



PLAN ESTRATÉGICO 2024 - 2027

“CONECTANDO FUTURO”

JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL

MIEMBROS

Andrés Julián Rendón Cardona
Gobernador de Antioquia

Catalina Gómez Toro
Gerente General del IDEA

Óscar Mauricio Lizcano Arango
Ministro de Tecnologías
de la Información y las Comunicaciones

Federico Andrés Gutiérrez Zuluaga
Alcalde de Medellín

DELEGADOS

Lina Cuartas Ospina
Secretaria de Asuntos Institucionales,
Paz y No Violencia
Gobernación de Antioquia

Juan Felipe Mejía Bustamante
Gerente Financiero del IDEA

María Cecilia Londoño Salazar
Asesora del despacho
del Ministro de Tecnologías
de la Información y las Comunicaciones

Adriana Garnica Villalobos
Secretaria de Comunicaciones
Distrito Especial de Ciencia,
Tecnología e Innovación de Medellín

GERENCIA

Margarita Rosa Arango Barrera
Gerente

STAFF DE GERENCIA

Jeferson Moreno Vásquez
Secretaría General

Román Fernando Gómez Marín
Oficina de Planeación

Luis Fabián Berrio Velásquez
Creatividad e Innovación

Henry Darío Muñoz Montoya
Dirección de Control Interno

Víctor Jaime Vargas Torres
Sistema Informativo

DIRECCIONES

Mónica Escorcía Cardona
Dirección de Contenidos y Convergencia

María Clara Arbeláez Medina
Dirección de Mercadeo y Comercialización

Pilar Gómez Mosquera
Dirección de Producción y Tecnologías

Walter Albeiro Pineda Orrego
Dirección Administrativa y Financiera



**MARGARITA
ARANGO BARRERA**
Gerente

PRESENTACIÓN

Teleantioquia ha sido, es y será el canal de los antioqueños, una marca patrimonio del departamento que se ha consolidado como una de las principales fuentes de noticias y entretenimiento para la población local, regional y nacional.

La programación de Teleantioquia abarca diversos géneros, incluyendo noticias, programas culturales, entretenimiento, deportes y contenidos educativos, reflejando la cultura, tradiciones y problemáticas relevantes para la región.

Además de la creación de contenidos de calidad para la pantalla principal, el canal trabaja constantemente en el fortalecimiento de sus plataformas digitales para ampliar su alcance.

Son 40 años de presencia e identidad, 40 años de sostenimiento y crecimiento constante, pero también de retos y desafíos. Uno de los principales retos que enfrenta Teleantioquia, al igual que los demás canales regionales en Colombia incluye varios factores:

Competencia con medios nacionales

e internacionales: Los canales regionales deben competir con las grandes cadenas de televisión nacionales e internacionales que tienen mayores recursos y audiencias más amplias.

Financiamiento y sostenibilidad: La dependencia financiera de los entes gubernamentales y de la publicidad local, hace que el sostenimiento sea un desafío constante.

Adaptación a nuevas tecnologías: Con el creciente uso de plataformas digitales y redes sociales, es esencial que los canales regionales se adapten para ofrecer contenido en formatos digitales y a través de diferentes plataformas.

Producción de contenido relevante: Ofrecer contenido que realmente resuene con las comunidades locales es crucial. Esto implica comprender las necesidades, intereses y problemáticas de sus audiencias.

Carga de agenda y calidad periodística: Mantener estándares de calidad en la producción y presentación de noticias, así como asegurar la imparcialidad y el enfoque informativo, es fundamental para ganar y mantener la confianza del público.

Fomentar la identidad regional: Es vital para los canales regionales destacar y promover la identidad cultural de sus comunidades, algo que requiere un esfuerzo constante en la programación.

Superar estos retos es esencial para que Teleantioquia siga siendo relevante, sostenible y capaz de contribuir al desarrollo social y cultural de sus regiones. Y es en ese compromiso con las regiones y en línea con su proceso de modernización y adaptación al mercado que Teleantioquia dedicará todos sus esfuerzos a consolidarse en el cuatrienio como un medio digital relevante a nivel local, regional y nacional.

Esta evolución se realizará al tiempo que se fortalece la solidez y la trayectoria que han caracterizado los programas del canal de televisión, garantizando así una oferta informativa robusta y accesible para las audiencias.

También se buscará consolidar y posicionar a Teleantioquia como una empresa creadora de contenidos diversa y dinámica, comprometida con la producción de material para una amplia variedad de públicos. El gran talento humano y la fortaleza técnica que caracterizan al canal le permite generar contenidos de calidad que no solo informan y entretienen, sino que también educan y empoderan a las comunidades.

Los objetivos propuestos en este plan estratégico 2024 - 2027 "Conectando Futuro" reflejan el compromiso con la modernización, la innovación y la calidad, al tiempo que destacan la importancia de mantener la identidad y tradición del canal, conectando audiencias, regiones e ideas.

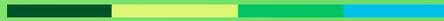
TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	10
NUESTRO PROPÓSITO	11
MISIÓN	11
VISIÓN	11
VALORES	11
CONTEXTO ESTRATÉGICO	12
ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA	18
LÍNEA ESTRATÉGICA 1.: INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN.	19
OBJETIVO 1.1.	20
OBJETIVO 1.2.	21
LÍNEA ESTRATÉGICA 2.: RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR.	23
OBJETIVO 2.1.	24
OBJETIVO 2.2.	25
LÍNEA ESTRATÉGICA 3.: SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL.	26
OBJETIVO 3.1.	27

TABLA DE CONTENIDO

PLAN DE INVERSIONES	31
INVERSIONES CONSOLIDADAS POR AÑO DE VIGENCIA	31
INVERSIONES CONSOLIDADAS POR FUENTE DE FINANCIACIÓN	32
EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO	33
ANEXOS	35
ANEXO 1: RESUMEN ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA	36
ANEXO 2: PLAN INDICATIVO	38
ANEXO 3: FICHAS TÉCNICAS DE LOS INDICADORES	40

INTRODUCCIÓN



La planificación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas acerca del quehacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones, no sólo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno.¹

En 2025 Teleantioquia cumplirá 40 años de acompañar, informar, entretener y educar con responsabilidad, propiciando espacios incluyentes para la ciudadanía, espacios que en ocasiones no tienen lugar en otros escenarios del medio audiovisual, constituyéndose así en la plataforma que fortalece la identidad regional a través de programación con diversidad sociocultural. Al mismo tiempo, el canal enfrenta el desafío de mantenerse como ese medio que recoge la memoria de nuestra región mientras presenta las realidades de las nuevas generaciones, en un entorno en el cual el cambio en las preferencias de consumo y acceso de las audiencias se profundiza de forma irreversible.

El plan estratégico 2024 - 2027 **“Conectando futuro”** apuesta, desde una perspectiva de innovación pública,

por una transformación en la manera de llegar a nuevas audiencias con diferentes medios y formatos, que consolide un aumento sostenido y significativo en la presencia digital para mejorar la visibilidad y la influencia del canal en este entorno, de tal forma que se convierta en un medio digital relevante y atractivo, que inspire confianza, permitiendo generar ingresos por el desarrollo de nuevos productos y modelos de negocio.

Busca además mantener el liderazgo de Teleantioquia como canal público en las pantallas y la mente de nuestras audiencias, todo ello mientras se asegura la permanencia de la entidad en el tiempo a través de una gestión administrativa integral, austera y sostenible, que soporte el desarrollo institucional y el logro del propósito misional.

Conforme a lo estipulado en las leyes 1474 de 2011 y 1757 de 2015, y los decretos 1083 de 2015 y 612 de 2018, la construcción del plan estratégico 2024 - 2027 “Conectando futuro”, como instrumento de gestión fundamental para orientar el cumplimiento de la misión institucional, inició con la elaboración de una propuesta metodológica; posteriormente, en un proceso de construcción colectiva, se definieron de manera participativa y concertada las tres líneas estratégicas: Innovación y modernización, Relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor y Sostenibilidad institucional, así como los objetivos y los programas que se adelantarán durante el cuatrienio para fortalecer la administración eficiente y eficaz de los recursos físicos, financieros y humanos, mientras se contribuye a satisfacer las necesidades de la ciudadanía y sus grupos de valor.

¹ Orozco, 2006, “Guía para la planeación, seguimiento y evaluación de la gestión”. Minciencias 2023.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO



NUESTRO PROPÓSITO

Somos el primer medio público digital y televisivo de Antioquia, que entrega contenido multiplataforma para entretener, informar y educar, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

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

Respeto. Reconocemos, valoramos y tratamos de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

Honestidad. Actuamos siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo nuestros deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

Compromiso. Somos conscientes de la importancia de nuestro rol como servidores públicos y estamos en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que nos relacionamos en nuestras labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.

Justicia. Actuamos con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

Diligencia. Cumplimos con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a nuestro cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

Excelencia. Alcanzamos los estándares más altos posibles de rendimiento y calidad en cada una de nuestras actuaciones.

CONTEXTO ESTRATÉGICO

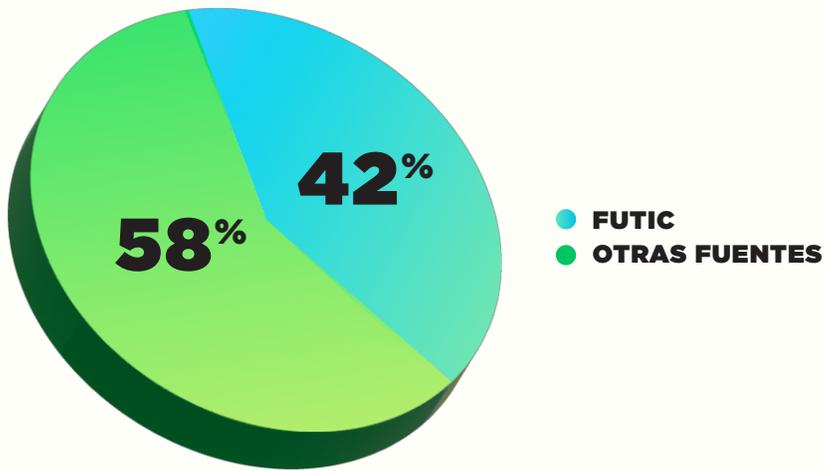
Teleantioquia, tras 40 años de logros y retos, se ha consolidado como el canal público más visto en Antioquia y el canal regional con mayor audiencia en el país. Entre sus fortalezas cuenta con un talento humano innovador que labora con amor, compromiso y pasión, una infraestructura tecnológica moderna y sólida que le permite producir contenidos con estándares internacionales y estrategias comerciales bien desarrolladas, todo lo cual se conjuga para que haya recibido 63 premios, reconocimientos y menciones a nivel nacional e internacional.

Factores que pueden afectar su operación

Políticos <ul style="list-style-type: none">• Cambio en las reglas para asignación de recursos a la TV pública.• Política de austeridad en la administración departamental.	Económicos <ul style="list-style-type: none">• Desaceleración económica.• Disminución de la inversión publicitaria en Tv local y regional.• Aumento de la inversión publicitaria en medios digitales.	Socioculturales <ul style="list-style-type: none">• Cambios en los hábitos de consumo de contenidos: disminución en el consumo de TV, e incremento en el consumo de contenidos digitales.• Demografía de las audiencias en TV.
Tecnológicos <ul style="list-style-type: none">• Requerimientos de tecnología específica para producción y emisión de contenidos digitales.	Ecológicos <ul style="list-style-type: none">• Lineamientos sobre reducción de la huella de carbono emitidos por el conglomerado público de la Gobernación de Antioquia.	Legales <ul style="list-style-type: none">• Normas sobre protección y prevención contra riesgos LA/FT/FP y C/ST (PTEE y SAGRILAFT).

Factores políticos.

En su calidad de entidad pública descentralizada del orden departamental, y de canal público de televisión, Teleantioquia recibe la mayoría de los recursos que requiere para la producción de contenidos, de las subvenciones asignados por el gobierno nacional para apoyar la TV pública: durante la vigencia 2023 el 42% de su parrilla de programación estuvo compuesta por contenidos financiados con recursos provenientes del Fondo Único de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (FUTIC); a su vez, ha derivado en los últimos años cerca del 40% de sus ingresos comerciales de servicios prestados a la Gobernación de Antioquia y sus entes descentralizados, razones por las cuales la normativa que reglamenta la forma en que se distribuyen los recursos del FUTIC para la financiación de la televisión pública y el desarrollo de las relaciones del canal con ambas entidades pueden tener un impacto significativo en su operación.



Teleantioquia - Distribución de horas emitidas por fuente de financiación, vigencia 2023



Teleantioquia - Distribución consolidada de ingresos por tipo de cliente, vigencia 2023.

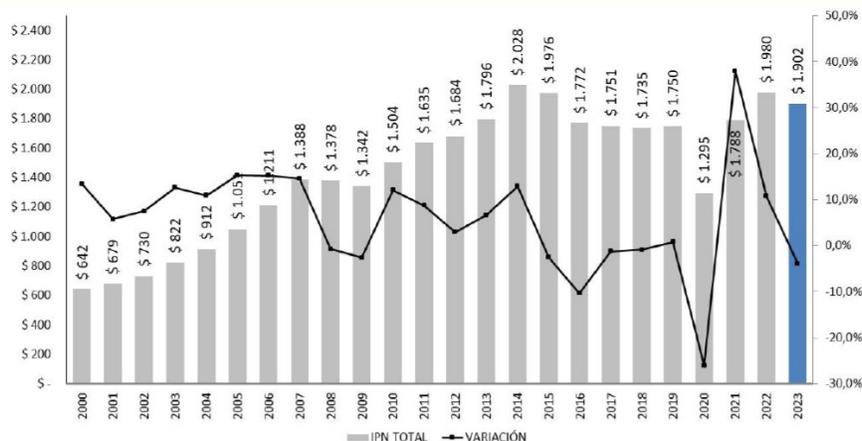
Durante el cuatrienio 2024 - 2027 se empezará a aplicar la nueva reglamentación expedida por MinTIC para la distribución de los recursos que financian a los canales públicos de televisión, lo cual obligará a Teleantioquia a ajustar sus estrategias de programación, contratación y comercialización para adaptarse a las modificaciones introducidas, en procura de asegurar montos de asignación suficientes que le permitan mantener la calidad y diversidad en los contenidos de su parrilla de programación.

Por otro lado, la política de austeridad en el gasto implementada por la administración departamental podría llevar a una disminución significativa de la inversión publicitaria por parte de sus secretarías y entes descentralizados. Dado lo anterior, Teleantioquia deberá entonces buscar cómo diversificar su espectro de clientes y aumentar sus fuentes de ingresos, para sustituir los que deje de percibir por una eventual disminución en las transacciones comerciales con las entidades públicas del orden departamental.

Factores económicos.

El cuatrienio 2024 - 2027 inició con un entorno de desaceleración económica global y nacional, altas tasas de interés, débil demanda interna y contracción del crédito. Estos fenómenos, si bien pueden considerarse parte de los ciclos económicos y por tanto podrían variar con el tiempo, ocasionan que en el corto y mediano plazo los diferentes actores económicos establezcan políticas más conservadoras y cautelosas en el manejo de sus finanzas, lo cual afecta de forma directa la inversión publicitaria y por tanto la operación comercial de Teleantioquia, que obtiene cerca del 50% de sus ingresos de la venta de publicidad.

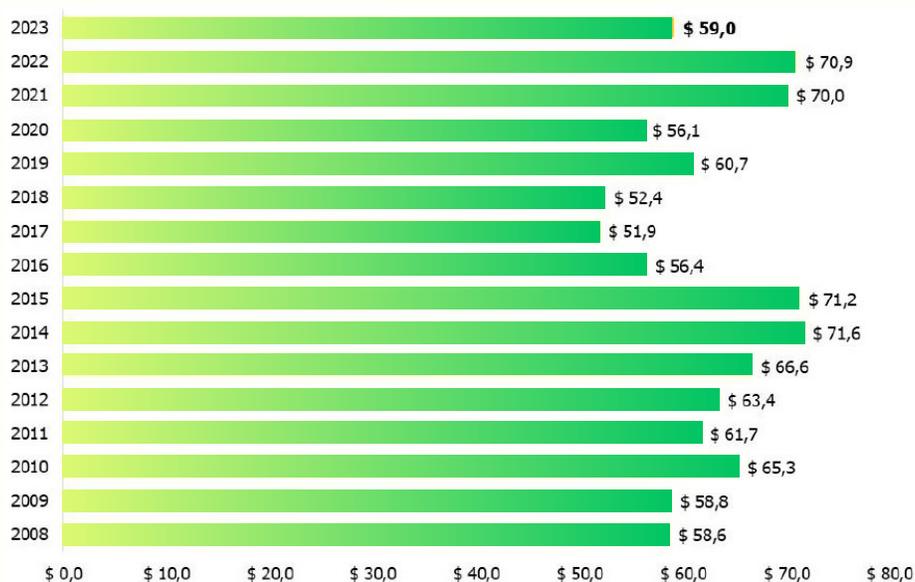
Aparte de esta situación coyuntural, la inversión publicitaria en medios tradicionales (revistas, radio, televisión y “out of home”), tras más de una década de crecimiento (creció 198.67% entre 2001 y 2014), ha experimentado una tendencia descendente y continuada desde el año 2014, con un pequeño repunte por la recuperación económica tras la pandemia del COVID 19: entre 2014 y 2019 disminuyó en total 13.71%, durante la recuperación post pandemia (entre 2021 y 2022) creció 10.74%, y nuevamente disminuyó 3.94% entre 2022 - 2023.



Histórico de inversión publicitaria neta (IPN) total: revistas, radio, televisión y out of home - valores en miles de millones de pesos².

2. Gráfica tomada del “ESTUDIO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA: REVISTAS - RADIO - TELEVISIÓN - OUT OF HOME. Resultados diciembre y acumulado año 2023”. Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomedios), diciembre de 2023, pp. 6.

La tendencia es aún más pronunciada si se analizan las cifras correspondientes a la IPN en la televisión regional: disminuyó 15.22% entre 2014 - 2019, creció 1.29% entre 2021 - 2022, y disminuyó 16.78% entre 2023 - 2024.



Histórico de inversión publicitaria neta (IPN) en televisión local y regional
valores en miles de millones de pesos³.

Por otra parte, algo completamente diferente está ocurriendo con la inversión publicitaria en medios digitales, teniendo en cuenta que esta se ha convertido en un medio indispensable para el crecimiento de las empresas, gracias a su capacidad para adaptarse a las necesidades variables del mercado, ofreciendo versatilidad para captar la atención de los consumidores.

De acuerdo con la metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por las agencias y los publishers, adnetworks y otros medios digitales afiliados, la inversión en publicidad digital en Colombia durante el cuarto trimestre del año 2023, en comparación con el mismo periodo del año inmediatamente anterior, tuvo un crecimiento del 17,2%.

La publicidad digital no solo está superando a otros medios tradicionales en términos de inversión, sino también en efectividad. Su capacidad para ofrecer métricas precisas y una segmentación efectiva ha hecho de esta herramienta un componente esencial para las empresas que buscan maximizar su retorno de inversión⁴.

Resulta evidente entonces que para mantener y mejorar sus ingresos por venta de publicidad, y asegurar su sostenibilidad financiera futura, Teleantioquia no puede limitarse a mantener o incrementar su participación en el decreciente mercado publicitario tradicional, sino que debería asumir el desafío de fortalecer su presencia en medios digitales y convertirse en un medio digital atractivo.

3. Gráfica tomada del "ESTUDIO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA: REVISTAS - RADIO - TELEVISIÓN - OUT OF HOME. Resultados diciembre y acumulado año 2023". Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomedios), diciembre de 2023, pp. 24.

4. Interactive Advertising Bureau (IAB). "Reporte de Inversión en Publicidad Digital IAB". Cuarto trimestre de 2023.

Factores socioculturales.

El consumo de la televisión a nivel mundial ha venido disminuyendo en los últimos años; la audiencia ve cada vez menos TV lineal y está migrando a ver contenidos en las diferentes plataformas digitales, pasando de ser consumidores pasivos a activos, que eligen cuándo, dónde y qué contenido quieren ver. El descenso en el consumo de televisión se evidencia principalmente en las personas que se encuentran en las franjas de edad menores de 44 años, tanto en mujeres como en hombres.

En la siguiente tabla se evidencia la disminución del consumo general de televisión en hogares del universo Antioquia, con el mayor impacto a partir de 2022, tras la recuperación económica pos-pandemia⁵:

AÑO	TVR%
2016	37,25
2017	37,33
2018	37,10
2019	37,45
2020	37,27
2021	32,35
2022	26,79
2023	24,51

No obstante, a pesar de la creciente oferta y preferencia por las plataformas digitales, la televisión lineal sigue siendo parte esencial en la vida de las personas, con énfasis, en el caso de Teleantioquia, en la población mayor de 40 años residente en el departamento de Antioquia. Esta preferencia se debe a la disponibilidad de infraestructura de TV radiodifundida, incluso en lugares remotos y rezagados, su asequibilidad y gratuidad de acceso sin la necesidad de tener conexión a internet, así como la transmisión en vivo de múltiples contenidos.

Teniendo entonces en consideración estas circunstancias, los esfuerzos del canal deberían enfocarse en dos prioridades: seguir trabajando para entretener, informar y educar con sus contenidos de alta calidad a las audiencias que lo han ubicado como el canal regional más visto del país, fortaleciendo su presencia entre las comunidades del departamento en búsqueda de cumplir su objeto social, mientras persigue el objetivo de asegurar su presencia ascendente y su influencia en los diferentes medios digitales (tanto existentes como aquellos que ocasionalmente puedan surgir), para lograr captar nuevas y diferentes audiencias de acuerdo a sus inclinaciones y prioridades de consumo, afirmando la permanencia del canal entre sus preferencias.

5. TVR: Porcentaje de consumo general de televisión en hogares (IBOPE).

Factores tecnológicos.

Históricamente Teleantioquia ha hecho esfuerzos significativos para mantenerse al tanto de los desarrollos tecnológicos que le permitan ser competitivo y satisfacer los requisitos de calidad, eficiencia y oportunidad de sus productos.

La incursión en los medios digitales supone la adquisición de equipos, programas y herramientas tecnológicas enfocadas en soportar las características particulares que estos demandan, por lo cual el reto para el canal será la gestión tecnológica eficiente y eficaz para apalancar el crecimiento de su presencia digital.

Factores ecológicos.

El Pilar de Sostenibilidad del conglomerado público de la Gobernación de Antioquia busca direccionar acciones y estrategias orientadas a proteger y asegurar el uso sostenible del capital natural, en armonía con el desarrollo económico y con las partes interesadas y con miras a mitigar los impactos medioambientales en el funcionamiento del nivel central y las entidades descentralizadas, de tal manera que se implementen modelos de gestión más armónicos con el medio ambiente, que permitan la adaptación y mitigación del cambio climático y contribuyan a la promoción de una Antioquia cero neto.

Con esto se quiere promover que la sostenibilidad se convierta en una de las prioridades tanto del nivel central como de las entidades descentralizadas e incorporar, dentro de los instrumentos de gestión del talento humano e infraestructura, acciones que promuevan la protección y el uso sostenible del capital natural, la reducción de emisiones de CO2 y el aumento en las absorciones de las mismas, además de proporcionar los lineamientos para establecer un sistema de reporte que facilite la planificación, medición, evaluación y comunicación del avance del pilar.

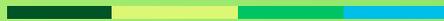
Teleantioquia, con certificación en compensación huella de carbono del 2023 y teniendo en cuenta su baja emisión de acuerdo a su actividad económica, deberá continuar trabajando en los 8 lineamientos estratégicos del Conglomerado sobre el tema, a través de pequeñas acciones que generen impacto y aporten al propósito del pilar.

Factores legales.

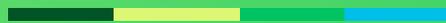
Teleantioquia, por sus características societarias y el monto de sus ingresos anuales, se constituyó en sujeto obligado para la aplicación de los esquemas para la prevención y protección contra el riesgo de lavado de activos (LA), financiación al terrorismo (FT) y/o a la proliferación de armas de destrucción masiva (FP), la corrupción y el soborno transnacional (C/ST).

La implementación del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILAFT) y del Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE) demandará esfuerzos significativos en la adecuación de sus procesos y procedimientos para asegurar su cumplimiento, sin afectar la calidad y oportunidad en la entrega de sus productos y obligaciones.

ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA



LÍNEA 1 INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN



Teleantioquia, a través de una cultura de innovación, su talento humano, experiencia y tecnología, busca fortalecer su presencia digital emitiendo contenidos y publicaciones de valor que generen recordación, satisfacción, entretenimiento y confianza a la ciudadanía y sus grupos de valor en sus múltiples pantallas, manteniendo su posicionamiento como canal público de televisión.

OBJETIVO 1.1.

Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.

INDICADORES DE RESULTADO ⁶				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.1.A.	Posición en el Ranking de canales públicos en Colombia	1	1	Dirección de contenidos y convergencia Sistema Informativo
1.1.B.	Posición dentro de los principales medios digitales más leídos en Colombia	SLB	10	
1.1.C.	Visitas en sitio web Teleantioquia	7'057,117	36'000,000	

ESTRATEGIA 1.1.1.

Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.

Se centra en conocer profundamente a la audiencia para desarrollar narrativas cautivadoras e innovadoras. Se apostará por la creación de formatos y la combinación de géneros, ofreciendo historias que reflejen temas de interés humano y cultural. Además, se buscará talento emergente y alianzas estratégicas para aportar frescura y calidad a las producciones. Esta estrategia permitirá captar nuevas audiencias y mantener (o mejorar) el rating y el share de manera sostenible y competitiva.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.1.1.A.	Rating	1.35%	1.35%	Dirección de contenidos y convergencia
1.1.1.B.	Share	5.35%	5.35%	Sistema Informativo

6. Para conocer la información detallada de cada indicador, por favor remítase al Anexo 3 (Fichas técnicas de los indicadores).

ESTRATEGIA 1.1.2.

Creación de contenido optimizado para SEO⁷, para atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores.

Consiste en crear contenido optimizado para SEO con el fin de atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores, mediante la investigación de palabras clave relevantes, la creación de contenido de valor que responda a las necesidades de los usuarios, y la optimización técnica (encabezados, meta descripciones, imágenes, y enlaces internos y externos). Además, se realiza un análisis continuo de métricas para ajustar y mejorar el contenido, logrando así una presencia digital competitiva y sostenible.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.1.2.A.	Número de artículos web optimizados para SEO publicados	SLB	14,600	Dirección de contenidos y convergencia Sistema Informativo

OBJETIVO 1.2.

Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.

INDICADORES DE RESULTADO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.2.A.	Alcance digital	13'013,965	65'000,000	Dirección de contenidos y convergencia
1.2.B.	Número de seguidores en redes sociales	3'448,000	5'000,000	

7. SEO: Search Engine Optimization (“Optimización para motores de búsqueda”). Conjunto de técnicas, disciplinas y estrategias de optimización que se implementan en las páginas de un sitio web o blog para mejorar su posicionamiento en los resultados arrojados por los buscadores de internet.

ESTRATEGIA 1.2.1

Producción y publicación consistente de contenidos multimedia de alta calidad.

Se centra en la producción y publicación constante de contenidos multimedia de alta calidad, con el objetivo de captar y retener la atención del público mediante formatos atractivos.

Esta estrategia busca mejorar el posicionamiento de la marca, aumentar la interacción con la audiencia y fortalecer la presencia digital, manteniendo una frecuencia de publicación que permita alcanzar un impacto significativo y sostenido.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.2.1.A.	Contenidos multimedia publicados	SLB	4,380	Dirección de contenidos y convergencia

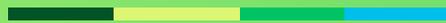
ESTRATEGIA 1.2.2.

Fortalecer la visibilidad y el impacto del contenido audiovisual publicado en medios digitales.

Se enfoca en alcanzar la meta de reproducciones de video mediante tácticas que optimicen la distribución y visibilidad del contenido audiovisual. Esto incluye la implementación de técnicas de SEO para video, una calendarización estratégica de publicaciones en plataformas clave, el uso de miniaturas y títulos atractivos, y la promoción cruzada en redes sociales. Además, se fomentará la interacción de la audiencia para aumentar la retención y el alcance orgánico, logrando así maximizar las vistas y el impacto del contenido en el público objetivo.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
1.2.2.A.	Cantidad de reproducciones de los videos publicados en medios digitales	14'898,513	50'000,000	Dirección de contenidos y convergencia

LÍNEA 2
RELACIÓN CON
LA CIUDADANÍA
Y GRUPOS DE VALOR



La razón de ser de Teleantioquia es la ciudadanía y sus grupos de valor, por lo cual se propone conservar y afianzar su relación con ellos, abriendo sus puertas a nuevos talentos y empresas emergentes, cultivando un ecosistema favorable para promover el desarrollo de la industria audiovisual regional y consolidando sus relaciones con los canales comunitarios y locales para fortalecer la presencia de los territorios en sus multipantallas.

OBJETIVO 2.1.

Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.

INDICADORES DE RESULTADO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
2.1.A.	Canales comunitarios o locales que provean contenidos para Teleantioquia	SLB	6	Sistema Informativo
2.1.B.	Índice de contenido informativo generado desde las regiones	16.67%	10.00%	

ESTRATEGIA 2.1.1.

Promover el encadenamiento en transmisiones informativas, educativas y culturales con los canales locales de la región.

A través de este modelo colaborativo, se ofrecerá contenido relevante y accesible, fortaleciendo la identidad regional y favoreciendo el desarrollo cultural e informativo de la comunidad. Además, el encadenamiento permitirá compartir recursos de producción y aumentar la cobertura en temas educativos, con el fin de maximizar el impacto de cada emisión. Esta estrategia fortalecerá la conexión del canal con las comunidades, generando un sentido de pertenencia y elevando el valor social del contenido transmitido.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
2.1.1.A.	Número de contenidos producidos por canales comunitarios o locales de Antioquia	0	36	Sistema Informativo

OBJETIVO 2.2.

Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.

INDICADORES DE RESULTADO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
2.2.A.	Nuevos talentos de las convocatorias al aire	0	12	Dirección de contenidos y convergencia
2.2.B.	Convocatorias industria audiovisual	67	67	Dirección de producción y tecnologías

ESTRATEGIA 2.2.1.

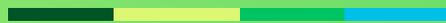
Convocatorias para industrias creativas y nuevos talentos lideradas por el Laboratorio de habilidades TA.

La estrategia de convocatorias para nuevos talentos, liderada por el Laboratorio de Habilidades de Teleantioquia, se enfocará en identificar y capacitar a jóvenes creativos en realización y presentación de contenidos, mediante convocatorias, talleres y mentorías. Esta estrategia permitirá descubrir talentos de la región y formar profesionales alineados con la identidad cultural de los antioqueños. Para Teleantioquia, los beneficios incluyen una renovación continua de sus producciones, contenidos con mayor resonancia entre el público joven y una reputación como impulsor del talento antioqueño.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
2.2.1.A.	Número total de participantes en las convocatorias	SLB	2,000	Dirección de contenidos y convergencia

LÍNEA 3

SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL



Siendo conscientes de la importancia de administrar con integridad y austeridad el patrimonio de los antioqueños, Teleantioquia tiene claro que impulsando la revitalización sostenible de manera ordenada, eficiente e integra de los diferentes recursos, reconociendo el impacto que genera en el medio ambiente por la huella de carbono que producen sus actividades, y comprometiéndose con la mitigación y compensación del daño generado, logrará asegurar su permanencia en el tiempo como institución sostenible, manteniendo altos estándares de excelencia en todos sus productos y servicios y reconociendo su talento humano como la fuerza principal que impulsa su desarrollo, razón por la cual lograr un equilibrio multidimensional para los colaboradores del canal es parte fundamental de esta línea estratégica.

OBJETIVO 3.1.

Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.

INDICADORES DE RESULTADO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.A.	Margen EBITDA neto	13%	2%	Dirección administrativa y financiera
3.1.B.	Índice de calidad de vida laboral	83.62%	90%	
3.1.D.	Huella de Carbono Institucional	457.50	411.75	
3.1.C.	Índice de desempeño institucional	73.36	80.00	Oficina de planeación Dirección de control interno

ESTRATEGIA 3.1.1.

Diversificación y aumento de fuentes de ingresos.

Para enfrentar un entorno económico y sociocultural cambiante y mantener niveles de ingreso que aseguren la sostenibilidad de su operación, Teleantioquia debe fortalecer y mejorar sus procesos comerciales, y aprovechar las nuevas oportunidades que ese mismo entorno le ofrece.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.1.A.	Número de clientes	381	421	Dirección de mercadeo y comercialización
3.1.1.B.	Tasa de conversión	SLB	10%	
3.1.1.C.	Ingresos de monetización digital por programática	\$70'000,000	\$242'000,000	Dirección de contenidos y convergencia

ESTRATEGIA 3.1.2.

Optimización de procesos internos.

La austeridad implica hacer un mejor uso de los recursos, por lo cual Teleantioquia busca mejorar sus procesos y procedimientos internos para sacar el máximo provecho de los que tiene a su disposición, minimizando reprocesos, usos innecesarios, tiempos muertos e infraestructura ociosa.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.2.A.	Número de procesos cero papel	0	3	Dirección administrativa y financiera Secretaría General
3.1.2.B.	Índice de optimización de áreas físicas	28.55%	40.22%	Dirección administrativa y financiera

ESTRATEGIA 3.1.3.

Excelencia e integridad en el servicio público.

Teleantioquia debe fortalecer permanentemente sus procesos en búsqueda de la excelencia en todas sus actuaciones, sea en los productos y servicios que ofrece o en el cumplimiento de su objeto misional como entidad pública, para generar resultados que resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos. La estrategia busca definir e implementar acciones para la mejora institucional conforme a los estándares establecidos para el sector público colombiano.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.3.A.	Índice de integridad MIPG	59.66	70.00	Oficina de Planeación
3.1.3.B.	Índice de gestión documental MIPG	44.78	60.00	
3.1.3.C.	Índice de gestión del conocimiento MIPG	54.71	65.00	
3.1.3.D.	Índice de servicio al ciudadano MIPG	46.94	60.00	

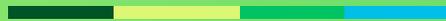
ESTRATEGIA 3.1.4.

Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.

Teleantioquia busca gestionar su talento humano de forma integral, promoviendo un entorno seguro y balanceado que favorezca el bienestar laboral, mental y personal. Se prioriza la seguridad física y el apoyo a la salud mental con programas de asistencia y el desarrollo continuo de habilidades. Además, se impulsa el equilibrio entre la vida laboral y personal propendiendo por un ambiente de trabajo positivo donde los colaboradores se sientan valorados y motivados para crecer junto a la organización.

INDICADORES DE PRODUCTO				
CÓD.	NOMBRE	LÍNEA BASE	META	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
3.1.4.A.	Nivel de riesgo psicosocial	42.90%	40.00%	Dirección administrativa y financiera
3.1.4.B.	Cumplimiento del SG-SST	97.50%	98.50%	
3.1.4.C.	Ejecución plan de bienestar	95.27%	97.00%	
3.1.4.D.	Índice de clima organizacional	69.00%	72.00%	
3.1.4.E.	Nivel de calidad de vida laboral	4.20	4.50	
3.1.4.F.	Ejecución plan de capacitación	95.27%	97.00%	
3.1.4.G.	Cobertura plan de capacitación	92.27%	94.00%	

PLAN DE INVERSIONES



En el plan de inversiones 2024 – 2027 se consolida la proyección de los recursos financieros de inversión, necesarios para llevar a cabo la ejecución o implementación de las estrategias plasmadas en el mismo.

Esta proyección parte de la prioridad que tiene el canal para lograr alcanzar los objetivos planteados de acuerdo con su componente financiero.

Línea 1
Innovación y modernización,
 tendrá una inversión de
\$76,385
 millones de pesos.

Línea 2
 Relacionamiento
 con la ciudadanía
 y los grupos de valor,
 se adelantará
 con recursos
 de funcionamiento.

Línea 3
Sostenibilidad institucional,
 tendrá una inversión de
\$3,030
 millones de pesos.

A continuación, se relaciona el plan de inversiones para cada una de las líneas, objetivos y estrategias, consolidado por vigencia y por fuente de financiación.

INVERSIONES CONSOLIDADAS POR AÑO DE VIGENCIA

(valores en millones de pesos)

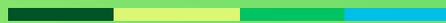
Línea estratégica	Objetivo		Estrategia		Vigencia de inversión						
	Cód.	Descripción	Cód.	Descripción	Func.	2024	2025	2026	2027	Total	
LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN	1.1.	Mantener a Teletioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teletioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.	1.1.1.	Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.		\$ 16,783	\$ 18,578	\$ 19,693	\$ 20,874	\$ 75,928	
			1.1.2.	Creación de contenido optimizado para SEO, para atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores.	X	\$ 282	\$ 102			\$ 384	
	1.2.	Convertir a Teletioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.	1.2.1.	Producción y publicación consistente de contenidos multimedia de alta calidad.	X		\$ 73			\$ 73	
			1.2.2.	Fortalecer la visibilidad y el impacto del contenido audiovisual publicado en medios digitales	X						
SUBTOTAL LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN						\$ 17,065	\$ 18,753	\$ 19,693	\$ 20,874	\$ 76,385	
LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR	2.1.	Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.	2.1.1.	Promover el encadenamiento en transmisiones informativas, educativas y culturales con los canales locales de la región.	X						
	2.2.	Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.	2.2.1.	Convocatorias para industrias creativas y nuevos talentos lideradas por el Laboratorio de habilidades TA.	X						
SUBTOTAL LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	3.1.	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	3.1.1.	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos	X		\$ 30			\$ 30	
			3.1.2.	Optimización de procesos internos	X		\$ 3,000			\$ 3,000	
			3.1.3.	Excelencia e integridad en el servicio público	X						
			3.1.4.	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	X						
SUBTOTAL LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL						\$ -	\$ 3,030	\$ -	\$ -	\$ 3,030	
TOTAL PLAN ESTRATÉGICO						\$ 17,065	\$ 21,783	\$ 19,693	\$ 20,874	\$ 79,415	

INVERSIONES CONSOLIDADAS POR FUENTE DE FINANCIACIÓN

(valores en millones de pesos)

Línea estratégica	Cód.	Objetivo	Cód.	Estrategia	Func.	Propios	Fuente de financiación				Total	
		Descripción		Descripción			Gob.	MinTIC	SGR	Otros		
LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN	1.1.	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.	1.1.1.	Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.				\$ 75,928				\$ 75,928
			1.1.2.	Creación de contenido optimizado para SEO, para atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores.	X	\$ 384						\$ 384
	1.2.	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.	1.2.1.	Producción y publicación consistente de contenidos multimedia de alta calidad.	X	\$ 73						\$ 73
			1.2.2.	Fortalecer la visibilidad y el impacto del contenido audiovisual publicado en medios digitales	X							
SUBTOTAL LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN						\$ 457	\$ -	\$ 75,928	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 76,385
LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR	2.1.	Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.	2.1.1.	Promover el encadenamiento en transmisiones informativas, educativas y culturales con los canales locales de la región.	X							
	2.2.	Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.	2.2.1.	Convocatorias para industrias creativas y nuevos talentos lideradas por el Laboratorio de habilidades TA	X							
SUBTOTAL LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	3.1.	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	3.1.1.	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos	X	\$ 30						\$ 30
			3.1.2.	Optimización de procesos internos	X	\$ 3,000						\$ 3,000
			3.1.3.	Excelencia e integridad en el servicio público	X							
			3.1.4.	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	X							
SUBTOTAL LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL						\$ 3,030	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,030
TOTAL PLAN ESTRATÉGICO						\$ 3,487	\$ -	\$ 75,928	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 79,415

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO



El plan estratégico 2024 - 2027 “Conectando futuro” se estructuró a partir de la metodología del “marco lógico”⁸, por lo cual su evaluación y seguimiento se hará a través de un conjunto de indicadores de resultado, que miden el logro de los objetivos estratégicos, e indicadores de producto que miden el nivel de implementación y ejecución de los diferentes programas o estrategias; en conjunto, la sinergia entre programas y objetivos estratégicos nutre el desarrollo de los ejes estratégicos definidos.

Finalmente, el plan estratégico está conformado de la siguiente forma:



Para asegurar el cumplimiento de los objetivos trazados es necesario realizar seguimiento y monitoreo constante, que permita conocer el estado real de avance en el logro de los objetivos y de ejecución en cada uno de los programas que componen el plan estratégico. Una medición permanente posibilita corregir a tiempo posibles desvíos o, en caso de ser necesario, ajustar el planteamiento de componentes, por lo cual es indispensable contar con información segura, actualizada y confiable que oriente la toma de decisiones informadas para alcanzar las metas establecidas.

Cada indicador cuenta con una ficha técnica que establece las fuentes de información, variables, periodicidad y responsable de los datos para el cálculo. La consolidación de los datos y cálculo de la información es una actividad liderada por la Oficina de Planeación; el cálculo de los indicadores dependerá de la periodicidad y tiempos de entrega de cada indicador.

Para la evaluación al avance en el logro de los objetivos estratégicos se realizarán dos (2) informes semestrales, en los meses de febrero y agosto, para presentar a la Junta Administradora Regional (JAR), mientras que para el seguimiento a la ejecución y/o implementación de los programas se realizarán cuatro (4) informes trimestrales, en los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre, para presentar y analizar en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño (CIGD). La consolidación de la información y elaboración de los informes están a cargo de la Oficina de Planeación.

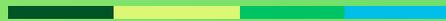
Plan de acción.

Conforme a lo establecido en la normativa vigente, el plan de acción anual se consolidará y publicará como máximo el 31 de enero de cada vigencia, adoptando las sugerencias del DAFP respecto a la inclusión de los objetivos, cronogramas, responsables, recursos y metas.

Cada Director(a) o Líder es responsable de presentar el plan de acción de su dependencia a la Oficina de Planeación, que tiene a su cargo la consolidación y validación de los mismos, conforme a los lineamientos previamente establecidos, así como la publicación del plan consolidado.

⁸ Para ver un resumen consolidado de la estructura del plan, por favor remítase al Anexo 1

ANEXOS



ANEXO 1:

RESUMEN ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA

Línea estratégica	Componentes		Programas		Responsable(s)	Indicador			
	Cód.	Objetivo estratégico	Cód.	Estrategia		Cód.	Nombre	Tipo	
LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN	1.1.	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.			Dirección de contenidos y convergencia	1.1.A.	Posición en el Ranking de canales públicos en Colombia	Resultado	
					Sistema informativo				
					Dirección de contenidos y convergencia	1.1.B.	Posición dentro de los principales medios digitales más leídos en Colombia	Resultado	
					Sistema informativo				
					Dirección de contenidos y convergencia	1.1.C.	Visitas en sitio web Teleantioquia	Resultado	
					Sistema informativo				
	1.1.1.	Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.	Dirección de contenidos y convergencia	1.1.1.A.	Rating	Producto			
			Dirección de contenidos y convergencia						
	1.1.2.	Creación de contenido optimizado para SEO, para atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores.	Dirección de contenidos y convergencia	1.1.2.A.	Número de artículos web optimizados para SEO publicados	Producto			
			Sistema informativo						
1.2.	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.			Dirección de contenidos y convergencia	1.2.A.	Alcance digital	Resultado		
				Dirección de contenidos y convergencia					
				1.2.1.	Producción y publicación consistente de contenidos multimedia de alta calidad.	Dirección de contenidos y convergencia	1.2.1.A.	Contenidos multimedia publicados	Producto
				1.2.2.	Fortalecer la visibilidad y el impacto del contenido audiovisual publicado en medios digitales	Dirección de contenidos y convergencia			
LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR	2.1.	Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.			Sistema informativo	2.1.A.	Canales comunitarios o locales que provean contenidos para Teleantioquia	Resultado	
					Sistema informativo				
					2.1.1.	Promover el encadenamiento en transmisiones informativas, educativas y culturales con los canales locales de la región.	Sistema informativo	2.1.1.A.	Número de contenidos producidos por canales comunitarios o locales de Antioquia
	2.2.	Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.			Dirección de contenidos y convergencia	2.2.A.	Nuevos talentos de las convocatorias al aire	Resultado	
					Dirección de producción y tecnologías				
2.2.1.					Convocatorias para industrias creativas y nuevos talentos lideradas por el Laboratorio de habilidades TA.	Dirección de contenidos y convergencia	2.2.1.A.	Número total de participantes en las convocatorias	Producto

Línea estratégica	Componentes		Programas		Responsable(s)	Indicador		
	Cód.	Objetivo estratégico	Cód.	Estrategia		Cód.	Nombre	Tipo
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	3.1.	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.			Dirección administrativa y financiera	3.1.A.	Margen EBITDA neto	Resultado
					Dirección administrativa y financiera	3.1.B.	Índice de calidad de vida laboral	Resultado
					Oficina de Planeación	3.1.C.	Índice de desempeño institucional	Resultado
					Dirección de control interno			
					Dirección administrativa y financiera	3.1.D.	Huella de Carbono Institucional	Resultado
			3.1.1.	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos	Dirección de mercadeo y comercialización	3.1.1.A.	Número de clientes	Producto
					Dirección de mercadeo y comercialización	3.1.1.B.	Tasa de conversión	Producto
					Dirección de contenidos y convergencia	3.1.1.C.	Ingresos de monetización digital por programación	Producto
			3.1.2.	Optimización de procesos internos	Dirección administrativa y financiera	3.1.2.A.	Número de procesos cero papel	Producto
					Secretaría General			
			3.1.2.	Optimización de procesos internos	Dirección administrativa y financiera	3.1.2.B.	Índice de optimización de áreas físicas	Producto
			3.1.3.	Excelencia e integridad en el servicio público	Oficina de Planeación	3.1.3.A.	Índice de integridad MIPG	Producto
					Oficina de Planeación	3.1.3.B.	Índice de gestión documental MIPG	Producto
					Oficina de Planeación	3.1.3.C.	Índice de gestión del conocimiento MIPG	Producto
					Oficina de Planeación	3.1.3.D.	Índice de servicio al ciudadano MIPG	Producto
			3.1.4.	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	Dirección administrativa y financiera	3.1.4.A.	Nivel de riesgo psicosocial	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.B.	Cumplimiento del SG-SST	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.C.	Ejecución plan de bienestar	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.D.	Índice de clima organizacional	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.E.	Nivel de calidad de vida laboral	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.F.	Ejecución plan de capacitación	Producto
					Dirección administrativa y financiera	3.1.4.G.	Cobertura plan de capacitación	Producto

ANEXO 2: PLAN INDICATIVO

Línea estratégica	Responsable(s)	Indicador										
		Cód.	Nombre	U. de medida	Tipo	Línea Base	Meta	Meta 2024	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	
LÍNEA 1 – INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.A.	Posición en el Ranking de canales públicos en Colombia	N.A.	Resultado	1	1	1	1	1	1	
	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.B.	Posición dentro de los principales medios digitales más leídos en Colombia	N.A.	Resultado	SLB	10	16	11	10	10	
	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.C.	Visitas en sitio web Teleantioquia	Miles de visitas	Resultado	7,057	36,000	12,000	24,000	30,000	36,000	
	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.1.A.	Rating	Porcentaje	Producto	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	
	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.1.B.	Share	Porcentaje	Producto	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%	
	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo	1.1.2.A.	Número de artículos web optimizados para SEO publicados	Artículos	Producto	SLB	14,600	2,190	7,300	10,950	14,600	
	Dirección de contenidos y convergencia	1.2.A.	Alcance digital	Miles de personas alcanzadas	Resultado	13,014	65,000	35,000	45,000	55,000	65,000	
	Dirección de contenidos y convergencia	1.2.B.	Número de seguidores en redes sociales	Miles de seguidores	Resultado	3,448	5,000	3,700	4,000	4,500	5,000	
	Dirección de contenidos y convergencia	1.2.1.A.	Contenidos multimedia publicados	Contenidos	Producto	SLB	4,380	1,095	2,190	3,285	4,380	
	Dirección de contenidos y convergencia	1.2.2.A.	Cantidad de reproducciones de los videos publicados en medios digitales	Miles de reproducciones	Producto	14,899	50,000	17,000	25,000	37,500	50,000	
	LÍNEA 2 – RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR	Sistema informativo	2.1.A.	Canales comunitarios o locales que provean contenidos para Teleantioquia	Canales	Resultado	SLB	6	0	2	2	2
		Sistema informativo	2.1.B.	Índice de contenido informativo generado desde las regiones	Porcentaje	Resultado	16.67%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
		Sistema informativo	2.1.1.A.	Número de contenidos producidos por canales comunitarios o locales de Antioquia	Contenidos	Producto	0	36	0	12	24	36
Dirección de contenidos y convergencia		2.2.A.	Nuevos talentos de las convocatorias aire	Personas	Resultado	0	12	3	6	9	12	
Dirección de producción y tecnologías		2.2.B.	Convocatorias industria audiovisual	Convocatorias	Resultado	67	67	16	17	17	17	
Dirección de contenidos y convergencia		2.2.1.A.	Número total de participantes en las convocatorias	Personas	Producto	SLB	2,000	1,800	1,850	1,900	2,000	

Línea estratégica	Responsable(s)	Indicador										
		Cód.	Nombre	U. de medida	Tipo	Línea Base	Meta	Meta 2024	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	
LÍNEA 3 – SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL	Dirección administrativa financiera	y	3.1.A.	Margen EBITDA neto	Porcentaje	Resultado	13.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.B.	Índice de calidad de vida laboral	Porcentaje	Resultado	83.62%	90.00%	85.00%	86.00%	89.00%	90.00%
	Oficina de Planeación		3.1.C.	Índice de desempeño institucional	N.A.	Resultado	73.36	80.00	75.00	77.00	80.00	80.00
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.D.	Huella de Carbono Institucional	Toneladas de CO ₂ equivalente (tCO ₂ e)	Resultado	457.50	411.75	457.50	434.63	434.63	411.75
	Dirección de mercadeo comercialización	y	3.1.1.A.	Número de clientes	Cientes	Producto	381	421	391	401	411	421
	Dirección de mercadeo comercialización	y	3.1.1.B.	Tasa de conversión	Porcentaje	Producto	SLB	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
	Dirección de contenidos convergencia	y	3.1.1.C.	Ingresos de monetización digital por programática	Millones de pesos	Producto	\$ 70.00	\$ 242.00	\$ 100.00	\$ 140.00	\$ 187.00	\$ 242.00
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.2.A.	Número de procesos cero papel	Procesos	Producto	0	3	0	1	2	3
	Secretaría General											
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.2.B.	Índice de optimización de áreas físicas	Porcentaje	Producto	28.55%	40.22%	28.55%	32.44%	36.33%	40.22%
	Oficina de Planeación		3.1.3.A.	Índice de integridad MIPG	N.A.	Producto	59.66	70.00	60.00	65.00	70.00	70.00
	Oficina de Planeación		3.1.3.B.	Índice de gestión documental MIPG	N.A.	Producto	44.78	60.00	50.00	55.00	60.00	60.00
	Oficina de Planeación		3.1.3.C.	Índice de gestión del conocimiento MIPG	N.A.	Producto	54.71	65.00	55.00	60.00	65.00	65.00
	Oficina de Planeación		3.1.3.D.	Índice de servicio al ciudadano MIPG	N.A.	Producto	46.94	60.00	50.00	55.00	60.00	60.00
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.A.	Nivel de riesgo psicosocial	Porcentaje	Producto	42.90%	40.00%	42.70%	42.30%	41.00%	40.00%
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.B.	Cumplimiento de ISG-SST	Porcentaje	Producto	97.50%	98.50%	97.70%	98.00%	98.20%	98.50%
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.C.	Ejecución plan de bienestar	Porcentaje	Producto	95.27%	97.00%	95.50%	96.00%	96.50%	97.00%
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.D.	Índice de clima organizacional	Porcentaje	Producto	69.00%	72.00%	69.50%	69.50%	72.00%	72.00%
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.E.	Nivel de calidad de vida laboral	N.A.	Producto	4.20	4.50	4.25	4.30	4.40	4.50
	Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.F.	Ejecución plan de capacitación	Porcentaje	Producto	95.27%	97.00%	95.50%	96.00%	96.50%	97.00%
Dirección administrativa financiera	y	3.1.4.G.	Cobertura plan de capacitación	Porcentaje	Producto	92.27%	94.00%	92.50%	93.00%	93.50%	94.00%	

ANEXO 3:

FICHAS TÉCNICAS DE LOS INDICADORES

	FICHA TÉCNICA INDICADOR ESTRATÉGICO	CÓDIGO: FO-101003 VERSIÓN: 01 FECHA: 16/07/2021
---	--	--

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Posición en el Ranking de canales públicos en Colombia	CÓDIGO: 1.1.A.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	<p>El ser líder en servicios de los operadores de televisión pública del país genera credibilidad, posicionamiento y a su vez prestigio entre las diferentes fuerzas vivas que hacen parte de la oferta de programación del Canal.</p> <p>El indicador muestra la clasificación relativa del canal en relación con los demás canales públicos del país.</p>		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M: N.A.	ORIENTACIÓN: DECRECIENTE	ACUMULACIÓN: REDUCCIÓN	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	El indicador es el resultado de rating obtenido en el universo Colombia entre todos los operadores de televisión pública, calculado por IBOPE. El valor se toma directamente del reporte de resultados divulgado por el MinTIC.		
VARIABLES	PR: Posición en el ranking.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN: TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días	
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
1	1	1	1	1	1

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN	
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO	PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO
NOMBRE: Ardwin Andres Higuita Cano	NOMBRE: Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO: Coordinador de Contenidos	CARGO: Profesional de Planeación
DEPENDENCIA: Dirección de Contenidos y Convergencia	DEPENDENCIA: Oficina de Planeación
EMAIL: ahiguita@teleantioquia.com.co	EMAIL: mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S): Ext. 4616	TELÉFONO(S): Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	09/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Posición dentro de los principales medios digitales más leídos en Colombia	CÓDIGO: 1.1.B.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Indicador que mide el lugar ocupado por un medio digital en el ranking de los portales más consultados y leídos en el país. Refleja la relevancia, alcance y capacidad del medio para captar y retener una audiencia significativa, consolidándose como una fuente de información destacada en el ecosistema digital colombiano.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: DECRECIENTE	ACUMULACIÓN: REDUCCIÓN	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El listado de los principales medios en Colombia, tanto regionales como nacionales se establece ordenando de forma descendente la cantidad de visitas recibidas por los sitios web cada medio, tomadas de Similar web visitas. La Dirección de contenidos y convergencia descarga y consolida las mediciones y elabora el ranking, para reportar la posición del canal en las fechas de corte.	
VARIABLES	PRMDML: Posición del canal en el ranking de medios digitales más leídos en Colombia.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Dependen del número de visitas generadas en el sitio web.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	10	16	11	10	10

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de Datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Visitas en sitio web Teleantioquia	CÓDIGO: 1.1.C.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Este indicador mide la cantidad de visitas y el tráfico de navegación en nuestro sitio web.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Miles de visitas	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El valor del indicador se obtiene directamente desde Google analytics, el cual entrega el conteo de las visitas del sitio web de Teleantioquia.co.	
VARIABLES	VTSW: Visitas totales al sitio web		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN: TRIMESTRAL		TIEMPO DE REZAGO: Máximo 10 días	
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
7,057	36,000	12,000	24,000	30,000	36,000

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de Datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Rating	CÓDIGO: 1.1.1.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Índice de hogares y personas que están viendo un canal o un programa, en un periodo de tiempo determinado, dentro del total del universo de televidentes. Mide la audiencia global del canal. El indicador de rating mide el alcance de Teleantioquia y su posicionamiento frente a otros medios, alineándose con objetivos estratégicos de expansión.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El valor del indicador se obtiene directamente de la herramienta de Ibope, promediando los valores para el periodo de emisión.	
VARIABLES	RATOT: Rating total de Teleantioquia.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN: TRIMESTRAL		TIEMPO DE REZAGO: Máximo 10 días	
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Dependencia de herramientas externas como Ibope, cuya inaccesibilidad, por falta de presupuesto de MinTIC o problemas técnicos, podrían retrasar el cálculo; el tiempo de rezago obtener datos; posibles sesgos en la definición del universo de televidentes; el tamaño reducido de la muestra que puede limitar la representatividad, cambios en los hábitos de consumo que dificultan representar la audiencia real.		La periodicidad trimestral del indicador facilita ajustes en contenidos y programación, optimizando recursos y reflejando la conexión de la audiencia con la marca, fortaleciendo su identidad y relevancia cultural.	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.com	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	09/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Share	CÓDIGO: 1.1.1.B.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	Creación de contenidos audiovisuales que cautiven narrando historias.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Índice de hogares y personas que están viendo un canal o programa, en un periodo de tiempo determinado, dentro del total de televisores encendidos. Mide la audiencia del canal entre quienes efectivamente están viendo televisión.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El valor del indicador se obtiene directamente de la herramienta de Ibope, promediando los valores para el periodo de emisión.	
VARIABLES	SHTOT: Share total de Teleantioquia.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO: Máximo 10 días	
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
<p>El indicador no mide factores cualitativos como la satisfacción de los televidentes, su nivel de compromiso emocional con los contenidos, o su percepción sobre la calidad de estos. Tampoco incluye aspectos relacionados con el consumo de medios digitales o la audiencia fuera del universo de televisores encendidos, lo que limita su alcance en un contexto de consumo audiovisual cambiante. Las dificultades para el cálculo incluyen la dependencia de herramientas externas como Ibope, el tamaño reducido de la muestra de hogares monitoreados (aproximadamente 1200) y el tiempo de rezago en la disponibilidad de los datos.</p>		<p>El indicador “Share” mide la proporción de televidentes viendo Teleantioquia frente a otros canales en tiempo real, pero no incluye el impacto de contenidos digitales ni la percepción de calidad o fidelización. Es útil para ajustar estrategias de programación a corto plazo, pero debe complementarse con análisis cualitativos y métricas digitales para una visión integral en un entorno mediático cambiante.</p>	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
5.35%	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.com	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/09/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Número de artículos web optimizados para SEO publicados	CÓDIGO: 1.1.2.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Mantener a Teleantioquia como el canal regional de televisión pública más importante del país y fortalecer su posicionamiento como medio informativo digital relevante en Colombia, consolidando la marca Teleantioquia, su cultura y valores como activos tangibles que soporten su proyección.		
ESTRATEGIA	Creación de contenido optimizado para SEO, para atraer tráfico orgánico y aumentar la visibilidad en buscadores.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Desarrollar contenido estratégico y estructurado con las mejores prácticas de optimización para motores de búsqueda (SEO), con el propósito de atraer tráfico orgánico de calidad, aumentar la visibilidad en buscadores y posicionar efectivamente los recursos digitales en los primeros resultados de búsqueda. El indicador da cuenta del número de artículos publicados cumpliendo con las mejores prácticas SEO.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Artículos	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La Dirección de contenidos y convergencia lleva el registro de las notas escritas al mes, tanto por la misma dirección como por el Sistema Informativo, en una hoja electrónica de Excel, y los datos se contrastan con el gestor de contenidos de la Web para asegurar su precisión. A partir de esa base de datos reporta la información en las fechas de corte.	
VARIABLES	NAWOSEO: Número de artículos web optimizados para SEO publicados.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Disponibilidad de los redactores de contenido encargados de generar las notas, debido a modelo de contratación, además de la disponibilidad de los recursos asignados del área para las personas.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	14,600	2,190	7,300	10,950	14,600

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de Datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4524	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Alcance digital	CÓDIGO: 1.2.A.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.	
ESTRATEGIA	N.A.	
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia	
DESCRIPCIÓN	Es la sumatoria del alcance generado por todas las publicaciones realizadas en plataformas digitales durante un periodo determinado. Este indicador refleja cuántas veces el contenido ha sido mostrado, considerando la posibilidad de que una misma persona pueda estar expuesta a múltiples publicaciones.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Miles de personas alcanzadas	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	La Dirección de contenidos y convergencia extrae y consolida los datos de las diferentes plataformas en las que cada publicación tiene un alcance determinado, y reporta los valores consolidados por cada periodo de medición.		
VARIABLES	NPA: Número de personas alcanzadas por todas las publicaciones realizadas en plataformas digitales.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		
Cambios en los algoritmos, cuentas penalizadas.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
13,014	65,000	35,000	45,000	55,000	65,000

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.com	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Número de seguidores en redes sociales	CÓDIGO: 1.2.B.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Número total de seguidores activos de las diferentes cuentas social media del canal. Permite hacer seguimiento a la audiencia de los contenidos publicados en dichas plataformas por el canal		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Miles de seguidores	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El valor del indicador se obtiene de los registros de seguidores en las diferentes plataformas social media del canal.	
VARIABLES	SSMTOT: Número total de seguidores social media de Teleantioquia.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN: TRIMESTRAL		TIEMPO DE REZAGO: Máximo 10 días	
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
3,448	5,000	3,700	4,000	4,500	5,000

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Contenidos multimedia publicados	CÓDIGO: 1.2.1.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.		
ESTRATEGIA	1.2.1. Producción y publicación consistente de contenidos multimedia de alta calidad.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Garantizar la creación continua y la difusión estratégica de contenidos multimedia innovadores y de alto estándar, diseñados para captar la atención de la audiencia, fortalecer el engagement y consolidar la presencia de la marca en plataformas digitales. El indicador lleva cuenta del número de contenidos multimedia publicados cumpliendo con estos requisitos.		

CARACTERÍSTICAS					
U. DE M.:	Contenidos	ORIENTACIÓN:	CRECIENTE	ACUMULACIÓN:	FLUJO
FÓRMULA DE CÁLCULO			METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.			La Dirección de contenidos y convergencia extrae la información desde las diferentes plataformas y la consolida en una base de datos de Excel, y luego cruza las diferentes fuentes para generar un reporte del indicador al mes.		
VARIABLES	NCMMP: Número de contenidos multimedia publicados.				
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia				
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 día		
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN			OBSERVACIONES		
La disponibilidad del personal que genera los contenidos multimedia publicados.			Depende en gran medida de la disponibilidad de recurso humano para la creación generación y publicación de contenido.		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	4,380	1,095	2,190	3,285	4,380

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Cantidad de reproducciones de los videos publicados en medios digitales	CÓDIGO: 1.2.2.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	1. Innovación y modernización		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Convertir a Teleantioquia en un medio digital atractivo, fortaleciendo la innovación y modernización del canal para, haciendo uso de la experiencia y creatividad de su talento, poner a disposición de la ciudadanía y sus grupos de valor contenidos digitales que aumenten la consideración de públicos y su portafolio de servicios.		
ESTRATEGIA	1.2.2. Fortalecer la visibilidad y el impacto del contenido audiovisual publicado en medios digitales.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Lograr un crecimiento significativo en el número de reproducciones de los videos distribuidos a través de plataformas digitales, maximizando su alcance e impacto mediante estrategias efectivas de distribución, formatos atractivos y optimización de contenido. El indicador mide el número de reproducciones alcanzado por los videos que se distribuyen a través de plataformas digitales.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Miles de reproducciones	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	La Dirección de contenidos y convergencia mide mes a mes las reproducciones de los videos que se tienen en las diferentes plataformas y redes sociales, y descarga los datos a un informe en Excel, para reportar en los cortes definidos.		
VARIABLES	NRVMD: Número de reproducciones de los videos publicados en medios digitales.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		
Las reproducciones de video se pueden ver afectadas por cambios de algoritmo y modificación de este en las diferentes plataformas.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
14,899	50,000	17,000	25,000	37,500	50,000

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Canales comunitarios o locales que provean contenidos para Teleantioquia	CÓDIGO: 2.1.A.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Da cuenta del número de canales comunitarios o locales del departamento de Antioquia que suministren sus contenidos propios para que Teleantioquia los emita a través de sus diferentes pantallas.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Canales	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: ACUMULADO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El Sistema informativo consolida la información de los canales que suministren contenidos para ser emitidos por Teleantioquia, y la reporta en las fechas de corte según el periodo.	
VARIABLES	NCCLPC: Número de canales comunitarios o locales que proveen contenido.		
FUENTE DE LOS DATOS	Sistema informativo		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	6	0	2	2	2

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Leidy Johana Torres Martelo	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Productora ejecutiva	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Sistema informativo	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	leidytorres@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	311 7737678	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Víctor Jaime Vargas Torres
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Líder del Sistema Informativo
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	16/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Índice de contenido informativo generado desde las regiones	CÓDIGO: 2.1.B.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	2.1. Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Relación entre el número de notas emitidas que fueron generadas desde las regiones, y el número total de notas emitidas en las franjas informativas del canal. Permite medir el nivel de descentralización en la generación de contenidos informativos.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
	El Sistema informativo debe llevar el registro de las notas totales emitidas, y cuáles de estas fueron generadas desde las regiones, y reportar periódicamente sus números.		
VARIABLES	: Número de notas emitidas en las franjas informativas que fueron generadas desde las regiones. : Número total de notas emitidas en las franjas informativas.		
FUENTE DE LOS DATOS	Sistema informativo		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
16.67%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Leidy Johana Torres Martelo	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Productora ejecutiva	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Sistema informativo	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	leidytorres@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	311 7737678	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Víctor Jaime Vargas Torres
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Líder del Sistema Informativo
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	16/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Número de contenidos producidos por canales comunitarios o locales de Antioquia	CÓDIGO: 2.1.1.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	2.1. Promover la inclusión, democratización, participación ciudadana y diversidad informativa, proyectando las regiones y el amor por Antioquia para fortalecer el territorio de cara al mundo.		
ESTRATEGIA	Promover el encadenamiento en transmisiones informativas, educativas y culturales con los canales locales de la región.		
RESPONSABLE(S)	Sistema informativo		
DESCRIPCIÓN	Da cuenta de los contenidos creados y producidos por los canales comunitarios o locales del departamento de Antioquia, que sean emitidos por las pantallas de Teleantioquia.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Contenidos	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: CAPACIDAD	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	El Sistema informativo consolida la información de los contenidos producidos por los canales comunitarios o locales emitidos por Teleantioquia, y la reporta en las fechas de corte según el periodo.		
VARIABLES	NPCCL: Número de contenidos producidos por canales comunitarios o locales de Antioquia.		
FUENTE DE LOS DATOS	Sistema informativo		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
0	36	0	12	24	36

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Leidy Johana Torres Martelo	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Productora ejecutiva	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Sistema informativo	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	leidytorres@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	311 7737678	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Víctor Jaime Vargas Torres
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Líder del Sistema Informativo
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	16/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Nuevos talentos de las convocatorias al aire	CÓDIGO: 2.2.A.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Crear un espacio para la formación de los diferentes talentos que hacen parte de las convocatorias y visibilizar el talento de cada una de las personas seleccionadas, en los diferentes formatos que realiza el Canal, son inspiración para las diferentes audiencias que conforman el ecosistema audiovisual de Teleantioquia. El indicador da cuenta del número de personas que, después de haber sido seleccionadas en las convocatorias realizadas, aparecen efectivamente al aire en alguno de los contenidos del canal.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Personas	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: CAPACIDAD	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	La Dirección de Contenidos y Convergencia lleva el registro de las personas que se presentan a las convocatorias, del número de talentos seleccionados y de los contenidos propios del Canal en los cuales aparece alguna de las personas seleccionadas, y reportará las cantidades en las fechas de corte.		
VARIABLES	NTCA: Número de talentos de las convocatorias al aire.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de Contenidos y Convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
0	12	3	6	9	12

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Ardwin Andres Higuita Cano	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinador de Contenidos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de Contenidos y Convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	ahiguita@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4616	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcia Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	09/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Convocatorias industria audiovisual	CÓDIGO: 2.2.B.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de producción y tecnologías		
DESCRIPCIÓN	Mide el número de convocatorias públicas realizadas por el canal para contratar servicios de producción audiovisual con las empresas del sector. Permite hacer seguimiento al aporte de Teleantioquia en el impulso y desarrollo económico regional y nacional de las industrias creativas.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Convocatorias	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: ACUMULADO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La Dirección de producción y tecnologías debe llevar el registro de las convocatorias realizadas, e informar periódicamente la cantidad de estas.	
VARIABLES	CIA: Número de convocatorias realizadas para contratar servicios con empresas del sector audiovisual.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de producción y tecnologías		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
67	67	16	17	17	17

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	María Eugenia Urrego	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora Recursos de Producción	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de producción y tecnologías	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	murrego@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4405	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Pilar Gómez Mosquera
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Producción y Tecnologías
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	28/11/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Número total de participantes en las convocatorias	CÓDIGO: 2.2.1.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	2. Relación con la ciudadanía y grupos de valor		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	2.2. Promover el desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual y creativa impulsando talentos y empresas emergentes y consolidadas.		
ESTRATEGIA	2.2.1. Convocatorias para nuevos talentos lideradas por el Laboratorio de habilidades TA.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Cautivar personas que cuenten con talento en la industria audiovisual, en campos como la presentación, actuación y demás roles a fines, forma parte del principio de lo público en el cual todas las fuerzas vivas tiene un espacio en el diario que hacer del Canal. El indicador da cuenta del número total de personas que participan en las convocatorias realizadas.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Personas	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
N.A.	La Dirección de Contenidos y Convergencia lleva el registro de las personas que se presentan a las convocatorias, del número de talentos seleccionados y de los contenidos propios del Canal en los cuales aparece alguna de las personas seleccionadas, y reportará las cantidades en las fechas de corte.		
VARIABLES	NPCT: Número total de personas que participan en las convocatorias realizadas.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de Contenidos y Convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		
No contar con la logística y el presupuesto necesario para la realización de las convocatorias.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	2,000	1,800	1,850	1,900	2,000

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Ardwin Andres Higueta Cano	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinador de Contenidos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de Contenidos y Convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	ahigueta@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4616	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	09/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Margen EBITDA neto	CÓDIGO: 3.1.A.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	N.A.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide la relación entre el resultado neto antes de impuestos corrientes y diferidos y la totalidad de los ingresos de la empresa, sin considerar los ingresos por subvenciones o transferencias directas para la adquisición de tecnología; al eliminar del cálculo estos últimos, presenta una medida de la capacidad de generar recursos financieros por parte del canal a partir de todas sus actividades.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
		Los datos requeridos (variables) se obtienen una vez se cuenta con el cierre contable; la Dirección administrativa y financiera las reportará una vez se complete. Las variables y el cálculo del indicador se realizan y consolidan en una hoja de cálculo electrónica (Excel).	
VARIABLES	Ingresos obtenidos por la totalidad de las actividades del canal. Ingresos obtenidos por subvenciones o transferencias, destinados a la compra de tecnología. Gastos en que se incurre por la totalidad de las actividades del canal, excluyendo intereses, impuestos a las ganancias corrientes y diferidos, depreciaciones, provisiones y amortizaciones. Valor contable de impuestos corrientes y diferidos al cierre de cada periodo.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección administrativa y financiera		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		
Debe esperarse al cierre del periodo contable.	Al cierre de la vigencia 31 de diciembre se requieren 50 días calendario para su medición.		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
13.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Director Administrativo y Financiero	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección Administrativa y Financiera	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	wpineda@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4441	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	10/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de calidad de vida laboral	CÓDIGO: 3.1.B.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	N.A.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide la calidad de vida laboral de los colaboradores del canal, a partir de la valoración de los diferentes aspectos que la componen: equilibrio entre vida laboral y personal, exposición a factores de riesgo psicosocial, gestión de riesgos de seguridad y salud, clima organizacional y percepción de calidad de vida laboral.	

CARACTERÍSTICAS		
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
	El indicador se calcula a partir de los resultados de los indicadores de producto asociados a la estrategia 3.1.4., mediante un promedio ponderado del cumplimiento de las metas. Los índices de ponderación fueron determinados por la Coordinación de gestión humana, de acuerdo con el impacto que consideran tiene cada uno de los aspectos mencionados en el resultado final	
VARIABLES	CNRP Cumplimiento meta indicador Nivel de riesgo psicosocial (3.1.4.A.). CNCSG-SST: Cumplimiento meta indicador Cumplimiento del SG-SST (3.1.4.B.). CEjecPB: Cumplimiento meta indicador Ejecución plan de bienestar (3.1.4.C.). CICO: Cumplimiento meta indicador Índice de clima organizacional (3.1.4.D.). CNCVL: Cumplimiento meta indicador Nivel de calidad de vida laboral (3.1.4.E.). CEjecPC: Cumplimiento meta indicador Ejecución plan de capacitación (3.1.4.F.). CCobPC: Cumplimiento meta indicador Cobertura plan de capacitación (3.1.4.G.).	
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana	
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO: Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES	
La periodicidad de las mediciones para los indicadores de producto dificulta el seguimiento regular al cumplimiento de las metas; solamente sería posible hacer comparaciones bianuales.	Teniendo en cuenta que la periodicidad de medición de los indicadores de Riesgo Psicosocial y Clima Laboral es bianual, para efectos del cálculo del indicador se tomarán los resultados de la última medición que se encuentre vigente al momento del cálculo.	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
83.62%	90.00%	85.00%	86.00%	89.00%	90.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Índice de desempeño institucional	CÓDIGO: 3.1.C.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Oficina de Planeación Dirección de control interno		
DESCRIPCIÓN	Corresponde al resultado consolidado de la medición institucional del “Modelo integrado de planeación y gestión” (MIPG), a través del “Formulario único de reporte y avance de gestión” (FURAG). Mide la capacidad de las entidades públicas colombianas de implementar los lineamientos en materia de gestión y desempeño institucional, de manera que sus procesos, planes, programas, sus recursos públicos y sus decisiones se orienten hacia una mejor producción de bienes y prestación de servicios, que les facilite la resolución de las necesidades y problemas de sus grupos de valor.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El índice es medido y calculado por el Departamento administrativo de la función pública (DAFP), a partir de la información recolectada a través del FURAG. Los valores se toman directamente del informe de resultados publicado por el DAFP.	
VARIABLES	Índice de desempeño institucional total para la medición del FURAG.		
FUENTE DE LOS DATOS	DAFP (https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion)		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 8 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por la periodicidad de la medición y el rezago del DAFP para entregar los resultados, se dificulta el seguimiento regular del indicador.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
73.36	80.00	75.00	77.00	80.00	80.00

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	N.A.	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	N.A.	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	N.A.	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	N.A.	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	N.A.	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez	NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín
CARGO:	Profesional de Planeación	CARGO:	Líder de Planeación
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	07/11/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Huella de Carbono Institucional	CÓDIGO: 3.1.D.	TIPO: RESULTADO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.		
ESTRATEGIA	N.A.		
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera		
DESCRIPCIÓN	La huella de carbono es un indicador ambiental que mide la cantidad de gases efecto invernadero (GEI) que se emitieron a la atmosfera por la actividades directas e indirectas desarrolladas por el Canal.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Toneladas de CO2 equivalente (tCO2e)	ORIENTACIÓN: DECRECIENTE	ACUMULACIÓN: REDUCCIÓN	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La medición es realizada por un tercero, conforme a los lineamientos de la norma ISO 14064-1:2020. El resultado es entregado por el tercero.	
VARIABLES	HCI: Huella de carbono institucional.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación administrativa		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	BIANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 3 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
No contar con los datos confiables para hacer la medición.		Se requiere hacer levantamiento de datos mensual para tener la información disponible al momento de la medición.	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
457.50	411.75	457.50	434.63	434.63	411.75

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Diego Nelson Betancur Alvarez	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinador Administrativo	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección Administrativa y Financiera	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	dbetancur@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4507	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Número de clientes	CÓDIGO: 3.1.1.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos.	
RESPONSABLE(S)	Dirección de mercadeo y comercialización	
DESCRIPCIÓN	Mide la cantidad de clientes activos, en las diferentes líneas de negocios. Su medición es importante porque permite hacer seguimiento al resultado de la gestión comercial, en la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Clientes	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: CAPACIDAD	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El profesional comercial lleva el registro de la base de datos unificada de los clientes (y su histórico), la cual se alimenta con los datos suministrados por los ejecutivos comerciales que diligencian un formulario por visita. En las fechas de corte reporta el número actualizado de los clientes considerados activos.	
VARIABLES	NCAT: Número total de clientes activos en las diferentes líneas de negocios del canal.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de mercadeo y comercialización		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 5 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
381	421	391	401	411	421

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Samir Bertel	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Profesional Comercial II	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de mercadeo y comercialización	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	sebertel@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	3005236681	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	María Clara Arbeláez Medina
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Mercadeo y Comercialización
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	11/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Tasa de conversión	CÓDIGO: 3.1.1.B.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos.	
RESPONSABLE(S)	Dirección de mercadeo y comercialización	
DESCRIPCIÓN	Evidencia la relación entre el número de visitas realizadas por los ejecutivos comerciales, y el número de ventas reales que se derivó de las mismas. Permite establecer la efectividad de la gestión comercial realizada.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
		La Dirección de mercadeo y comercialización lleva el registro de las visitas y las ventas reales realizadas, y las reporta en las fechas de corte establecidas. Las variables y el cálculo del indicador se consolida y calcula en una hoja de cálculo electrónica (Excel).	
VARIABLES	Número de ventas reales registradas durante el periodo de medición. Número total de visitas realizadas por los ejecutivos comerciales durante el periodo.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de mercadeo y comercialización		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 5 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por ser una nueva táctica que tendrán los ejecutivos comerciales, la base de datos puede ser imprecisa en las visitas.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
SLB	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	María Clara Arbeláez Medina	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Directora de Mercadeo y Comercialización	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de mercadeo y comercialización	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	mcarbelaez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	3116099959	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	María Clara Arbeláez Medina
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Mercadeo y Comercialización
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	11/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Ingresos de monetización digital por programática	CÓDIGO: 3.1.1.C.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.		
ESTRATEGIA	Diversificación y aumento de fuentes de ingresos.		
RESPONSABLE(S)	Dirección de contenidos y convergencia		
DESCRIPCIÓN	Monto total generado a través de la venta de espacios publicitarios mediante plataformas de publicidad programática en canales digitales. Este indicador mide la rentabilidad obtenida por la automatización y venta de anuncios, destacando la eficiencia y el impacto económico de la estrategia digital en la generación de ingresos.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Millones de pesos	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La Dirección de contenidos y convergencia extrae los datos de las diferentes plataformas, ya que estas tienen un módulo de facturación por estos rubros, y los descarga y consolida en un informe de Excel; esto se hace cada vez que las plataformas liquidan los montos del mes anterior.	
VARIABLES	IMDP: Ingresos de monetización digital por programática.		
FUENTE DE LOS DATOS	Dirección de contenidos y convergencia		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN: TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO: Máximo 30 días		
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		
Cambios en políticas de monetización de las diferentes plataformas.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
70	242	100	140	187	242

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Luisa Fernanda García Rivera	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Analista de Datos	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección de contenidos y convergencia	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	lfgarcia@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4529	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Mónica Escorcía Cardona
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Directora de Contenidos y Convergencia
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	12/12/2024

DEFINICIÓN			
NOMBRE	Número de procesos cero papel	CÓDIGO: 3.1.2.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.		
ESTRATEGIA	Optimización de procesos internos.		
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera Secretaría General		
DESCRIPCIÓN	El propósito de la Iniciativa de Cero Papel es mejorar la eficiencia, generando economía en los procesos administrativos y generando un impacto positivo con el medio ambiente. El indicador mide el número de flujos de trabajo (procesos) en los cuales se implementan mecanismos que hacen innecesario el uso de documentos físicos.		

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Procesos	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: CAPACIDAD	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La Coordinación administrativa verificará los procesos y la implementación de los mecanismos, reportando el número total de procesos que se llevan a cabo sin el uso de documentos físicos.	
VARIABLES	PCP: Número de procesos en los cuales no se hace uso de documentos físicos.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación Administrativa		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
0	3	0	1	2	3

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Diego Nelson Betancur Alvarez	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinador Administrativo	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección Administrativa y Financiera	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	dbetancur@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4507	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	10/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de optimización de áreas físicas	CÓDIGO: 3.1.2.B.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Optimización de procesos internos.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	El Canal cuenta con una infraestructura física que tiene un área aproximada de los 6,777.55 metros cuadrados con la posibilidad de optimizar parte de estos espacios y mejorar su uso para sacar el máximo provecho de los que tiene a disposición arrendado, vendiendo o implementando otra alternativa que permita mejorar la sostenibilidad financiera en el corto, mediano y largo plazo. El indicador mide la relación entre el área de la infraestructura física optimizada y el área total disponible.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: CAPACIDAD	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
		La Coordinación administrativa lleva el registro de la infraestructura física optimizada, y reportará periódicamente el área optimizada. El cálculo del indicador se realiza y acumula en una hoja de cálculo electrónica (Excel).	
VARIABLES	Área en metros cuadrados de la infraestructura física propiedad del canal que ha sido optimizada (arrendado, vendido u otra alternativa). Área total en metros cuadrados de la infraestructura física propiedad del canal (6,777.55).		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación Administrativa		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 15 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
28.55%	40.22%	28.55%	32.44%	36.33%	40.22%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Diego Nelson Betancur Alvarez	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinador Administrativo	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Dirección Administrativa y Financiera	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	dbetancur@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext 4507	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	09/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de integridad MIPG	CÓDIGO: 3.1.3.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Excelencia e integridad en el servicio público.	
RESPONSABLE(S)	Oficina de Planeación	
DESCRIPCIÓN	<p>Corresponde al índice de desempeño para la política de integridad del MIPG, la cual hace parte de la dimensión 1 (D1), “Talento Humano”, del mismo.</p> <p>Mide la capacidad de la entidad pública de implementar la estrategia de cambio cultural que incluya la adopción del código de integridad del servicio público, el manejo de conflictos de interés y el fortalecimiento de la declaración de bienes y rentas, la gestión de riesgos y el control interno.</p>	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El índice es medido y calculado por el Departamento administrativo de la función pública (DAFP), a partir de la información recolectada a través del FURAG. Los valores se toman directamente del informe de resultados publicado por el DAFP.	
VARIABLES	Índice de desempeño institucional para la política de integridad del MIPG.		
FUENTE DE LOS DATOS	DAFP (https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion)		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 8 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por la periodicidad de la medición y el rezago del DAFP para entregar los resultados, se dificulta el seguimiento regular del indicador.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
59.66	70.00	60.00	65.00	70.00	70.00

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	N.A.	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	N.A.	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	N.A.	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	N.A.	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	N.A.	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez	NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín
CARGO:	Profesional de Planeación	CARGO:	Líder de Planeación
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	07/11/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de gestión documental MIPG	CÓDIGO: 3.1.3.B.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Excelencia e integridad en el servicio público.	
RESPONSABLE(S)	Oficina de Planeación	
DESCRIPCIÓN	<p>Corresponde al índice de desempeño para la política de gestión documental del MIPG, la cual hace parte de la dimensión 5 (D5), “Información y Comunicación”, del mismo.</p> <p>Mide la capacidad de la entidad pública de generar e implementar estrategias organizacionales dirigidas a la planeación, dirección y control de los recursos físicos, técnicos, tecnológicos, financieros y del talento humano, necesarios para la realización de los procesos de la gestión documental y el eficiente funcionamiento de los archivos.</p>	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El índice es medido y calculado por el Departamento administrativo de la función pública (DAFP), a partir de la información recolectada a través del FURAG. Los valores se toman directamente del informe de resultados publicado por el DAFP.	
VARIABLES	Índice de desempeño institucional para la política de gestión documental del MIPG.		
FUENTE DE LOS DATOS	DAFP (https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion)		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 8 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por la periodicidad de la medición y el rezago del DAFP para entregar los resultados, se dificulta el seguimiento regular del indicador.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
44.78	60.00	50.00	55.00	60.00	60.00

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	N.A.	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	N.A.	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	N.A.	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	N.A.	EMAIL:	mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	N.A.	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Milena Farin Rodríguez Flórez	NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín
CARGO:	Profesional de Planeación	CARGO:	Líder de Planeación
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	07/11/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de gestión del conocimiento MIPG	CÓDIGO: 3.1.3.C.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Excelencia e integridad en el servicio público.	
RESPONSABLE(S)	Oficina de Planeación	
DESCRIPCIÓN	<p>Corresponde al índice de desempeño para la política de gestión del conocimiento del MIPG, la cual hace parte de la dimensión 6 (D6), "Gestión del Conocimiento", del mismo.</p> <p>Mide la capacidad de la entidad pública de implementar acciones, mecanismos o instrumentos orientados a identificar, generar, capturar, transferir, apropiar, analizar, difundir y preservar el conocimiento para fortalecer a las entidades públicas, facilitar procesos de innovación y mejorar la prestación de productos y servicios a los grupos de valor.</p>	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El índice es medido y calculado por el Departamento administrativo de la función pública (DAFP), a partir de la información recolectada a través del FURAG. Los valores se toman directamente del informe de resultados publicado por el DAFP.	
VARIABLES	Índice de desempeño institucional para la política de gestión del conocimiento del MIPG.		
FUENTE DE LOS DATOS	DAFP (https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion)		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 8 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por la periodicidad de la medición y el rezago del DAFP para entregar los resultados, se dificulta el seguimiento regular del indicador.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
54.71	65.00	55.00	60.00	65.00	65.00

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	N.A.	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	N.A.	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	N.A.	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	N.A.	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	N.A.	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez	NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín
CARGO:	Profesional de Planeación	CARGO:	Líder de Planeación
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	07/11/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de servicio al ciudadano MIPG	CÓDIGO: 3.1.3.D.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Excelencia e integridad en el servicio público.	
RESPONSABLE(S)	Oficina de Planeación	
DESCRIPCIÓN	<p>Corresponde al índice de desempeño para la política de servicio al ciudadano del MIPG, la cual hace parte de la dimensión 3 (D3), “Gestión con Valores para Resultados”, del mismo.</p> <p>Mide la capacidad de la entidad pública de emprender estrategias para fortalecer componentes visibles (de la ventanilla hacia afuera) y no visibles (de la ventanilla hacia adentro) por sus usuarios, para la entrega de servicios oportunos, certeros, de calidad y satisfactorios.</p>	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		El índice es medido y calculado por el Departamento administrativo de la función pública (DAFP), a partir de la información recolectada a través del FURAG. Los valores se toman directamente del informe de resultados publicado por el DAFP.	
VARIABLES	Índice de desempeño institucional para la política de servicio al ciudadano del MIPG.		
FUENTE DE LOS DATOS	DAFP (https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion)		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 8 meses
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
Por la periodicidad de la medición y el rezago del DAFP para entregar los resultados, se dificulta el seguimiento regular del indicador.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
46.94	60.00	50.00	55.00	60.00	60.00

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	N.A.	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	N.A.	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	N.A.	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	N.A.	EMAIL:	mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	N.A.	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez	NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín
CARGO:	Profesional de Planeación	CARGO:	Líder de Planeación
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	07/11/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Nivel de riesgo psicosocial	CÓDIGO: 3.1.4.A.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide el nivel de exposición de los colaboradores de la empresa a factores de riesgo psicosocial en el trabajo, permitiendo eventualmente determinar el origen de las patologías causadas por el estrés ocupacional entre ellos y abordarlas de manera adecuada.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: DECRECIENTE	ACUMULACIÓN: REDUCCIÓN	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La medición del nivel se obtiene directamente de los resultados de la encuesta de riesgo psicosocial, no requiere procesamiento o cálculos adicionales.	
VARIABLES	NRP: Nivel de riesgo psicosocial en la dimensión intralaboral.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	BIANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 90 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
La periodicidad de la medición dificulta el seguimiento regular al cumplimiento de las metas; solamente sería posible hacer comparaciones bianuales; sin embargo, en caso de presentarse una medición del riesgo alta, en alguno de sus componentes, esta medición deberá hacerse de manera anual.		La última medición realizada corresponde a la vigencia 2023. Para los años donde no se realice la medición por temas de resultados, se tomarán para efectos de análisis los resultados del año inmediatamente anterior.	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
42.90%	40.00%	42.70%	42.30%	41.00%	40.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Cumplimiento del SG-SST	CÓDIGO: 3.1.4.B.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide el nivel de conformidad del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (SG-SST) con respecto a las normas que lo regulan, permitiendo determinar en qué medida se cumple con la política y los objetivos de seguridad y salud en el trabajo y se controlan los riesgos laborales.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE		ACUMULACIÓN: FLUJO
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La medición se obtiene directamente de los resultados de la revisión anual del SG-SST, la cual es realizada usualmente con el apoyo de entidades externas.	
VARIABLES	Nivel de cumplimiento del SG-SST.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 45 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
La forma de medición y reporte de cumplimiento ante el Ministerio de Trabajo depende de la metodología que esta entidad defina y, por lo tanto, podrían variar si así lo requiere la entidad.			

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
97.50%	98.50%	97.70%	98.00%	98.20%	98.50%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Ejecución plan de bienestar	CÓDIGO: 3.1.4.C.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide la relación entre el número de actividades de bienestar ejecutadas efectivamente y el número de actividades de bienestar programadas inicialmente. Permite determinar el cumplimiento de los planes de bienestar diseñados por el canal para mejorar las condiciones de vida de sus colaboradores.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN		
	El registro de las actividades programadas y realizadas es consolidado por la Coordinación de gestión humana, que debe reportar periódicamente los valores consolidados. El cálculo del indicador se realiza y consolida en una hoja de cálculo electrónica (Excel).		
VARIABLES	Número de actividades de bienestar efectivamente ejecutadas. Número de actividades de bienestar programadas.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
95.27%	97.00%	95.50%	96.00%	96.50%	97.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN

PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN

ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Índice de clima organizacional	CÓDIGO: 3.1.4.D.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide las percepciones y puntos de vista que tienen los empleados sobre una gran variedad de temas relacionados con la empresa (comunicación, entorno de trabajo, objetivos, etc.), permitiendo una aproximación al grado de satisfacción y comodidad de los empleados dentro de la misma.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.		La medición del índice se obtiene directamente de los resultados de la encuesta de clima organizacional, no requiere procesamiento o cálculos adicionales.	
VARIABLES	ICO: Índice de clima organizacional.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	BIANUAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 90 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN		OBSERVACIONES	
La periodicidad de la medición dificulta el seguimiento regular al cumplimiento de las metas; solamente sería posible hacer comparaciones bianuales.		Para los años 2025 y 2027 se tomarán, para efectos de análisis, los resultados del año inmediatamente anterior.	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
69.00%	72.00%	69.50%	69.50%	72.00%	72.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Nivel de calidad de vida laboral	CÓDIGO: 3.1.4.E.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide el nivel de satisfacción de los colaboradores frente a diversas dimensiones del trabajo, entre las que se encuentran factores salariales, prestacionales, seguridad y salud en el trabajo, bienestar.	

CARACTERÍSTICAS		
U. DE M.: N.A.	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
N.A.	La medición del nivel se obtiene directamente de los resultados de la encuesta de calidad de vida laboral, no requiere procesamiento o cálculos adicionales.	
VARIABLES	NCVL: Nivel de calidad de vida laboral.	
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana	
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	ANUAL	TIEMPO DE REZAGO: Máximo 90 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
4.20	4.50	4.25	4.30	4.4	4.50

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrdriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Ejecución plan de capacitación	CÓDIGO: 3.1.4.F.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide la relación entre el número de actividades de capacitación ejecutadas efectivamente y el número de actividades de capacitación programadas inicialmente. Permite determinar el cumplimiento del plan corporativo de capacitación diseñado por el canal para fortalecer las competencias técnicas y humanas de sus colaboradores.	

CARACTERÍSTICAS			
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO	
FÓRMULA DE CÁLCULO		METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
		El registro de las actividades programadas y realizadas es consolidado por la Coordinación de gestión humana, que debe reportar periódicamente los valores consolidados. El cálculo del indicador se realiza y acumula en una hoja de cálculo electrónica (Excel)	
VARIABLES	Número de actividades de capacitación efectivamente ejecutadas.		
	Número de actividades de capacitación programadas.		
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana		
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO:	Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES		

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
95.27%	97.00%	95.50%	96.00%	96.50%	97.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

DEFINICIÓN		
NOMBRE: Cobertura plan de capacitación	CÓDIGO: 3.1.4.G.	TIPO: PRODUCTO
LÍNEA ESTRATÉGICA	3. Sostenibilidad institucional	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Asegurar la sostenibilidad financiera, administrativa, ambiental y humana, para fortalecer la entidad y posicionarla como una institución con propósito, esto es, una entidad comprometida con sus públicos internos y externos, con la generación de valor y la identidad de la región.	
ESTRATEGIA	Gestión eficiente del talento humano, propiciando un equilibrio en la seguridad laboral, mental y personal de los colaboradores.	
RESPONSABLE(S)	Dirección administrativa y financiera	
DESCRIPCIÓN	Mide la relación entre el número de personas que efectivamente participan en actividades de capacitación y el número de personas que se determinó debían participar inicialmente. Permite determinar el cumplimiento de la cobertura esperada para el plan corporativo de capacitación diseñado por el canal buscando fortalecer las competencias de sus colaboradores.	

CARACTERÍSTICAS		
U. DE M.: Porcentaje	ORIENTACIÓN: CRECIENTE	ACUMULACIÓN: FLUJO
FÓRMULA DE CÁLCULO	METODOLOGÍA DE MEDICIÓN	
	El registro de las personas que se programan y que efectivamente participan es consolidado por la Coordinación de gestión humana, que debe reportar periódicamente los valores. El cálculo del indicador se realiza y acumula en una hoja de cálculo electrónica (Excel).	
VARIABLES	Número de personas que efectivamente participaron en las actividades de capacitación. Número de personas programadas para participar en actividades de capacitación.	
FUENTE DE LOS DATOS	Coordinación de gestión humana	
PERIODICIDAD DE MEDICIÓN:	TRIMESTRAL	TIEMPO DE REZAGO: Máximo 10 días
LIMITACIONES O DIFICULTADES PARA LA MEDICIÓN	OBSERVACIONES	

ELEMENTOS PARA EL SEGUIMIENTO					
LÍNEA BASE	META CUATRIENIO	METAS ANUALIZADAS			
		2024	2025	2026	2027
92.27%	94.00%	92.50%	93.00%	93.50%	94.00%

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN			
PERSONA QUE ENTREGA LOS DATOS PARA EL CÁLCULO		PERSONA QUE CONSOLIDA PARA EL SEGUIMIENTO	
NOMBRE:	Yoana Vélez Hernández	NOMBRE:	Milena Farina Rodríguez Flórez
CARGO:	Coordinadora de Gestión Humana	CARGO:	Profesional de Planeación
DEPENDENCIA:	Coordinación de gestión humana	DEPENDENCIA:	Oficina de Planeación
EMAIL:	yoanavelez@teleantioquia.com.co	EMAIL:	mfrodriguez@teleantioquia.com.co
TELÉFONO(S):	Ext. 4504	TELÉFONO(S):	Ext. 4610

APROBACIÓN			
ELABORADA POR		APROBADA POR	
NOMBRE:	Román Fernando Gómez Marín	NOMBRE:	Walter Albeiro Pineda Orrego
CARGO:	Líder de Planeación	CARGO:	Director Administrativo y Financiero
FECHA:	07/11/2024	FECHA:	06/12/2024

Teleantioquia

JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL

ACUERDO 30
(28 de noviembre de 2024)

"Por medio del cual se adopta el Plan Estratégico 2024-2027: Teleantioquia Conectando futuro, y el Plan de Inversiones"

La Junta Administradora Regional de Sociedad Televisión de Antioquia Limitada, Teleantioquia, en ejercicio de sus facultades legales y estatutarias, en especial las conferidas por el artículo 12, literales a) y x), de la Resolución 08 del 2 de junio de 1995 (Estatutos), y

CONSIDERANDO

Que la Planeación, como uno de los elementos del Sistema de Control Interno, constituye el instrumento de gestión fundamental para orientar el cumplimiento de la Misión de la Entidad, mediante el establecimiento de objetivos, estrategias, indicadores y metas, acorde con lo previsto en el literal a) del artículo 4° de la Ley 87 de 1993 y el artículo 10 del Decreto 2145 de 1999.

Que es requisito por mandato legal, la construcción de dicho instrumento administrativo al servicio de las entidades públicas como lo dispone el artículo 74 de la ley 1474 de 2011, en concordancia con el decreto 019 de 2012 y la ley 1712 de 2014 respecto a la divulgación para las entidades públicas

Que el decreto 1499 de 2017, diseña la política de control (MIPG) basada en los planes estratégicos que tienen las entidades del sector público

Que el plan estratégico 2024 – 2027 "*Teleantioquia Conectando futuro*" apuesta, desde una perspectiva de innovación pública, por una transformación en la manera de llegar a nuevas audiencias con diferentes medios y formatos, que consolide un aumento sostenido y significativo en la presencia digital para mejorar la visibilidad y la influencia del canal en este entorno, de tal forma que se convierta en un medio digital relevante y atractivo, que inspire confianza, permitiendo generar ingresos por el desarrollo de nuevos productos y modelos de negocio.

Que busca además mantener el liderazgo de Teleantioquia como canal público en las pantallas y la mente de nuestras audiencias, todo ello mientras se asegura la permanencia de la entidad en el tiempo a través de una gestión administrativa integral, austera y sostenible, que soporte el desarrollo institucional y el logro del propósito misional.

Que conforme a lo estipulado en las leyes 1474 de 2011 y 1757 de 2015, y los decretos 1083 de 2015 y 612 de 2018, la construcción del plan estratégico 2024 – 2027 “Teleantioquia Conectando futuro”, como instrumento de gestión fundamental para orientar el cumplimiento de la misión institucional, inició con la elaboración de una propuesta metodológica; posteriormente, en un proceso de construcción colectiva, se definieron de manera participativa y concertada las tres líneas estratégicas: Innovación y modernización, Relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor y Sostenibilidad institucional, así como los objetivos y los programas que se adelantarán durante el cuatrienio para fortalecer la administración eficiente y eficaz de los recursos físicos, financieros y humanos, mientras se contribuye a satisfacer las necesidades de la ciudadanía y sus grupos de valor.

Que a la Junta se le remitió el documento completo para revisión, aportes u observaciones, de conformidad con la comunicación interna del 22 de noviembre de 2024 con radicado 2024301148 y en la sesión del día de hoy se realizó la sustentación por parte la gerente, siendo aprobado de manera unánime por los asistentes, tal y como consta en el acta No. 186 del 28 de noviembre de 2024.

Que por lo expuesto anteriormente, la Junta

ACUERDA

ARTÍCULO 1°. PLAN ESTRATÉGICO. Adóptese el Plan Estratégico 2024-2027: “Teleantioquia Conectando futuro”, de conformidad con el documento anexo, el cual hace parte integral del presente Acuerdo¹, con sus siguientes componentes:

- I. **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO:** Nuestro Propósito, Misión, Visión, Valores.
- II. **CONTEXTO ESTRATÉGICO:** contiene el análisis de los factores (internos y externos) que eventualmente podrían afectar la operación de Teleantioquia: políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.
- III. **ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA:** descripción de las líneas, objetivos y estrategias, con sus respectivos indicadores.
- IV. **PLAN DE INVERSIONES:** presupuesto de las principales inversiones por cada estrategia, que se llevarán a cabo en el marco de ejecución del Plan Estratégico.
- V. **EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO:** plantea los medios para evaluar y hacer seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico.
- VI. **ANEXOS:** resumen de la estructura programática, resumen del plan indicativo y fichas técnicas de los Indicadores.

¹ Folleto titulado “Plan Estratégico 2024-2027: Teleantioquia Conectando futuro”, 49 folios

Lo anterior, en el entendido de que el Plan o cualquiera de sus componentes puedan ajustarse, según el comportamiento y las proyecciones administrativas, financieras o legales de la compañía.

ARTÍCULO 2°. PLANES OPERATIVOS ANUALES. Los Planes Operativos o de Acción Anuales, se establecerán alineados al Plan Estratégico, cumpliendo con las principales acciones previstas en éste, y definiendo las actividades, sus indicadores y metas.

La formulación, evaluación, aprobación, ejecución y seguimiento de los proyectos deben obedecer a criterios de viabilidad, coherencia y eficiencia de la gestión que se desarrolle en relación con el servicio público de televisión.

Corresponde a los servidores públicos del Staff de Gerencia de Teleantioquia, velar por el cumplimiento de los objetivos trazados en el Plan que sean de su responsabilidad, debiendo informar periódicamente a la Gerente sobre su estado de ejecución, logros y rezagos que se presenten, formulando alternativas de mejoramiento si son del caso.

ARTÍCULO 3°. SEGUIMIENTO. Corresponde a la Oficina de Planeación, establecer la metodología para el adecuado seguimiento del Plan Estratégico y los Planes Operativos Anuales, y presentar informes sobre el estado de su ejecución al Comité Institucional de Gestión y Desempeño o Comité de Gerencia, y a la Junta Administradora Regional, conforme a lo establecido en la sección de "Evaluación y seguimiento" del plan.

PARAGRAFO: Corresponde a todas las Direcciones acatar las fechas y la metodología definidas por la Oficina de Planeación, y prestar el apoyo para la entrega de la información que permita elaborar los informes para los diferentes grupos de valor del canal.

ARTÍCULO 4°. EVALUACIÓN. El avance del Plan Estratégico se evaluará una vez al año o cuando la Gerente o la Junta Administradora Regional lo requieran, para ajustarlo en sus componentes, acorde a las condiciones internas y externas.

Los Planes Operativos pueden ser modificados cuando las circunstancias lo ameriten, previa aprobación del Comité Institucional de Gestión y Desempeño o el Comité Directivo o de Gerencia.

Dichas modificaciones deberán ser reportadas a la Oficina de Planeación, para la correspondiente actualización.

ARTÍCULO 5°. COORDINACIÓN Y FINANCIACIÓN. Las Direcciones Administrativas de Teleantioquia, bajo la orientación de la Gerente y con el apoyo técnico de la Oficina de Planeación y la Dirección Administrativa y Financiera, desarrollarán una estrategia institucional encaminada a efectuar la coordinación sectorial e intersectorial, con el objeto de garantizar la concurrencia de esfuerzos y las fuentes de financiación con miras a lograr los objetivos y desarrollar los programas y proyectos del Plan Estratégico.

De acuerdo con la disponibilidad presupuestal y los flujos de caja, la Gerente dispondrá lo necesario para que la programación y asignación de los recursos de la entidad, se encaucen a la implementación y ejecución del Plan Estratégico y los Planes Operativos Anuales.

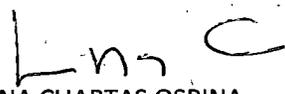
ARTÍCULO 6°. DIFUSIÓN. Corresponde a la Oficina de Planeación con el apoyo del área de comunicaciones, y de los demás Directores, efectuar la divulgación del Plan Estratégico a los grupos de valor y en especial a los servidores públicos de Telesantioquia, con el fin de motivarlos al enfoque, respaldo y compromiso con el pensamiento estratégico institucional.

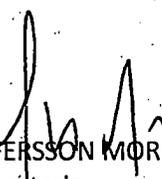
Lo anterior incluye la difusión por los medios de comunicación convencionales o virtuales con que dispone la entidad.

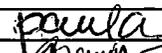
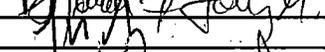
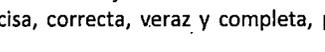
ARTÍCULO 7°. VIGENCIA Y DEROGATORIA. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNIQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín, a los veintiocho (28) días del mes de noviembre del año dos mil veinticuatro (2024).


LINA CUARTAS OSPINA
Presidenta
Carolina Andrés


JEFERSSON MORENO VÁSQUEZ
Secretario

Nombre del funcionario y cargo	Firmas
Proyectó Paula Andrea Londoño Trujillo, Profesional Jurídico	
Revisó: Román Fernando Gómez Marín, Líder de Planeación	
Revisó y aprobó: Jefersson Moreno Vásquez, Secretario General	
Revisó y aprobó: Margarita Arango Barrera, Gerente	
Declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales. Así mismo, la información contenida en el mismo es precisa, correcta, veraz y completa, por lo tanto, lo presentamos para firma.	



Ta Teleantiquia