

INICIATIVA ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	FÓRMULA	FRECUENCIA	META ACCIÓN	I TRIMESTRE
1. Aumento de Contenidos Regionales	Fortalecer la capacidad de producción propia	Contenido InHouse GERMAN JULA	(Horas producidas de contenido en región en el periodo actual / 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.	20%
	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 Trece / 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).	30%
	Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	Programa de Convocatorias Abiertas LUISA RAMIREZ	(Cantidad de proyectos adjudicados en el vigencia actual / Meta de proyectos de la vigencia adjudicados) * 100	Anual	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	0%
	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 la vigencia) * 100	Anual	Coordinar desde la parte técnica la ejecución de dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	0%
	Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece	Contenidos especial GERMAN JULA	(Cantidad de Contenidos Especiales producidos en el periodo actual / Meta de producción de contenidos especiales establecida para la vigencia) * 100	Anual	Producción de cuatro (5) contenidos especiales regionales y/o culturales	20%
2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	Producir series para pantallas digitales	Producir Serie de Podcast CAMILO CABALLERO	(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	95% (Con Julio en el Trece, El Podcast con Alejandro Marín y Un hogar para embrujar).	70%
		Producir Serie Web CAMILO CABALLERO	(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	100% (Series web como Rezeteando, Master Crispi, Conexión, Adultezcente, Cronopios).	20%
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 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	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. NATHALIA MONTEALEGRE	(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	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 publicados en la página web en la vigencia actual / 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	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 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	430.280
	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 proyectada para el	Trimestral	A cierre de 2023 haber alcanzado los 6 millones de usuarios en el activo digital total del año.	1.533.831

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 actual / Meta de Proyectos Audiovisuales Interactivos establecida para la vigencia) * 100	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 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	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 RRPP. DIEGO MONROY	(Número de espacios de diálogo y difusión realizados con stakeholders previstos en el periodo/ 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	5%
9. Experiencia Web	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	Experiencia Web Freenium CAMILO CABALLERO	(Número de seguidores nuevos de la experiencia Web Freenium en la vigencia actual / Meta de seguidores de la experiencia Web Freenium proyectados para la vigencia actual) * 100	Anual	Obtener 8000 seguidores en la experiencia web Freenium	20%
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 garanticen el cubrimiento del gasto fijo de operación y funcionamiento en un 22%	-19,09%
		Gasto de Administración ELIANA SANABRIA	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=16%	-23,43%
		Gestión de Cartera GINA SÁNCHEZ	(Saldo cartera vendida durante el periodo / Total Facturación del periodo) * 100	Trimestral	Porcentaje de Cartera Vendida <0=1%	4,72%
		Seguimiento al Flujo de Caja ELIANA SANABRIA	(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 el periodo actual) * 100	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.	30\$
	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 resultado de puntuación mayor o igual al 85%	N/A
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 WILLIAM BUSTOS LAURA PEREZ	(Número de alianzas suscritas / Número de alianzas proyectadas) * 100	Anual	Celebrar cincuenta y cinco (55) alianzas estratégicas durante la vigencia.	18,18%
	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 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	10,48%
	Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos dos clientes nuevos	Cantidad de clientes nuevos. WILLIAM BUSTOS	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.	66,66%

		LAURA PEREZ				
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.	10%
		SHARON ROJAS				
		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)	Anual	Realizar 20 Divulgaciones internas sobre el MIPG de la entidad.	5%
		SHARON ROJAS				
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) *	Anual	Realizar un 75% del despliegue del Marco Estratégico para la vigencia 2023 con un mínimo de 5 seguimientos anuales.	100%
	Realizar seguimiento y control a la Gestión	Cumplimiento Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	(# 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	0%
		CINDY ARIZA				
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	40%
		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.	27,20%
		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	27,20%
		GONZALO JOYA				
		GONZALO JOYA				
		GONZALO JOYA				
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.	10%
		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	21%
		SHARON ROJAS				
		VIVIANA BUSTOS				
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	0%
		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	19%
		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	99%
		ANGELA HOYOS				
		VIVIANA BUSTOS				
		JONATHAN NIETO				
18. Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	Innovación y Gestión del Conocimiento	(Número 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	0%
		CINDY ARIZA				
19. Plan de Comunicación Organizacional	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	Comunicaciones de los Procesos Internos (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 de + o - 10% en Comunicaciones interna de los Procesos Internos con respecto a la vigencia anterior	41%
		DIEGO MONROY				

20. Defensa Jurídica	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición de la política de daño antijurídico	Política de Daño Antijurídico JONATHAN NIETO	(Actividades ejecutadas 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	100%
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 JONATHAN NIETO	(Actividades ejecutadas previstas en Plan de Acción y Cronograma del Comité de conciliación / Actividades previstas en Plan de Acción y Cronograma del Comité de conciliación)* 100	Trimestral	Dar cumplimiento al 100% de los Comités de Conciliación	100%
22. Liderazgo	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo	Modelo de Liderazgo CINDY ARIZA	(Cumplimiento de las actividades del Cronograma de Implementación del Modelo de Liderazgo en el periodo / 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	90%