

INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META ACCIÓN	IV TRIMESTRE
1. Aumento de Contenidos Regionales	Fortalecer la capacidad de producción propia	Contenido InHouse <b>GERMAN JULIA</b>	(Horas producidas de contenido en región en el	Anual	Aumentar en 5% las horas producidas de contenidos	194%
	Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	Semillero de Proyectos de Contenidos <b>LUISA RAMIREZ</b>	(Cantidad de proyectos seleccionados en el portafolio de Semillero	10	Acompañar a diez (10) proyectos del portafolio de Proyectos Semillero Trece	100%
	Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	Programa de Convocatorias Abiertas <b>LUISA RAMIREZ</b>	(Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual / Meta de proyectos	Anual	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	150%
	Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	Convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos <b>LUISA RAMIREZ</b>	(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	100%
	Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de	Contenidos especial <b>GERMAN JULIA</b>	(Cantidad de Contenidos Especiales producidos en el	Anual	Producción de cuatro (5) contenidos especiales	100%
2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	Producir series para pantallas digitales	Producir Serie de Podcast <b>CAMILO CABALLERO</b>	(Cantidad de Series Podcast producidas y	Anual	95% (Con Julio en el Trece, El Podcast con Alejandro	100%
		Producir Serie Web <b>CAMILO CABALLERO</b>	(Cantidad de Series Web producidas y publicadas en	Anual	100% (Series web como Rezeteano, Master Crispí,	100%
3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación	Emitir el 75% de programación cultural y educativa	Programación Cultural y Educativa <b>NATHALIA MONTEALEGRE</b>	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido	Trimestral	75% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	89%
	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. <b>NATHALIA MONTEALEGRE</b>	(Número promedio de horas semanales de emisión de contenido incluyente durante el periodo actual / Número	Trimestral	3% de emisión de contenidos incluyentes	100%
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 <b>ANDRES CAÑON</b>	(Número de estudios de Audiencia en las Regiones Trece realizados y	Anual	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones	100%
5. Aumento de Audiencias y Usuarios	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	Alcance de Televidentes <b>ANDRES CAÑON</b>	(Número promedio de Alcance Efectivo de	Trimestral	Alcance Efectivo de 430.000. Televidentes	94%
	Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	Activo Digital <b>CAMILO CABALLERO</b>	(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.	78%
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	Proyectos Audiovisuales Interactivos <b>CAMILO CABALLERO</b>	(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 <b>DIEGO MONROY</b>	(Número de alianzas suscritas en la vigencia actual / Meta de alianzas	Anual	Suscribir ocho (8) alianzas con medios de comunicación, con el fin de	125%
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. <b>DIEGO MONROY</b>	(Número de espacios de diálogo y difusión realizados con stakeholders	Trimestral	Cumplir con el 100% del Plan de Relaciones Públicas	65%
9. Experiencia Web	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	Experiencia Web Freemium <b>CAMILO CABALLERO</b>	(Número de seguidores nuevos de la experiencia	Anual	Obtener 8000 seguidores en la experiencia web Freemium	100%
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 <b>ELIANA SANABRIA</b>	(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	43%
		Gasto de Administración <b>ELIANA SANABRIA</b>	Gastos de Administración vigencia actual-Gastos de	Trimestral	Incremento del Gasto de Administración <0=16%	100%
		Gestión de Cartera <b>GINA SÁNCHEZ</b>	(Saldo cartera vencida durante el periodo / Total	Trimestral	Porcentaje de Cartera Vencida <0=1%	0%
		Seguimiento al Flujo de Caja <b>ELIANA SANABRIA</b>	(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 <b>WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ</b>	(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.	150%
	Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes (CRM)	Satisfacción del Cliente <b>WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ</b>	85 % promedios de la calificación de las encuestas aplicadas	Semestral	Aplicar una encuesta de satisfacción del cliente dos (2) veces al año. Con un	100%
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 <b>WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ</b>	(Número de alianzas suscritas / Número de alianzas proyectadas ) * 100	Anual	Celebrar cincuenta y cinco (55) alianzas estratégicas durante la vigencia.	100%
	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. <b>WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ</b>	(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	100%
	Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos	Cantidad de clientes nuevos. <b>WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ</b>	6 clientes nuevos para la vigencia 2023.	Anual	Aumentar en 6 clientes nuevos o que no hayan estado vinculados con la	100%
13. Fortalecimiento y Apropiación del MIPG	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG	Avance MIPG <b>SHARON ROJAS</b>	(Resultado MIPG para la vigencia actual / Resultado	Anual	Alcanzar un 80% en el nivel de avance de la	100%
		Divulgaciones Anuales <b>SHARON ROJAS</b>	(#de sensibilizaciones sobre las acciones	Anual	Realizar 20 Divulgaciones internas sobre el MIPG de la	100%
14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	Realizar despliegue del Marco Estratégico	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico <b>CINDY ARIZA</b>	(# 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 Auditorias y Seguimientos <b>CARLOS ÁLVAREZ</b>	(# de actividades del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos realizadas en	Trimestral	Cumplir con el 90% del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos aprobado por	92%
15. Planes de Fortalecimiento TIC	Contribuir desde las TIC al fortalecimiento del Desempeño Organizacional	Seguridad de la información <b>GONZALO JOYA</b>	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma	Trimestral	Dar cumplimiento al 90% de las actividades	90%
		Diseño de productos tecnológicos para el fortalecimiento del portafolio de servicios del canal. <b>GONZALO JOYA</b>	No. de productos o servicios tecnológicos diseñados	Anual	Diseñar cuatro (4) productos o servicios tecnológicos.	100%
		Renovación tecnológica y transformación digital <b>GONZALO JOYA</b>	(No. Proyectos elaborados según lo dispuesto en el PETIC/No. Proyectos	Anual	Elaborar mínimo el 40% de los proyectos relacionados en el PETIC	50%
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	100%

16. Plan Estratégico de Talento Humano	Dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	<b>SHARON ROJAS</b>	periodo evaluado/ # de		Capacitación.	
		Estándares del SGSST <b>VIVIANA BUSTOS</b>	(Actividades ejecutadas del Cronograma del SGSST /	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 100% de	98%
17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	Índice de Transparencia Activa <b>ANGELA HOYOS</b>	Reporte	Anual	90% en cumplimiento del Índice de Transparencia	80%
		Plan Ambiental <b>VIVIANA BUSTOS</b>	(Actividades ejecutadas del Cronograma del Plan de	Trimestral	Implementar y dar cumplimiento al 90 % del	100%
		Apropiación PQRSD <b>JONATHAN NIETO</b>	# 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 <b>CINDY ARIZA</b>	(Número de proyectos ejecutados y entregados en el periodo / Número de	Anual	Implementar el 75% del Proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	100%
19. Plan de Comunicación Organizacional	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	Comunicaciones de los Procesos Internos (Impactos de comunicaciones internas) <b>DIEGO MONROY</b>	(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	83%
20. Defensa Jurídica	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición	Política de Daño Antijurídico <b>JONATHAN NIETO</b>	(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 <b>JONATHAN NIETO</b>	(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 <b>CINDY ARIZA</b>	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma	Anual	Realizar un avance del 60% en la Implementación del	100%