servicios tecnológicos diseñados	Anual	Diseñar cuatro (4) productos o servicios tecnológicos.
		Renovación tecnológica y transformación digital	(No. Proyectos elaborados según lo dispuesto en el PETIC/No. Proyectos relacionados en el PETIC)*100	Anual	Elaborar mínimo el 40% de los proyectos relacionados en el PETIC

* Teniendo en cuenta que el PETIC es de carácter normativo y de cumplimiento para el funcionamiento del área a cargo, se modifican de la perspectiva dicho indicador



Iniciativa Estratégica	Acciones	Indicador Acción	FÓRMULA	FRECUENCIA	Meta de Acción
16. Plan Estratégico de Talento Humano	Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	Fortalecimiento de competencias laborales	# de capacitaciones ejecutadas en el PIC para el periodo evaluado/ # de capacitaciones proyectadas en el PIC para periodo evaluado.	Trimestral	Ejecutar el 100% del Plan Institucional de Capacitación.
		Estándares del SGSST	(Actividades ejecutadas 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
17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	Índice de Transparencia Activa	Reporte	Anual	90% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa
		Plan Ambiental	(Actividades ejecutadas 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
		Apropiación PQRSD	# de PQRSD contestadas en término y de fondo en el periodo / # de PQRSD recibidas en el periodo	Trimestral	Brindar un 100% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD
18. Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	Innovación y Gestión del Conocimiento	(Numero de proyectos ejecutados y entregados en el periodo / Número de proyectos de innovación proyectados en el periodo) *100	Anual	Implementar el 75% del Proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento



Iniciativa Estratégica	Acciones	Indicador Acción	FÓRMULA	FRECUENCIA	Meta de Acción
19. Plan de Comunicación Organizacional	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	Comunicaciones de los Procesos Internos (Impactos de comunicaciones internas)	$(\text{Número de impactos de comunicación interna en el periodo de la vigencia actual} / \text{Número de impactos de comunicación interna en el periodo de la vigencia anterior}) * 100$	Trimestral	Mantener un margen de tolerancia de + o - 10% en Comunicaciones interna de los Procesos Internos con respecto a la vigencia anterior
20. Defensa Jurídica	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición de la política de daño antijurídico	Política de Daño Antijurídico	$(\text{Actividades ejecutadas del Cronograma de la Política de Daño Antijurídico en el periodo} / \text{Actividades proyectadas de la Política de Plan de Daño Antijurídico en el periodo}) * 100$	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de la Política de Daño Antijurídico
21. Comité de Conciliación	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	Comité de Conciliación	$(\text{Actividades ejecutadas previstas en Plan de Acción y Cronograma del Comité de conciliación} / \text{Actividades previstas en Plan de Acción y Cronograma del Comité de conciliación}) * 100$	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de los Comités de Conciliación
21. Liderazgo	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo	Modelo de Liderazgo	$(\text{Cumplimiento de las actividades del Cronograma de Implementación del Modelo de Liderazgo en el periodo} / \text{Actividades proyectadas del Cronograma de Implementación del Modelo de Liderazgo en el periodo}) * 100$	Anual	Realizar un avance del 60% en la Implementación del Modelo de Liderazgo

