

INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META ACCIÓN	II TRIMESTRE
1. Aumento de Contenidos Regionales	Fortalecer la capacidad de producción propia	Contenido InHouse GERMAN JULIA	(Horas producidas de contenido en región en el	Anual	Aumentar en 5% las horas producidas de contenidos	100%
	Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	Semillero de Proyectos de Contenidos LUISA RAMIREZ	(Cantidad de proyectos seleccionados en el portafolio de Semillero	10	Acompañar a diez (10) proyectos del portafolio de Proyectos Semillero Trece	30%
	Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	Programa de Convocatorias Abiertas LUISA RAMIREZ	(Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual / Meta de proyectos	Anual	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	50%
	Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	Convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos LUISA RAMIREZ	(Cantidad de convenios firmados en el periodo actual / Meta de Convenios firmados establecida para	Anual	Coordinar desde la parte técnica la ejecución de dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para	0%
	Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de	Contenidos especial GERMAN JULIA	(Cantidad de Contenidos Especiales producidos en el	Anual	Producción de cuatro (5) contenidos especiales	110%
2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	Producir series para pantallas digitales	Producir Serie de Podcast CAMILO CABALLERO	(Cantidad de Series Podcast producidas y	Anual	95% (Con Julio en el Trece, El Podcast con Alejandro	75%
		Producir Serie Web CAMILO CABALLERO	(Cantidad de Series Web producidas y publicadas en	Anual	100% (Series web como Rezeteando, Master Crispi,	60%
3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación	Emitir el 75% de programación cultural y educativa	Programación Cultural y Educativa NATHALIA MONTEALEGRE	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido	Trimestral	75% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	79%
	3% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacústica	Programación contenido étnico, de inclusión social e identidad de género a nivel regional, nacional e internacional. NATHALIA MONTEALEGRE	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido incluyente durante el periodo actual / Número	Trimestral	3% de emisión de contenidos incluyentes	3%
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 ANDRES CAÑON	(Número de estudios de Audiencia en las Regiones Trece realizados y	Anual	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones	0%
5. Aumento de Audiencias y Usuarios	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	Alcance de Televidentes ANDRES CAÑON	(Número promedio de Alcance Efectivo de	Trimestral	Alcance Efectivo de 430.000. Televidentes	435.780
	Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	Activo Digital CAMILO CABALLERO	(Cantidad de Usuarios del Activo Digital del Canal durante el periodo trimestral / Meta de Usuarios del Activo Digital	Trimestral	A cierre de 2023 haber alcanzado los 6 millones de usuarios en el activo digital total del año.	3.208.734
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	Proyectos Audiovisuales Interactivos CAMILO CABALLERO	(Cantidad de Proyectos Audiovisuales Interactivos realizados en el periodo	Anual	Realizar 4 Proyectos Audiovisuales Interactivos	100%
7. Alianzas	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	Alianzas con Medios de Comunicación DIEGO MONROY	(Número de alianzas suscritas en la vigencia actual / Meta de alianzas	Anual	Suscribir ocho (8) alianzas con medios de comunicación, con el fin de	0%
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 RPPP. DIEGO MONROY	(Número de espacios de diálogo y difusión realizados con stakeholders	Trimestral	Cumplir con el 100% del Plan de Relaciones Públicas	36.3%
9. Experiencia Web	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	Experiencia Web Freemium CAMILO CABALLERO	(Número de seguidores nuevos de la experiencia	Anual	Obtener 8000 seguidores en la experiencia web Freemium	50%
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 ELIANA SANABRIA	(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	9.76%
		Gasto de Administración ELIANA SANABRIA	Gastos de Administración vigencia actual-Gastos de	Trimestral	Incremento del Gasto de Administración <0=16%	-5,61%
		Gestión de Cartera GINA SÁNCHEZ	(Saldo cartera vencida durante el periodo / Total	Trimestral	Porcentaje de Cartera Vencida <0=1%	0
		Seguimiento al Flujo de Caja ELIANA SANABRIA	(Número de informes de Flujo de Caja entregados a	Trimestral	12 Informes Anuales de Gerencia	100%
11. Posicionamiento Comercial	Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual	Presencia de marca en eventos del sector virtuales y/o presenciales WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	(Número de eventos asistidos/ Número de eventos proyectados) * 100	Anual	Asistir al menos a 10 eventos del sector, culturales y comerciales a nivel nacional durante de la vigencia.	110%
	Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes (CRM)	Satisfacción del Cliente WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	85 % promedios de la calificación de las encuestas aplicadas	Semestral	Aplicar una encuesta de satisfacción del cliente dos (2) veces al año. Con un	93%
12. Portafolio de Servicios	Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de	Suscripción de alianzas WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	(Número de alianzas suscritas / Número de alianzas proyectadas) * 100	Anual	Celebrar cincuenta y cinco (55) alianzas estratégicas durante la vigencia.	56.36%
	Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior.	Ingresos por ventas de prestación de servicio. WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	(Ingresos por ventas por prestación de servicios en la vigencia actual / 80% de los ingresos por ventas por	Anual	Para la vigencia 2023 la meta para ingresos por concepto de ventas a través de contratos, convenios	134.86%
	Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos	Cantidad de clientes nuevos. WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	6 clientes nuevos para la vigencia 2023.	Anual	Aumentar en 6 clientes nuevos o que no hayan estado vinculados con la	133.3%
13. Fortalecimiento y Apropiación del MIPG	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG	Avance MIPG SHARON ROJAS	(Resultado MIPG para la vigencia actual / Resultado	Anual	Alcanzar un 80% en el nivel de avance de la	50%
		Divulgaciones Anuales SHARON ROJAS	(#de sensibilizaciones sobre las acciones	Anual	Realizar 20 Divulgaciones internas sobre el MIPG de la	10%
14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	Realizar despliegue del Marco Estratégico	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico CINDY ARIZA	(# de seguimientos del plan de acción entregados a la Cerencia y comité	Anual	Realizar un 75% del despliegue del Marco Estratégico para la vigencia	100%
	Realizar seguimiento y control a la Gestión	Cumplimiento Plan Anual de Auditorías y Seguimientos CARLOS ÁLVAREZ	(# de actividades del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos realizadas en	Trimestral	Cumplir con el 90% del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos aprobado por	100%
15. Planes de Fortalecimiento TIC	Contribuir desde las TIC al fortalecimiento del Desempeño Organizacional	Seguridad de la información GONZALO JOYA	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma	Trimestral	Dar cumplimiento al 90% de las actividades	60%
		Diseño de productos tecnológicos para el fortalecimiento del portafolio de servicios del canal. GONZALO JOYA	No. de productos o servicios tecnológicos diseñados	Anual	Diseñar cuatro (4) productos o servicios tecnológicos.	42.8%
		Renovación tecnológica y transformación digital GONZALO JOYA	(No. Proyectos elaborados según lo dispuesto en el PETIC/No. Proyectos	Anual	Elaborar mínimo el 40% de los proyectos relacionados en el PETIC	36.3%
16. Plan Estratégico de Talento	Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la	Fortalecimiento de competencias laborales	# de capacitaciones ejecutadas en el PIC para el	Trimestral	Ejecutar el 100% del Plan Institucional de	30%

16. Plan Estratégico de Talento Humano	Dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	SHARON ROJAS	periodo evaluado/ # de		Capacitación.	
		Estándares del SGSST VIVIANA BUSTOS	(Actividades ejecutadas del Cronograma del SGSST /	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 100% de	34%
17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	Índice de Transparencia Activa ANGELA HOYOS	Reporte	Anual	90% en cumplimiento del Índice de Transparencia	0%
		Plan Ambiental VIVIANA BUSTOS	(Actividades ejecutadas del Cronograma del Plan de	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 90 % del	43%
		Apropiación PQRSD JONATHAN NIETO	# de PQRSD contestadas en término y de fondo en el	Trimestral	Brindar un 100% de respuestas oportunas y	99%
18. Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	Innovación y Gestión del Conocimiento CINDY ARIZA	(Número de proyectos ejecutados y entregados en el periodo / Número de	Anual	Implementar el 75% del Proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	35%
19. Plan de Comunicación Organizacional	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	Comunicaciones de los Procesos Internos (Impactos de comunicaciones internas) DIEGO MONROY	(Número de impactos de comunicación interna en el periodo de la vigencia actual / Número de impactos de comunicación	Trimestral	Mantener un margen de tolerancia de + o - 10% en Comunicaciones interna de los Procesos Internos con respecto a la vigencia	36.5%
20. Defensa Jurídica	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición	Política de Daño Antijurídico JONATHAN NIETO	(Actividades ejecutadas del Cronograma de la Política	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de la Política de Daño	100%
21. Comité de Conciliación	Análisis jurídico de los casos específicos donde procede o no, la conciliación de la	Comité de Conciliación JONATHAN NIETO	(Actividades ejecutadas previstas en Plan de Acción	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de los Comités de	100%
22. Liderazgo	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo	Modelo de Liderazgo CINDY ARIZA	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma	Anual	Realizar un avance del 60% en la Implementación del	100%