

Perspectiva Estratégica	Peso Osi	TOTAL OBJETIVO	Objetivo	Peso Objetivo (%)	Iniciativa Estratégica	Peso Iniciativa (%)	Descripción	Acciones	Peso Acción (%)	% Ra. Peso	Indicador Acción	Meta Acción	Ejecución del Indicador Segundo Trimestre	Resultado de Segundo Trimestre	Resultado de la Meta	Observaciones 2020
1) Contenidos y Proyectos	25%	23.33%	Crear, producir y difundir contenidos y proyectos transmitida de proyección internacional que nos posicionen como referente nacional entre los canales públicos regionales	25%	1. Aumento de Contenidos Regionales	8.33%	A través del diseño, actualización, control de versiones y divulgación del Portal de Programas y Servicios de Canal Trece	Fortalecer la capacidad de producción propia	1.67%	1.667%	Contenido InHouse	2% de Horas Producidas	84,76 horas	100.00%	50.00%	Hasta la fecha se ha venido cumpliendo con los compromisos y entregas de cada uno de los proyectos.
								Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	1.67%	1.667%	Semillero de Proyectos de Contenidos	6 Proyectos Seleccionados	3 Proyectos en proceso de Contratación para Producción 2020 y 5 proyectos seleccionados y en Trabajo de preproducción para 2021	100.00%	100.00%	Para el segundo Trimestre de 2020 se encuentran los siguientes proyectos en proceso de Contratación: Originarios, Datos Reales, Clave de Sal y Fuerzas Invisibles. Se espera producción a lo largo del segundo semestre de la vigencia 2020. Adicionalmente se cuenta con cinco proyectos en proceso de preproducción y ajustes creativos para la vigencia 2021, estos proyectos son: Biografía, Mesa para Ocho, Lana Merchada de Sangre, Reportera y El Once Traur.
								Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	1.67%	1.667%	Programa de Convocatorias Abiertas	1 Proyecto adjudicado	1 Convocatoria Abierta	100.00%	50.00%	Para el segundo Trimestre de 2020, no se pudo desarrollar la convocatoria original de Guardaparques Voluntarios por causa de la contingencia del COVID-19. En cambio se abrió una convocatoria para los proyectos Mesa que Mascotas y Fue Mi Hermano.
								Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	1.67%	1.667%	Programa de Convenios para desarrollo de Contenidos	1 Convenio firmado	1 Convenio Firmado	100.00%	50.00%	Debido a la contingencia del COVID-19 no se pudo concretar el convenio con Parques Nacionales de Colombia. Sin embargo, está en marcha un convenio con el ICBF para el desarrollo del proyecto Transmedia Así es la Vida.
								Transmitir eventos culturales y deportivos de la gran región Trece	1.67%	0.000%	Transmisiones de Eventos	2 Transmisiones	2 eventos en producción con el Ministerio de Cultura	0.00%	0.00%	Debido a la actual contingencia de COVID-19, este tipo de eventos y transmisiones, quedaron suspendidos. Se está revisando para que durante el segundo semestre logremos transmitir al menos 2 eventos de manera virtual.
					2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	8.33%	A través de la producción de una serie web que permita ampliar los canales transmitida de la Entidad.	Producir una Serie de Podcast	4.17%	4.167%	Producir una Serie de Podcast	1 Serie de Podcast Publicada	50% Para serie de podcast, durante el segundo trimestre del año se ha cumplido su fase de preproducción, producción y publicación de 4 capítulos	100.00%	50.00%	Los documentos de soporte correspondientes a la fase de desarrollo de la serie que se ha completado al finalizar el segundo trimestre de 2020 se pueden encontrar en el siguiente link: <a href="https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC">https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC</a>
								Producir series para pantallas digitales	4.17%	4.167%	Producir una Serie Web	1 Serie Web Publicada	50% Para la serie de podcast, durante el segundo trimestre del año se ha cumplido su fase de preproducción y parte de la producción con un cronograma detallado y la elaboración del paquete gráfico y cabezote animado que se encuentra en proceso.	100.00%	50.00%	Los documentos de soporte correspondientes a la fase de desarrollo de la serie que se ha completado al finalizar el segundo trimestre de 2020 se pueden encontrar en el siguiente link: <a href="https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC">https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC</a>
					3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la pantalla de programación	8.33%	A través de la creación de nuevos canales de difusión enfocados al posicionamiento de marca, del reconocimiento en los regiones y de la promoción de la pantalla de programación del canal Trece.	Emitir el 60% de programación cultural y educativa	4.17%	4.167%	Programación Cultural y Educativa	60% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	68% más de contenidos Educativos	100.00%	50.00%	La contingencia actual ha permitido que la pantalla de programación de Canal Trece se nutra con contenidos educativos y culturales en franjas con las que no se contaba, contenidos que se han conseguido mediante alianzas, intercambios y convenios, lo cual ha fortalecido la franja infantil de Trece animado y ha acompañado al televidente con contenido acorde a los principios de la televisión pública.
								Emitir el 100% de la programación con acceso a la población hipoacústica, a excepción de musicales y deportivos	4.17%	4.167%	Acceso a Población Hipoacústica	100% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacústica	100% de horas de emisión	100.00%	47.50%	Nuestra programación cuenta con sistema de acceso para la población hipoacústica en toda su pantalla a través del sistema closed caption, lengua de señal y subtítulos (excepto musicales tal como lo afirma la normatividad)
					2) Audiencias y Usuarios	25%	25.00%	Comprender, aumentar, interactuar y fidelizar la audiencia que disfruta de la experiencia Trece	25%	4. Comprensión y medición de Televidentes y Audiencia Digital	4.17%	A través de la realización de un ejercicio documentado de investigación de audiencias que permita conocer con alta precisión el segmento al cual podría acceder Canal Trece y mejorar el diseño y cumplimiento de metas comerciales.	Comprender y medir las características, preferencias y comportamientos de la Audiencia Trece	4.17%	4.167%	Plan de Comprensión de Audiencias
5. Aumento de Audiencias y Usuarios	4.17%	A través del seguimiento periódico al número de televidentes y usuarios que visitan las plataformas digitales, la programación del canal y análisis al informe presentado con el estudio que permite identificar el consumo de productos, hábitos y actitudes de los colombianos que consumen los contenidos del Canal Trece y un informe diario del Rating del canal con el índice de audiencia de los programas emitidos.	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	2.08%						2.083%	Alcance de Televidentes	Alcance Efectivo de 400.000. Televidentes promedio año 2020	Promedio de 524.470 usuarios a Primer Trimestre	100%	50.00%	El incremento obedece a la cantidad de televidentes predefinidos en los hogares debido a la contingencia del COVID-19 favoreciendo al Canal e incrementando el número promedio de televidentes que consumen contenidos, causando así que superáramos la meta en un 31% para lo inicialmente estipulado.
Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	2.08%	2.083%	Activo Digital	20% de aumento de la Audiencia Digital						25% cumplido. El aumento del activo digital total del primer trimestre de 2020 superó en un total de 496.856 usuarios y seguidores respecto al mismo periodo del año 2019	100.00%	50.00%	Las evidencias del aumento del activo digital con los datos suministrados por audiencias se encuentran en el siguiente enlace: <a href="https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC">https://canaltrece.my.sharepoint.com/:f4personal/drivers_canalitrece.com_cofE5yRQR1t4ICqG20362020b7e16MLU4E69f0Cq0C007e16BmDhC</a>			
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	4.17%	A través de las acciones que permitan acercar y hacer partícipe al ciudadano con la gestión del Canal.	Fortalecer el posicionamiento de la marca Trece en las audiencias Regionales	2.08%						2.083%	Plan de Comunicación Externa	10% de Aumento en Publicaciones	5% de Aumento en Publicaciones	100.00%	50.00%	La ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC), a la fecha da como resultado un total de 33 impactos desagregados de la siguiente manera: - 18 Impactos en Medios Nacionales - 6 Impactos en Sitios Web - 9 Impactos en Medios Regionales - 2 Menciones en Medios Internacionales Estos impactos se dan entre menciones, artículos, columnas de opinión y entrevistas.
Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	2.08%	2.083%	Proyectos Audiovisuales Interactivos	2 Proyectos Realizados						2 Proyectos de divulgación del Plan Estratégico y Rendición de Cuentas del Canal	100.00%	50.00%	Para la vigencia se realizó la producción de un video del Plan Estratégico del Canal para la vigencia 2020-2024 y se divulgó por la página web de la entidad. Además nos encontramos en la etapa de producción de un capítulo del programa Tomá el Control por medio del cual se realizará el ejercicio de Rendición de Cuentas del Canal.			
7. Alianzas	4.17%	Mediante la suscripción de alianzas con otros medios de comunicación, que permitan posicionar la marca de Canal	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	4.17%						4.167%	Alianzas con Medios de Comunicación	5 Alianzas Suscritas	Debido a la contingencia COVID-19 es necesaria la reconfiguración de este indicador	100.00%	50.00%	Para el segundo trimestre se planearon alianzas con medios de comunicación regionales para fortalecer el informativo Entice Trece y simultáneamente cumplir con el objetivo planteado en el PEC. A la fecha contamos con una base de datos de medios de comunicación comunicados por departamentos donde se perfilaron aquellos que cumplen con las necesidades de posicionamiento del Canal. Sin embargo a la fecha no se ha suscrito ninguna alianza formal a la espera de la reorganización de Entice Trece para el segundo semestre de la vigencia 2020.
8. Gestión de Relaciones Públicas	4.17%	A través de un Plan de Gestión de Relaciones Públicas que permita mejorar el posicionamiento de la Marca de Canal	Posicionar la Marca Trece a través de un trabajo articulado con Entes Públicos y Privados	4.17%						4.167%	Plan de Gestión de Relaciones Públicas	100% de Cumplimiento del Plan	50% de cumplimiento del Plan	100.00%	50.00%	A. Segundo trimestre de 2020 se establecieron 48 contactos de relacionamiento discriminados de la siguiente manera: - 11 contactos con Gobierno Nacional y Departamental - 23 contactos con influencers, validadores y analistas - 5 contactos con Comunidades Ancestrales - 9 contactos con Comunidad Científica



4) Fortalecer	Organizacional	16. Plan Estratégico de Talento Humano	2.78%	Bienestar social e incentivos, de la medición del clima organizacional, de la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.	Fortalecer el cumplimiento de los estándares internacionales por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	1.39%	1.389%	Estándares del SGSST	95% de cumplimiento de los estándares del SGSST	98.70% de cumplimiento de los estándares del SGSST	100.00%	100.00%	Durante el segundo trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como capacitaciones a comités (COPASST, COCCLA, brigadas) y reestructuración del curso para la prevención del Covid-19, revisión de documentación de terceros para la ejecución de actividades al interior de las instalaciones, elaboración del protocolo de bioseguridad para el proceso del Covid-19 y plan de movilidad segura, socialización diaria de medidas preventivas del contagio de Covid-19 a través del proceso de Comunicaciones, además de inspecciones y campañas de promoción de la salud como hipertensión y tabaquismo. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en la carpeta compartida ubicada en <a href="https://canalrecremysharepoint.com/personal/ftarin_caranatrece.com_coi_layouts/15f0e6d4v-e.aspx?d=%2Fpersonal%2Fftarin%2Fcaranatrece%2Fcom%2Fco%2FDocu mento%2FSGSS%20%20%20">https://canalrecremysharepoint.com/personal/ftarin_caranatrece.com_coi_layouts/15f0e6d4v-e.aspx?d=%2Fpersonal%2Fftarin%2Fcaranatrece%2Fcom%2Fco%2FDocu mento%2FSGSS%20%20%20</a>
		17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	2.78%	A través del fortalecimiento de la sección de Transparencia y Acceso a Información Pública que permita que los ciudadanos encuentren la información organizada y más fácilmente	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	0.93%	0.926%	Índice de Transparencia Activa	85% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa	85.28%	100.00%	100.00%	Durante el segundo trimestre el proceso de planeación adelantó la gestión de solicitud y carga de archivos laborales o desactivados en la Sección de Transparencia y Acceso a Información Pública mediante el desarrollo de una herramienta de Autodiagnóstico que permitió subir la calificación a un 85.28% en Transparencia Activa.
						0.93%	0.926%	Plan Ambiental	50% de cumplimiento al Plan Ambiental	50% de Cumplimiento al Plan Ambiental	100.00%	100.00%	Durante el segundo trimestre se adelantaron varias actividades en cumplimiento del Plan de Gestión Ambiental tales como la separación, recolección, reciclaje y disposición final de residuos sólidos, adecuación de puntos para la separación de elementos de protección para Covid-19, además de socialización de campaña de ahorro de papel y reciclaje y la desinfección ambiental, desinsectación, control de roedores y lavado de langostas. Las evidencias de lo que se ha realizado se encuentran en carpetas físicas en las instalaciones de la entidad y en la carpeta compartida ubicada en <a href="https://canalrecremysharepoint.com/personal/ftarin_caranatrece.com_coi_layouts/15f0e6d4v-e.aspx?d=%2Fpersonal%2Fftarin%2Fcaranatrece%2Fcom%2Fco%2FDocu mento%2FSGSS%20%20%20">https://canalrecremysharepoint.com/personal/ftarin_caranatrece.com_coi_layouts/15f0e6d4v-e.aspx?d=%2Fpersonal%2Fftarin%2Fcaranatrece%2Fcom%2Fco%2FDocu mento%2FSGSS%20%20%20</a>
						0.93%	0.926%	Apropiación PQRSD	90% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD	Se respondieron 641 solicitudes oportunamente y 26 fuera de los términos teniendo un 96.10% de respuestas en tiempo oportuno	100.00%	50.00%	A segundo trimestre de 2020 se respondieron 641 solicitudes correspondientes al 96.10% de respuestas oportunas, respondiendo 26 solicitudes por fuera de los tiempos establecidos representando un 3.90%.
		17. Innovación y Gestión del Conocimiento	2.78%	A través de la implementación del Proceso dentro del Canal que permita documentar la gestión y transferencia del Conocimiento entre funcionarios y colaboradores	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	2.78%	2.778%	Innovación y Gestión del Conocimiento	50% de implementación del Proceso	25% de Implementación del Proceso	100.00%	50.00%	A segundo trimestre de 2020, se diseñó el procedimiento y el manual de Innovación y Gestión del Conocimiento y se espera la aprobación por parte del Comité Institucional de Gestión y Desempeño
		18. Plan de Comunicación Organizacional	2.78%	A través de fortalecer los espacios y canales de comunicación ascendente y descendente dentro del Canal y la divulgación de noticias, estrenos y hechos de coyuntura del Canal a través de los medios de comunicación internos.	Fortalecermos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	2.78%	2.778%	Comunicaciones de los Procesos Internos	30% de aumento en Comunicaciones de los Procesos Internos	Para el segundo trimestre se presentó un aumento del 404% con respecto al mismo periodo del año 2019	100.00%	100.00%	Debido a la emergencia sanitaria del COVID-19 desde el 3 de marzo hasta la fecha se enviaron hasta 2 comunicaciones diarias referidas al cuidado preventivo y a las cifras de contagio en tiempo real, así como las circulares enviadas por el gobierno nacional. Fuera de esto se ha realizado la divulgación normal de las campañas internas como el uso racional del papel y divulgaciones acerca de los estrenos de contenidos del Canal entre otras.
		19. Defensa Jurídica	2.78%	A través de la revisión y optimización de la documentación de los procesos, adopción de controles, políticas y capacitaciones sobre los asuntos jurídicos y contractuales.	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición de la política de daño antijurídico	2.78%	2.778%	Política de Daño Antijurídico	100% de Cumplimiento de la Política de Daño Antijurídico	50% de Cumplimiento de la Política de Daño Antijurídico	100.00%	25.00%	La ANDIÉ envió carta de aprobación de la Política del Daño Antijurídico para la vigencia 2020-2022, el 6 de marzo de 2020, por lo cual se informó en Comité de Conciliación del 9 de marzo de 2020, y se adoptó mediante la Resolución No. 045 del 8 de abril de 2020.
		20. Liderazgo	2.78%	A través de la medición de los proyectos que han realizado los Líderes y/o encargados de cada proceso	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo	2.78%	2.778%	Modelo de Liderazgo	20% de avance en la Implementación del Modelo de Liderazgo	10% de Avance en la Implementación del Modelo de Liderazgo	100.00%	25.00%	Se realizó un informe con los Avances de cada uno de los proyectos que adelantaron los procesos y se realizó un seguimiento a la herramienta Planem dando cumplimiento a la Circular 012 de 2020 de la entidad. Adicionalmente se está fortaleciendo el Modelo de Liderazgo por medio del seguimiento a los Planes y Proyectos.