



Plan Estratégico 2016 – 2019

Teleantioquia, Tv en grande



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



PIENSA EN GRANDE

JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL

MIEMBROS

LUIS EMILIO PÉREZ GUTIÉRREZ
Gobernador de Antioquia



MAURICIO TOBÓN FRANCO
Gerente General del IDEA



DAVID LUNA SÁNCHEZ
Ministro de Tecnologías de la
Información
y las Comunicaciones



JOSÉ MIGUEL GUZMÁN URIBE
Gerente General EDATEL S.A.



FEDERICO GUTIÉRREZ ZULUAGA
Alcalde de Medellín



MANUEL DARIO GONZALEZ RUÍZ
Secretario General de Teleantioquia
SECRETARIO

DELEGADOS

IVÁN ECHEVERRY
Secretario Privado
Gobernación de Antioquia

JUAN FELIPE ZULUAGA DÍEZ
Subgerente Financiero IDEA

MARÍA CECILIA LONDOÑO
SALAZAR
Asesora Despacho - Viceministra
General

DIEGO ANDRÉS SALAZAR
MONTEALEGRE
Gerente Comercial EDATEL S.A.

ISOLDA MARÍA VÉLEZ HOLGUÍN
Secretaria de Comunicaciones
Alcaldía de Medellín

DIRECTIVOS TELEANTIOQUIA

GERENCIA

MABEL ROCÍO LÓPEZ SEGURA
Gerente

STAFF DE GERENCIA

MANUEL DARIO GONZALEZ RUÍZ
Secretario General

JORGE HUGO ÁLVAREZ CANO
Coordinador de Planeación

DIEGO ARMANDO JURADO ZAMBRANO
Coordinador de Control Interno

UNIDADES DE GESTIÓN

GUSTAVO ALONSO SANTAMARÍA TORRES
Director de Innovación y Contenidos

CRISTINA MARÍA AGUDELO RUÍZ
Directora de Realización y Producción

ALEJANDRA CARDENAS VELASQUEZ
Directora de Mercadeo y Comercialización

WALTER ALBEIRO PINEDA ORREGO
Director de Operaciones

DORA ELENA PATIÑO TORO
Líder de Coproducciones

FICHA TÉCNICA

Alcance: - Ajuste de Misión y Visión
- Formulación del Plan Estratégico

Tiempo: - 5 meses

Metodología: - Diagnóstico: Marco Lógico
- Formulación Balanced Scorecard

Participantes: - 27 funcionarios de todas las áreas
- 1 Asesor externo

Jornada Académica: Participación de 4 expertos del mercado
audiovisual de Colombia

Etapas: 1. Diagnóstico
2. Revisión de misión y visión
3. Identificación de problemas y causas
4. Definición de objetivos estratégicos y estrategias
5. Formulación de indicadores y metas – Métricas
6. Valoración de estrategias

PRESENTACIÓN

La descentralización de la operación de sus actividades es uno de los objetivos más importantes que tiene Teleantioquia: llevar la producción hasta los televidentes en todas las regiones del Departamento, para generar cercanía; mostrar las comunidades; hacer visibles sus necesidades, problemas, satisfacciones, soluciones y logros; y promover su crecimiento económico y su desarrollo humano y social. Lograr, finalmente, que Teleantioquia huela a pueblo.

No obstante los altos costos que la modernización demanda, el canal regional de televisión de Antioquia se está preparando para superar los retos que le imponen los nuevos tiempos para ser más competitivo y eficiente. Por eso su compromiso en la exploración de las nuevas plataformas tecnológicas: Internet, TDT y dispositivos móviles. De esta manera podrá garantizar una mayor participación e inclusión, y más oportunidad de hacer visibles todos los territorios y llegar a todos los públicos.

Otro desafío del Canal es modernizar su estructura y sus procesos para reducir los costos, con una operación más eficiente que facilite su sostenibilidad económica, financiera, técnica y jurídica, para que sea competitivo en comparación con los demás canales. Al mismo tiempo, diversificar las fuentes de ingresos, fortaleciendo las actuales unidades de negocios y creando nuevas.

Una de las unidades de negocios que debe ser fortalecida es la de “Teleantioquia Digital”, la cual debe garantizar contenidos de interés, atractivos y auto sostenibles. Los contenidos de Teleantioquia serán diseñados especialmente para que logren tener un espacio permanente en las redes sociales y en las nuevas tecnologías.

Queremos una empresa enfocada hacia la estrategia para lograr conseguir resultados exitosos, para ello la estrategia reúne las iniciativas más importantes que tenemos que emprender para sacar adelante este Canal y debe ser comprendida por todos los que pertenecen y laboran en él. Desde ahora todos debemos estar enfocados, comprometidos y alineados con el Plan Estratégico formulado para el presente cuatrienio, ¡ánimo lo vamos a lograr!.

MABEL ROCIO LÓPEZ SEGURA
Gerente

TABLA DE CONTENIDO

MARCO METODOLÓGICO	6
Planteamiento teórico	6
Metodología de trabajo	6
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	7
Misión.....	7
Visión.....	8
Valores corporativos	8
Principios corporativos.....	9
MAPA ESTRATÉGICO.....	9
DESARROLLO ESTRATÉGICO	10
PERSPECTIVA FINANCIERA	10
PERSPECTIVA CLIENTE	20
PERSPECTIVA PROCESOS	35
PERSPECTIVA APRENDIZAJE	48
PLAN DE INVERSIONES.....	57

MARCO METODOLÓGICO

PLANTEAMIENTO TEÓRICO:

La Planificación estratégica en los negocios es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos organizacionales, dirige el rumbo que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas establecidas, traducidas en crecimiento económico, humano o tecnológico.

Para el desarrollo de la planeación estratégica de Teleantioquia se adoptó como herramienta metodológica el Balanced Scorecard, que propone una visión sistémica de la organización e incluye cuatro perspectivas, la financiera, la de los clientes, la de los procesos internos y la de aprendizaje. A la par que configura un sistema de medición creado para integrar indicadores derivados de la estrategia y visualizar permanentemente la actuación de toda la organización, permitiendo tomar medidas preventivas y correctivas para ser más competitivos, oportunos, eficientes y poder alcanzar la visión.

BALANCED SCORECARD

¿Qué es?	El BSC es un modelo de gestión que ayuda a las organizaciones a transformar la estrategia en objetivos operativos, que a su vez constituyen la guía para la obtención de Resultados de negocio y de comportamientos estratégicamente alineados de las personas de la compañía
¿Qué hace?	
¿Para qué?	



METODOLOGIA DE TRABAJO:

Para la formulación del Plan Estratégico se definieron 8 sesiones de trabajo donde se desarrollaron las siguientes etapas para su construcción



En la elaboración participaron 27 funcionarios, distribuidos en 6 equipos de trabajo, cada uno liderado por un directivo del Canal, de acuerdo al tema o los temas a tratarse.

Tecnología	Finanzas	Mercado	Producto	Regulación	Desarrollo organizacional
Sistemas de información Tecnología del negocio	Macroeconomía Financiera Ingresos Costos	Cliente Competencia Consumo	Producto Precio Marca Calidad Consumo	Normativa Política	Estructura Procesos Innovación Mejoramiento

Los objetivos e indicadores del balanced se derivan de la visión y estrategia de una organización, y contemplan la actuación de la organización desde las cuatro perspectivas, no obstante, en el ejercicio de diagnóstico se combinó esta metodología con la del marco lógico en lo referente al árbol del problema, con el fin de poder identificar los principales problemas que se deben atacar, teniendo en cuenta la difícil situación financiera que atraviesa el Canal en los últimos años.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN:

Somos la televisión pública regional que inspira, integra y proyecta a los antioqueños mediante la prestación de servicios audiovisuales que contribuyen a la sostenibilidad de la organización y la satisfacción de nuestros clientes, accionistas y colaboradores.

VISIÓN:

Ser una empresa líder en servicios de comunicación audiovisual con capacidad para competir a nivel regional con productos innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes.

VALORES CORPORATIVOS

Integridad: La integridad en Teleantioquia se expresa cuando trabajamos por la difusión responsable de la información veraz y oportuna, y por la producción de contenidos audiovisuales de calidad, con fundamento en valores que contribuyen al desarrollo de la sociedad. Todo bajo los principios de la administración pública, dando manejo óptimo a los recursos y dentro del marco constitucional y legal que nos cobija.

Confianza: la confianza en Teleantioquia se manifiesta al creer en nuestros funcionarios, en sus capacidades y habilidades, y al generar credibilidad en la comunidad como resultado de una gestión de calidad.

Participación: la participación en Teleantioquia se evidencia cuando se tienen en cuenta los aportes de los integrantes del Canal y se escuchan sus necesidades para la toma concertada de decisiones, igualmente, cuando se facilita el acceso a la información y se abren espacios para expresión de la comunidad.

Servicio: el servicio es la razón de ser de Teleantioquia como medio de comunicación pública y se demuestra al superar las necesidades, requerimientos y expectativas del cliente interno y externo.

Transparencia: la transparencia en Teleantioquia se demuestra con un eficiente, eficaz y efectivo desarrollo de procesos, una adecuada utilización de los recursos y una gestión abierta a la vigilancia de los órganos de control y a la comunidad.

Pluralismo: el pluralismo en Teleantioquia se evidencia al actuar con respeto frente a las diferentes formas de ser y de pensar, al construir de manera conjunta el proyecto de Canal e incluir la diversidad de culturas en los contenidos de la programación.

Compromiso: el compromiso de los funcionarios de Teleantioquia es el resultado del sentido de pertenencia que se tiene por el Canal, de la apropiación de las funciones y del reconocimiento del aporte que cada uno puede brindar a la entidad para su mejoramiento continuo y así contribuir con el desarrollo de la comunidad.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Las **PERSONAS** son el principal capital de Teleantioquia.

La correcta administración y conservación de los **RECURSOS**, es fundamento de la gestión de los servidores públicos de Teleantioquia.

En Teleantioquia, el interés de la **COMUNIDAD** prevalece sobre los intereses de los particulares.

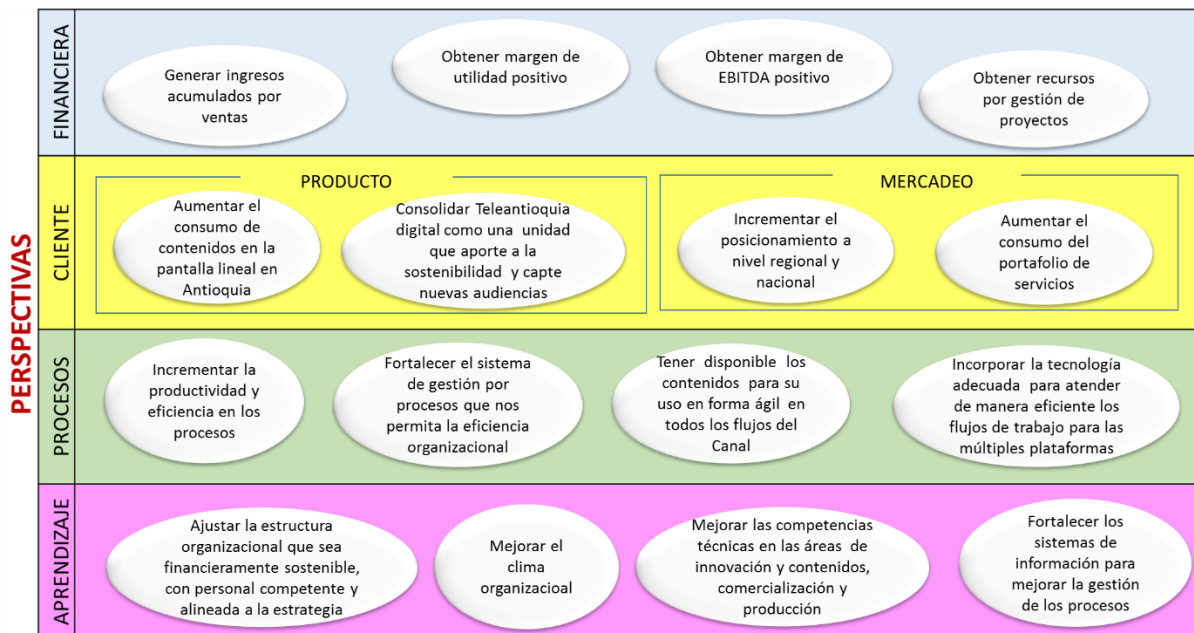
La gestión de Teleantioquia es **TRANSPARENTE** y abierta a la vigilancia de la comunidad y los demás órganos de control.

Teleantioquia cumple con su **RESPONSABILIDAD SOCIAL** al difundir contenidos audiovisuales entretenidos, que forman e informan de manera veraz e imparcial.

Teleantioquia es un **MEDIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICO Y PARTICIPATIVO**, que refleja la diversidad y pluralidad de la comunidad, y contribuye al ejercicio de la democracia.

MAPA ESTRATÉGICO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



DESARROLLO ESTRATÉGICO

PERSPECTIVA FINANCIERA

La perspectiva financiera contiene los objetivos finales de cualquier mapa estratégico en empresas con ánimo de lucro, Teleantioquia trazó los resultados que se requieren en términos de ingresos y costos para garantizar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Los indicadores y metas que se formulan dentro de los objetivos y estrategias de esta perspectiva, reflejan la situación actual que vive el sector, con factores poco favorables para la empresa como la disminución, por parte de los clientes, de la inversión publicitaria, el ingreso de nuevos actores al mercado bajo plataformas digitales a través de Internet, el panorama incierto por el incremento de la competencia, ante el proceso de contratación para el concesionario de canal Uno y del tercer canal privado nacional y la reforma normativa que se plantea desde el gobierno nacional.

OBJETIVO: Al finalizar el cuatrienio Teleantioquia obtendrá un margen de utilidad neta positivo

El objetivo financiero está basado en la eficiencia en el uso de los recursos y la reducción de los costos fijos y variables, permitiendo que la organización pueda mejorar los márgenes de contribución corporativos, que generen resultados favorables en las utilidades netas.

La organización en los últimos tres años viene presentando déficit en los resultados financieros y es necesario hacer esfuerzos en términos del costo para revertir la tendencia negativa, se espera que a partir del segundo año de este periodo se empiece a mejorar la situación.

OBJETIVO

Al finalizar el cuatrienio Teleantioquia obtendrá un margen de utilidad neta positivo

ESTRATEGIAS

Participación de los costos y gastos (sin incluir depreciaciones, amortizaciones y provisiones) del 88% de los ingresos totales, al terminar el cuatrienio

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Margen de utilidad neta	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ingresos Totales}) * 100$	Porcentaje	Operaciones	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
-6%	-14%	0%	1%	1.5%
INTERPRETACIÓN				
Mide la participación de los costos y gastos en los ingresos				

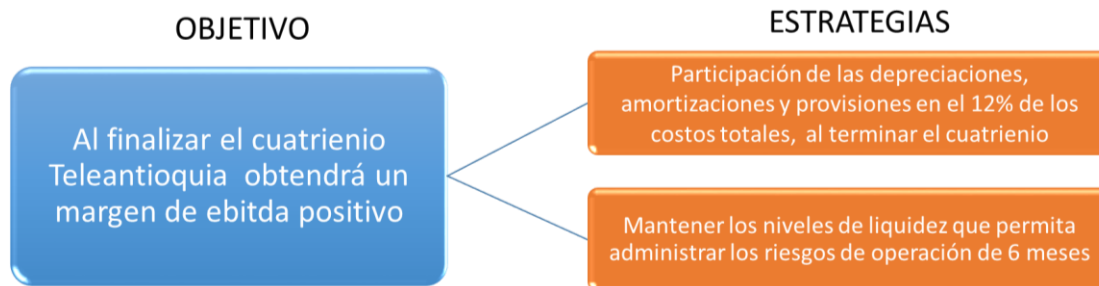
ESTRATEGIA: Participación de los costos y gastos (sin incluir depreciaciones, amortizaciones y provisiones) del 88% de los ingresos totales, al terminar el cuatrienio 2016 – 2019

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Participación de costos y gastos sobre los ingresos totales	$(\text{Gastos totales menos depreciaciones} - \text{amortizaciones y provisiones} / \text{ingresos totales}) * 100$	Porcentaje	Financiera	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
94%	100%	88%	88%	88%
INTERPRETACIÓN				
Mide la participación que debe tener dicho componente sobre las ventas que de excederse requiere el aumento de los ingresos o el aplazamiento de inversiones sobre el componente de las depreciaciones para obtener la utilidad esperada				

OBJETIVO: Al finalizar el cuatrienio Teleantioquia obtendrá margen de EBITDA positivo

En términos generales con el Ebitda podremos determinar las ganancias o la utilidad obtenida por el Canal, sin considerar los aspectos financieros ni los tributarios, para efectos de poder administrar o manejar los costos y gastos, y entender de mejor manera cuál ha sido, aproximadamente, la generación de caja operativa de la empresa.

Pese al déficit de los últimos años en el estado de resultados, el Ebitda sea mantenido positivo, lo que permite generar tranquilidad pues el core del negocio sigue siendo rentable y los resultados finales se ven afectados fundamentalmente por aspectos ajenos a su desarrollo, como son las depreciaciones, amortizaciones e impuestos. El objetivo para el presente cuatrienio es mantener esta tendencia.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Margen de ebitda	$((\text{Ingresos totales menos gastos totales más depreciaciones – amortizaciones y provisiones}) / \text{ingresos totales}) * 100$	Porcentaje	Operaciones	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
6%	0%	10%	10%	10%
INTERPRETACIÓN				
El EBITDA, acrónimo formado por las iniciales de las palabras "Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization", que traduce Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. En términos financieros es una aproximación a la generación de flujos de caja.				

ESTRATEGIA: Participación de las depreciaciones, amortizaciones y provisiones en el 12% de los costos totales, al terminar el cuatrienio

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Participación de depreciaciones, amortizaciones y provisiones	$(\text{Depreciaciones} - \text{amortizaciones} + \text{provisiones} / \text{gastos totales}) * 100$	Porcentaje	Financiera	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
11%	12%	12%	12%	12%
INTERPRETACIÓN				
Mide la participación que debe tener dicho componente sobre los costos y gastos totales que de excederse requiere un control sobre los otros componentes o el aumento de los ingresos para obtener la utilidad esperada.				

ESTRATEGIA: Mantener los niveles de liquidez que permita administrar los riesgos de operación de 6 meses

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Riesgo de operación	Efectivo y equivalentes más inversiones de instrumentos menos efectivo de uso restringido	Pesos (millones)	Financiera	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$7.969	\$3.500	\$3.500	\$3.500	\$3.500
INTERPRETACIÓN				
Mide de la cantidad de dinero que debe estar disponible para afrontar los riesgos de operación mensual entendiendo que los primeros seis meses son de criticidad por el ciclo del negocio				

OBJETIVO: Generar ingresos acumulados por ventas

Teleantioquia tiene orientados sus ingresos a cuatro fuentes de negocio: La publicidad, servicios de producción a terceros, la cesión de espacios de emisión y la Central de medios, que requieren ser potenciados y lograr estrategias para atraer nuevos clientes y mejorar las inversiones de los actuales, sin embargo, se plantea una mayor diversificación con nuevos negocios aprovechando las capacidades de infraestructura y el talento humano.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Ingresos por venta de servicios	(\sum Ingresos mensuales por ventas de servicios)	Pesos constantes	Dirección de Mercadeo y Comercialización	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$ 24.260	\$ 15.333	\$ 18.663	\$ 20.156	\$ 22.198
INTERPRETACIÓN				
Mide los ingresos que se obtienen en el canal como resultado de la venta de servicios de los negocios actuales y nuevos				

ESTRATEGIA: Obtener ingresos por ventas de servicios tradicionales

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos por publicidad	Σ Ingresos mensuales	Pesos constantes	Comercial	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$ 10.537	\$ 8.084	\$ 9.393	\$ 10.114	\$ 11.177
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos de producción	Σ Ingresos mensuales	Pesos constantes	Comercial	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$ 9.278	\$ 3.010	\$ 3.859	\$ 4.168	\$ 4.584
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos de Cesión de Derechos	Σ Ingresos mensuales	Pesos constantes	Comercial	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$ 3.606	\$ 2.828	\$ 3.197	\$ 3.452	\$ 3.797
INTERPRETACIÓN				
<p>Mide los ingresos que se obtienen en el canal como resultado de la venta de servicios de publicidad, servicios de producción a terceros y la cesión de espacios de emisión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los ingresos por ventas de pauta publicitaria en los contenidos de programación del Canal propios y coproducciones mes a mes, para cumplimiento de la meta establecida anualmente teniendo en cuenta el entono del mercado se estableció un crecimiento del 10% anual. - Los ingresos por ventas de servicios de producción provienen de varias fuentes: cuando se venden producciones de programas habituales y especiales, alquiler de equipos y servicios, producción de contenidos audiovisuales para múltiples pantallas y plataformas como comerciales, patrocinios, piezas cortas, series, videos y cualquier otro tipo de pieza de índole comercial a clientes institucionales y comerciales. - Los ingresos por ventas de espacios en la rejilla de programación del canal de conformidad con la clasificación institucional y comercial de índole habitual y especial, entendiéndose que un programa es habitual una vez se emite más de 5 veces: Los espacios se clasifican en microprogramas de 5 minutos y programas de 30 minutos en adelante. 				

ESTRATEGIA: Generar nuevos negocios a partir de la central de medios

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos por Central de Medios	(Σ Ingresos mensuales)	Pesos constantes	Comercial	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$744	\$ 1.346	\$ 1.838	\$ 2.022	\$ 2.224
INTERPRETACIÓN				
La Central de Medios le administra recursos de inversión en publicidad y montaje de eventos a la Gobernación de Antioquia y algunas entidades públicas, esta es una oportunidad que tiene Teleantioquia para desarrollar nuevos negocios, atendiendo los requerimientos de los clientes, distintos a la administración de los recursos. Este indicador mide los ingresos que se generen a partir de los negocios de la Central de Medios.				

ESTRATEGIA: Implementar unidades estratégicas de negocio

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos por nuevas UEN	(Σ Ingresos mensuales)	Pesos constantes	Comercial	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$0	\$0	\$300	\$300	\$300
INTERPRETACIÓN				
Teleantioquia a partir de la infraestructura locativa actual y los conocimientos que durante muchos años ha adquirido su personal, tiene la capacidad para explorar otros negocios que complementen o extiendan los actuales. Este indicador mide los ingresos que se generen a partir de la implementación de nuevas UEN – Unidades Estratégicas de Negocios				

ESTRATEGIA: Monetizar las plataformas digitales

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Ingresos por monetización	(Σ Ingresos mensuales)	Pesos constantes	Comercial

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$95	\$65	\$76	\$100	\$116
INTERPRETACIÓN				
Ingresos percibidos por la publicidad puesta en el adserver de la página web del canal y sus diferentes micrositos y redes sociales por medio de partners o directamente.				

OBJETIVO: Obtener recursos por gestión de proyectos

La televisión pública tiene un sentido social con un énfasis en lo educativo y cultural, busca con la difusión de sus contenidos promover los valores humanos y las expresiones culturales de cada región, contenidos que en la mayoría de los casos no tiene un alto atractivo comercial, como si lo tienen los contenidos que se emiten por la televisión privada. Lo anterior, hace casi inviable la permanencia de un canal público únicamente con los recursos generados por la venta de servicios.

Teleantioquia ha establecido la necesidad de ampliar a través de normas que sean favorables a los intereses del Canal Regional de Antioquia, la captación de recursos que permitan la sostenibilidad financiera y para cumplirlo se debe llevar a cabo una gestión ante los entes gubernamentales y corporados que les interese apoyar la labor de un Canal Regional.

Igualmente, en el entendido que la televisión pública busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, dando cumplimiento a lo establecido por la Ley, algunas entidades especialmente del Estado, destinan recursos para la financiación de la televisión pública. Para acceder a dichos recursos, el Canal Regional realiza una gestión de proyectos, a través de relaciones públicas o participando en convocatorias de financiación de proyectos.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Ingresos gestión de proyectos	(\sum Ingresos mensuales)	Pesos constantes	Secretaría General y Planeación	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$7.136	\$6.800	\$14.182	\$11.300	\$11.900
INTERPRETACIÓN				
Mide los ingresos que se obtienen por la gestión de proyectos presentados ante entidades o por la captación de recursos vía nuevas normas gestionadas para la financiación de Tv Regional				

ESTRATEGIA: Gestionar ante los entes competentes proyectos de regulación que permitan mejorar los ingresos del canal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos por normatividad	\sum de ingresos por nuevas normas	Pesos constantes	Jurídica	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$0	\$0	\$1.000	\$2.500	\$3.000
INTERPRETACIÓN				
Este indicador mide los ingresos percibidos por la gestión de nuevas normas favorables a Teleantioquia				

ESTRATEGIA: Realizar gestión necesaria para la aprobación o modificación de proyectos de ley y políticas públicas en favor de la televisión pública regional

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Gestión ante entidades de regulación o normatividad	(Normas con gestión/Proyectos de regulación o normatividad) *100	Porcentaje	Jurídica	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Este indicador mide los ingresos percibidos por la gestión de nuevas normas favorables a Teleantioquia				

ESTRATEGIA: Gestionar recursos para financiación de proyectos ante entidades nacionales e internacionales

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ingresos por gestión de proyectos	Σ de ingresos de entidades financiadoras	Pesos constantes (millones)	Planeación	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
\$7.136	\$6.800	\$13.182	\$8.800	\$8.900
INTERPRETACIÓN				
Este indicador mide los ingresos recibidos por la gestión de proyectos ante entidades nacionales e internacionales				

PERSPECTIVA CLIENTE

Hoy la tecnología y los nuevos formatos y plataformas audiovisuales, marcan el derrotero de la televisión del futuro: calidad de la producción, pauta comercial, nuevos formatos y contenidos, redes sociales, tecnologías de avanzada, etc., son los nuevos paradigmas que deben romperse si se quiere ser competitivos.

Ante este panorama irreversible, donde se presenta una transformación completa de la industria audiovisual en el mundo, donde hacen su aparición nuevos actores al mercado con distintas propuestas audiovisuales y una creciente migración de las audiencias y los anunciantes a la Internet y a canales internacionales por cable, se prevé una alta exigencia a los medios tradicionales de evolucionar sus modelos de negocio para mantenerse vigentes.

El reporte de ConsumerLab TV & Media 2015 de Ericsson muestra que los consumidores en Colombia adoptan los servicios de video bajo demanda mucho más que antes. En la actualidad, cerca de un tercio del tiempo que los espectadores usan para ver televisión y videos, lo hacen bajo demanda.

Una porción importante de colombianos ahora pasa siete horas y media a la semana observando series de televisión, programas y películas en servicios y plataformas como Netflix. “Si sumamos el contenido que se graba y que se baja de internet, actualmente en Colombia, el 34% del total de las horas dedicadas a ver televisión y videos se realiza a través de los servicios de VOD (Video on Demand)”, indican desde Ericsson.

Estas estadísticas permiten entrever el gran reto que tiene Teleantioquia para cautivar la audiencia y estar articulados con las tendencias del mercado, de migrar sus contenidos hacia las nuevas plataformas que están absorbiendo el consumo.

OBJETIVO: Aumentar el consumo de los contenidos de Teleantioquia en la pantalla lineal, en la región Antioquia

Incrementar el consumo de contenidos en pantalla lineal, le permite a Teleantioquia legitimarse como marca y convertirse en referente nacional para los canales regionales, brindándole a los televidentes una alternativa que le da visibilidad a las tradiciones de Antioquia e incrementa el número potencial de anunciantes interesados en pautar dentro de la programación.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Rating	\sum Rating mensual/# meses	Puntos de rating	Innovación y Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
1.14	1.14	1.33	1.40	1.47
INTERPRETACIÓN				
Mide el incremento del rating anual Rating: Índice de audiencia de un programa de televisión				

ESTRATEGIA: Consolidación de una parrilla sostenible y con una estructura de franjas

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Horas de parrilla en franjas	Total horas en franjas / Total horas parrilla	Porcentaje	Contenidos

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
33%	33%	33%	33%	33%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de horas enfranjas con relación al total de horas en parrilla				
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Nuevo de Contenidos enfranjas	# de contenidos enfranjas/Total de contenidos enfranjas	Porcentaje	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
10%	10%	30%	30%	30%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de los contenidos que harán parte de las franjas establecidas en la rejilla de programación del Canal.				

ESTRATEGIA: Evaluación sistemática de la totalidad de los contenidos en parrilla

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Contenidos evaluados	Total contenidos evaluados/ Total contenidos en parrilla	Porcentaje	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de contenidos en parrilla evaluados				

ESTRATEGIA: Definición de contenidos ancla que jalonen la audiencia en la parrilla lineal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Contenidos ancla	# de contenidos	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
2	2	5	5	5
INTERPRETACIÓN				
Mide el número de contenidos diseñados para jalonar los resultados de audiencia del Canal, los productos estrella del portafolio de contenidos				

ESTRATEGIA: Visibilización mediante los contenidos a la población y el territorio de Antioquia

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Contenidos especializados en Antioquia	N.A	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
33	33	40	40	40
INTERPRETACIÓN				
El cumplimiento de este indicador será a través de la realización y emisión de promos, descentralización de algunos de los programas del Canal, además de ser la región el tema principal en los contenidos.				

ESTRATEGIA: Generación de contenidos audiovisuales de calidad, innovadores y en alta definición

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Contenidos Innovadores	Número de contenidos con proceso de innovación/ Número de contenidos en parrilla	Porcentaje	Contenidos

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	10%	15%	20%
INTERPRETACIÓN				
Creación de contenidos que generen impacto y aumenten el consumo en la población de Antioquia				

OBJETIVO: Consolidar Teleantioquia digital como una unidad que aporte a la sostenibilidad financiera y capte nuevas audiencias

El aprovechamiento de los canales digitales a través de una unidad consolidada, constituye para Teleantioquia una oportunidad para fidelizar a los consumidores actuales a través de contenidos transversales, y a la vez, para cautivar nuevas audiencias que busquen contenidos diferentes sin necesidad de encender la pantalla principal. Adicionalmente, los medios digitales le permiten al canal también optimizar recursos y se constituyen en una fuente alternativa de ingresos.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Audiencias digitales	Σ de audiencias de las plataformas	Porcentaje	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	100%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Mide el alcance de nuevas audiencias para Teleantioquia Digital. Aplicaciones descargadas*15% + Alcance de contenidos*50% + Visitas a emisora*40%				

ESTRATEGIA: Desarrollo de aplicaciones móviles para ofrecer contenidos alternativos.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Aplicaciones desarrolladas	Número de aplicaciones	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	2	2	2
INTERPRETACIÓN				
Mide el número de aplicaciones desarrolladas anualmente.				
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Descargas	Descargas a las aplicaciones	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	1.000	1.500	2.000
INTERPRETACIÓN				
Mide la cantidad de descargas anuales de las aplicaciones desarrolladas.				

ESTRATEGIA: Generación de contenidos exclusivos para el portal web y las redes sociales.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Generación de contenidos para el portal web	Número de Contenidos	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
9	9	12	15	18
INTERPRETACIÓN				
Mide el número de contenidos realizados para el portal web				
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Alcance de los contenidos	Alcance	Número	Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
900.000	900.000	1.200.000	1.500.000	1.800.000
INTERPRETACIÓN				
Mide el alcance de los contenidos realizados para el portal web				

ESTRATEGIA: Creación de una emisora web para captar nuevas audiencias y apoyar los contenidos de la pantalla lineal.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Emisora web	Horas de emisión	Horas	Contenido	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	2.500	5.000	7.500
INTERPRETACIÓN				
Mide las visitas mensuales de la emisora web.				

ESTRATEGIA: Generación de alianzas para crear una plataforma OTT con contenidos del canal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Plataforma OTT	N.A	Número	Contenido	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	-	-	1	-
INTERPRETACIÓN				
Mide la creación de la plataforma OTT				

OBJETIVO: Incrementar el posicionamiento de Teleantioquia a nivel regional y nacional.

Se define posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor, este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Cada consumidor es un mundo diferente, cada uno pretende que el producto se ajuste a sus condiciones y cumpla con sus expectativas; en la medida que la competencia se incrementa y los mercados crecen, sobretodo en el mundo sobrecomunicado que tenemos, la necesidad básica de posicionarse resulta una herramienta clave en los negocios.

Este objetivo aporta a aumentar el consumo de los contenidos a partir de fortalecer la percepción que puedan tener los televidentes potenciales en el Canal, a través de conocer sus gustos, generar cercanía con los contenidos y hacer presencia en las regiones y eventos de ciudad.

ESTRATEGIAS



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Share	Audiencia del Canal / Universo de población en Antioquia	Número	Comercialización y Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
2.85	3.14	3.45	3.79	4.17
INTERPRETACIÓN				
Mide el consumo del canal, sobre el total del consumo de televisión en un periodo determinado. A través de la información que entrega la empresa especializada IBOPE				
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Canales vistos últimos 30 días Colombia	Canales vistos	Número	Comercialización y Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
1.514.835	1.666.319	1.832.950	2.016.245	2.217.870
INTERPRETACIÓN				
Consumo del canal a nivel nacional, basado en la recordación de la marca				

ESTRATEGIA: Investigación de audiencias y del consumo de contenidos audiovisuales para identificar gustos y preferencias de televidentes y usuarios.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Favoritismo de Teleantioquia en la región de Antioquia	Canales Favorito + Canales Muy Bueno	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
439.000	450.000	520.000	600.000	658.500
INTERPRETACIÓN				
Evaluación de percepción de gusto sobre un canal				

ESTRATEGIA: Descentralización de contenidos, para generar posicionamiento de marca y de productos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Ubicación en el ranking de los canales públicos vistos en Colombia	Canales vistos últimos 30 días en Colombia	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
2	2	2	2	1
INTERPRETACIÓN				
Mide la ubicación que tiene Teleantioquia en el ranking de los canales públicos vistos en Colombia				

ESTRATEGIA: Implementación de plan de medios de comunicación para la promoción de contenidos y actividades del Canal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Campañas de promoción	Campañas implementadas	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	4	4	4	4
INTERPRETACIÓN				
Mide la implementación de un plan de medios para la promoción y divulgación de campañas de nuevos programas y posicionamiento de marca en Antioquia, digital y a nivel nacional				

ESTRATEGIA: Generar alianzas con organizaciones públicas y privadas para la promoción conjunta de eventos y actividades representativas de la ciudad.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Alianzas con otros medios u organizaciones	Alianzas implementadas	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	5	7	8	10
INTERPRETACIÓN				
Mide las alianzas generadas con otros medios u organizaciones para fortalecer la comunicación del canal y la consecución de nuevos públicos buscando el posicionamiento y favoritismo de la marca.				

ESTRATEGIA: Desarrollar el marketing digital como herramienta de promoción y difusión de los contenidos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Contenidos y estrategias de difusión y publicidad en las redes sociales y plataformas propias	Número	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	12	12	12	12
INTERPRETACIÓN				
Generar contenidos y estrategias de difusión y publicidad de marca en las redes sociales del canal y múltiples plataformas, mediante la participación activa que permita conseguir nuevas audiencias.				

ESTRATEGIA: Implementación del proyecto de servicio al cliente Televidente

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Satisfacción de clientes	Cientes satisfechos / Clientes Totales	Porcentaje	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	75%	80%	80%	90%
INTERPRETACIÓN				
Mide la satisfacción general de los clientes sobre los diferentes servicios ofrecidos por Teleantioquia				

OBJETIVO: Aumentar el consumo del portafolio de servicios de Teleantioquia.

La internet y los avances tecnológicos han globalizado la oferta audiovisual, transformaron la forma de hacer y comerciar la televisión. En la actualidad nuevos actores participan del mercado local y hace más crítica la competencia por la preferencia de los televidentes y anunciantes.

Para afrontar los nuevos desafíos es preciso generar valor a nuestros productos, concentrándose en conocer a los consumidores para mejorar nuestros contenidos y ser más atractivos para los clientes audiovisuales y como consecuencia para los clientes comerciales.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Cumplimiento de las metas de ventas de servicios tradicionales	(Resultado de ingresos/meta de ingresos) * 100	Porcentaje	Dirección de Comercialización y Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	-	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Mide la efectividad en la implementación de las estrategias proyectadas				

ESTRATEGIA: Promoción de Teleantioquia entre anunciantes locales y nacionales como el medio efectivo para desarrollar estrategias publicitarias en Antioquia

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Eventos de promoción para los clientes	Eventos realizados año	Número	Dirección de Comercialización y Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
5	3	3	3	3
INTERPRETACIÓN				
Realización de eventos de promoción con los diferentes tipos de clientes para presentarles el portafolio de productos y servicios ofrecidos por el canal, los planes y descuentos especiales, realizar y promover grandes negociaciones y preventas y buscar aparecer en la mente de los consumidores como la principal opción para llegar a los Antioqueños.				

ESTRATEGIA: Lograr la permanencia del 60% de los clientes del Pareto 80-20 durante cada año.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Conservar los clientes cada año	Número de clientes Pareto 80-20 año actual/ Número de clientes Pareto 80-20 año anterior	Porcentaje	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.D	100%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Este indicador permite conocer la fidelidad de los clientes del Pareto 80-20 y su preferencia en la inversión en el portafolio de productos y servicio del Canal.				

ESTRATEGIA: Fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Implementación de un CRM	Avance en la implementación	Porcentaje	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	20%	50%	80%	100%
INTERPRETACIÓN				
Mediante la construcción de una base de datos organizada y orientada al conocimiento absoluto de los clientes es posible interpretar y predecir sus inversiones y gustos por lo tanto con esta herramienta podrá construir estrategias encaminadas a la fidelización de los clientes y a la implementación de actividades que cumplan este objetivo.				

ESTRATEGIA: Lograr el retorno de los clientes inactivos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Reincorporación de clientes	Cientes activos años anterior/clientes activos año actual	Porcentaje	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.D	20%	40%	50%	60%
INTERPRETACIÓN				
Investigación y búsqueda continua de los clientes inactivos, teniendo en cuenta las razones de su deserción y el desarrollo de propuestas a la medida de sus necesidades				

ESTRATEGIA: Implementación del proyecto de servicio al cliente anunciante.

DESCRIPCIÓN				
Indicadora	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Manual de seguimiento y servicio al cliente	Desarrollo manual y cartilla	Número	Mercadeo	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	1	1	1
INTERPRETACIÓN				
Creación de manual para la atención al cliente, orientación y asesoría básica para encaminar a las ventas, creación de cartilla de atención con protocolo básico del servicio.				

PERSPECTIVA PROCESOS

En la perspectiva de procesos hemos orientado los esfuerzos hacia la identificación y la intervención de los procesos críticos internos en los que la organización debe enfocarse para incrementar la productividad, la eficiencia y la oportunidad en la operación del Canal, muy especialmente en los procesos que están relacionados de manera directa con el core del negocio, para implementar medidas que generen un mayor impacto en la satisfacción del cliente y el logro de los objetivos financieros que se ha trazado la organización.

La articulación entre las diferentes áreas, en aras de lograr un mejor desempeño estratégico, obtener altos niveles de competitividad a través del mejoramiento continuo, el fortalecimiento de los modelos administrativos, la implementación de nuevos procesos para afianzar la innovación como una ventaja competitiva, la optimización de los flujos de trabajo en los procesos de producción y emisión, incorporando nuevas tecnologías modernas, son parte de las estrategias que se deben desarrollar en este periodo.

Igualmente, incorporar nuevas tecnologías que permitan fortalecer los procesos de realización, producción, postproducción, es un propósito importante, nuestra compañía opera en un negocio donde la tecnología es un factor determinante a la hora de satisfacer necesidades y generar valor ante los consumidores. Lo anterior, requiere la construcción de un plan de inversiones que atienda los requerimientos tanto para la televisión lineal, como para las nuevas plataformas.

OBJETIVO: Incrementar la productividad y eficiencia en los procesos

Siendo consecuentes con la realidad financiera actual del Canal y teniendo en cuenta que los ingresos son cada vez son más escasos, Teleantioquia le apuesta a intervenir las Direcciones de Producción y Comercialización en la operación y el desarrollo de sus actividades cotidianas, con la definición de estándares de eficiencia y desempeño en los procesos que desarrollan estas unidades de gestión.

La optimización de recursos facilita a corto y mediano plazo establecer tarifas de mercado dinámicas y competitivas, obtener un equilibrio entre la capacidad instalada y la demanda del servicio y aporta a mejorar los costos del Canal.

OBJETIVO

Incrementar la productividad y eficiencia en los procesos

ESTRATEGIAS

Definición y cumplimiento de políticas para la programación de recursos de producción

Optimización de la capacidad instalada

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Reducción en los costos de producción	$(\text{Vigencia actual} - \text{Vigencia anterior}) / \text{vigencia anterior}$	Porcentaje	Realización y Producción	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	25%	15%	10%	10%
INTERPRETACIÓN				
Con este indicador se medirá la reducción de costos que se obtendrá en el proceso de producción, la cual permitirá incrementar la productividad y eficiencia				

ESTRATEGIA: Definición y cumplimiento de políticas para la programación de recursos de producción

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Políticas de operación para la planeación de recursos de producción	(No. de procesos con políticas definidas/No. de procesos en producción)	Porcentaje	Producción	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	0	50%	100%	0
INTERPRETACIÓN				
Identifica los procesos involucrados en la producción de contenidos de forma transversal en I y comercialización para obtener la estandarización con el fin de incrementar la productividad y eficiencia, logrando que Teleantioquia sea un Canal competitivo en el mercado.				

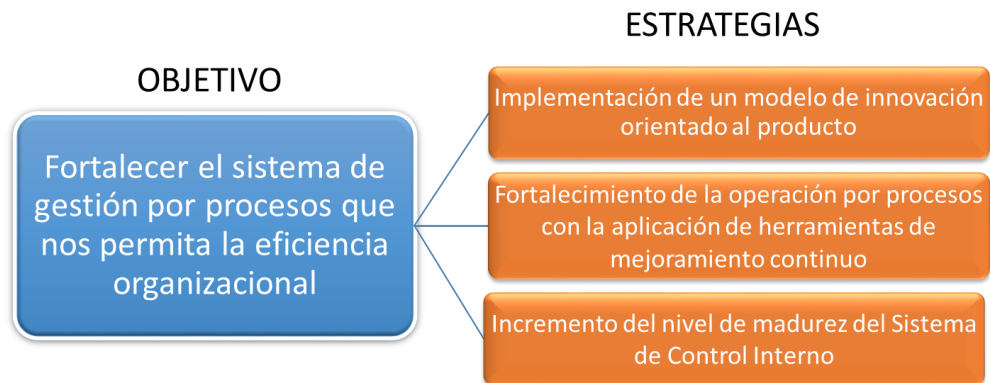
ESTRATEGIA: Optimizar la capacidad instalada.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Horas Ociosas Horas Extras	No. De horas ociosas total empleado	Porcentaje	Realización y Producción	
	No. De horas extras total empleado			
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
N.A	20%	15%	10%	5%
INTERPRETACIÓN				
Este indicador nos permite medir la eficiencia del recurso humano y técnico.				

OBJETIVO: Fortalecer el sistema de gestión por procesos que nos permita la eficiencia organizacional

Las organizaciones son dinámicas y deben responder a los retos que les plantea el entorno. Las nuevas tendencias en materia audiovisual traen consigo la necesidad de tener una gestión articulada, que incorpore prácticas de administración moderna, alineadas con las exigencias del mercado.

Un adecuado sistema de gestión por procesos, permite tener una mayor articulación entre las diferentes áreas, la aplicación de métodos y herramientas administrativas, que conlleven a trabajar bajo la premisa de la estandarización y mejoramiento continuo, lo cual impacta competencias organizacionales como el trabajo en equipo, la comunicación, la innovación y facilita identificar los cuellos de botella que se evidencien en la ejecución de los procesos.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Madurez de la gestión por procesos	Nivel de satisfacción del Sistema Integrado de Gestión	Porcentaje	Planeación	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	60%	90%	100%
INTERPRETACIÓN				
Mide el Nivel de satisfacción de los usuarios con la gestión por procesos.				

ESTRATEGIA: Fortalecimiento de la operación por procesos con la aplicación de herramientas de mejoramiento continuo y la alineación con la estrategia.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Revisión de los procesos	Procesos en la cadena de valor revisados/Procesos en la cadena de valor	Porcentaje	Planeación	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	-	50%	100%	-
INTERPRETACIÓN				
Mide el grado de intervención con de los procesos del canal en aras de su mejoramiento				

ESTRATEGIA: Implementación de un modelo de innovación orientado al producto.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Modelo de Innovación	N.A	Número	Innovación y Contenidos	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	-	1	-	-
INTERPRETACIÓN				
Mide el estado de implementación del modelo de innovación.				

ESTRATEGIA: Fortalecimiento de la operación por procesos con la aplicación de herramientas de mejoramiento continuo

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Optimización de procesos	No de procesos mejorados/Total de procesos	Porcentaje	Planeación	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	30%	50%	80%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de procesos mejorados.				

ESTRATEGIA: Incremento del nivel de madurez del Sistema de Control Interno.

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Índice de madurez del sistema de control interno	N.A El dato proviene de la encuesta que se diligencia en el aplicativo del DAFP	Porcentaje	Control Interno

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
75,85%	N.A	80%	85%	90%
INTERPRETACIÓN				
El índice permite identificar el estado del desarrollo y fortalecimiento de los componentes del sistema de control interno (a partir del modelo MECI). Dentro del índice se miden 5 factores, estos son: entorno de control, información y comunicación, direccionamiento estratégico, administración de riesgos y seguimiento. El índice de madurez está representado por un porcentaje entre 0 y 100%, dependiendo del mismo éste podría comprender los siguientes niveles: Inicial (0-10), básico (11-35), intermedio (35-65), satisfactorio (66-90) y avanzado (91-100).				

OBJETIVO: Tener disponible los contenidos para su uso en forma ágil en todos los flujos del Canal

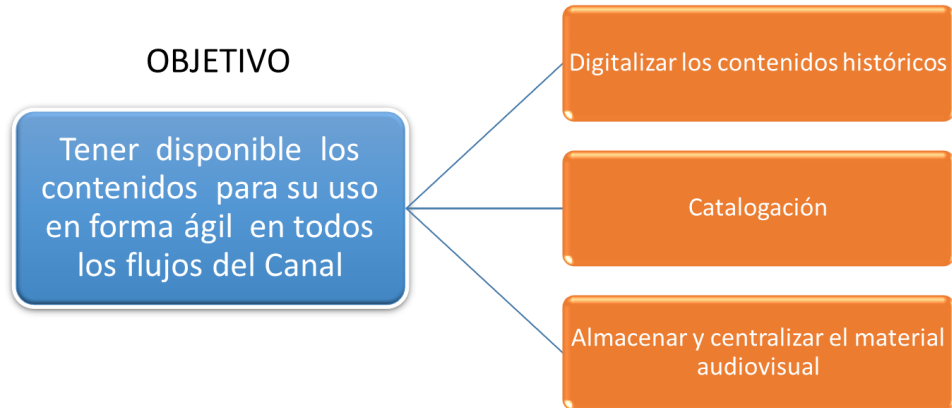
La televisión pública es la herramienta que tiene el ciudadano para conservar sus raíces, mostrar su idiosincrasia, su cultura y sus costumbres. Con la transición de lo análogo a lo digital en la televisión, es posible tener acceso a los contenidos de forma rápida y eficaz.

Hoy no se entiende en el mundo un medio de comunicación audiovisual que no disponga de su materia prima de manera ágil e inmediata. La posibilidad de tener el material audiovisual al alcance de todos los usuarios es una exigencia para la competitividad y la calidad en los resultados.

Dentro de la implementación de un flujo completamente digital, es necesario tener un sistema de archivo que permita guardar todos los contenidos digitales, principalmente el archivo histórico, patrimonio cultural de la humanidad, optimizando los procesos de la organización con el acceso simultáneo desde cualquier estación de trabajo.

Este proyecto contribuye notoriamente a la optimización de todos los recursos y tiempos del canal en los procesos de producción, posproducción, emisión y archivo, generando así un trabajo colaborativo que integre todas las áreas que participan en los diferentes procesos, desde la captura de la imagen y el sonido, hasta su emisión final, tanto en la televisión tradicional como en nuevas plataformas de difusión, hasta su almacenaje y reutilización.

ESTRATEGIAS



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Contenidos disponibles	$\% \text{Contenidos Disponibles} = (0.40 \times \# \text{ Horas Digitalizadas}) + (0.35 \times \# \text{ Horas Catalogadas}) + (0.25 \times \# \text{ Horas Centralizadas})$	Porcentaje	Producción	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	25%	75%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se parte de la necesidad de implementar un sistema de gestión de contenidos, el cual consta en tener todos los contenidos audiovisuales digitalizados y almacenados en un sistema centralizado permitiendo la recuperación y acceso a la información desde cualquier flujo de trabajo del canal.				

ESTRATEGIA: Digitalizar los contenidos históricos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Digitalización del archivo histórico audiovisual de Teleantioquia.	$(\text{N}^\circ \text{ de Horas Digitalizadas} / \text{N}^\circ \text{ de Horas a Digitalizar}) * 100\%$	Porcentaje	Emisión	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	30%	80%	100%

INTERPRETACIÓN

Se toma como base el total de horas identificado en el diagnóstico del archivo audiovisual histórico de Teleantioquia que se encuentra en riesgo de pérdida por el formato de almacenamiento (Umatic, Betacam, DVCam, DVD, VHS).

Para garantizar la conservación se debe clasificar y digitalizar en un medio que disminuya el riesgo de pérdida.

ESTRATEGIA: Catalogación

DESCRIPCIÓN

Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Archivo Audiovisual Catalogado	$(\text{Archivo Catalogado} / \text{Archivo digitalizado}) * 100\%$	Porcentaje	Emisión

METAS

SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	N/A.	10%	40%	50%

INTERPRETACIÓN

Una vez se tiene el material audiovisual digitalizado en la videoteca de Teleantioquia se procede con la catalogación.

ESTRATEGIA: Almacenar y centralizar el material audiovisual

DESCRIPCIÓN

Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Almacenamiento Centralizado	$\text{Almacenamiento Centralizado} = (\# \text{ horas en archivo profundo}) / (\# \text{ horas Almacenadas}) * 100\%$	Porcentaje	Emisión

METAS

SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	20%	60%	100%

INTERPRETACIÓN

Partiendo de las nuevas soluciones tecnológicas para el almacenamiento, la conservación y accesibilidad, se requiere la infraestructura tecnológica apropiada para la implementación de un almacenamiento centralizado en Teleantioquia.

OBJETIVO: Incorporar la tecnología adecuada para atender de manera eficiente los flujos de trabajo para múltiples plataformas

Las plataformas tecnológicas relacionadas con los flujos audiovisuales evolucionan con gran velocidad, producto de la incorporación de nuevas tecnologías y novedosas formas de producir, consumir y comercializar los contenidos, que involucra más calidad, mejor definición, más servicios y más movilidad. Ante este nuevo panorama surgen preocupaciones para la Televisión Pública Regional, en su aspiración por adaptarse a los nuevos retos y posibilidades, teniendo en cuenta la importancia de ser competitivos en un medio cada vez más complejo.

Con las estrategias proyectadas en este objetivo se integran los procesos de Producción, transmisión, gestión y almacenamiento de los contenidos, con la puesta a punto de los sistemas de producción y transporte de contenidos audiovisuales, la migración de todos nuestros procesos de producción a la alta definición y la implementación total de un Sistema de Administración de Contenidos bajo el concepto PAM, garantizando la no utilización de herramientas obsoletas en los diferentes procesos del Canal.

El 90% de los procesos de producción de Teleantioquia están implementados en alta definición, pero un alto porcentaje de la tecnología que cumple con los flujos HD de la organización está llegando al fin de su vida útil, poniendo en peligro los flujos de trabajo y generando costos adicionales en mantenimientos y reprocesos.

Con las estrategias proyectadas se logrará la renovación y modernización tecnológica de los equipos que presentan obsolescencia por la rápida evolución del medio o por desgaste en el uso cotidiano, logrando una migración total al HD, acorde con las exigencias de las audiencias y de las nuevas plataformas de difusión, preparándonos para el apagón analógico, dentro del proyecto de implementación de la Televisión Digital Terrestre.

Teleantioquia es una empresa comprometida con el planeta, por lo que se proyecta la migración de los procesos de iluminación a la utilización de tecnologías eficientes, teniendo en cuenta el consumo de energía y el calentamiento global. Se adelanta la combinación de las luces de tungsteno utilizadas en estudio con sistemas más eficientes en tecnología led.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Tecnología adecuada múltiples plataformas	$(\text{Tecnología Incorporada} / \text{Tecnología Incorporar}) \times 100$	Porcentaje	Producción	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará la incorporación de nuevas tecnologías en los diferentes procesos que conforman el Core del negocio, que facilite y optimice el flujo de trabajo de acuerdo al Plan Estratégico 2016-2019				

ESTRATEGIA: Migración de todos los flujos al HD

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Flujos HD	$(\text{Flujos en HD Teleantioquia} / \text{Total de flujos Teleantioquia}) \times 100$	Porcentaje	Emisión

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	90%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará el número de flujos migrados a HD respecto a la totalidad de flujos por migrar a HD, de acuerdo al objetivo estratégico.				

ESTRATEGIA: Implementación de un Sistema de Gestión de Contenidos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Gestión de Contenidos	(Etapas implementadas / etapas requeridas) x 100%	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
30%	30%	70%	90%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará el número de etapas implementadas respecto a las etapas requeridas, de acuerdo al objetivo estratégico.				

ESTRATEGIA: Atender los requerimientos tecnológicos para implementar las nuevas plataformas

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Tecnología disponible	Tecnología disponible/ requerimientos de nuevas plataformas	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				

ESTRATEGIA: Adopción de tecnologías amigables con el Medio Ambiente

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Tecnologías Amigables	(Tecnología A.C.M.A. Implementada / Tecnología A.C.M.A. proyectada) x 100%	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	N.A.	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará la cantidad de tecnología amigable con el medio ambiente (A.C.M.A) respecto a la proyectada, de acuerdo al plan estratégico de Teleantioquia.				

ESTRATEGIA: Adopción de nuevas tecnologías

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Nuevas Tecnologías	(Nuevas tecnologías implementadas / Nuevas tecnologías requeridas) * 100%	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará el número de tecnologías implementadas respecto a las nuevas tecnologías requeridas, de acuerdo al objetivo estratégico				

ESTRATEGIA: Modernización de la tecnología actual

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Modernización	(No. de equipos modernizados / No. de equipos por modernizar) * 100%	Porcentaje	Tecnologías

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
70%	70%	90%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
Se ponderará el número de equipos modernizados respecto a equipos por modernizar, de acuerdo al objetivo estratégico.				

PERSPECTIVA APRENDIZAJE

La excelencia se consigue si la organización puede contar con la participación entusiasta de todos sus empleados, además se considera que el aprendizaje permite trabajar con empleados suficientemente preparados para el ejercicio de sus funciones.

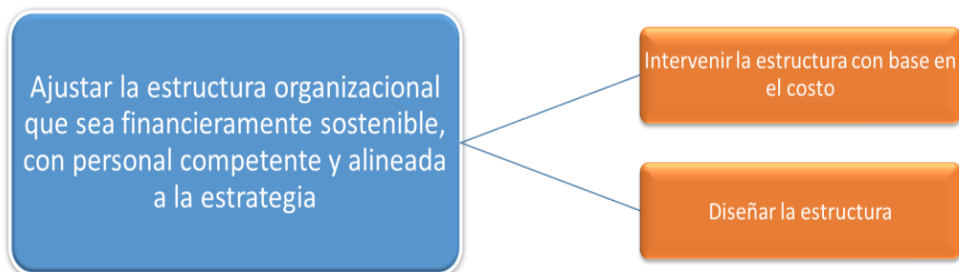
Teleantioquia cuenta con una curva de aprendizaje amplia, que le permite después de 31 años seguir construyendo historia en el Departamento, por esto el Cana le apuesta al fomento del talento humano, al desarrollo de sus competencias y a la implementación de herramientas de aprendizaje, que faciliten cerrar las brechas de conocimiento y llegar a un nivel óptimo del mismo, para el desarrollo de las funciones.

El crecimiento del personal y un buen desarrollo de sistemas que faciliten la ejecución de los procesos, llevan a un mejor empoderamiento de los empleados y facilita el deseo de transmitirles una mayor responsabilidad mediante la delegación inteligente de funciones y de capacidad de decisión, lo cual facilita el cumplimiento de las estrategias, optimiza la productividad y genera valor agregado para nuestros clientes y partes interesadas.

OBJETIVO: Ajustar la estructura organizacional que sea financieramente sostenible, con personal competente y alineada a la estrategia

Para el logro de las metas establecidas y el sostenimiento financiero de la organización; Teleantioquia requiere apoyarse de un equipo Humano competente tanto a nivel personal como profesional, empleados que trabajen buscando la mejora continua y el logro de los objetivos organizacionales; es por ello, que se hace necesario ajustar la estructura organizacional de acuerdo al presupuesto de la Entidad, con personal que cumpla el perfil requerido a nivel de competencias técnicas propias de la labor a desempeñar y que aporte desde su conocimiento a los diferentes procesos de la Compañía, adicionalmente que

enriquezca la Organización desde la parte humana con valores y principios éticos que fomenten un clima organizacional favorable a todo nivel.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Participación de los servicios personales	$(\text{Servicios personales/costos y gastos totales}) * 100$	Porcentaje	Operaciones	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
48%	48%	45%	45%	45%
INTERPRETACIÓN				
Mide la reducción de costos de personal correspondiente al valor de salarios, valor del factor prestacional y valor de la seguridad social				

ESTRATEGIA: Intervenir la estructura con base en el costo

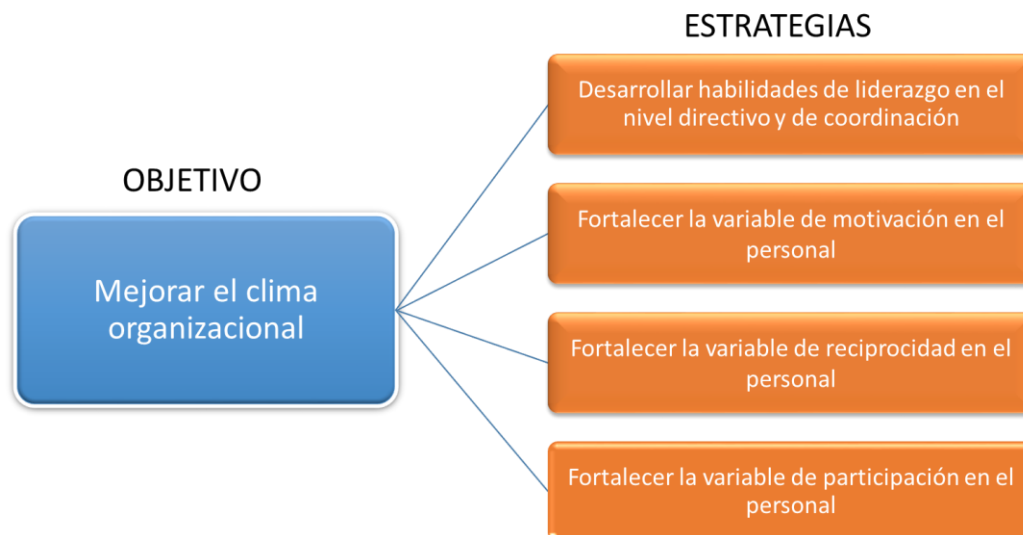
DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Reducción de costos de personal	$((\text{Servicios personales año } x \text{ menos servicios personales } x-1) / \text{servicios personales } x-1) * 100$	Pesos corrientes	Financiera	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
4,39%	-18%	-10%	IPC	IPC
INTERPRETACIÓN				
Mide la reducción de costos de personal correspondiente al valor de salarios, valor del factor prestacional, valor de la seguridad social y demás componentes de servicios personales según lo registrado en la contabilidad				

ESTRATEGIA: Diseñar la estructura

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Estructura organizacional implementada	N.A	Número	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0	-	1	-	-
INTERPRETACIÓN				
Mide el diseño e implementación de la estructura organizacional				

OBJETIVO: Mejorar el clima organizacional

El clima organizacional de una Entidad representa una variable fundamental e influyente en el buen desempeño de los funcionarios; es por ello que fortalecerlo, representa un objetivo estratégico, ya que en la medida que exista un clima organizacional basado en la armonía y tendiente a la calidad de vida de los empleados, aumenta la motivación de los mismos hacia la organización, y por ende la productividad, proactividad e iniciativa en sus funciones desempeñadas, tendrán resultados más eficientes y acordes a la necesidades del Canal.



DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Clima Organizacional	N.A	Porcentaje	Operaciones	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
61%	65%	-	75%	-
INTERPRETACIÓN				
Mide el nivel porcentual del Clima Organizacional de Teleantioquia, de acuerdo a la escala de valoración del CO				
0 % – 40% Bajo				
41% – 60% Medio bajo				
61% – 76% Medio alto				
76% – 100% Alto				

ESTRATEGIA: Desarrollar habilidades de liderazgo en el nivel directivo y de coordinación

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Liderazgo	N.A	Porcentaje	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
67%	67%	70%	75%	80%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de desarrollo de la habilidad de liderazgo, en el personal Directivo y de Coordinación de Teleantioquia				
0 % – 40% Bajo				
41% – 60% Medio bajo				
61% – 76% Medio alto				
76% – 100% Alto				

ESTRATEGIA: Fortalecer la variable de motivación en el personal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Motivación	N.A	Porcentaje	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
59%	59%	65%	70%	75%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de la variable de motivación del personal. 0 % – 40% Bajo 41% – 60% Medio bajo 61% – 76% Medio alto 76% – 100% Alto				

ESTRATEGIA: Fortalecer la variable de reciprocidad en el personal

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Reciprocidad	N.A	Porcentaje	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
63%	63%	70%	75%	80%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de la variable de reciprocidad del personal. 0 % – 40% Bajo 41% – 60% Medio bajo 61% – 76% Medio alto 76% – 100% Alto				

ESTRATEGIA: Fortalecer la variable de participación en el personal

DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable
Participación	N.A	Porcentaje	Gestión Humana

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
55%	55%	60%	65%	70%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de la variable de participación del personal.				
0 % – 40% Bajo				
41% – 60% Medio bajo				
61% – 76% Medio alto				
76% – 100% Alto				

OBJETIVO: Mejorar las competencias técnicas en las áreas de innovación y contenidos, comercialización y producción

Las Direcciones de Realización y Producción, Mercadeo y Comercialización e Innovación y Contenidos, representan unidades estratégicas que apuntan de manera directa al logro de los objetivos organizacionales; es por ello que el desempeño de su personal influye en el correcto dinamismo del proceso a cargo; por lo anterior se hace necesario perfeccionar las competencias técnicas propias del cargo desempeñado; de manera que cada funcionario pueda actualizar sus saberes específicos, por medio de capacitaciones y procesos de formación, con el fin de aportar desde su conocimiento al mejoramiento continuo de cada Dirección.



DESCRIPCIÓN			
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable
Formación	No. de personas capacitadas/ No. total de personal a capacitar	Porcentaje	Operaciones

METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	65%	70%	75%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de personas que participaron en el proceso de capacitación, de las áreas de innovación y contenidos, comercialización y producción.				

ESTRATEGIA: Cerrar las brechas de conocimientos técnicos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Plan de Formación	No. de personas con formación técnica recibida/ No. de personas con requerimiento de formación técnica	Porcentaje	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	60%	70%	80%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de personas con formación técnica recibida, acorde a las necesidades específicas para la operación del cargo.				

ESTRATEGIA: Desarrollar y fortalecer las competencias

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Competencias desarrolladas	(No. Empleados con evaluación de bueno por competencia/ No. empleados evaluados)*100	Porcentaje	Gestión Humana	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	60%	70%	75%
INTERPRETACIÓN				
Mide el porcentaje de personal de los procesos misionales con competencias desarrolladas.				

OBJETIVO: Fortalecer e implementar los sistemas de información para mejorar la gestión de los procesos.

Garantizar la mejora continua, adopción e integración de sistemas de información, que apoyan las actividades y flujos de trabajo de los diferentes procesos, procurando su eficiencia y facilitando las labores de gestión de la información en el Canal.

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Dirección responsable	
Sistemas de información	$\% \text{ Sistemas de información} = (0.30\text{avance}E_1 + 0.50\text{avance}E_2 + 0.20\text{avance}E_3)$	Porcentaje	Producción	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	30%	60%	80%	100%
INTERPRETACIÓN				
<p>Mejorar la eficiencia en la gestión de los procesos del Canal, mediante las actividades descritas en las tres estrategias que componen el indicador.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incorporar sistemas de información al Core del Negocio que agilice los procesos: Implementación de un Sistema de Gestión Integrado para atender las necesidades de procesos que lo requieren como apoyo a su gestión. - Fortalecer los procesos administrativos y financieros con desarrollos informáticos: Mejora en los sistemas de información existentes e integración de nuevos módulos o funcionalidades a los sistemas de información. - Articular los sistemas de información que sean susceptibles de integración: Integración que agilice la generación de informes conjunta de los sistemas de información. 				

ESTRATEGIA: Incorporar sistemas de información al Core del Negocio que agilice los procesos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Sistema Integrado de Gestión	Sistema Integrado de Gestión = %Avance	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	N.A.	100%	100%	100%
INTERPRETACIÓN				
<p>Porcentaje de implementación de un sistema de Gestión Integrado, para atender necesidades de procesos que carecen de herramientas de planeación y seguimiento a la Gestión en Teleantioquia.</p>				

ESTRATEGIA: Fortalecer los procesos administrativos y financieros con desarrollos informáticos

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Sistemas de información intervenido	%Sistemas de Información Intervenidos= $40\% \text{Avance}_1 + 30\% \text{Avance}_2 + 30\% \text{Avance}_3$	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	30%	60%	80%	100%
INTERPRETACIÓN				
<ol style="list-style-type: none"> (40 %) Implementación y parametrización de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) (2016) Ajustes en NIIF 2017 (30%) Cambio de versión Document WEB Implementación de Series Documentales en el Software Document (2017) (30%) Desarrollo, integración o intervención de módulos en el ERP (software administrativo y financiero) 				

ESTRATEGIA: Articular los sistemas de información que sean susceptibles de integración

DESCRIPCIÓN				
Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Área Responsable	
Integraciones	(Sistemas de Información Integrados/Sistemas de información por integrar) * 100	Porcentaje	Tecnologías	
METAS				
SITUACIÓN INICIAL	2016	2017	2018	2019
0%	0%	40%	80%	100%
INTERPRETACIÓN				
<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de Planta Telefónica compatibilidad comunicaciones Unificadas - Centro de Consultas. Integración de Sistemas de información para efectos de informes estratégicos - Comunicaciones Unificadas 				

PLAN DE INVERSIONES

POR VIGENCIA (millones)

PLAN PLURIANUAL DE INVERSIONES							
Objetivos	Estrategias	Vigencia de inversión					
Perspectiva Financiera		Funcionamiento	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Obtener margen de utilidad positivo	Participación de los costos y gastos (sin incluir depreciaciones, amortizaciones y provisiones) del 88% de los ingresos totales, al terminar el cuatrienio			\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$150,00
Obtener margen de Ebitda positivo	Participación de las depreciaciones, amortizaciones y provisiones en el 12% de los costos totales, al terminar el cuatrienio	X					
	Mantener los niveles de liquidez que permita administrar los riesgos de operación de 6 meses	X					
Generar ingresos acumulados por ventas	Obtener ingresos por ventas de servicios tradicionales		\$2.150,34	\$2.472,00	\$2.670,00	\$2.941,00	\$10.233,34
	Generar nuevos negocios a partir de la central de medios		\$268,00	\$268,00	\$295,00	\$324,00	\$1.155,00
	Implementar unidades estratégicas de negocio	X					
Obtener recursos por gestión de proyectos	Monetizar las plataformas digitales	X					
	Gestionar ante los entes competentes proyectos de regulación que permitan mejorar los ingresos del canal	X					
	Realizar gestión necesaria para la aprobación o modificación de proyectos de ley y políticas públicas en favor de la televisión pública regional	X					
	Gestionar recursos para financiación de proyectos ante entidades nacionales e internacionales	X					
Total Financiera			\$2.418,34	\$2.790,00	\$3.015,00	\$3.315,00	\$11.538,34
Perspectiva Cliente		Funcionamiento	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Aumentar el consumo de los contenidos de Teleantioquia en la pantalla lineal, en la región Antioquia	Consolidación de una parrilla sostenible y habitual en tv lineal con una estructura de franjas basada en investigación			\$7.215,00	\$7.503,60	\$7.803,74	\$22.522,34
	Evaluación sistemática de la totalidad de los contenidos en parrilla	X					
	Definición de contenidos ancla que jalonan la audiencia en la parrilla lineal	X					
	Visibilización mediante los contenidos a la población y el territorio de Antioquia	X					
	Generación de contenidos audiovisuales de calidad, innovadores y en alta definición	X					
	Desarrollar aplicaciones móviles para ofrecer contenidos alternativos				\$182,30	\$189,59	\$197,18
Consolidar Teleantioquia digital como una unidad que aporte a la sostenibilidad financiera y capte nuevas audiencias	Generación de contenidos exclusivos para el portal web y las redes sociales			\$306,20	\$318,45	\$331,19	\$955,83
	Creación de una emisora web para captar nuevas audiencias y apoyar los contenidos de la pantalla lineal	X					
	Generación de alianzas para crear una plataforma OTT con contenidos del Canal			\$108,00	\$112,32	\$116,81	\$337,13
Incrementar el posicionamiento de Teleantioquia a nivel regional y nacional	Investigación de audiencias y del consumo de contenidos audiovisuales para identificar gustos y preferencias de televidentes y usuarios		\$120,00	\$60,00	\$100,00	\$120,00	\$400,00
	Descentralización de contenidos, para generar posicionamiento de marca y de productos		\$50,00	\$100,00	\$120,00	\$80,00	\$350,00
	Implementación de plan de medios de comunicación para la promoción de contenidos y actividades del Canal		\$120,00	\$135,00	\$145,00	\$160,00	\$560,00
	Generar alianzas con organizaciones públicas y privadas para la promoción conjunta de eventos y actividades representativas de la ciudad		\$10,00	\$14,00	\$16,00	\$20,00	\$60,00
	Desarrollar el marketing digital como herramienta de promoción y difusión de los contenidos		\$20,00	\$30,00	\$35,00	\$40,00	\$125,00
Aumentar el consumo del portafolio de servicios de Teleantioquia	Implementación del proyecto de servicio al Televidente PQR		\$5,00	\$15,00	\$20,00	\$25,00	\$65,00
	Promoción de Teleantioquia entre anunciantes locales y nacionales como el medio efectivo para desarrollar estrategias publicitarias en Antioquia		\$60,00	\$100,00	\$110,00	\$120,00	\$390,00
	Lograr la permanencia del 60% de los clientes del Pareto 80-20 durante cada año	X					
	Fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor		\$3,00	\$10,00	\$15,00	\$20,00	\$48,00
Total Cliente			\$396,00	\$8.290,50	\$8.704,96	\$9.058,92	\$26.450,38

Perspectiva Proceso		Funcionamiento	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Incrementar la productividad y eficiencia en los procesos	Definición y cumplimiento de políticas para la programación de recursos de producción	X					
	Optimizar la capacidad instalada	X					
Fortalecer el sistema de gestión por procesos que nos permita la eficiencia organizacional	Implementación de un modelo de innovación orientado al producto	X					
	Fortalecimiento de la operación por procesos con la aplicación de herramientas de mejoramiento continuo	X					
	Incremento del nivel de madurez del Sistema de Control Interno	X					
Tener disponible los contenidos para su uso en forma ágil en todos los flujos del Canal	Digitalizar los contenidos históricos						
	Catalogación			\$321,00	\$250,00	\$422,00	\$993,00
	Almacenar y centralizar el material audiovisual						
Incorporar la tecnología adecuada para atender de manera eficiente los flujos de trabajo para múltiples plataformas	Migración de todos los flujos al HD						
	Implementación de un Sistema de Gestión de Contenidos						
	Adopción de tecnologías amigables con el Medio Ambiente			\$6.752,00	\$2.450,00	\$2.450,00	\$11.652,00
	Modernización de la tecnología actual						
	Adopción de nuevas tecnologías						
Total Proceso				\$7.073,00	\$2.700,00	\$2.872,00	\$12.645,00

Perspectiva Aprendizaje		Funcionamiento	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Ajustar la estructura organizacional que sea financieramente sostenible y alineada a la estrategia	Intervenir la estructura con base en el costo	X					
	Diseñar la estructura						
Mejorar el clima organizacional	Desarrollar habilidades de liderazgo en el nivel directivo y de coordinación			\$26,00	\$5,00	\$5,00	\$36,00
	Fortalecer la variable de motivación en el personal		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$480,00
	Fortalecer la variable de reciprocidad en el personal						
	Fortalecer la variable de participación en el personal.						
Mejorar competencias técnicas en las áreas de innovación y contenidos, comercialización y producción	Cerrar las brechas de conocimientos técnicos		\$6,70	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$222,70
	Desarrollar y fortalecer las competencias						
Fortalecer e implementar los sistemas de información para mejorar la gestión de los procesos	Incorporar sistemas de información al Core del Negocio que agilice los procesos						
	Fortalecer los procesos administrativos y financieros con desarrollos informáticos			\$142,00	\$125,80	\$180,00	\$447,80
	Articular los sistemas de información que sean susceptibles de integración						
Total Aprendizaje			\$126,70	\$360,00	\$322,80	\$377,00	\$1.186,50
TOTAL			\$2.941,04	\$18.513,50	\$14.742,76	\$15.622,92	\$51.820,22

POR FUENTES DE FINANCIACIÓN (millones)

PLAN PLURIANUAL POR FUENTES DE FINANCIACIÓN									
PERSPECTIVA FINANCIERA									
OBJETIVO	ESTRATEGIA	FUNCIONAMIENTO	PROPIOS	GOBERNACIÓN	MINTIC	ANTV	COOPERACIÓN	OTROS	TOTAL
Al finalizar el cuatrienio Teleantioquia obtendrá un margen de utilidad neta positivo	Participación de los costos y gastos (sin incluir depreciaciones, amortizaciones y provisiones) del 88% de los ingresos totales, al terminar el cuatrienio		\$150,00						\$150,00
Al finalizar el cuatrienio Teleantioquia obtendrá un margen de ebitda positivo	Participación de las depreciaciones, amortizaciones y provisiones en el 12% de los costos totales, al terminar el cuatrienio	X							
	Mantener los niveles de liquidez que permita administrar los riesgos de operación de 6 meses	X							
Generar ingresos acumulados por ventas	Obtener ingresos por ventas de servicios tradicionales		\$10.233,34						\$10.233,34
	Generar nuevos negocios a partir de la central de medios		\$1.155,00						\$1.155,00
	Implementar unidades estratégicas de negocio	X							
Obtener recursos por gestión de proyectos	Monetizar las plataformas digitales	X							
	Gestionar ante los entes competentes proyectos de regulación que permitan mejorar los ingresos del canal	X							
	Realizar gestión necesaria para la aprobación o modificación de proyectos de ley y políticas públicas en favor de la televisión pública regional	X							
	Gestionar recursos para financiación de proyectos ante entidades nacionales e internacionales	X							
Total Financiera			\$11.538,34						\$11.538,34

PERSPECTIVA CLIENTE									
OBJETIVO	ESTRATEGIA	FUNCIONAMIENTO	PROPIOS	GOBERNACIÓN	MIN TIC	ANTV	COOPERACIÓN	OTROS	TOTAL
Aumentar el consumo de los contenidos de Teleantioquia en la pantalla lineal, en la región Antioquia	Consolidación de una parrilla sostenible y habitual en tv lineal con una estructura de franjas basada en investigación		\$1.962,34			\$20.560,00			\$22.522,34
	Evaluación sistemática de la totalidad de los contenidos en parrilla	X							
	Definición de contenidos ancla que jalonen la audiencia en la parrilla lineal	X							
	Visibilización mediante los contenidos a la población y el territorio de Antioquia	X							
Incrementar el posicionamiento de Teleantioquia a nivel regional y nacional	Generación de contenidos audiovisuales de calidad, innovadores y en alta definición	X							
	Desarrollar aplicaciones móviles para ofrecer contenidos alternativos				\$569,07				\$569,07
	Generación de contenidos exclusivos para el portal web y las redes sociales		\$955,83						\$955,83
	Creación de una emisora web para captar nuevas audiencias y apoyar los contenidos de la pantalla lineal	X							
	Generación de alianzas para crear una plataforma OTT con contenidos del Canal		\$21,07		\$168,57			147,4956	\$337,13
	Investigación de audiencias y del consumo de contenidos audiovisuales para identificar gustos y preferencias de televidentes y usuarios		\$400,00						\$400,00
	Descentralización de contenidos, para generar posicionamiento de marca y de productos		\$350,00						\$350,00
	Implementación de plan de medios de comunicación para la promoción de contenidos y actividades del Canal		\$560,00						\$560,00
	Generar alianzas con organizaciones públicas y privadas para la promoción conjunta de eventos y actividades representativas de la ciudad		\$60,00						\$60,00
	Desarrollar el marketing digital como herramienta de promoción y difusión de los contenidos		\$125,00						\$125,00
Implementación del proyecto de servicio al Televidente PQR		\$65,00						\$65,00	
Aumentar el consumo del portafolio de servicios de Teleantioquia	Promoción de Teleantioquia entre anunciantes locales y nacionales como el medio efectivo para desarrollar estrategias publicitarias en Antioquia		\$390,00						\$390,00
	Lograr la permanencia del 60% de los clientes del pareto 80-20 durante cada año	X							
	Fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor		\$48,00						\$48,00
	Lograr el retorno de los clientes inactivos	X							
	Implementación del proyecto de servicio al cliente anunciante		\$68,00						\$68,00
Total Cliente			\$5.005,24		\$737,63	\$20.560,00			\$26.450,37

PERSPECTIVA PROCESOS									
OBJETIVO	ESTRATEGIA	FUNCIONAMIENTO	PROPIOS	GOBERNACIÓN	MINTIC	ANTV	COOPERACIÓN	OTROS	TOTAL
Incrementar la productividad y eficiencia en los procesos	Definición y cumplimiento de políticas para la programación de recursos de producción	X							
	Optimizar la capacidad instalada	X							
Fortalecer el sistema de gestión por procesos que nos permita la eficiencia organizacional	Implementación de un modelo de innovación orientado al producto	X							
	Fortalecimiento de la operación por procesos con la aplicación de herramientas de mejoramiento continuo	X							
	Incremento del nivel de madurez del Sistema de Control Interno	X							
Tener disponible los contenidos para su uso en forma ágil en todos los flujos del Canal	Digitalizar los contenidos históricos						\$100,00		
	Catalogación					\$893,00			\$993,00
	Almacenar y centralizar el material audiovisual								
Incorporar la tecnología adecuada para atender de manera eficiente los flujos de trabajo para múltiples plataformas	Migración de todos los flujos al HD								
	Implementación de un Sistema de Gestión de Contenidos								
	Adopción de tecnologías amigables con el Medio Ambiente		\$1.500,00	\$4.500,00	\$600,00	\$500,00		\$4.552,00	\$11.652,00
	Modernización de la tecnología actual								
	Adopción de nuevas tecnologías								
Total Proceso			\$1.500,00	\$4.500,00	\$600,00	\$1.393,00	\$100,00	\$4.552,00	\$12.645,00

ESTRATEGIA		FUNCIONAMIENTO	PROPIOS	GOBERNACIÓN	MINTIC	ANTV	COOPERACIÓN	OTROS	TOTAL
PERSPECTIVA APRENDIZAJE									
Ajustar la estructura organizacional que sea financieramente sostenible y alineada a la estrategia	Intervenir la estructura con base en el costo	X							
	Diseñar la estructura	X							
Mejorar el clima organizacional	Desarrollar habilidades de liderazgo en el nivel directivo y de coordinación		\$36,00						\$36,00
	Fortalecer la variable de motivación en el personal		\$480,00						\$480,00
	Fortalecer la variable de reciprocidad en el personal								
	Fortalecer la variable de participación en el personal.								
Mejorar las competencias técnicas en las áreas de innovación y contenidos, comercialización y producción	Cerrar las brechas de conocimientos técnicos		\$222,70						\$222,70
	Desarrollar y fortalecer las competencias								
Fortalecer e implementar los sistemas de información para mejorar la gestión de los procesos	Incorporar sistemas de información al Core del Negocio que agilice los procesos							\$365,80	\$365,80
	Fortalecer los procesos administrativos y financieros con desarrollos informáticos							\$82,00	\$82,00
	Articular los sistemas de información que sean susceptibles de integración								
Total Aprendizaje			\$738,70						\$1.186,50
TOTAL			\$18.782,29	\$4.500,00	\$1.337,63	\$21.953,00	\$100,00	\$4.552,00	\$51.820,22