



***Canal Regional de Televisión del Caribe Ltda.
Telecaribe***



PLAN DE DESARROLLO 2013 - 2015

“Telecaribe: Un medio para integrar la Región Caribe”

Barranquilla, febrerode 2013

TABLA DE CONTENIDO

	Página
PRESENTACIÓN	5
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	6
Misión	6
Visión	6
Código de Ética.....	7
Políticas	9
PLAN DE DESARROLLO 2012 – 2015	11
Consideraciones metodológicas	11
Macroproblema	12
Flujograma situacional	13
Problemas asociados a sus causas	14
Objetivo general	17
Objetivos estratégicos asociados a sus objetivos específicos y operaciones	18
Definición de indicadores de efectividad y metas del plan	24
Plan Plurianual de Inversiones 2012 - 2015.....	27



JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL

JUAN FRANCISCO GÓMEZ CERCHAR

Gobernador de La Guajira
Presidente de J.A.R.

JUAN CARLOS GOSSAÍN ROGNINI

Gobernador de Bolívar

DIEGO MOLANO VEGA

Ministro de Tecnologías de la Información y las
Comunicaciones

LUIS ALBERTO MONSALVO GNECCO

Gobernador del Cesar

GERMAN SIERRA ANAYA

Rector Universidad de Cartagena

ALEJANDRO JOSÉ LYONS MUSKUS

Gobernadora de Córdoba

RUTHBER ESCORCIA CABALLERO

Rector universidad de Magdalena

JOSÉ ANTONIO SEGEBRE BERARDINELLI

Gobernador de Atlántico

ELSA NOGUERA DE LA ESPRIELLA

Alcaldesa Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla

LUIS MIGUEL COTES HABEYCH

Gobernador del Magdalena

JULIO CÉSAR GUERRA TULENA

Gobernador de Sucre



RECONOCIMIENTO A LOS DELEGADOS DE LA JAR

WILSON ROJAS VANEGAS

Delegado Gobernador de La Guajira
Presidente de J.A.R.

HERMAN DANILO HERNANDEZ

Delegado Gobernador de Bolívar

ANDREA MOYANO CARRILLO

Delegado Ministerio de Tecnologías de la Información y las
Comunicaciones

ANA PATRICIA GONZALEZ CABEZA

Delegación Gobernador del Cesar

XIOMARA ROSALES DE LA ESPRIELLA

Delegada Universidad de Cartagena

GUILLERMO ALEAN MADRID

Delegado Gobernador de Córdoba

EDGAR SALAS BALLESTEROS

Delegada Universidad de Magdalena

JIMMY PÉREZ SOLANO

Delegado Gobernador de Atlántico

DIANA ACOSTA MIRANDA

Delegado Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla

RUBEN PEÑA NORIEGA

Delegado Gobernador del Magdalena

HUGO GARCÍA SANTIS

Delegado Gobernador de Sucre

ADMINISTRACIÓN**YURISSA DEL CASTILLO ROMERO**

Gerente

LESBIA PÉREZ OROZCO

Secretaria General

ANA MARIA LAMBRE LOPEZ

Jefe División Comercial y Financiera

LUIS CLEMENTE MARTIN

Jefe División de producción (E)

MABEL RADA CONTRADO

Jefe de Programación y Emisión

LUIS CLEMENTE MARTIN

Jefe División de Ingeniería

NUBIA CASTELLAR SERRANO

Jefe Oficina de Control Interno

ANIBAL GUTIERREZ OYOLA

Profesional Oficina de Planeación

COLABORADORES**JORGE ENRIQUE LEMA PALACIO**

Departamento de Sistemas

SONIA CUDRIZ

Secretaria de Gerencia

LUIS PÉREZ BELTRAN

Profesional Universitario Control Interno

JAIRO OLIVERA

Tecnólogo de Producción

NATIVIDAD JINETE DE VALVERDE

Profesional Universitario de Comercialización

FABIAN PINEDO FRANCO

Profesional Universitario de Talento Humano

FREDDY MAESTRE

Tecnólogo de Programación

ROBERTO DUARTE

Comunicador Social

VICTOR HERRERA MICHEL

Comunicador Social

PRESENTACIÓN

El Plan de Desarrollo “*Telecaribe: Un medio para integrar la Región Caribe*”, 2013 – 2015, es la apuesta que realiza el Canal Regional de Televisión del Caribe Ltda. Telecaribe, para afrontar el proceso de digitalización y la convergencia de los servicios de comunicación, los cuales integraran aún más las industrias culturales y de comunicaciones produciendo un cambio en la manera pensar, ver y hacer la televisión pública regional.

Esta revolución digital implica una renovación tecnológica que permitirá que coexistan los modelos de gestión de contenidos analógicos, lineales, o de ofertas cerradas con los digitales, no lineales o de ofertas abiertas, pero progresivamente los modelos lineales perderán importancia y predominarán los no lineales. El modelo del negocio deberá ser revisado y revaluado para atender a las nuevas necesidades de los clientes y los grupos de interés.

El nuevo horizonte digital y la convergencia de medios hará que las audiencias sean más fragmentadas y el consumo sea personalizado, por lo tanto, sus rasgos característicos son Anywhere (en cualquier lugar), Anytime (en cualquier momento) y Anyway (a través de diversas plataformas). El estilo de vida digital (Digital Lifestyle) seguirá consolidándose con la puesta en marcha de la televisión digital terrestre. Los usuarios tendrán mayor autonomía en el consumo de contenidos audiovisuales, se podrán aprovechar las opciones de video bajo demanda (Video OnDemand (VOD)) y pago por ver (Pay Per View (PPV)), en diversos dispositivos de recepción fijos, móviles y portátiles. Estos hábitos de consumo audiovisual multipantalla produce una ruptura con las formas tradicionales de creación, difusión y recepción audiovisual.

Fortalecer el servicio público de televisión en la Región Caribe demanda del compromiso de todos los actores sociales y económicos de la región, hacer realidad la incorporación de cambios tecnológicos y perfilar el papel de Telecaribe en la formación de televidentes ciudadanos y no solo de consumidores. Esta situación exige del Estado políticas precisas encaminadas en fortalecer al operador, para que efectivamente pueda jalonar procesos de integración, desarrollo social, económico y cultural.

	PLAN DE DESARROLLO ESTRATEGICO	GG-200.70.01	Pág. 7 de 30
		Versión: 2	
		Fecha: 13/05/11	

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

Prestar el servicio público de televisión abierta, con una programación incluyente de calidad, tecnología de punta, y personal calificado, pensando en satisfacer las necesidades y expectativas de información, formación y entretenimiento de los televidentes de la Región Caribe colombiana.

VISIÓN

Seremos en el 2.019, la opción preferida por la teleaudiencia del Caribe colombiano, reconocida nacional e internacionalmente, como una oferta televisiva competitiva, crítica y reflexiva, posicionada tecnológica y financieramente autosostenible, cumpliendo los fines del servicio público de televisión.

CODIGO DE ETICA DE TELECARIBE

VALORES

- **COMPROMISO:** Asumir personal e institucionalmente el objetivo fundamental de ofrecer señal televisiva estable y una programación de calidad que responda a los intereses de la teleaudiencia del Caribe colombiano.
- **HONESTIDAD :** Actuar con transparencia e integridad.
- **EQUIDAD:** Facilitar el acceso al medio de manera imparcial y equilibrada.
- **RESPECTO:** Aceptar a los demás como son, vigilando los contenidos televisivos para que no atenten contra la dignidad humana.
- **SERVICIO:** Trabajar con espíritu de servicio público, de manera eficiente y eficaz.
- **LEALTAD:** Comprender que la primera lealtad es hacia el televidente, hacia su derecho de estar bien informado, de educarse y entretenerse sanamente, para que pueda creer y confiar en su Canal Regional.

PRINCIPIOS

- **IDENTIDAD REGIONAL:** Promover, difundir y contribuir a la preservación del patrimonio cultural colectivo.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Diseñar y organizar las acciones del Canal con conciencia de los efectos sobre la comunidad servida, poniendo como prioridad la búsqueda de su bienestar y desarrollo.
- **LIBERTAD INFORMATIVA:** Propiciar el pluralismo informativo, la autonomía del trabajo periodístico sin presiones y el respeto por la libertades de creación y de expresión.
- **RENDICIÓN DE CUENTAS:** Ofrecer al público, periódica y sistemáticamente, información relevante, completa y fidedigna sobre la gestión y resultados de Telecaribe en sus distintos frentes.
- **CALIDAD DE LOS SERVICIOS:** Trabajar con altos niveles de rendimiento, para brindar productos y servicios excelentes que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente, asegurando la rentabilidad económica y social de la organización.

- **TRABAJO EN EQUIPO:** Realizar las acciones enfocadas a un propósito común, en un marco de unión, colaboración, apoyo, entendimiento y armonía, lo que garantiza la integración, buen clima organizacional y compromiso con los objetivos.
- **CREATIVIDAD:** Desarrollar las mejores ideas para la satisfacción de televidentes y anunciantes.
- **EFICIENCIA :** Lograr los objetivos y metas con la mejor utilización de los recursos.
- **EFICACIA:** Lograr los objetivos en el plazo planeado y con recursos destinados.
- **LEGALIDAD:** Garantizar que el desempeño se desarrolle de acuerdo con las disposiciones constitucionales y legales de la República de Colombia.
- **INNOVACIÓN:** Desarrollar en forma permanente nuevos productos, estrategias, controles y herramientas administrativas que mejoren la operación y la productividad del negocio.

DIRECTRICES ÉTICAS

- **Compromiso con la Región:** El Canal Regional Telecaribe ofrecerá su mayor esfuerzo para brindarle a su teleaudiencia la mejor cobertura y señal, con contenidos televisivos que informen, eduquen y entretengan sanamente.
- **Rendición de Cuentas:** Brindar al público, periódica y sistemáticamente, información relevante, completa y fidedigna sobre la gestión y resultados de Telecaribe en sus distintos frentes.
- **Apropiada atención a la ciudadanía:** La atención de peticiones, quejas y reclamos por parte del Canal, se realiza mediante un medio que corresponde a la adecuada y oportuna respuesta, acorde a sus peticiones.
- **Compromiso con la Finalidad de la Contratación Pública:** El Canal Regional Telecaribe, dará real y fiel cumplimiento al Estatuto de la Contratación Pública y demás instrucciones legales vigentes impulsando el uso de prácticas anticorrupción.

POLÍTICAS

GENERALES:

- **GESTIÓN POR PROCESOS:** Alcanzar los objetivos del Canal incorporando nuestra cadena de valor en la producción de productos y servicios a la norma Técnica de calidad NTCGP:1000:2009.
- **SOSTENIBILIDAD:** Cumplir la misión social sin desmedro de su racionalidad económica, por lo cual no prestará servicios a pérdida, sino, por el contrario, buscando generar un flujo creciente de ingresos que asegure su sostenibilidad a largo plazo.
- **PROGRAMACIÓN:** Escoger entre opciones de programación, aquellas de origen regional, que sean de buena calidad y se dirijan a fomentar la educación y la cultura y a fortalecer la identidad del ser Caribe.
- **PRODUCCIÓN:** Estimular las producciones de carácter regional que proyecten a la Región Caribe en todo su potencial social, económico y cultural.
- **TÉCNICA:** Establecer un sistema confiable de nuestra señal abierta que garantice el cubrimiento y la óptima calidad de difusión.
- **FLEXIBILIDAD:** Asimilar y promover el cambio para responder proactivamente y liderar procesos de transformación, que proyecten la empresa hacia altos niveles de competitividad.
- **POSICIONAMIENTO DE MARCA:** Seleccionar las propuestas de programación, comercialización y promoción, que posicionen bajo un concepto de unidad de Canal, la marca *Telecaribe*.
- **ALIANZAS ESTRATÉGICAS:** Establecer alianzas o negocios con organizaciones que desarrollen actividades complementarias, con el fin de aprovechar las fortalezas mutuas.
- **COMUNICACIÓN:** Dar a conocer interna y externamente, las informaciones y procedimientos de la organización, así como los propósitos y resultados.

ESPECÍFICAS:

ÁREA TÉCNICA (Redes, control técnico, estudio y emisión)

Tener personal interno y externo altamente capacitado para responder a las necesidades técnicas del Telepuerto y la red de transmisión.

Lograr una disponibilidad de señal que no sea inferior al 85% anual.

ÁREA DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

- Ningún proyecto televisivo debe obviar las etapas de estudio de factibilidad, preproducción, producción y postproducción.
- No se realizarán programas cuyos estándares de calidad sean inferiores a los establecidos para las emisiones del Broadcast.
- La producción propia estará enfocada preferiblemente a temas de carácter regional.
- Todo contratista que preste un servicio al Canal acatará las directrices del funcionario a cargo.
- La programación del Canal propenderá por un contenido descentralizado.
- Setenta por ciento (70%) de la programación deberá ser de producción y contenido regional.
- Los noticieros y programas de opinión cubrirán los intereses de la Región Caribe.
- Cada Departamento de la Región Caribe debe verse identificado en la programación del Canal.
- La programación debe promover el desarrollo social, económico y cultural de la Región Caribe.
- Los Sistemas de control del Canal buscarán mejorar de manera continua los niveles de calidad de los contenidos y la producción de los programas realizados por la industria regional
- Todos los contratistas de programas deberán acogerse al Manual de Estilo de la programación del Canal.
- La programación del Canal deberá ser evaluada de manera periódica, de tal manera que oriente el contenido en concordancia con los intereses de la audiencia y las necesidades de la región.

ÁREA COMERCIAL Y FINANCIERA

- Todo negocio que realice el canal deberá garantizar una rentabilidad
- Evitar situaciones de riesgo financiero.
- Evitar la realización de inversiones sin previa planeación y proyección

PLAN DE DESARROLLO 2013-2015
“Telecaribe: Un medio para integrar la Región Caribe”

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Como resultado del proceso de elaboración del Plan de Desarrollo de *Telecaribe* para el periodo 2012-2015, bajo la metodología de Planeación Estratégica Situacional (PES), se definió el problema principal o MACROPROBLEMA de *Telecaribe* y los problemas específicos.

También se identificaron los VECTORES DESCRIPTORES DE LOS PROBLEMAS (VDPS), que se asumen como las principales manifestaciones de los problemas. Luego se establecieron los NUDOS CRÍTICOS o CAUSAS y sus manifestaciones principales, es decir, los VECTORES DESCRIPTORES DE LOS NUDOS CRÍTICOS (VDNCS).

Finalmente, para mejorar la situación del macroproblema, con sus problemas específicos y enfrentar sus nudos críticos (causas) se definieron los OBJETIVOS de direccionamiento del Canal y las OPERACIONES y DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS).

MACROPROBLEMA

**LA REGION CARIBE PERCIBE LOS CONTENIDOS DE LA PROGRAMACION DEL
CANAL CENTRALIZADOS EN BARRANQUILLA**



VER ANEXO No1

PROBLEMAS ASOCIADOS A SUS CAUSAS (NUDOS CRÍTICOS)

PROBLEMAS	CAUSAS (NC)
<p>P1 Insuficiente sistema de monitoreo, seguimiento y control que impide el direccionamiento adecuado de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo</p>	<p>NC1-1 Deficiente procesamiento de los problemas lo que origina una agenda cargada</p> <p>NC1-2 Existencia de un Plan pero no un comportamiento de trabajo planificado</p> <p>NC1-3 No hay cultura de autocontrol</p> <p>NC1-4 No hay disciplina para las reuniones de monitoreo.</p> <p>NC1-5 Deficiente sistema de información organizacional</p> <p>NC1.6 No existen bases de datos que identifique el desarrollo de la empresa y de procesos jurídicos de la empresa.</p> <p>NC1.7 No existe claridad en la aplicaciones de normas</p> <p>NC1.8 No existe monitoreo que vele por el mantenimiento de la señal del Canal en los sistemas de tv cables.</p> <p>NC1.9 No existe un plan de renovación tecnológica.</p>
<p>P2 Inadecuada estructura física y organizacional del Canal.</p>	<p>NC2-1 Socios con déficit presupuestal que dificulta una dinámica financiera para la continuidad del proyecto de Sede.</p> <p>NC2-2 Limitaciones normativas que dificultan adiciones presupuestales en gastos de nóminas.</p> <p>NC2-3 Deficiente estado financiero para sostenibilidad de los gastos administrativos</p> <p>NC2-4 Planta obsoleta</p> <p>NC2-5 No se han explorado nuevos nichos de negocios.</p> <p>NC2-6 Los presupuestos plurianuales de los departamentos no han incluido al Canal regional en de sus planes de desarrollo.</p> <p>NC2-7 Incipiente aporte económico del Mintic al desarrollo del Canal</p>

P3 Bajo Nivel de Comercialización del Canal	NC3-1 No existen área comercial ni planta de personal para ello.
	NC3-2 Deficiente estrategia de comercialización y carencia de estudios de mercado
	NC3-3 Desconocimiento del funcionamiento del mercado comercial a nivel nacional.
	NC3-4 Bajo nivel de capacitación del personal que realiza venta de productos y servicios.
	NC3-5 Insuficiente alianzas estratégicas para la comercialización del Canal
	NC3-6 Deficiente estrategia de auto sostenibilidad del Canal.
	NC3-7 Baja cultura de inversión publicitaria en la región.
	NC3-8 Deficiencia para la promoción del Canal en diferentes medios
	NC3-9 Las mayorías de las entidades territoriales no utilizan al Canal como medio de difusión.
	NC3-10 No se dominan las herramientas de estudios de audiencia y de inversión publicitaria.
	NC3-11 No se aprovecha los nichos de la mediana empresa
	NC3-12 No existe una política de compromisos comerciales en los contratos de coproducción y producción de programas.
	NC3-13 Falta de credibilidad en el canal como herramientas de ventas de sus productos por parte de anunciantes regionales.
	NC3-14 No existe registro de patente de las marcas de productos del Canal
P4 Infraestructura técnica obsoleta, que dificulta la prestación de un óptimo servicio de televisión	NC4-1 Recursos limitados del fondo para el desarrollo de la televisión han impedido invertir en tecnologías
	NC4-2 Incipiente conocimiento y apropiación de los técnicos sobre el funcionamiento de la tecnología adquirida
	NC4-3 Falta de articulación del área de sistemas con los procesos misionales, en la implementación de nuevas tecnologías.

<p>P5 Percepción de una programación poco atractiva y con bajo nivel de audiencia</p>	<p>NC5-1 El consejo asesor de programación no está operando</p>
	<p>NC5-2 Ausencia de un área de desarrollo e investigación de nuevos formatos.</p>
	<p>NC5-3 Inexistencia de una política institucional de promoción de nuevos talentos en dirección, realización y presentación de programas.</p>
	<p>NC5-4 Insuficiente trabajo de investigación y documentación previa para la realización de las producciones propias.</p>
	<p>NC5-5 Producción propia y de terceros sin adecuados procedimientos de evaluación y seguimiento.</p>
	<p>NC5-6 Permisibilidad del canal con la emisión de productos de baja calidad</p>
	<p>NC5-7 No apropiación del manual de estilo de programación.</p>
	<p>NC5-8 Falta de evaluación y seguimiento a la producción y emisión de programas.</p>
	<p>NC5-9 Bajo nivel de compromiso de los organizadores de eventos regionales, en temas como escenografía iluminación y logística.</p>
	<p>NC5-10 Débil presencia del Canal en la región Caribe.</p>
	<p>NC5-11 Falta de estrategias comunicacionales que posicionen el Canal en los demás medios.</p>
<p>P6 Débil articulación del Sistema de Televisión pública Regional.</p>	<p>NC6-1 Falta de continuidad en las administraciones de los canales Regionales</p>
	<p>NC6-2 Preferencia por perfiles políticos que por méritos en la escogencia de los gerentes de los canales regionales</p>
	<p>CN6-3 Incertidumbre ante el nuevo ente de regulación de la televisión en Colombia</p>
	<p>CN6-4 Incumplimiento de la JAR de los compromisos adquiridos con el Canal</p>
	<p>CN6-5 Desactualización tecnológica de la industria televisiva Regional.</p>
	<p>CN6-6 Bajo desarrollo de la industria Audiovisual en la Región.</p>

OBJETIVO GENERAL

Dinamizar la prestación del servicio público de televisión en la Región Caribe, haciendo uso de las posibilidades que nos brinda la convergencia tecnológica con programación incluyente que haga participe al ser Caribe y aumente la audiencia del Canal.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
<p>OEST1 Cumplimiento de los planes de gestión para el desarrollo del Canal</p>	<p>OESP1-1 Establecer una cultura de autocontrol que permita mejorar el seguimiento y la gestión de los procesos</p>	<p>OP1-1-1 Fortalecimiento del área de Planeación y Control Interno</p> <p>OP1-1-2 Formación en Indicadores de Gestión</p> <p>OP1-1-3 Adquisición de software en sistemas de control y seguimiento de procesos</p> <p>OP1-1-4 Definición y cumplimiento de agendas de monitoreo de planes y procesos</p>
<p>OEST2 Adecuada estructura física y organizacional para el Canal</p>	<p>OESP2-1 Reestructurar la planta de personal y mejorar su nivel de competitividad</p>	<p>OP2-1-Gestionar la implementación del estudio de la reestructuración de la planta realizado con una firma especializada</p> <p>OP2-2 Gestionar ante Función Pública, Minhacienda y Mintic la aprobación de la Reestructuración de Planta</p>

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
		OP2-3 Diseñar un Plan de capacitación en áreas misionales que eleven el nivel de competitividad, en especial las áreas técnica, comercial y legal
OEST2 Adecuada estructura física y organizacional para el Canal	OESP2-2 Culminar la Sede del Canal	<p>OP2-2.1 Gestionar ante las Gobernaciones los compromisos de capitalización pendientes y presentar alternativas de inversión publicitaria para las secretarías de las Gobernaciones.</p> <p>OP2-2.2 Gestionar nuevos ingresos mediante alianzas estratégicas con la industria y entidades gubernamentales y no gubernamentales.</p>
OEST3 Fortalecimiento de la Gestión Comercial del Canal	OESP3-1 Disponer de Herramientas para la evaluación y seguimiento del proceso comercial	<p>OP3-1.1 Realizar estudios de mercado que permitan establecer derroteros.</p> <p>OP3-1.2 Sistematizar el proceso de comercialización</p>
	OESP3-2 Abrir nuevos Mercados	<p>OP3-2.1 Abrir nichos en la mediana y pequeña empresa</p> <p>OP3-2.2 Explotar las oportunidades que brinda la convergencia tecnológica</p>

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
	OESP3-3 Explorar nuevas fuentes de Financiación de Proyectos	OP3-2.3 Gestionar proyectos ante entidades nacionales e internacionales
OEST3 Fortalecimiento de la Gestión Comercial del Canal	OESP3-3 Mejorar el posicionamiento del Canal Telecaribe en la región Caribe y el País	OP3-3.1 Diseño y ejecución de una Plan Estratégico de comunicaciones y Marketing mediante el sistema de outsourcing
		OP3-3.2 Articulación del Canal con el Plan de mercadeo y comunicaciones de sus socios/programadores
		OP3-3.3 Incentivar la cultura de la comunicación y la divulgación utilizando redes sociales
	OESP3-4 Desarrollar campañas publicitarias que obedezcan a las nuevas estrategias de comunicación del canal.	OP3-4.1 Identificación de contenidos comunes y vendibles
OESP3-5 Fortalecimiento de la Web como medio de divulgación y fuente de ingresos.	OP3-4.2 Co-financiación de las campañas con socios estratégicos y anunciantes	
OEST3 Fortalecimiento de la Gestión Comercial del Canal	OESP3-5 Fortalecimiento de la Web como medio de divulgación y fuente de ingresos..	OP3-5.1 Incentivar a los noticieros y programas estelares a colgar contenidos web extendidos exclusivos para el portal
		OP3-5.2 Integrar los calendarios e actividades culturales, empresariales y sociales de toda la región

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
		OP3-5.3 Incentivar mediante concursos el montaje de contenido producidos por los usuarios
		OP3-5.4 Mantener actualizados los contenidos, incentivando la interacción
		OP3-5.4 Gestión del CMR para el desarrollo de los usuarios de la Web/ Canal, premiación y fidelización
	OESP3-6 Generar un sistema de medición propio para evaluar el posicionamiento del Canal	OP3-6.1 Encuestas on line de audiencia
		OP3-6.2 Encuestas estructuradas dirigidas a anunciantes
		OP3-6.3 Talleres “Pensando en el Canal”, con el gerente, directivos y públicos influyentes.
OEST4 Fortalecimiento y optimización del soporte técnico del Canal	OESP4-1 Cubrir el 100% de la Región con la Señal abierta del canal.	OP4-1.1 Gestionar ante la ANTV los recursos para cubrir el 100% de la señal en la región Caribe
OEST4 Fortalecimiento y optimización del soporte técnico del Canal	OESP4-2 Cubrir el 100% de la Región con la Señal abierta del canal.	OP4-2.1 Renovación del hardware, software, equipos de emisión, móvil y estudio de televisión

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
OEST5 Desarrollar productos (programas) enmarcados dentro de una cadena de valor, que atraigan y generen un mayor consumo en televidentes y anunciantes	OESP5-1 Disponer de un sistema de información cualitativa y cuantitativa sobre el impacto de la programación y la estructura de la parrilla	OP5-1.1 Realizar estudio de mercado en contenido y gustos
		OP5-1.2 Estructurar y organizar una parrilla más competitiva dentro de los próximos dos años
		OP5-1.3 Operar los comité de producción , comercialización y programación para la evaluación de los contenidos, nuevos proyectos y ventas
		OP5-1.4 Crear un comité externo estratégico para los contenidos del canal y diseño de nuevos formatos
		OP5-1.5 Mejorar la gestión de la interventoría de los programas producidos por el Canal
	OESP5-2 Disponer de programación que contribuya a la construcción de Región y fortalezca los valores y la identidad regional	OP5-2.1 Realización de Fiestas Populares del Caribe Colombiano, producción infantil, deportiva y habitual
OEST5 Desarrollar productos (programas)		OP5-2.2 Diseñar, socializar y aplicar un Manual de estilo de Telecaribe.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS A SUS OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OPERACIONES Y/O DEMANDAS DE OPERACIONES (PROYECTOS)
enmarcados dentro de una cadena de valor, que atraigan y generen un mayor consumo en televidentes y anunciantes	OESP5-3 Descentralización de la programación del Canal	OP5-3.1 Implementar la tecnología de IP TV que permita la inclusión de los departamentos en la programación habitual del Canal.
		OP5-3.2 Estar presente en los eventos populares más importantes de la región haciendo uso de la IP TV
		OP5-3.3 Utilizar un lenguaje menos local (Barranquilla).
		OP5-3.4 Generar contenidos de Interés Regional, más allá de lo local.



**DEFINICIÓN DE INDICADORES Y METAS DEL PLAN
TELECARIBE: UN MEDIO PARA INTEGRAR LA REGIÓN CARIBE
2013 – 2015**

PROCESO MISIONAL	INDICADOR ESTRATEGICO DE EFECTIVIDAD	ESTADO ACTUAL ACORTE MARZO 30 DE 2012	SITUACIÓN OBJETIVO DICIEMBRE DE 2015
PRODUCCIÓN	Número de horas de producción propia sobre Número de horas total de emisión en horario comercial.	60%	>=50%
PROGRAMACIÓN	Porcentaje de participación de las ciudades que mide el EGM (Estudio General de Medios) I Ola 2008	Barranquilla 60.1 Cartagena 42.1 Santa Marta 42.2	Mantenerlo
	Porcentaje de Descentralización del Canal	100%	Mantenerlo
COMERCIALIZACIÓN	Cumplimiento cuota de comercialización.	>=100%	95%
	Eficiencia de Ventas: (# de servicios contratados/ total de servicios ofrecidos)*100	>=70%	85%
RED DE TRANSPORTE	Disponibilidad del servicio Mensual. 95%- 100% Excelente 90-%-95% Sobresaliente 80%- 90% Bueno 70%-80% Aceptable 60%-70% Deficiente	Sobresaliente	Excelente
	Cumplimiento del Plan de mantenimiento de la red de transmisión Anual	100% Primera visita de estaciones	95% cumplimiento del Plan de mantenimiento de la red de transmisión del Canal
	Cumplimiento del Plan de renovación tecnológica del Canal Anual.	En elaboración	>=85%
FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE DIRECCIONAMIENTO	Cumplimiento de los planes de acción, Planes de mejoramiento y Plan de Desarrollo	87%	95%
INADECUADA ESTRUCTURA FISICA Y ORGANIZACIONAL DEL CANAL	SEDE	EN CONSTRUCCION	OPERANDO
	REESTRUCTURACION	EN ESTUDIO	APLICADO

FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CANAL	RESULTADO EN VENTAS	BASE ANUAL	=>30%
FORTALECIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN DEL SOPORTE TECNICO	Plan de renovación de equipos y nuevas Tecnologías	EN DISEÑO	CUMPLIMIENTO >=80%
DESCENTRALIZACION DE LA PROGRAMACIÓN	Percepción de centralización de contenidos en Barranquilla	ALTA	BAJA

PLAN PLURIANUAL DE INVERSIONES 2013 - 2015

OPERACIONES Y/O DEMANDA DE OPERACIONES	ACCIONES ESTRATÉGICAS	2013				2014				2015				2013	2014	2015
		Trimestres				Trimestres				Trimestres						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Fortalecimiento del Sistema de Direccionamiento	Fortalecimiento del área de Planeación contratando dos asistentes para el manejo de base datos y seguimiento de proyectos													38	40	42
	Cultura de Auto Control													20	20	70
	Formación en Indicadores de Gestión															
	Adquisición de software en sistemas de control y seguimiento de procesos													50		
	Definición y cumplimiento de agendas de monitoreo de planes y procesos													0	0	0
Inadecuada Estructura física y organizacional del Canal.	Contratar el estudio de la reestructuración de la planta con firma especializada															
	Gestionar ante Función Pública la aprobación de la Reestructuración de Planta													1		
	Diseñar un Plan de capacitación en áreas misionales que eleven el nivel de competitividad, de la empresen especial las áreas técnicas, comercial operación de equipos y legal													60	60	60
	Adecuación de la Sede													300	300	
	Gestionar nuevos ingresos mediante alianzas estratégicas con la industria y entidades gubernamentales y no gubernamentales.													15	20	25

Fortalecimiento de la Gestión Comercial del Canal	Realizar estudios de mercado que permitan establecer derroteros.																				80	80	80		
	Sistematizar el proceso de comercialización del Canal																								
	Abrir nichos en la mediana y pequeña empresa																					10	10	10	
	Explotar las oportunidades que brinda la convergencia tecnológica																					20	20	20	
	Creación de un Plan Maestro de Comunicaciones y Marketing que permita mejorar la posición competitiva del Canal																								
	Desarrollar campañas publicitarias que obedezcan a las nuevas estrategias de comunicación del Canal y con contenidos más allá de la promoción del mismo																						200	200	200
	Canal bien comunicado, con una gestión de mercadeo asertiva y eficiente.																						60	60	60
	Gestionar proyectos ante entidades nacionales e internacionales																						10	10	10
	Realización de convenios y/o alianzas con otros medios de comunicación																						5	5	5
	Evaluación y seguimiento continuo del comportamiento del mercado de la televisión y publicitario																						15	15	15
	Dominar y fortalecer las relaciones comerciales nacionales																						20	20	20
	Fortalecimiento y optimización del soporte técnico del Canal	Gestionar ante el nuevo ente que reemplaza a la CNTV los recursos para cubrir el 100% de la señal en la región Caribe																					0	0	0
Renovación del hardware, software, equipos de emisión, móvil y estudio de televisión																						1800	1800	1800	
Desarrollo de Productos (Programas), enmarcados Dentro de una cadena de Valor	Estructurar y organizar una parrilla más competitiva dentro de los próximos dos años																					20	0	0	
	Operar los comité de producción , comercialización y programación para la evaluación de los contenidos, nuevos proyectos y ventas																					0	0	0	
	Crear un comité externo estratégico para los contenidos del canal y diseño de nuevos formatos																					50	50	50	
	Mejorar la gestión de las interventoría de los programas producidos por el Canal																					80	80	80	



que atraiga y genere Mayor consumo en Televidentes y anunciantes	Realización de Fiestas Populares del Caribe Colombiano, producción infantil, deportiva y habitual																		1500	1500	1500	
	Diseñar, socializar y aplicar un Manual de estilo de Telecaribe.																					
	Adquirir y aplicar una tecnología que permita la inclusión de los departamentos en la programación habitual del Canal.																		160	160	160	
	Estar presente en los eventos populares más importantes de la región haciendo uso de la IP TV																		80	100	150	
	Proyectos de educación y Desarrollo regional																		300	300	300	
	Promoción del potencial de la Región frente al TLC																		200	200	250	
																		5094	5050	4857		

COSTOS DEL PLAN	\$ 15.001,00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.135,75
TOTAL COSTOS	\$ 27.136,75
PROYECCIÓN FONDOS	\$ 18.000,00
INGRESOS PROPIOS	\$ 12.135,00
SOCIOS INVERSION PUBLICITARIA Y PROYECTOS	\$ 2.000,00
RESULTADO PROYECTADO	\$ 5.000,25