

PLAN ACCION 2016
RESULTADOS ACUMULADOS A 31 DE DICIEMBRE DE 2016

AVANCE ACUMULADO EN EL
 TRIMESTRE 4

PDA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INICIATIVA ESTRATÉGICA (PROGRAMA)	META 2016	PRESUPUESTO PROYECTADO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	UNIDAD DE MEDIDA	AVANCE META	% DE CUM
Gestión Financiera	Modelo de Negocio	Incrementar los ingresos del Canal	Venta de servicios de Proyectos Especiales	14	\$15,421,726,393	Número de servicios vendidos	Servicios vendidos	Número	14	100%
			Venta de servicios Operador Logístico	1	\$960,000,000	Número de servicios vendidos	Servicios vendidos	Número	4	100%
			Comercialización de formatos propios	3	\$75,300,000	Número de formatos propios vendidos	Formatos propios vendidos	Número	0	0
			Venta de espacios de emisión	\$1,097,082,800	\$42,400,000	Ingresos generados	Ingresos	Valor	452,157,248	41%
			Venta de pauta publicitaria	\$543,400,000	N/A	Ingresos generados	Ingresos	Valor	676,673,596	100%
			Venta de servicios de digitalización	2	\$16,773,398,400	Número de servicios vendidos	Servicios vendidos	Número	0	0
			Venta de servicios digitales	39	\$25,701,867	Número de servicios digitales vendidos	Servicios digitales vendidos	Número	40	100%
Gestión Misional y de Gobierno - Gestión Financiera	Modelo de Negocio	Gestionar recursos financieros	Producción de contenidos para la parrilla del Canal.	10	\$4,187,718,043	Número de contenidos financiados por la ANTV	Contenidos financiados por la ANTV	Número	10	100%
			Asignación de recursos para la producción de contenidos con enfoque regional a través de productoras independientes	20%	\$1,046,929,511	Recursos asignados a productoras independientes/Recursos disponibles para	Porcentaje de recursos asignados a productoras independientes	Porcentaje	20%	100%
			Asignación de recursos para infraestructura	10%	\$250,809,747	Recursos asignados para infraestructura/Recursos disponibles para asignar a	Porcentaje de recursos asignados a infraestructura	Porcentaje	10%	100%
			Asignación de recursos para Soporte, administración y operación de la red (AOM)	100%	\$803,400,000	Recursos asignados para AOM de la red/ Recursos disponibles para AOM de la red	Estaciones en funcionamiento	Número	100%	100%
Eficiencia Administrativa	Modelo de Negocio	Administrar y optimizar eficientemente los recursos financieros	Ejecución presupuestal de ingresos	~ 90		Recursos ejecutados/ Recursos asignados	Porcentaje de recursos ejecutados	Porcentaje	70.00%	78%
			Ejecución presupuestal de gastos	~ 90		Recursos ejecutados/ Recursos presupuestados	Porcentaje de recursos ejecutados	Porcentaje	98%	100%

PDA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INICIATIVA ESTRATÉGICA (PROGRAMA)	META 2016	PRESUPUESTO PROYECTADO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	UNIDAD DE MEDIDA	AVANCE META	% DE CUM
Gestión Misional y de Gobierno	Nuestro Público	Producir y generar contenidos de calidad	Producir contenidos audiovisuales en alta definición para la pantalla del Canal	100%		Número de contenidos producidos en alta definición/ Total de contenidos producidos	Contenidos producidos en alta definición	Porcentaje	100%	100%
			Emitir contenidos audiovisuales en alta definición	100%		Número de contenidos emitidos en alta definición/ Total de contenidos emitidos	Contenidos emitidos en alta definición	Porcentaje	100%	100%
			Desarrollar productos audiovisuales convergentes	996		Número de productos audiovisuales convergentes desarrollados	Productos audiovisuales convergente	Número	853	86%
		Consolidar y promover la imagen del Canal	Generar estrategias que permitan la visibilización de los proyectos del Canal.	15	\$30,000,000.00	Número de estrategias generadas	Visibilización de la marca	Número	14	93%
			Generar alianzas estratégicas de mercadeo para necesidades internas de los procesos de apoyo del Canal	10	N/A	Número de alianzas estratégicas de mercadeo generadas (necesidades internas de los procesos de apoyo)	Satisfacción de las necesidades internas de los procesos de apoyo	Número	10	100%
			Generar alianzas estratégicas de mercadeo para el posicionamiento y/o fidelización de la marca.	20	N/A	Número de alianzas estratégicas de mercadeo generadas (posicionamiento y/o fidelización de la marca)	Posicionamiento de marca	Número	27	100%
			Generar alianzas con medios de comunicación y/o relaciones free press	10	N/A	Número de alianzas con medios de comunicación generadas	Posicionamiento de marca	Número	10	100%
			Descentralizar la realización de los contenidos, impactando la región de cobertura.	20%	N/A	Número de contenidos realizados fuera de Bogotá/ Total de contenidos realizados	Contenidos realizados fuera de Bogotá, D. C.	Número	20%	100%
			Consolidar la presencia digital del Canal en las redes sociales donde tiene presencia	Generar estrategias que permitan consolidar la presencia digital del canal en redes sociales	Incremento Seguidores	N/A	Número de seguidores actuales > a número de seguidores periodo anterior	Consolidación de la marca en medios digitales	Número	12495
		Garantizar la trasmisión de la señal en el área de cobertura asignada al Canal	Garantizar la puesta en funcionamiento de las estaciones de Televisión Digital Terrestre (TDT)	60%	N/A	Número de estaciones TDT/ Total de estaciones	Cobertura de la señal digital TDT	Porcentaje	60%	100%
			Garantizar la cobertura de la red digital DTH	60%	N/A	% de cubrimiento de la señal en la zonas donde no hay señal digital	Cobertura de la señal digital DTH	Porcentaje	0	0
			Garantizar la cobertura de la red analógica	85%	N/A	% de cobertura	Cobertura de la red analógica	Porcentaje	77%	91%
			Garantizar el cumplimiento del Acuerdo 003 de 2009 PUF	100%	N/A	Número de estaciones que cumplen con las mediciones CEM/Total de estaciones	Cumplimiento del Acuerdo 003 de 2009, PUF	Porcentaje	0	0
			Soporte, administración y operación de la red analógica	12	N/A	Número total de estaciones de la red de trasmisión	Estaciones en funcionamiento	Número	9	75%
			Garantizar la emisión de la parrilla de programación del Canal	24 horas diarias	N/A	Número de horas emitidas	Horas emitidas	Número	24	100%

PDA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INICIATIVA ESTRATÉGICA (PROGRAMA)	META 2016	PRESUPUESTO PROYECTADO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	UNIDAD DE MEDIDA	AVANCE META	% DE CUM
Gestión Misional y de Gobierno	Ser Innovadores	Diseñar y desarrollar la estrategia convergente	Consolidar el desarrollo de la página Web	275000	N/A	Número de páginas vistas	Incremento del número de páginas vistas.	Número	476016	100%
			Consolidar la penetración de los contenidos del Canal a través de la descarga de la aplicación móvil	1210	N/A	Número de descargas de la aplicación móvil	Incremento del número de descargas	Número	1457	100%
			Fortalecer el servicio de streaming para garantizar la señal en medios digitales	24	N/A	Número de horas diarias de transmisión via streaming	Presencia del Canal en medios digitales	Número	24	100%
		Desarrollar contenidos digitales	Consolidar la presencia de los contenidos digitales en las redes sociales.	1000000	N/A	Número de personas alcanzadas en redes sociales	Personas alcanzadas	Número	916599	92%
			Desarrollar piezas promocionales de los contenidos del canal.	660	N/A	Número de piezas autopromocionales realizadas	Piezas promocionales de los contenidos del Canal	Número	487	74%
		Desarrollar la estrategia de marketing digital	Posicionar la marca del Canal a través de SEO	20	N/A	Número de apariciones	Posicionamiento de marca en medios digitales	Número	1	5%
		Apropiar la Televisión Digital Terrestre - TDT	Desarrollar campañas y estrategias para la apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)	5	N/A	Número de campañas y estrategias realizadas	Apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)	Número	0	0
			Adaptación tecnológica	1	N/A	Plataforma tecnológica flujo HD	Apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)		1	100%
			Implementación proyecto ambiente compartido	100%	N/A	% realización de contenidos en HD	Apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)		100%	100%
			Infraestructura	90%	N/A	% de avance de plataforma tecnológica en formato HD	Apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)		100%	100%

PDA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INICIATIVA ESTRATÉGICA (PROGRAMA)	META 2016	PRESUPUESTO PROYECTADO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	UNIDAD DE MEDIDA	AVANCE META	% DE CUM	
Eficiencia Administrativa	Ser Líderes	Fortalecer la infraestructura del Canal	Adquisición y actualización de equipos del Canal	\$ 10,000,000	\$ 120,400,000	Monto ejecutado	Adquisición y actualización de equipos del área técnica	Valor	0	0	
			Gestionar la plataforma de digitalización, catalogación y archivo de los contenidos audiovisuales del Canal	100%	N/A	% DE AVANCE	plataforma de digitalización, catalogación y archivo de los contenidos audiovisuales del Canal	Porcentaje	100%	100%	
			Atender las necesidades mínimas en relación con las tecnologías de la información y las comunicaciones	80%	N/A	Número de requerimientos solucionados/ Número de requerimientos	Requerimientos solucionados	Porcentaje	100%	100%	
Transp. Participación y Servicio Ciudadano		Ser transparentes y trabajar en contra de la corrupción	Definir y ejecutar el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	100%	N/A	Actividades cumplidas del plan/ Actividades programadas del plan	Estrategia implementada	Estrategia	76%	76%	
			Implementar la estrategia de Gobierno en Línea	50%	N/A	Número de actividades realizadas/ Número de actividades requeridas	Implementación de la estrategia	Porcentaje	85%	100%	
Eficiencia Administrativa		Fortalecer el Sistema Integrado de Gestión (MECI y Calidad)	Mejorar procesos internos del Canal	90%	N/A	% de cumplimiento de los planes de mejoramiento de procesos	Mejoramiento de procesos	Número	84%	93%	
			Mantener la certificación de calidad en las normas ISO 9008:2000 y NTCGP 1000:2009	1 Auditoría Seguimiento	\$3,100,000	Ejecución de las auditorías de certificación	Certificación de Calidad	Número	1	100%	
			Consolidar la gestión ambiental y la responsabilidad social del Canal	Formular e implementar el plan de gestión ambiental	90%	\$13,400,000	Número de actividades realizadas/ Número de actividades programadas	Plan de gestión ambiental formulado e implementado	Porcentaje	71%	79%
			Generar alianzas que permitan visibilizar el compromiso del Canal con el ambiente y los grupos de interés	3	N/A	Número de alianzas generadas	Visibilización del compromiso del Canal y con el ambiente y los grupos de interés	Número	3	100%	
PDA		PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INICIATIVA ESTRATÉGICA (PROGRAMA)	META 2016	PRESUPUESTO PROYECTADO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	UNIDAD DE MEDIDA	AVANCE META	% DE CUM
Eficiencia Administrativa		Aprender y Emprender	Consolidar un equipo de trabajo idóneo	Garantizar y consolidar un equipo de trabajo idóneo y con el perfil adecuado para el cumplimiento de los objetivos misionales.	100%	N/A	Número de cargos contratados/ Número de cargos existentes	Total de la planta contratada	Porcentaje	100%	100%
	Gestionar ante las instancias competentes la aprobación de la reestructuración del Canal.			70%	N/A	Acto administrativo	Estructura organizacional adecuada	Porcentaje	70%	100%	
	Generar actividades que fomenten el trabajo en equipo al interior del Canal.			2	N/A	Número de actividades realizadas	Actividades de motivación	Número	2	100%	
	Generar actividades de divulgación de los principios y valores del Canal			2	N/A	Número de actividades realizadas	Actividades de divulgación de principios y valores	Número	1	50%	
Gestión del Talento Humano	Capacitación y entretenimiento		Realizar capacitaciones a los funcionarios del Canal	6	\$12,000,000.00	Número de capacitaciones	Capacitaciones dirigidas a los funcionarios del Canal	Número	4	67%	
			Diseñar y desarrollar el plan de capacitaciones	1	N/A	Cumplimiento Plan de capacitaciones	Mejora en competencias del funcionarios del Canal	Número	1	100%	
			Ser el mejor lugar para trabajar	Proporcionar mecanismos que fortalezcan el clima y la cultura organizacional.	10	N/A	Número de mecanismos proporcionados	Sinergia de los equipos de trabajo	Número	17	100%
				Realizar actividades de prevención de riesgos laborales	15	N/A	Número de actividades realizadas	Prevención de riesgos laborales	Número	14	93%
				Evaluar el clima organizacional	1	N/A	Número de actividades realizadas	Diagnóstico de satisfacción laboral	Número	1	100%