

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
Perspectiva Financiera - Recursos Económicos (20%)	Actuar con responsabilidad y disciplina Financiera (45%)	Mantener alta liquidez	20%	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Subgerencia de Soporte	Veces	Mensual	2 veces	Esta iniciativa se controla mediante el indicador de razón corriente. Este es un indicador de liquidez cuyo objeto verificar las posibilidades de una empresa para afrontar compromisos financieros en el corto plazo	Controlar y programar el giro de recursos y Cancelar de manera puntual las obligaciones según lo acordado
		No realizar operaciones de crédito	20%	Pasivos Financiero / Patrimonio	Subgerencia de Soporte	Veces	Mensual	2 veces	Con esta iniciativa se busca mantener un nivel de endeudamiento bajo, que asegure tener unas finanzas sanas y que mitigue los riesgos financieros de la empresa. De tal manera que la misma no dependa de acreedores y mantenga su independencia financiera.	Indicador Principal: Consolidación del objetivo estratégico
		Mejorar la rotación de cartera	20%	360/(Ventas a crédito/Promedio cuentas por cobrar)	Subgerencia de Soporte	Días	Mensual	90 días	Buscar gestionar la cartera a fin de contar con los recursos según lo programado y para mejorar la liquidez.	<ul style="list-style-type: none"> Controlar el recaudo y emitir aletas en caso de no cumplir con lo planeado Realizar acciones de cobro pre-jurídico Controlar y mejorar el tiempo de cumplimiento de requisitos para expedir la factura, y expedirla Gestionar el pago de facturas y giros Negociar con los clientes menores tiempos de pago
		Gestionar los procesos de cobro coactivo	20%	360/(Ventas a crédito/Promedio cuentas por cobrar)	Subgerencia de Soporte	Días	Mensual	90 días	Gestionar los procesos de cobro coactivo	Gestionar los procesos de cobro coactivo
		No generar pérdidas en el ejercicio	20%	Utilidad o Perdida Neta / Ingresos por Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	0	Teniendo en cuenta que la entidad si bien tiene como naturaleza ser una EICE y por ende tendría como objetivo el generar utilidades, esto no le es posible siempre al verse comprometido con ciertas funciones de su naturaleza, como lo es la administración de la red. Sin embargo se establece como compromiso el no generar pérdidas a fin de garantizar unas finanzas sanas.	<ul style="list-style-type: none"> Controlar los egresos frente a los ingresos Incrementar la utilidad bruta a fin que esta amortigüe las posibles pérdidas netas
	Gestionar eficazmente los recursos financieros para funcionamiento, operación e inversión. (25%)	Incrementar la venta de servicios	100%	Recursos gestionados / Meta de Recursos por gestionar	Oficina de Planeación	%	Semestral	Gestionar el 100% de los recursos necesarios	Desarrollar gestiones orientadas a que las áreas que intervienen en el proceso de venta de servicios incrementen el nivel de venta de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un proceso de diversificación del portafolio de productos y servicios, teniendo en cuenta las limitaciones normativas existentes. Mejorar las condiciones de venta con relación a precio de venta Identificar y realizar ventas de servicios a nuevos segmentos o nichos de mercado Establecer nuevas formas de promoción de los servicios que vende la empresa Establecer un sistema de administración de la información del cliente CRM Conformar una base de datos de contratos, acuerdos, y similares en los que se controle lo acordado con el cliente, el cumplimiento de las partes y en especial el pago por parte de los clientes
		Determinar acertada y oportunamente las necesidades de recursos	100%	Recursos gestionados / Meta de Recursos por gestionar	Oficina de Planeación	%	Semestral	Gestionar el 100% de los recursos necesarios	Identificar con precisión las necesidades de recursos de inversión, elaborando presupuestos y estimaciones de costos que aseguren que los proyectos se concluyan sin necesidad de nuevos recursos.	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de una herramienta de Flujo de Caja con fines predictivos Asesoría e intervención en elaboración de presupuestos y cálculo de necesidades de recursos Establecimiento de un estándar de precios de compra
		Precisión en Presupuestos	100%	Recursos gestionados / Meta de Recursos por gestionar	Oficina de Planeación	%	Semestral	Gestionar el 100% de los recursos necesarios	Identificar con precisión las necesidades de recursos de operación y funcionamiento elaborando presupuestos y estimaciones de gastos y costos que aseguren que los proyectos se concluyan sin necesidad de nuevos recursos.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un mecanismo de análisis y estudio previo en los estudios de contratación y compras Implementar un mecanismo de validación de presupuestos, y metodologías de cálculo. Capacitar a los intervinientes en el modelaje financiero, y/o instalar una herramienta de carácter predictivo
		Mejorar el flujo de información y reducir trámites para gestión de recursos	100%	Recursos gestionados / Meta de Recursos por gestionar	Oficina de Planeación	%	Semestral	Gestionar el 100% de los recursos necesarios	Estudiar, proponer e implementar mecanismos que permitan reducir la tramitología a nivel interno y externo para la consecución de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de ajuste a los procesos y procedimientos relacionados con la gestión de recursos Proponer procesos simplificados, que aseguren; velocidad, transparencia, v eficiencia.
		Identificar nuevas fuentes de financiación internas	100%	Recursos gestionados / Meta de Recursos por gestionar	Oficina de Planeación	%	Semestral	Gestionar el 100% de los recursos necesarios	Estudiar y proponer nuevas fuentes de financiación que aseguren recursos.	<ul style="list-style-type: none"> Con base en los documentos regulatorios y demás estudios proponer alternativas para que la empresa pueda obtener financiación acordes con su misión.
		(15%)	Realizar un estricto control de los gastos	100%	Costo de Ventas / Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	Mantener margen de utilidad bruta del 30% en venta de servicios de tv y radio pública	Con esta iniciativa se buscará cumplir con el uso adecuado de las herramientas de planeación y control como el presupuesto, plan de adquisiciones y parámetros e compras (precios estándar, etc.)

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Fórmula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
	Mantener el margen de utilidad bruta similar al promedio internacional del sector.	Identificar "drivers" del costo	100%	Costo de Ventas / Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	Mantener margen de utilidad bruta del 30% en venta de servicios de tv y radio pública	Identificar los componentes del costo a fin de generar estrategias, políticas y acciones para su disminución	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la composición del costo de ventas y sus relaciones. Estudiar las variaciones en el costo de ventas Diseñar e implementar estrategias, políticas y acciones para su disminución y control
		Buscar economías de escala	100%	Costo de Ventas / Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	Mantener margen de utilidad bruta del 30% en venta de servicios de tv y radio pública	Una vez identificados los "drivers" buscar mecanismos de compra y negociación que aseguren que poder realizar compras que traigan beneficios por volumen etc. (Economías de escala)	<ul style="list-style-type: none"> Negociar con proveedores condiciones favorables por economías de escala
		Tercerizar los elementos del costo que no son clave	100%	Costo de Ventas / Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	Mantener margen de utilidad bruta del 30% en venta de servicios de tv y radio pública	Identificar que elementos del costo pueden ser tercerizados a fin de concentrar los esfuerzos en el núcleo del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> Tercerizar los elementos del costo que no son clave en relación a la calidad de los servicios que se venden.
		Aumentar frecuencia de las ventas	100%	Costo de Ventas / Ventas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	Mantener margen de utilidad bruta del 30% en venta de servicios de tv y radio pública	Apoyar el proceso de comercialización de los servicios a fin de conseguir aumentar la frecuencia de las ventas y de esa manera lograr disminuir los costos al distribuir los fijos entre mayor número de servicios.	Aumentar frecuencia de las ventas
	Ejecutar los recursos presupuestados adecuadamente. (15%)	Monitorear el cumplimiento del presupuesto	50%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Subgerencia de Soporte	%	Mensual	1	Permanentemente se realizará un monitoreo de la ejecución presupuestal tanto en ingresos como en gastos a fin de identificar variaciones importantes entre lo presupuestado y lo ejecutado.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer y hacer operativo un comité de evaluación y seguimiento de cumplimiento de la ejecución presupuestal frente a los elementos de planeación Llevar la ejecución presupuestal detallada a fin de identificar las posibles deficiencias o excesos en la ejecución
		Controlar el recaudo oportuno	50%	PAC(Egreso Ejecutado/Egreso Proyectado)	Tesorería	%	Mensual	0,91	Establecer el control al cumplimiento del recaudo según lo programado en el presupuesto, el Flujo de Caja / el Plan Anualizado de Caja	<ul style="list-style-type: none"> Emitir alertas de incumplimiento en metas de recaudo y tomar medidas correctivas y preventivas
		Prever todos los recursos necesarios para cumplir con los planes y proyectos	50%	PAC(Egreso Ejecutado/Egreso Proyectado)	Tesorería	%	Mensual	0,91	Teniendo en cuenta el comportamiento histórico que implica cierta inestabilidad en el recaudo derivado de la forma como la empresa valida las solicitudes de recursos a los organismos que le transfiere. Es necesario establecer como política el hecho que todas las solicitudes y proyectos que se validen recojan el 100% de sus necesidades, de tal manera que se disminuya la mencionada inestabilidad.	Prever todos los recursos necesarios para cumplir con los planes y proyectos
	Desarrollo e implementación de estrategia de comprensión y conocimiento del mercado	25%	Indicador IBOPE	Estudio IBOPE	Indicador IBOPE No. Personas	Mensual	Meta 2014 incremento en numero de miles de personas del 2% frente al 2013 (meta ajustada por impacto de transmisión del mundial de futbol)	Con esta iniciativa deberá ejecutarse labores orientadas conocer al detalle nuestro mercado de tal manera que exista información suficiente para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el incremento de audiencias.	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de audiencias por segmento y nicho Análisis de tendencias Identificar hábitos, canales de comunicación y formas consumo de nuestros productos a fin de satisfacer las necesidades de los clientes con relación a ello. 	

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
Perspectiva de los Clientes - La Sociedad (35%)	Ser Preferidos - (Incremento y Desarrollo de Audiencia) (25%)	Captación y fidelización del público objetivo	25%	Indicador IBOPE	Estudio IBOPE	Indicador IBOPE No. Personas	Mensual	Meta 2014 incremento en número de miles de personas del 2% frente al 2013 (meta ajustada por impacto de transmisión del mundial de fútbol)	Este objetivo buscará incrementar de manera directa las audiencias, entregando servicios a nuevos segmentos y nichos de mercado, y mejorando la oferta de valores existentes. Proponiendo nuevos y mejores contenidos alternativos.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar los segmentos o nichos estratégicos de mayor audiencia y fortalecer su oferta de valor. Y desarrollar esquemas de lealtad y fidelización. Desarrollo de productos y servicios para nuevos segmentos y nichos (incluidas las minorías) Hacer Benchmarking, identificando, que hace bien la competencia, mejorándolo y adaptándolo a medios públicos Llegar a nuevas audiencias fuera del país a través de internet, desarrollando programación para ese segmento
		Desarrollar el proyecto de convergencia. Ajustar la programación a hábitos de consumo	25%	Calculo del Nivel de Ventas	Contabilidad	Pesos	Mensual	70% de las ventas del 2013	Este objetivo busca poner al día el material que se genera en la entidad diseñando este para que sea posible ser consumido por cualquier forma o plataforma, con ello se busca estar al tanto de las tendencias de consumo actual.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar el proyecto de convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías que le permitan a los clientes acceder a nuestros productos desde cualquier forma de consumo Identificar los hábitos de consumo de nuestros clientes y ajustar la programación a ellos orientando siempre la estrategia a ser una mejor alternativa frente a los medios privados. Consolidación de un modelo de parrillas flexibles.
		Incrementar la cobertura de red, tanto analógica como digital	25%	Calculo del Nivel de Ventas	Contabilidad	Pesos	Mensual	70% de las ventas del 2013	Cumpliendo con sus obligaciones y siendo esto la base para garantizar el llegar al 100% de las audiencias la entidad deberá mejorar su infraestructura de red a fin de conseguir mayor cobertura que asegure incrementos de audiencias.	<ul style="list-style-type: none"> Estar presentes a través de cualquier red en el territorio nacional Llegar a niveles de cobertura y tiempo (CON OPTIMA CALIDAD) al área que con base en las capacidades técnicas aseguren competitividad y acceso por parte de los clientes.
		Fortalecimiento de la parrilla de programación actual	50%	Incrementar en un 20% la audiencia de manera sostenida, año a año.	Estudio ECAR	Indicador ECAR	Trimestral OLA	Incrementar en un 20% la audiencia frente al mismo período del año anterior.	Esta iniciativa va orientada a satisfacer las necesidades del mercado, con base en la alternativa, la diversidad, la innovación constante. Con este fortalecimiento se pretende potenciar la capacidad de percepción, recepción, reflexión, comprensión y disfrute del ciudadano.	<ul style="list-style-type: none"> Emisión de programación educativa y cultural Emisión de programación especial (población discapacitada, étnica e infantil) Producción de proyectos fuera de la ciudad sede. Programación de estrenos propios Aumentar la participación en la transmisión de Eventos Especiales
		Desarrollo de contenidos de pertinencia dentro de los programas de desarrollo y cooperación internacional	50%	Incrementar en un 20% la audiencia de manera sostenida, año a año.	Estudio ECAR	Indicador ECAR	Trimestras OLA	Incrementar en un 20% la audiencia frente al mismo período del año anterior.	Con esta iniciativa se busca que dentro del portafolio de servicios que se desarrolle se preparen proyectos relacionados con programas de cooperación internacional que permitan cumplir con la misión y acceder a recursos financieros y de cooperación.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de contenidos relacionados con el problema mundial de las drogas y los delitos relacionados, los cuales podrán apoyarse a través de financiación y/o cooperación del, teniendo en cuenta que esta temática es el centro de la cooperación de este programa hacia Colombia. (Objetivo 8: Objetivos del Milenio.) Gestión, Investigación y desarrollo de proyectos que se puedan financiar con cooperación internacional
		Desarrollar e implementar procesos de descentralización	50%	Incrementar en un 20% la audiencia de manera sostenida, año a año.	Estudio ECAR	Indicador ECAR	Trimestras OLA	Incrementar en un 20% la audiencia frente al mismo período del año anterior.	Con esta iniciativa se propone implementar acciones de descentralización de la radio y la televisión	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar la reglamentación para descentralizar Desarrollar proyectos y productos de descentralización Proveer de infraestructura y soporte a descentralización
		Gestionar Nuevas Señales y Proyectos Transmediáticos	50%	Incrementar en un 20% la audiencia de manera sostenida, año a año.	Estudio ECAR	Indicador ECAR	Trimestras OLA	Incrementar en un 20% la audiencia frente al mismo período del año anterior.	Como elemento base de Investigación, Desarrollo e Innovación la empresa deberá generar nuevos productos y servicios que lleguen a través de mecanismos transmediáticos y deberá implementar nuevos productos (señales) para nuevos clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de proyectos transmediáticos: En órbita, Mi señal, Señal Deportes, Conversaciones Y Concierto Radiónica Programación de canales Premium YouTube de mis señal y señal Colombia Gestación de nuevas ideas y proyectos audiovisuales, sonoros y transmediáticos Desarrollar de nuevas señales; Hip Hop, Cumbia, Discursos, y similares. Contratación de un equipo fuerte de desarrolladores (web, contenidos, administradores de plataformas y programadores) Ofrecer y diseñar nuevos productos para la modalidad de consumo "Streaming"
	Participación en eventos, concursos y certámenes que destaquen la labor de los medios públicos y su contenido.	13%	Cantidad de premios obtenidos / Cantidad de premios esperados	Gerencia	%	Anual	10 premios o reconocimientos	Continuar con el proceso de participación para obtener reconocimientos a nivel nacional e internacional, presentando productos de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de productos innovadores Estimular la innovación y los procesos creativos en relación con la pertinencia, calidad y contenidos de nuestros productos Participar en el mayor número de certámenes y concursos con excelente material 	

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
Mejorar el posicionamiento de la entidad. (25%)	Posicionamiento en internet		13%	Nivel de posicionamiento en buscadores	Mercadeo	Posición Buscador	Mensual	Llegar a estar en el 8 lugar en los resultados de búsqueda	Con esta iniciativa se posicionará tanto la marca como los productos y servicios a través del canal de internet.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo y gestión de posicionamiento en Redes sociales. SMM (Social Media Marketing) Marketing de Contenidos: Establecimiento de una estrategia de mercadeo orientado al canal de internet, bajo modelos aumento de visibilidad en los motores de búsqueda. SEM (Search Engine Marketing – Algunas veces paga) Posicionamiento Web: Ejecución y mantenimiento de actividades de optimización de los sitios de la empresa para mejorar su lectura optimizando los resultados de búsqueda y posicionamiento. SEO (Search Engine Optimization)
	Identificar el nivel de posicionamiento		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Realizar el análisis de la situación actual y mantener el mismo a fin de contar con herramientas para la toma de decisiones tácticas de fortalecimiento y posicionamiento de marca.	<ul style="list-style-type: none"> Investigar y definir cuáles son los atributos que definen nuestros productos Determinar mediante estudios cuales son las "Posiciones funcionales" (como nuestro producto aporta a resolver problemas y que beneficios proporciona a los clientes. "Posiciones simbólicas" (incremento de la imagen, identificación de ego, pertenencia, significado social, y filiación afectiva). y las "Posiciones experienciales" (estimulación sensorial y cognitiva)
	Aumentar en nivel de satisfacción del cliente		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Desarrollar mecanismos de medición de satisfacción del cliente. Atender las PQR en en menor tiempo posible	Desarrollar mecanismos de medición de satisfacción del cliente. Atender las PQR en en menor tiempo posible
	Producción y generación de contenidos de calidad		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Con esta iniciativa se busca trabajar orientados a la producción y generación de contenidos de calidad, que sean competitivos, alternativos y valorados por el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar convocatorias a productores sobre estándares de producción y establecer mecanismos de selección de productores que aseguren contar con los mejores Adquirir material de calidad bajo parámetros competitivos de eficiencia y eficacia Mejorar el perfil de contratación del recurso humano Participar en certámenes relacionados con la evaluación de calidad de contenidos
	Desarrollo e implementación de una estrategia de Comunicaciones fuerte y sostenible		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Con esta iniciativa se buscará fortalecer la comunicación tanto interna como externa de la entidad, bajo estrategias que recojan variables de posicionamiento de la marca y de los productos y servicios de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de una Estrategia de comunicaciones interna Implementación de una Estrategia de comunicaciones externa
	Campaña de fortalecimiento del valor de la marca		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Con esta iniciativa se posicionará tanto la marca como los productos y servicios a través del canal de internet. A través de la implantación de acciones puntuales y planes de generación de valor de la marca se busca fortalecer su posicionamiento en los canales tradicionales.	Campaña de fortalecimiento del valor de la marca
	Desarrollo de estrategias de fortalecimiento de puntos de posicionamiento		13%	Nivel de posicionamiento de Marca – Encuesta Propia	Mercadeo	Nivel de calificación en encuesta	Mensual	Ser el "Top Of Mind" de los medios públicos de Colombia	Mejorar la percepción de los oyentes sobre la radio pública nacional	Mejorar la percepción de los oyentes sobre la radio pública nacional
Garantizar niveles de cobertura y disponibilidad de servicio de TV y Radio (25%)	Garantizar niveles de cobertura y disponibilidad de servicio de TV y Radio		33%	Ponderado con Red secundaria	Área Técnica	%	Mensual	80% de disponibilidad y potencia	Esta iniciativa implica que la empresa realice la contratación de los servicios necesario para garantizar los niveles de cobertura propuestos y genere estrategias para que los productos y servicios estén disponibles las 24 horas.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar planes alternativos de cobertura bajo nuevas tecnologías y convenios Establecer que todos los productos y servicios estén disponibles las 24 horas
	Mejorar el equipo humano de soporte técnico		33%	Ponderado con Red secundaria	Área Técnica	%	Mensual	80% de disponibilidad y potencia	Con el fin de realizar las actividades de apoyo a la gestión administrativa y de servicios generales de la entidad	Contratar personal soporte Servicios Generales
	Fortalecer el sistema de recepción de señales		33%	Ponderado con Red secundaria	Área Técnica	%	Mensual	80% de disponibilidad y potencia	Con esta iniciativa se deberá fortalecer de manera permanente el sistema de recepción, transporte y monitoreo de las señales transportará RTVC y la recepción de las señales en las diferentes estaciones transmisoras análogas de los canales públicos nacionales y regionales.	<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de equipos de recepción de tecnología de punta Mantenimiento de la infraestructura de recepción Control a la administración, mantenimiento y operación de los sistema de recepción incluido TDT

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
Perspectiva de Procesos Internos - Ser Excelentes (20%)	Ser Transparentes, Luchar contra la corrupción y Gestionar el riesgo (35%)	Elaboración y ejecución del Plan Anticorrupción	20%	Metodología de la Procuraduría General de la Nación (informe anual)	Oficina de Control Interno	%	Anual	Mantener la posición dentro de los 6 primeros del rango superior en el índice general INTEGRAL	Implementar una herramienta que sirva como instrumento de tipo preventivo para el control de la gestión. Que como elemento principal tiene el cerrar espacios propensos a la corrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Metodología para la identificación de riesgos de corrupción y acciones para su manejo. Estrategia Anti trámites. Rendición de cuentas. Mecanismos para mejorar la atención al ciudadano.
		Reporte a las entidades de control	20%	Metodología de la Procuraduría General de la Nación (informe anual)	Oficina de Control Interno	%	Anual	Mantener la posición dentro de los 6 primeros del rango superior en el índice general INTEGRAL	Liderar el cumplimiento oportuno y acertado de reporte a entes de control.	<ul style="list-style-type: none"> Reporte oportuno; Establecer y hacer seguimiento a cronogramas de reporte Estandarizar formatos y formas de presentación de información Implementar instancia y estrategia de organización y disposición de la información Hacer auditorías internas preventivas
		Plan de Manejo de riesgos	20%	Metodología de la Procuraduría General de la Nación (informe anual)	Oficina de Control Interno	%	Anual	Mantener la posición dentro de los 6 primeros del rango superior en el índice general INTEGRAL	Fortalecer la implementación y desarrollo de la política de la administración del riesgo a través del adecuado tratamiento de los riesgos para garantizar el cumplimiento de la misión y objetivos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar permanentemente los riesgos Establecer mecanismos de Clasificación, Evaluación y calificación del riesgo Desarrollar planes específicos de prevención y mitigación de riesgos (Naturales; Ambientales; Antropogénicos (Humanos – involuntarios – voluntarios, Personales / profesionales, Tecnológicos Físicos, Químicos. Organizacionales); de Responsabilidad Civil; Riesgos Económicos: (Riesgos de Ventas, Riesgos de Producción, Riesgo del Entorno, y Riesgos Financieros)
		Implementar estrategia de gobierno en línea	20%	Metodología de la Procuraduría General de la Nación (informe anual)	Oficina de Control Interno	%	Anual	Mantener la posición dentro de los 6 primeros del rango superior en el índice general INTEGRAL	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir las metas del gobierno fijadas por el programa de gobierno en línea Y hacer evidente la buena gestión de los asuntos públicos (Meta 12) ODM. 	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir las metas del gobierno fijadas por el programa de gobierno en línea Y hacer evidente la buena gestión de los asuntos públicos (Meta 12) ODM.
		Gestionar el la transparencia dando cumplimiento a lo planeado, con una gestión financiera adecuada y una contratación eficiente, eficaz y divulgada.	20%	Metodología de la Procuraduría General de la Nación (informe anual)	Oficina de Control Interno	%	Anual	Mantener la posición dentro de los 6 primeros del rango superior en el índice general INTEGRAL	Con esta iniciativa se asegura que empresa cumpla con gestionar de manera adecuada sus procesos de: Planeación, Gestión Financiera, Talento Humano, Control Interno, Contratación y Misionales.	<ul style="list-style-type: none"> Controlar el cumplimiento de la planeación y todas su herramientas Cumplir con el Principio de Publicidad: Contratación Entregar con Calidad y Oportunidad de la información Mantener un Desempeño Financiero positivo Mantener un Sistema Contable y Presupuestal adecuado Realizar la evaluación del desempeño Mantener y desarrollar el sistema de Control Interno(MECI) fuerte y enfocado a lo preventivo Cumplir las metas misionales y planes sectoriales y de desarrollo. Promover al interior de la empresa buenas prácticas de transparencia
	Fortalecer la gestión institucional (25%)	Garantizar un SGI que asegure control y medición oportuna	33%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Mensual	100% Cumplimiento Plan de Fortalecimiento Institucional	Con esta iniciativa la empresa deberá orientar su esfuerzo a tener un sistema de gestión sólido, que no se limite al cumplimiento de la normatividad del mismo sino que amplíe su visión y alcance a la verdadera generación de valor.	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación de auditores Simplificar procesos y disminuir formatos e instancias Realizar las auditorías Modelamiento de procesos – de acuerdo al modelo de la empresa y del sector Implementación de herramienta de software para control y medición oportuna. Mantener la actual certificaciones del sistema, ampliar su objeto y conseguir nuevas certificaciones
		Fortalecer el servicio Jurídico	33%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Mensual	100% Cumplimiento Plan de Fortalecimiento Institucional	Teniendo en cuenta las particularidades jurídicas de la empresa y el cambiante entorno regulatorio y jurídico de la gestión pública, así como la necesidad de realizar actuaciones ajustadas a derecho, se propone fortalecer el servicio jurídico de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar la regulación de la Radio y Televisión Contar con un grupo especializado en el sector de medio públicos. Fortalecer oficina jurídica con herramientas como: Software y herramientas de administración de información Emisión de conceptos, manuales marco, y/o documentos de referencia que sirvan para señalar las directrices jurídicas de actuación en la empresa. Contar con proceso de Contratación transparentes, eficientes y eficaces.

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción	
Modernizar y actualizar los mecanismos de planeación estratégica. (25%)	Fortalecimiento de la gestión Financiera		33%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Mensual	100% Cumplimiento Plan de Fortalecimiento Institucional	Si bien esta área hoy ya cuenta con un importante nivel de desarrollo se hace necesario su permanente fortalecimiento a fin de garantizar la buena administración de los recursos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer indicadores de control de la gestión financiera Fortalecer el equipo humano Implementar las NIIF Capacitar y dar acceso a actualización en reglamentación contable (normas internacionales y nacionales) y tributaria 	
	Realizar, seguimiento, evaluación y control permanente a los mecanismos de Planeación estratégica		25%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Trimestral	Implementar online el Cuadro de mando Integral	Con esta iniciativa se busca que la Planeación estratégica de la empresa se encuentre al día con los cambios del entorno y refleje directrices concretas y realizables, así como sirva como herramienta de consulta permanente para la toma de decisiones y el control de cumplimiento de objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer el Cuadro de Mando Integral Crear un batería de Indicadores Establecer mecanismos de almacenamiento y administración de la indicadores resultados y demás insumos de planeación Cada año realizar la revisión de la planeación estratégica y ajustarla a la coyuntura. 	
	Establecimiento de sistemas de información integrales que recopilen y analicen la información base de la planeación		25%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Trimestral	Implementar online el Cuadro de mando Integral	Esta iniciativa se concreta con la adquisición y operación de herramientas de software que permitan llevar en tiempo real la información relacionada con la gestión de la entidad y permitan consolidar resultados y emitir alertas que sean la base para la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> Adquirir herramientas de software para administración, procesamiento y análisis de la gestión Establecer dentro de las herramientas de software el consolidación bajo metodología de Cuadro de Mando Integral Implementar herramientas de modelamiento de procesos que aseguren claridad en los mismos y permitan el control de la gestión 	
	Establecimiento de un Plan de Mercadeo		25%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Trimestral	Implementar online el Cuadro de mando Integral	Como quiera que la empresa debe comercializar sus servicios y fortalecer su marca, será necesario elaborar y establecer un Plan de Mercadeo que defina las estrategias relacionados con el marketing mix y unifique y apoye las acciones y gestiones de venta y fortalecimiento de marca, así como plantee elementos de carácter predictivo que señalen las tendencias operativas, técnicas y en especial de contenidos, sobre los cuales desarrollar los productos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar e implementar un plan de mercadeo y llevar el seguimiento y control Fortalecimiento de la comunicación organizacional como parte de la estrategia de marca Establecer y cumplir, Manual de imagen, señalización, fortalecimiento de equipo de planeación, Establecer mecanismos de monitoreo de medios (audiencias, ratings, etc.). Implementar una estrategia de relaciones públicas y comunicación externa. 	
	Estudios sobre la gestión interna		25%	No. actividades Ejecutadas / No. Actividades Planeadas	Oficina de Planeación	%	Trimestral	Implementar online el Cuadro de mando Integral	Al interior de la empresa se deberán realizar análisis y estudios y emitir documentos y recomendaciones orientados a mejorar, la eficiencia, eficacia, transparencia y productividad	Estudios sobre la gestión interna	
	Mejorar infraestructura. (25%)	Gestionar la mejora de la infraestructura de red		50%	Calculo del área técnica	Oficina de Planeación	%	Anual	90% de Disponibilidad y Cobertura	<ul style="list-style-type: none"> Contratar instalación operación y mantenimiento de TDT y llevar su control y adecuado funcionamiento Gestionar la mejora para poner a punto la red analógica de tv (reposición estaciones, red de sincronismo, desmonte microondas, sistema de control e información) 	<ul style="list-style-type: none"> Contratar instalación operación y mantenimiento de TDT y llevar su control y adecuado funcionamiento Gestionar la mejora para poner a punto la red analógica de tv (reposición estaciones, red de sincronismo, desmonte microondas, sistema de control e información)
		Mejorar la infraestructura operativa y administrativa		50%	Calculo del área técnica	Oficina de Planeación	%	Semestral	49,88% cobertura	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las instalaciones y adecuaciones físicas, en particular las oficinas y herramientas de trabajo. Mejoramiento tecnológico en post-producción. (Renovación de sistemas de grabación y dimerización, organización y adecuación logística, estaciones de visualización e ingesta) (bajo figuras de alquiler o similares) 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las instalaciones y adecuaciones físicas, en particular las oficinas y herramientas de trabajo. Mejoramiento tecnológico en post-producción. (Renovación de sistemas de grabación y dimerización, organización y adecuación logística, estaciones de visualización e ingesta) (bajo figuras de alquiler o similares)
	Impulsar la internacionalización del sistema de medios públicos de Colombia. (20%)	Desarrollar y Organizar las gestiones de Internacionalización a través de un Plan que consolide las tareas relacionadas con la internacionalización		50%	No. de participaciones / Meta de participación	Gerencia	%	Mensual	Participación en 2 Agregaciones Internacionales de Radio y TV	Desarrollar y Organizar las gestiones de Internacionalización a través de un Plan que consolide las tareas relacionadas con la internacionalización	Desarrollar y Organizar las gestiones de Internacionalización a través de un Plan que consolide las tareas relacionadas con la internacionalización
		Gestionar recursos de cooperación internacional		50%	No. de participaciones / Meta de participación	Gerencia	%	Mensual	Participación en 2 Agregaciones Internacionales de Radio y TV	Desarrollar planes, programas y proyectos acordes con los objetivos de cooperación internacional, con lo cual la empresa podrá cumplir con su misión y acceder a recursos financieros y de cooperación importantes. Dentro las acciones que buscarán cumplir con el desarrollo de los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM), está el desarrollo de acciones de internacionalización relacionadas con la gestión de recursos y cooperación.	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar recursos de asistencia oficial para el desarrollo (AOD). Siguiendo los parámetros establecidos en los Objetivos del Milenio y con mayor detalle el Objetivo 8. Consolidación de modelo de difusión de información en Latinoamérica.

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Formula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
Perspectiva de Desarrollo y Aprendizaje - Aprendizaje e Innovación (15%)	Ser un sitio preferido para trabajar. (45%)	Gestionar el convertimos en un sitio ideal para trabajar	25%	Calculo de ponderación según encuesta interna	Oficina de Talento Humano	Puntos del índice	Anual	Posicionars e dentro del rango de apreciación general medio	Con esto la entidad busca conseguir ser competitiva con base en el recurso humano.	<ul style="list-style-type: none"> Definir los elementos de la Cultura organizacional y fortalecerla a través de campañas de comunicación que fortalezcan; la Credibilidad, el Respeto, la Imparcialidad, la Camaradería y Orgullo por la empresa Establecer una estructura administrativa ajustada a las necesidades y al de negocio para ello el objetivo será; Implementar la Reestructuración Administrativa de acuerdo con las autorizaciones y validaciones requeridas. Establecer un plan de transformación cultural y ormanizacional
		Plan de Motivación y Estímulos	25%	Calculo de ponderación según encuesta interna	Oficina de Talento Humano	Puntos del índice	Anual	Posicionars e dentro del rango de apreciación general medio	Implementar un Plan de Motivación orientado a la transparencia y el aumento en la productividad	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la Comunicación interna, en especial comunicar con claridad la visión y los objetivos a fin de alinear esfuerzos Desarrollar y apoyar el Liderazgo mediante actividades de capacitación y reconocimiento y desarrollo organizacional Y Conformado equipos de líderes dinámicos y visionarios. Desarrollar un plan de Reconocimiento a la labor de los colaboradores Desarrollar un Plan de desarrollo integral del recurso humano Desarrollar un Plan de gestión por competencias
		Desarrollar un programa de "pool de high potencial"	25%	Calculo de ponderación según encuesta interna	Oficina de Talento Humano	Puntos del índice	Anual	Posicionars e dentro del rango de apreciación general medio	Desarrollar un programa de apoyo académico, reconocimiento y crecimiento a los empleados con alto potencial	Desarrollar un programa de "pool de high potencial"
		Plan de Capacitación	25%	Calculo de ponderación según encuesta interna	Oficina de Talento Humano	Puntos del índice	Anual	Posicionars e dentro del rango de apreciación general medio	Desarrollar un plan de capacitación acorde con el sector, que asegure fortalecer la innovación, la transparencia y la calidad de contenidos.	Plan de Capacitación

Perspectiva	Objetivo	Iniciativas / Acciones	Ponderación Indicador	Metodología de Cálculo (Fórmula Indicador estratégico)	Fuente de Información	U.medida	Periodicidad	Meta 2014	Descripción de la Iniciativa	Desarrollo de la Acción
	Gestionar la Innovación. (35%)	Establecer instancias de investigación, desarrollo e innovación.	33%	Porcentaje (%) de ventas de nuevos productos sobre el total de ventas de la empresa	Planeación	%	Trimestral	Conseguir que el 5% de las ventas sea originadas por productos o servicios nuevos	Con esta iniciativa la entidad deberá gestionar la innovación de manera activa, transformando este elemento en una de sus principales ventajas competitivas	<ul style="list-style-type: none"> Investigar las variables que componen el modelo de negocio (Aliados, Actividades, recursos claves, Relación con los clientes, canales de distribución y segmentos de mercado) a fin de identificar cuales requieren con prioridad de investigación, desarrollo e innovación Desarrollar planes de investigación, desarrollo e innovación Realizar capacitaciones y talleres específicos relacionados con Innovación en el modelo de negocio Crear instancias para la investigación, desarrollo e innovación (Comités, grupos de trabajo, oficina o departamentos) que gestionen y lideren esta temática.
		Conformar comités, foros e instancias de estudio, análisis y discusión de temas de Ratio, televisión y medios públicos	33%	Time to market (tiempo medio desde la idea hasta el lanzamiento al mercado)	Planeación	días	Trimestral	Implementar proyectos de innovación en 180 días	Al crear instancias de estudio relacionadas con el sector la empresa podrá acceder a conocimiento valioso y efectuar análisis que le señalen directrices de innovación	<ul style="list-style-type: none"> Generar instancias, y foros con invitados expertos del sector Generar espacios de estudio y análisis sobre la Tv y Radio pública (tomando como base los 60 años de TV)
		Establecer premio de innovación	33%	Numero de ideas implementadas / Número de ideas propuestas	Planeación	%	Trimestral	Conseguir implementar el 5% de las ideas propuestas	Con esta iniciativa se busca estimular la innovación	Establecer premio de innovación
Perspectiva Grupos de Interés - Empresa Responsable (10%)	Gestionar y fortalecer la relaciones con los grupos de interés. (30%)	Desarrollar una estrategia de comunicación bidireccional con los grupos de interés	100%	% de cumplimiento de eventos realizados/ % de cumplimiento de eventos programados	Gerencia	Unidad	Anual	1 Evento o encuentros Anuales	Con esto se busca que aquellas personas, empresas o entidades que intervienen en la temática de la empresa desde afuera de ésta, y que tienen intereses en ella que se pueden afectar por la actividad de la empresa, tenga participación en el proceso de gestión de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar quienes son los grupos de Interés relacionados con la empresa (Stakeholders) Establecer instancias y herramientas de comunicación y participación Estudiar las percepciones de los grupos de interés a fin de definir líneas de acción
	Obtener la aprobación de un plan de manejo ambiental orientado a obtener la certificación del Sistema de Gestión Ambiental. (35%)	Establecer un plan de gestión ambiental	33%		Gerencia	%	Trimestral	Conseguir aprobación de plan de manejo ambiental y base de certificado ambiental	Con esta iniciativa la empresa entrará a ejecutar actividades coordinadas y ejercer políticas de carácter ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar e implementar un plan ambiental Desarrollar un componente importante del plan ambiental con las comunidades cercanas a la infraestructura de red Desarrollar programas de cultura ambiental interna y externa Desarrollar un programa de energía alternativa
		Gestionar la adaptación al cambio climático	33%	Cumplimiento de la meta	Gerencia	%	Trimestral	Conseguir aprobación de plan de manejo ambiental y base de certificado ambiental	Pacto Global de Naciones Unidas - Iniciativa de Desarrollo del Milenio	Desarrollar un programa de energía alternativa. Desarrollar un programa de uso racional de recursos (agua, energía, residuos)
		Obtener certificación de gestión ambiental ISO:14001	33%		Gerencia	%	Trimestral	Conseguir aprobación de plan de manejo ambiental y base de certificado ambiental	Al obtener la certificación la empresa conseguirá estandarizar los proceso de gestión integral e integrarlos a su sistema.	Obtener certificación de gestión ambiental ISO:14001
	Obtener certificado de RSE . (35%)	Obtener la certificación de RSE	33%	Cumplimiento de la meta	Gerencia	%	Semestral	Obtener certificación fenalco o similar	Con esta certificación la empresa habrá cumplido con los requisitos para ser reconocida por tener una política de RSE, y seguir adelante con ella	Obtener la certificación de RSE
		Desarrollar campañas que contribuyan a mejorar las condiciones de las poblaciones que habitan cerca de las estaciones de red	33%	Cumplimiento de la meta	Gerencia	%	Semestral	Obtener certificación fenalco o similar	Con este programa la empresa liderar la mejora de las condiciones de vida de los habitantes que se relacionan directa o indirectamente con la infraestructura de red	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las poblaciones objeto del programa Establecer un diálogo con esas comunidades e investigar sus necesidades Establecer relaciones con los miembros clave de la comunidad Determinar las acciones concretas a llevar a cabo, en relación con el diseño de contenidos orientados a esa población Gestionar apoyo o apoyar grupos e interés que estén desarrollando programas de RSE y dar discusión a sus programas
		Desarrollar un programa de desarrollo de proveedores	33%	Cumplimiento de la meta	Gerencia	%	Semestral	Obtener certificación fenalco o similar	Con este programa la empresa buscara mejorar las condiciones de sus proveedores en relación con la implementación de buenas prácticas empresariales que aseguren su crecimiento, sostenible y responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar actividades que generen buenas prácticas para proveedores en tema de implementación de buenas prácticas empresariales, transmitiendo contenidos relacionados con el mundo empresarial y la buenas practicas empresariales.