Versión: 00
(Enero 23 -2026)

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL -PAI 2026

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - CANAL CAPITAL 2026

	Proceso institucional		Correspondencia con MIPG		Liderazgo Estratégico / Referente de Control	Planes-Programas-Proyectos				Indicador														Observaciones	Responsable de la medición
Objetivo estratégico	Proceso institucional (Caracterización Vigente)	Resolución 056 de 2025 *Requieren actualización	Dimensión	Política		Nombre Planes-Programas-Proyectos	Código_ppp	Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia	Actividades	Plan Institucional o estratégico	Código	Nombre	Descripción	Numerador (Componente 1)	Denominador (Componente 2)	Tipo Desempeño	Tipo Cadena de valor DNP	Variables	Tipo de cuantificación indicador	Tendencia	Meta 2026	LÍNEA BASE	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE INFORMACIÓN	Periodicidad del reporte	Observaciones	Rol
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Planeación estratégica	Planeación estratégica	2. Direccionamiento Estratégico y Planeación, 4. Evaluación de Resultados	2.1. Planeación Institucional, 4.3. Seguimiento y Evaluación del Desempeño Institucional	GERENCIA GENERAL	Sistema de planeación y gestión de la entidad.	1.1.-G-PL	Mantener el sistema de gestión de la entidad bajo los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), lo cual permitirá el cumplimiento de los objetivos institucionales y el fortalecimiento de la entidad.	"Mantener publicada la versión vigente de los E.instrumentos de Planeación (PAA, PAI, PTEP, Riesgos, PF) en el Botón de Transparencia acogiendo la transparencia activa. "Acompañar y hacer seguimiento al PAA a través de informes de seguimiento, de la aplicación de modificaciones presupuestales, la formulación de vigencias futuras y la formulación y ajuste necesarios al anteproyecto de presupuesto de la siguiente vigencia hasta su aprobación. "Formulación, actualización y seguimiento Plan Estratégico, Plan de Acción Anual, Gestión CICD, Informes de Gestión finales y parciales. "Consolidar la información y reportar la ejecución de los proyectos de inversión y otras fuentes públicas de financiación a las entidades estatales (Seggplan -PIP-FUTS), alineados con PAI y PEI "Reforzar y acompañar a las áreas misionales y de apoyo en la gestión del fortalecimiento institucional, ITA y Gobierno abierto "Reforzar y acompañar a las áreas misionales y de apoyo en el monitoreo de la transparencia activa (PTEP), el modelo de relacionamiento con el ciudadano, la Estrategia de Rendición de cuentas, Racionalización de trámites "Reportes de cinco Políticas Públicas, 1 Trazador presupuestal TPHA y 2 metas PMR "Apoyar la gestión, actualización y control de los documentos del Sistema de Gestión "Reforzar y gestionar la administración el Riesgo - Actualizaciones y seguimientos	9. PTEP- Programa de transparencia y ética pública (Anterior Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano), 2. PAA-Plan Anual de Adquisiciones, PAI	1.1.-G-PL	Porcentaje de avance en implementación del Sistema de planeación y gestión de la entidad, bajo los parámetros del Modelo Integrado de Planeación y Gestión.	Cálculo el porcentaje de ejecución de las actividades programadas en la vigencia para mantener el sistema de gestión de la entidad, siguiendo los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, con el fin de procurar el desarrollo de estrategias para el cumplimiento de los objetivos y el fortalecimiento institucional mediante el seguimiento permanente y acompañamiento en la implementación de las políticas y dimensiones definidas en el MIPG	Número de actividades ejecutadas durante el trimestre que contribuyen a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	Número de actividades programadas para el trimestre que contribuyen a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Las actividades ejecutadas corresponden a la sumatoria de actividades ejecutadas desde planeación para el cumplimiento del objetivo en el periodo, y se detallan en la sección 4 de Plan operativo.	Constante	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90%	93.6%	Porcentaje de actividades ejecutadas	Archivo interno Planeación	1-Trimestral		Contratista Asesor de Planeación
4. Fortalecer y diversificar la capacidad de producción propia, basada en la creatividad, el conocimiento de la audiencia y en estrategias de difusión y promoción de la oferta del Canal, aprovechando las oportunidades de la televisión y la convergencia digital.	Gestión de marca y comunicaciones	Gestión de Comunicaciones*	5. Información y Comunicación	5.1. Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de Procesos	GERENCIA GENERAL	Estrategia de Comunicaciones Internas y Externas	1.2.-G-COM	Diseñar y ejecutar una estrategia de Comunicaciones Internas y Externas que promueva la difusión y promoción de la misionalidad institucional y la oferta de contenidos de Canal Capital.	"1. Formulación y seguimiento de la Estrategia de Comunicaciones Internas y Externas "2. Ejecutar las acciones de Comunicación Interna (corresponden a la suma de las solicitudes de las áreas más las acciones contempladas en la Estrategia de Comunicaciones) tales como: divulgación de información, piezas, diseño e implementación de estrategias o campañas y videos, entre otros. "3. Crear y publicar contenidos en la Intranet del Canal (nota) "4. Gestionar y reportar las solicitudes de la Red Distrital de Comunicación Interna RDCI (temas) "5. Diagnóstico de la percepción de la gestión de Comunicaciones Internas "6. Relacionamiento con públicos de interés (relacionamiento con colaboradores, encuentros con medios y/o periodistas)	N/A	1.2.1.-G-COM	Porcentaje de cumplimiento en la Gestión de Comunicaciones Internas planeadas	Este indicador del Área de Comunicaciones mide el desarrollo y cumplimiento de las acciones realizadas para cumplir con los objetivos planteados en la estrategia de comunicación propuesta. A su vez, incluye el desarrollo de las solicitudes realizadas por las diferentes áreas, en relación con el apoyo y gestión de las necesidades de comunicación y divulgación de temas relevantes para la entidad y sus públicos internos	Sumatoria del número de acciones de comunicación interna realizadas al cierre del trimestre	Número de acciones de comunicación interna solicitadas y/o planeadas para la vigencia	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	El número de acciones realizadas corresponde a las programadas en el plan operativo, sección 4 de este documento y solo suma la 2, 3 y 4. El valor es acumulado al periodo del reporte.	Suma	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90%		Porcentaje de Acciones	Reporte de actividades	1-Trimestral		Contratista Asesora de Comunicaciones
4. Fortalecer y diversificar la capacidad de producción propia, basada en la creatividad, el conocimiento de la audiencia y en estrategias de difusión y promoción de la oferta del Canal, aprovechando las oportunidades de la televisión y la convergencia digital.	Gestión de marca y comunicaciones	Gestión de Comunicaciones*	5. Información y Comunicación	5.1. Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de Procesos	GERENCIA GENERAL	Estrategia de Comunicaciones Internas y Externas	1.2.-G-COM	Diseñar y ejecutar una estrategia de Comunicaciones Internas y Externas que promueva la difusión y promoción de la misionalidad institucional y la oferta de contenidos de Canal Capital	"- Elaboración de textos: boletines de prensa, comunicados, bullets para voceros, contenidos para informes y presentaciones de la gerente en relación con las comunicaciones de la entidad. "- Bases de datos: elaboración y actualización de bases de datos de medios de comunicación tradicionales, comunitarios y alternativos. "- Gestión de impactos (corresponde al trabajo adelantado con medios de comunicación para lograr visibilizar a Canal Capital, Eureka y la gestión administrativa de la entidad). "- Impactos esperados (publicaciones en medios tradicionales, comunitarios y alternativos)	N/A	1.2.2.-G-COM	Porcentaje de cumplimiento de la Gestión de Comunicaciones Externas Free press planeadas	Este indicador mide el cumplimiento de las acciones de free press del Área de Comunicaciones, con las cuales se visibiliza a Canal Capital y Eureka a través de medios de comunicación tradicionales, comunitarios y alternativos, con la elaboración, envío y gestión de contenido editorial sobre la marca y sus producciones. Este indicador se mide por impactos, donde un impacto significa una publicación en un medio de radio, prensa escrita, televisión o web. Para lograr un impacto se debe producir un texto de prensa, enviarlo a los contactos de las bases de datos y realizar un relacionamiento permanente con los periodistas de los medios de comunicación.	Sumatoria del número de impactos logrados al cierre del trimestre	Número de impactos programados en el año	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Impactos programados es el número de publicaciones en medios de comunicación que se espera lograr en el trimestre, a través de la gestión de free press. Impactos logrados, es el resultado real de esa expectativa. La programación operativa se puede ver en la sección 4 de este documento	Suma	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90%		porcentaje de impactos logrados en Free press	Reporte de actividades	1-Trimestral		Contratista Asesora de Comunicaciones
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión de negocios y proyectos estratégicos	Gestión de Ventas y Mercadeo*	3. Gestión con Valores para Resultados	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	GERENCIA COMERCIAL	Estrategia Comercial y de ventas	1.3.-G-VM	Diseñar e implementar una "estrategia de relacionamiento comercial" que posicione a Capital como la opción preferida para la ejecución de estrategias de comunicación, con el fin de alcanzar las metas de ventas establecidas.	"Diseño de "Estrategia de relacionamiento comercial", esta actividad consiste en diseñar un documento power point que describe de manera general la estrategia de relacionamiento comercial, este documento es publicado en la intranet. "Diseño de instrumento de seguimiento de "Estrategia de relacionamiento comercial", esta actividad consiste en diseñar la herramienta de seguimiento a la implementación de la estrategia de relacionamiento comercial para la vigencia, este documento permite dar soporte del avance y describen los resultados alcanzados así como porcentaje obtenido. "Implementación de la estrategia de relacionamiento comercial conforme las actividades descritas en el instrumento del mismo nombre, documento que también permite realizar el monitoreo y reporte de este indicador. "Realizar las acciones para la facturación (pesos) de los servicios prestados en el periodo de reporte (Valor enviado a facturar hacia áreas financiera, mediante memorando)	N/A	1.3.1.-G-VM	Porcentaje de avance en el cumplimiento de la meta anual de ventas	Este indicador mide el grado de avance porcentual en el cumplimiento de la meta anual de ventas, calculado a partir del valor enviado a facturar al cierre de cada trimestre en relación con la meta anual establecida. Permite realizar seguimiento jurídico al desempeño comercial, evaluar la efectividad de las estrategias de ventas y mercadeo implementadas y anticipar desviaciones frente al objetivo anual. Así mismo, el indicador refleja de manera directa la efectividad de la estrategia de relacionamiento comercial y su contribución frente a la sostenibilidad de la organización.	Sumatoria del valor pasado a facturación al cierre del trimestre	Valor de meta anual de ventas	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Numerador: sumatoria del valor de las solicitudes de facturación al cierre del trimestre. Denominador: Valor de meta anual de ventas	Constante	1-Creciente El resultado tiende a crecer en el tiempo	80%	No es posible calcular una línea base teniendo en cuenta que en el 2026 se realizar la primera medición con la variable y formulas propuestas.	Porcentaje	Resultados consignados en la herramienta de seguimiento de la "Estrategia de relacionamiento comercial"	1-Trimestral		Contratista Asesor de Planeación
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión jurídica	Gestión jurídica	3. Gestión con Valores para Resultados	3.8. Defensa Jurídica	GERENCIA GENERAL	Gestión Jurídica	1.4.1.-G-JUR	Proteger los intereses de la empresa y recuperar el patrimonio del Canal Capital, a través de la asesoría jurídica y la representación judicial y extrajudicial, de manera que permita brindar a la entidad eficiencia y seguridad jurídica, facilitando la toma de decisiones y la prevención del daño antijurídico.	"I. Representar judicial y extrajudicialmente a la Entidad en aras de proteger los intereses y el patrimonio del Canal, en sede jurisdiccional o a través de los mecanismos alternativos de solución de conflictos. "Registrar oportunamente la información de los procesos judiciales y extrajudiciales en el Sistema Información de Procesos Judiciales - SIPROJ. "Actividades del Plan de acción en el marco de la Política de Prevención del Daño Antijurídico (fortalecimiento)	Política de Prevención del Daño Antijurídico vigente (PVDA)	1.4.1.-G-JUR	Cumplimiento porcentual de presentación en Comité de Conciliación y ejecución del plan de acción PVDA	El indicador permite medir la proporción de los procesos judiciales y extrajudiciales gestionados en el semestre que fueron objeto de análisis por parte del Comité de Conciliación, como instancia estratégica de control, seguimiento y prevención del daño antijurídico. Dicho análisis contribuye a la adecuada toma de decisiones en materia de representación judicial y defensa de los intereses del Canal. El resultado del indicador no implica que la totalidad de los procesos con movimiento en el periodo deban ser presentados ante el Comité de Conciliación, en atención a la complejidad y riesgo jurídico de cada asunto. Se reporta semestralmente el informe de gestión que realiza el Comité de Conciliación de Canal Capital. Así mismo mide la ejecución de medidas para prevenir acciones, omisiones u operaciones administrativas que puedan generar daños antijurídicos imputables a Canal Capital y que, en consecuencia, deben ser reparados patrimonialo extrapatrimonialmente dentro del Plan de Acción establecido en la Política de Prevención del Daño Antijurídico. Este componente se relaciona con el Plan de Fortalecimiento Institucional que permite reportar las actividades por periodo vencido ejecutadas por la Oficina Jurídica, el cual se reporta semestralmente por la planeación de gestión que realiza la oficina.	Número de procesos judiciales y extrajudiciales presentados a Comité de Conciliación en semestre/SLF Número total de procesos judiciales y extrajudiciales que presentan movimiento en el semestre	Medidas y actividades ejecutadas en el plan de acción de la PVDR/SLF Medidas y actividades planeadas en el plan de acción de la PVDA	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	-Número de procesos judiciales y extrajudiciales registrados en SIPROJWEB. -Medidas y actividades (8) establecidas en el Plan de Acción de la Política de Prevención del Daño Antijurídico vigente (PVDR)2026-1 durante su ejecución anual	Constante	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90%	100,00%	Porcentaje de cumplimiento	Número de procesos registrados en SIPROJWEB- Medidas o actividades contenidas en el Plan de acción de la PVDA	3-Semestral		Jefe Oficina Jurídica
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Servicio al ciudadano	Relacionamiento con la ciudadanía*	3. Gestión con Valores para Resultados	3.1. Servicio al Ciudadano, 3.4. Participación Ciudadana en la Gestión Pública, 3.3. Simplificación, Racionalización y estandarización de Trámites*, 3.6. Transparencia, Acceso a la	SECRETARÍA GENERAL	Modelo de Relacionamiento con la Ciudadanía	2.2.-SG-MRC	Implementar la estrategia de relacionamiento con la ciudadanía por medio de la articulación de las 4 políticas de MIPG I. Transparencia y acceso a la información pública II. Racionalización de trámites III. Servicio a la ciudadanía IV. Participación ciudadana en la gestión pública Además de las estrategias internas, de la dinámica propia de relacionamiento del Canal con sus televidentes como son Redes sociales, Defensoría del Televidente	"Gestión de acciones que identifican los niveles de cumplimiento a la ciudadanía frente a la prestación del servicio. (informe PQRS) "Realización de espacios de rendición de cuentas de la entidad (audiencias, diálogos, foros, entre otros) "Espacios de participación y relacionamiento ciudadano (Generación Eureka, Gestión Sector Audiovisual, Encuesta, Canales, Encuesta digital "Defensor del ciudadano (Resolución 216 de 2024), Informe de Defensor del ciudadano y televidente (CRUZADO) "Gestión de la Mesa técnica e informes (anual CRUZADO PLANEACIÓN) "Implementar una estrategia de racionalización de trámites	9. PTEP- Programa de transparencia y ética pública (Anterior Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano), 13. Estrategia de Racionalización de trámites	2.2.1.-SG-MRC	Porcentaje de cumplimiento de acciones para la implementación del Modelo de Relacionamiento con la ciudadanía	El indicador mide las acciones ejecutadas por la entidad para la implementación del Modelo de Relacionamiento con la ciudadanía, que incluye acciones, estrategias, proyectos y programas desde diferentes áreas de apoyo y misionales: Servicio al Ciudadano, Planeación, Equipo Digital, Equipo de contenidos (Eureka), Defensor del Televidente, Sistema y Servicios Administrativos. Varias de las acciones previstas se mueven con otros planes, programas y proyectos del Plan de Acción en razón a que la implementación del Modelo está en cabeza de la mesa técnica de apoyo de relacionamiento con la ciudadanía la cual está compuesta por diversas áreas de la entidad.	Porcentaje de implementación del modelo de relacionamiento	Porcentaje proyectado para la implementación del modelo de relacionamiento en la vigencia	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Las variables del indicador son las acciones que se realizan desde diferentes áreas y que se detallan en la sección 4. Se miden trimestralmente sobre el total de acciones planeadas para la vigencia	Suma	1-Creciente El resultado tiende a crecer en el tiempo	100%	100,00%	Porcentaje de acciones cumplidas	Estrategia de relacionamiento con la ciudadanía	2-Cuatrimestral		Auxiliar Relacionamiento ciudadano
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión contractual	Gestión contractual	3. Gestión con Valores para Resultados	2.1. Política de Compras y contratación pública	SECRETARÍA GENERAL	Eficiencia de la Gestión Contractual	2.3.-SG-CONT	Identificar y superar cuellos de botella o ineficiencias en la gestión precontractual de la contratación directa, lo que impacta directamente en la ejecución de los contratos de la área del Canal. Además, facilita la toma de decisiones para ajustar procesos internos o mejorar la planificación de las etapas precontractuales.	"1. Asignación y/o reparto de los estudios previos y soportes precontractuales radicados por el área solicitante a los abogados de la gestión contractual "2. Entrega de estudios previos y soportes para revisión y aprobación. "3. Revisión y aprobación de la minuta contractual "4. Cargue de estudios previos y minuta contractual en plataforma Secop. "5. Aprobación en plataforma Secop de la minuta contractual. "6. Notificación u ordenador del gasto para firma y aprobación en plataforma Secop.	2. PAA-Plan Anual de Adquisiciones	2.3.1.-SG-CONT	Porcentaje de procesos precontractuales directos adelantados dentro de los plazos establecidos.	Este indicador mide el nivel de cumplimiento de la gestión de los procesos precontractuales directos dentro de los tiempos establecidos, lo que permite evaluar la eficiencia de la gestión de contratos en el cumplimiento de los plazos y la gestión de los recursos administrativos. El proceso precontractual abarca desde la radicación del área solicitante en el SICCERP con los estudios previos, elaborados revisados por el abogado estructurador, incluidos los estudios de sector y los documentos soporte del futuro contratista, hasta el envío por parte del Asesor Jurídico de la Secretaría General al ordenador del gasto, respectivo para la aprobación (firma condiciones contractuales) en la Plataforma Secop. El plazo establecido para esta gestión de 5 días hábiles contados a partir del día siguiente de la radicación. "En caso de no contar con la documentación completa, esta solicitud se devuelve y los tiempos para revisión y trámite de la gestión de contratos se reinicia.	Número de procesos precontractuales directos gestionados en el plazo establecido	Total procesos precontractuales directos gestionados en el periodo del reporte	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Procesos precontractuales directos en el periodo del reporte Plazo establecido: 5 días hábiles.	Constante	1-Creciente El resultado tiende a crecer en el tiempo	80%	59,00%	porcentaje de procesos directos gestionados en el periodo	Documentos interno y y correos electrónicos	1-Trimestral		Contratista, Asesor jurídico para contratación Secretaría General
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión de recursos administrativos	Gestión de recursos administrativos	3. Gestión con Valores para Resultados	a. Gestión Ambiental (sin política especifica establecida en el MIPG)	SECRETARÍA GENERAL	Plan Institucional de Gestión Ambiental-PIGA	2.4.1.-SA-PIGA	Gestionar adecuadamente los impactos ambientales producidos por Canal Capital que resulten de las actividades institucionales con el fin de prevenir, controlar y mitigar su generación a través de la implementación de programas y actividades definidas en el Plan de	"Formular el Plan de Acción anual 2027 "Reforzar las balanzas de gestión del desempeño ambiental ante la SDA "Ejecutar las actividades programadas en el Plan de Acción Anual PIGA "Presentar avances semestrales en el marco del CICD	15. PIGA- Plan Institucional de Gestión Ambiental	2.4.1.1.-SA-PIGA	Porcentaje de Cumplimiento del Plan Institucional de Gestión Ambiental.	Medir el avance de las actividades de los programas específicos del Plan Institucional de Gestión Ambiental.	Número de actividades ejecutadas durante el trimestre que contribuyen a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	Número de actividades programadas para el trimestre que contribuyen a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Las variables que contempla el indicador es el número de actividades ejecutadas durante el trimestre contempladas en la sección 4 sobre el número de actividades programadas en el trimestre	Constante	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90,00%	88,00%	Porcentaje de actividades realizadas	Plan de acción PIGA	1-Trimestral		Referente ambiental
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión de Recursos Administrativos	Gestión documental*	5. Información y Comunicación	5.2. Gestión Documental	SECRETARÍA GENERAL	Plan Institucional de Archivos PINAR	2.4.2.-SA-GD	Medir la ejecución de las actividades programadas	- Plan de vinculación de personal - Proyecto SCDEA - Organización del FDA - Adecuación del Archivo Central - Plan Institucional de Capacitaciones - Cronograma de Actualización de Instrumentos Archivísticos - Implementación de Actualización de Instrumentos Archivísticos - Presentación de resultados generales del PINAR en el marco del CICD	1. PINAR -Plan Institucional de Archivos de la Entidad, 10. PETIC- Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETI)	2.4.2.1.-SA-GD	Porcentaje de ejecución del Plan Institucional de Archivos -PINAR	Cálculo el porcentaje de avance de ejecución de las actividades ejecutadas vs las actividades programadas. Con este indicador se da cumplimiento a lo establecido en el Decreto 612 de Articular este Plan con el Plan de Acción Institucional.	Porcentaje de avance de actividades ejecutadas durante el trimestre en el marco de la implementación del PINAR 2025	Porcentaje de actividades programadas durante el año en el marco de la implementación del PINAR 2025.	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Porcentaje de avance de actividades ejecutadas corresponde a las actividades ejecutadas hasta la fecha de la medición de acuerdo con las actividades programadas en la sección 4 de Plan operativo	Suma	1-Creciente El resultado tiende a crecer en el tiempo	90%	59,00%	Porcentaje de avance		1-Trimestral		Líder de Gestión Documental
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Gestión de Recursos Administrativos	Gestión de recursos administrativos	3. Gestión con Valores para Resultados		SECRETARÍA GENERAL	Plan de fortalecimiento a la gestión Administrativa y Operativa de Servicios Administrativos	2.4.3.-SA-SA	Garantizar la prestación de los servicios administrativos así como la confiabilidad y consistencia de la información del inventario que conforman el patrimonio de Canal Capital	- Realizar la toma física integral a los bienes de Propiedad, Planta y Equipo con el fin de garantizar la consistencia y confiabilidad del inventario de Canal Capital - Realizar dos (2) tomas integrales de control a los bienes de consumo controlado de Canal Capital - Planear y gestionar la continuidad en la prestación con calidad de los servicios de soporte interno administrativo (aseo, como: 1) Vigilancia y Seguridad Privada, 2. Aseo, cafetería y mantenimientos preventivos, 3. mensajería, 4. arrendamiento CEJA, 5. Bodega, 6. Administración, 7. Plan de seguros, 8. SOAT móvil grande, 9. SOAT móvil pequeña, 10. Insumos de papelería, 11. Insumos de ferretería, 12. Acomodación, 13. y 14. Personal de apoyo al área. - Elaborar los informes ejecutivos de gestión del área de Servicios Administrativos que de cuenta de la gestión desarrollada por parte del área - Elaboración y seguimiento al plan de austeridad del gasto	16. Plan de Austeridad del Gasto	2.4.3.1.-SA-SA	Porcentaje de cumplimiento en la implementación de las acciones de la prestación de los servicios administrativos y de la confiabilidad y consistencia de la información del inventario de Canal Capital	Determinar el porcentaje de cumplimiento de los servicios administrativos prestados y garantizar la confiabilidad y consistencia de la información recolectada en el nuevo software frente al Sistema de Información de Inventarios. Estas actividades se entienden como la prestación de los servicios administrativos y las actividades de gestión de inventarios, planeación anual, entre otras actividades a lo largo de la vigencia acarrean múltiples acciones, que se establecen en el plan operativo.	Número de actividades ejecutadas para la prestación de los servicios administrativos	Número de actividades programadas para la prestación de los servicios administrativos	1-Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas.	Actividades se entienden como la prestación de los servicios administrativos y las actividades de gestión de inventarios, planeación anual, entre otras actividades a lo largo de la vigencia acarrean múltiples acciones, que se establecen en el plan operativo. Se suma las actividades realizadas al momento del reporte.	Constante	2-Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	100%	100,00%	Porcentaje de ejecución de actividades para la prestación de los servicios administrativos	Sistema de Inventarios de Canal, cuadro de supervisión de contratos del área	1-Trimestral		Técnico grado 2 de Servicios Administrativos

Versión: 00
(Enero 23 -2026)

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL -PAI 2026

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - CANAL CAPITAL 2026

Objetivo estratégico	Proceso institucional (Caracterización Vigente)	Resolución 056 de 2025 *Requieren actualización	Correspondencia con MIPG: Dimensión	Correspondencia con MIPG: Política	Liderazgo Estratégico / Referente de Control	Planes-Programas-Proyectos: Nombre Planes-Programas-Proyectos	Código_pp	Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia	Actividades	Plan Institucional o estratégico	Indicador: Código	Nombre	Descripción	Numerador (Componente 1)	Denominador (Componente 2)	Tipo Desempeño	Tipo Cadena de valor DNP	Variables	Tipo de cuantificación indicador	Tendencia	Meta 2026	LÍNEA BASE	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE INFORMACIÓN	Periodicidad del reporte	Observaciones: Observaciones	Responsable de la medición: Rol
2. Incrementar la capacidad tecnológica en toda la cadena de producción y fortalecer el patrimonio audiovisual propio para responder a las expectativas de las audiencias.	Gestión de recursos administrativos	Gestión de tecnologías de la Información y comunicaciones	3. Gestión con Valores para Resultados	3.5. Gobierno Digital, 3.7. Seguridad Digital	SEDUCAP AREA GENERAL	Política de Gobierno Digital - Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información	2-4-4 - SA-TIC	Asegurar que el Canal Capital desarrolle una estrategia para la adopción de la Política de Gobierno Digital para su adopción integral dentro de la entidad, asociados a los elementos transversales, los habilitadores, las líneas de acción y las iniciativas dinamizadoras.	"Diseño y aprobación de la Política de Gobierno Digital "Definir la hoja de ruta para la implementación del Modelo de Arquitectura Empresarial "Implementar el Modelo de Arquitectura Empresarial para Canal Capital "Articular con TI la inclusión de iniciativas relacionadas con la Política de Gobierno Digital para los grupos de valor en el marco del Programa de Capacitaciones "Seguridad y privacidad de la información (actualización de la información documentada alineada con la Política de Gobierno Digital) "Implementación del servicio de interoperabilidad a través X-Road **B. LÍNEAS DE ACCIÓN** "Diseñar e implementar la Política de Gobierno de Datos para Canal Capital **C. INICIATIVAS DINAMIZADORES** "Proyectar la hoja de ruta para de proyectos de transformación digital "Estudio de mercado de los grupos de valor para la generación de alianzas público-privado	10. PETIC- Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETI), 11. Plan de Tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información, 12. Plan de Seguridad y Privacidad de la Información, 13. PTSP- Programa de transparencia y ética pública 13. Estrategia de Racionalización de trámites.	2-4-4-1 - SA-TIC	Porcentaje de avance en la implementación de las acciones de mejora definidas en la medición de la Política de Gobierno Digital.	Cálcula el porcentaje de avance de ejecución de las actividades programadas orientadas al cumplimiento de la Política de Gobierno Digital.	Promedio del porcentaje de avance de las actividades ejecutadas durante el trimestre de la Política de Gobierno Digital	Promedio del porcentaje de las actividades planeadas de la Política de Gobierno Digital	1.Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores en cuyo objetivo es cuantificar y medir los elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas	Promedio del porcentaje de avance de las actividades ejecutadas sobre las planeadas	Constante	1.Creciente: El resultado tiende a crecer en el tiempo	70%	85,30%	Porcentaje	Tablero interactivo de medición de Gobierno de Datos, de la Política de Gobierno Digital https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOTgxZTIxMzEtMzYzNi00MzIiLWI4MWUtODZjMzZmZlOZjQ5TSIsIm0iOiAiQnRpZWNoYWlzaCIsIm5pZCI6IjMzMjUiIiwiYyI6IjEwIiwiZCI6IjNlZmNlZjIxLWI2NmEtZmNlZi1iZTIzLTNlZjIzMjUyNzQzIiwiYSI6IjNlZmNlZjIxLWI2NmEtZmNlZi1iZTIzLTNlZjIzMjUyNzQz

Versión: 00
(Enero 23 -2026)

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL -PAI 2026

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - CANAL CAPITAL 2026

	Proceso institucional		Correspondencia con MIPG		Liderazgo Estratégico / Referente de Control	Planes-Programas-Proyectos					Indicador													Observaciones	Responsable de la medición
Objetivo estratégico	Proceso institucional (Caracterización Vigente)	Resolución 056 de 2025 *Requieren actualización	Dimensión	Política		Nombre Planes-Programas-Proyectos	Código_ppp	Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia	Actividades	Plan institucional o estratégico	Código	Nombre	Descripción	Numerador (Componente 1)	Denominador (Componente 2)	Tipo Desempeño	Tipo Cadena de valor DNP	Variables	Tipo de cuantificación indicador	Tendencia	Meta 2026	LÍNEA BASE	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE INFORMACIÓN	Periodicidad del reporte	Observaciones	Rol
1. Cautivar y cultivar audiencias mediante una estrategia de programación de contenidos de interés, cercanos y confiables para los habitantes, visitantes y enamorados de Bogotá.	Diseño y ejecución de la estrategia de circulación de contenidos	Diseño y ejecución de la estrategia de programación de contenidos*	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	DIRECCIÓN OPERATIVA	Estrategia de Programación	3.2 - DO-PG	Diseñar e implementar los procesos y procedimientos que garanticen el diseño de la estrategia de programación y de circulación de los contenidos en las parrillas de Canal Capital	-1 Diseño, ejecución y seguimiento de la Estrategia de Programación: Reunión mensual de Programación en que Gerencia y Dirección Operativa aprueba las estrategias de parrilla. En el ter trimestre se presenta la estrategia de programación y se realizan mínimo tres (3) reuniones, una por cada mes. En los trimestres siguientes se suministran soportes de las reuniones mensuales realizadas. -2 Tráfico y Abastecimiento para emisión - MDCC-FT-002_CONTROL_DE_CALIDAD Se realiza el control de calidad del material audiovisual que será ingestado en el servidor del área de tráfico. Se consolida la información en un archivo PDF que contiene el análisis realizado en el trimestre. -3 Gestión de licenciamientos - Implementar 1 estrategia anual para la adquisición y circulación de contenidos de terceros (licencias) Se suministra el archivo exportado o el enlace del Documento drive "seguimiento de adquisiciones Capital y Eurekа" con la información de cada trimestre. -4 Closed Caption y Lengua de Señas - MDCC-FT-058_RELACIÓN DIARIA CLOSED CAPTION Se suministra 3 formatos diligenciados del formato MDCC-FT-058 (una por cada mes del trimestre) y el formulario de LSC. -5 Informe de análisis de audiencias. Se generan tres (3) informes al trimestre, correspondientes a cada mes del periodo de reporte. -6 Certificado de emisión de Horas programadas de programación educativa y cultural, lo anterior en el marco de la resolución FUTIC. Este certificado se emite una vez se finaliza el trimestre y se consolidan los datos, alineado a las fechas en envío de la información a FUTIC. La emisión del certificado está sujeta a los proyectos que se encuentren asociados a la resolución y al número de resoluciones. -7 Certificado de emisión de horas programadas programación especial, lo anterior en el marco de la resolución FUTIC. Este certificado se emite una vez se finaliza el trimestre y se consolidan los datos, alineado a las fechas en envío de la información a FUTIC. La emisión del certificado está sujeta a los proyectos que se encuentren asociados a la	14. Proyecto de Inversión 7539	3.2-DO-PG	Variación del alcance promedio (Avg Richtt) trimestral para la audiencia de TV para Canal Capital.	Este indicador permite medir la variación del "alcance promedio (Richtt) trimestral personas" de lunes a domingo, entre las 6y 24 horas en zona Nacional. Para lograr este objetivo se tiene en cuenta las siguientes consideraciones: 1. Proveedor de información disponible: Se realizará el informe a través de la herramienta disponible que contenga la variable de reach o alcance empleada para la medición de la data de televisión de Canal Capital y permita conocer los índices de audiencia de la televisión abierta o cerrada en Colombia. 2. Variable base de análisis para este indicador: El Reach# es una variable que entrega la plataforma disponible y proporcionada por Mirror que hace referencia al número promedio en miles de personas que fueron expuestas a la emisión de un canal por lo menos durante un minuto en el periodo reportado. 3. Canal Capital tiene histórico beneficiado, junto al resto de canales regionales, del convenio entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia - Mintic y el proveedor disponible que permite hacer uso de herramientas de medición de audiencias para conocer sus comportamientos en rating y alcance tanto en zona centro (Bogotá y alrededores) como a nivel nacional, para definir sus estrategias de parrilla y conocer mejor a los consumidores de sus contenidos; esto, al igual que todos los demás canales. 4. Consideraciones a tener en cuenta: Existen riesgos asociados al uso de estos datos para proveer los resultados del indicador: PAI. Canal Capital deberá contar con alguna herramienta de medición que permita realizar los comparativos necesarios en el indicador, ya sea a través de un contrato particular o por convenios con entidades asociadas.	Promedio "alcance promedio (Avg Richtt) trimestral personas" del trimestre en curso - Promedio "alcance promedio (Avg Richtt) trimestral personas" acumulado trimestre año anterior	Promedio "alcance promedio (Avg Richtt) trimestral personas" acumulado trimestre año anterior	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores eficacia objetivo es cuantificar y medir los elementos: 1. La cantidad de insumos utilizados 2). - Las acciones de gestión realizadas	El Reach# (Avg Richtt) es una variable que entrega la plataforma mirror y proporciona el alcance bruto; es decir, el número en miles de personas que fueron expuestas a la emisión de un canal por lo menos durante un minuto.	Constante	1 Creciente: El resultado tiende a crecer en el tiempo	Lograr un crecimiento sostenido durante [3] tres trimestres consecutivos del 20% al 30% del alcance - promedio trimestral personas de lunes a domingo entre las 6y 24 horas en zona Nacional		Porcentaje de crecimiento	RPD rating Colombia CNC centro nacional de consultoría	1 Trimestral		Profesional Especializado 3 - Programación
2. Incrementar la capacidad tecnológica en toda la cadena de producción y fortalecer el patrimonio audiovisual propio para responder a las expectativas de las audiencias.	Gestión técnica para la producción, realización, emisión y circulación de contenidos	Gestión técnica para la producción, realización, emisión y distribución de contenidos*	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	DIRECCIÓN OPERATIVA	Gestión Técnica	3.3 - DO-TEC	Administrar y fortalecer los recursos técnicos y tecnológicos necesarios para la operatividad del Canal, diagnosticar y proyectar una estrategia de renovación y actualización tecnológica en toda la cadena de producción, que sea sostenible financieramente y priorice el negocio de televisión.	-Diseñar e implementar la renovación tecnológica de Canal Capital por fases, como se describe a continuación: 1. La primera fase denominada "Fase de diagnóstico" será realizada en el ter año del cuatrienio (periodo de 4 años) 2. Las fases 2, 3 y 4 corresponderán a los últimos 3 años del cuatrienio. Estas fases serán planeadas con base al presupuesto asignado para cada vigencia y los porcentajes de avance se estimarán de acuerdo con los recursos, por lo anterior las columnas de T1 a la T4 de la Hoja de Vida del indicador serán actualizadas cada vigencia. -3. Programar, coordinar y ejecutar los mantenimientos preventivos de la infraestructura tecnológica que permita la continuidad de operación. Se suministra un informe consolidado por semestre. -3. Transmisiones y eventos apoyados (medición cruzada con Producción en cantidad de contenidos o de horas, periodo vencido) Para esta medición se suministra el el documento "Informe de visitas técnicas y eventos realizados respecto al cronograma de producción" -4. Medir la señal emitida en el límite de emisión de Canal Capital y Eurekа. Esta medición se realiza en minutos.	14. Proyecto de Inversión 7539, 15. PETIC- Plan Estratégico de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (PETI)	3.3 - DO-TEC	Porcentaje de Disponibilidad Total de la Señal Emitida - Tiempo fuera de aire	Este indicador mide el porcentaje de disponibilidad mensual de las señales emitidas, a partir del [tiempo total (nos en minutos) menos (sumatoria de los tiempos de falla en minutos) sobre [el tiempo de contenidos programados (parrilla) por el área de programación para la emisión de los canales Canal Capital y Eurekа. Otros aspectos clave: 1. Esta medición evalúa el cumplimiento de los contenidos emitidos (parrilla), a través de la verificación de la continuidad o plaqueje, y la medición del porcentaje de fallas que se presentan durante el periodo de medición y por ende permitirá determinar la estabilidad en la prestación del servicio. 2. Canal Capital suministra la señal a través de un proveedor de servicios de Fibra óptica a RTVC quien a su vez hace la distribución de las señales de Capital y Eurekа en TDT y a los cable operadores. 3. Este corresponde al tiempo en que el canal garantiza la entrega de las señales de los canales a las plataformas digitales. 4. Este mecanismo permite evaluar la estabilidad de la señal emitida, a través de la verificación de la continuidad y calidad de la misma.	(Tiempo total (nos en minutos) - [∑ Tiempo en minutos de falla de la señal del periodo reportado)	∑ (Tiempo total en minutos de la señal programada)	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De producto: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir: 1) Bienes y servicios entregados 2) Beneficiarios de bienes y servicios entregados	* Tiempo en minutos de falla de la señal del periodo reportado. * Tiempo total en minutos de la señal programada	Constante	2 Constante: Se esperan un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Alcanzar una disponibilidad mensual de las señales emitidas igual o superior al 98%, garantizando así la continuidad y fiabilidad de la transmisión de contenidos programados.	98.90%	porcentaje	Para la medición de este indicador se realizan diariamente el monitoreo de la señal de aire a través de los diferentes puntos de recorte, haciendo consolidación de datos diarios de las fallas identificadas en el formulario diseñado para tal fin. En aquellos periodos en los que no se presente fallas no se hará registro alguno en este formulario.	1 Trimestral		Coordinador Tecnico
1. Cautivar y cultivar audiencias mediante una estrategia de programación de contenidos de interés, cercanos y confiables para los habitantes, visitantes y enamorados de Bogotá.	Gestión digital para la creación, circulación y optimización de contenidos	Gestión para la creación y circulación de contenidos en plataformas digitales*	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	DIRECCIÓN OPERATIVA	Gestión Digital	3.4 - DO-DG	Desarrollar y ejecutar una estrategia digital que impulsela creación de contenidos innovadores en las plataformas digitales de Canal Capital, logre aumentar tanto el número de usuarios alcanzados a través de los contenidos producidos como sus interacciones.	"Diseño y seguimiento de "la estrategia de contenidos digitales" para la vigencia. La "estrategia de contenidos digitales" para la vigencia en un (1) documento que será elaborado por el Contratista designado como Líder digital de Canal Capital y será presentado mínimo una vez al año al Director Operativo y al Gerente de Canal Capital. El seguimiento de la "estrategia de contenidos digitales de la vigencia" se realiza una vez al trimestre y se deja como soporte un acta de reunión. Para el ter trimestre generan dos (2) soportes: la "estrategia contenidos digitales" y un (1) acta de seguimiento. Para el trimestre 2, 3 y 4 se generan como soporte un acta de seguimiento. *Crear e implementar la parrilla de contenidos digitales (complemento TV, propios). La parrilla de contenidos consistirá en un documento que se diseñe en el marco de cubrimientos de eventos especiales. El soporte que se genera de esta actividad es un (1) documento drive que consolida las parrillas requeridas en el trimestre. *Cantidad de contenidos producidos en las plataformas digitales y página web: El equipo digital de Canal Capital, con base en la "estrategia de contenidos digitales para la vigencia", las solicitudes de publicaciones remitidas por las áreas, los requerimiento de los clientes comunicados a través del área de Ventas y Mercadeo, entre otros, produce contenidos para las plataformas digitales y/o en la página web del Canal. Como resultado de esta gestión se generan un (1) reporte trimestral de los contenidos producidos en las plataformas digitales y/o en la página web del Canal. Nota 1: Esta actividad contribuye a la meta 6 del Proyecto de inversión 7539, "Producir y circular 1296 contenidos digitales" *Elaborar el reporte de audiencias digitales. Este documento power point es elaborado por el equipo digital, el cual es presentado a Gerencia de manera mensual. Para efectos del reporte de esta actividad se consolidan las tres (3) presentaciones del trimestre en un pdf. Nota: la consolidación de la información correspondiente al último mes del trimestre será suministrada entre el 5 y 20 de siguiente mes. Por lo anterior, el reporte de esta actividad se solicitará en los primeros días del mes siguiente a la finalización del trimestre, el equipo Digital suministrará el consolidado de dos (2) meses y posterior a la presentación realizada a la gerencia, se suministrará el archivo pendiente.	14.-6 Proyecto de Inversión 7539 - 6. Producir y circular 1296 Contenidos digitales	3.4 - DO-DG	Alcance e interacciones trimestral de audiencias digitales	Este indicador mide la capacidad del equipo digital para generar y distribuir contenidos innovadores que maximicen tanto el alcance como la cantidad de productos distribuidos. Reflejado en el número de usuarios alcanzados y que consumen los contenidos distribuidos. El objetivo es promover la generación de contenido que propenda por la generación de interacción de usuarios. Cabe mencionar que el cumplimiento y avance de este indicador, es codependiente con los avances resultados de otras áreas, programas y proyectos institucionales, esto es: Área técnica, TI, programación, ventas y mercadeo, así como la gestión eficiente de la organización. Descripción del dato: El alcance mide el número total de usuarios que han visto un contenido en redes sociales o páginas web y las interacciones mide la reacción de una usuario frente al contenido. El Fuentes de datos: Las métricas se obtienen de herramientas analíticas como Meta Business (Facebook e Instagram), YouTube Studio (YouTube), Google Analytics (página web) y Metricool (redes sin herramientas nativas, como TikTok, X y similares). 2. Recolección y procesamiento: Los datos se descargan, limpian y centralizan manualmente en un archivo de Google Drive, donde se estructuran y analizan para evaluar el rendimiento. 3. Alcance como métrica clave: Indica cuántos usuarios han visto el contenido, permitiendo medir la visibilidad de la marca, la efectividad de las estrategias y el impacto del mensaje en la audiencia. 4. Interacción: Indica cuántas reacciones hubo con el contenido. 5. Factores que influyen: El alcance depende de la estrategia de contenido y de factores externos como los algoritmos y políticas de las plataformas.	Sumatoria del alcance al cierre del trimestre "Q.T" Total de alcance objetivo para el año	Sumatoria de la interacción al cierre trimestre "Q.1" Interacciones objetivo para el año	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De producto: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir: 1) Bienes y servicios entregados 2) Beneficiarios de bienes y servicios entregados	Alcance del trimestre Alcance del mismo trimestre de la vigencia anterior El alcance mide el número total de personas únicas que han visto un contenido en redes sociales o páginas web.	Constante	1 Creciente: El resultado tiende a crecer en el tiempo	Para el alcance es incrementar el 10% frente al resultado del 2025. Para interacciones es incrementar el 2% frente al resultado de 2025.	Los resultados del 2025 para cada uno de los casos	Variación porcentual de alcance de usuarios	Herramientas analíticas como: Meta Business (Facebook e Instagram), YouTube Studio (YouTube), Google Analytics (página web), Metricool (redes sin herramientas nativas, como TikTok) y X y afines.	1 Trimestral		Contratista - Líder Digital
4. Fortalecer y diversificar la capacidad de producción propia, basada en la creatividad, el conocimiento de las audiencias y en estrategias de difusión y promoción de la oferta del Canal, aprovechando las oportunidades de la televisión y la convergencia digital.	Producción de Contenidos	Producción de Contenidos	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	DIRECCIÓN OPERATIVA	Estrategia de diseño, preproducción y producción de contenidos tercerizados por convocatorias públicas y otros mecanismos de fomento al sector	3.5 - DO-FI	Fomentar la producción audiovisual a través de mecanismos de participación del sector como convocatorias públicas y otros.	-1. Contratación del equipo humano que participa en el diseño de contenidos y de la convocatoria pública, la coproducción o el mecanismo de producción por encargo con el sector audiovisual 2. Realización de actividades de diseño de fichas de contenidos, de convocatorias públicas, invitaciones, contrataciones de coproducción o convenios interadministrativos, se publican los procesos en el SECOP II o en donde la entidad indique a través los documentos requeridos. 3. Adjudicación de los contratos o se firman los contratos de coproducción producto de los procesos de convocatoria, invitación, convenio interadministrativo o contrato directo. 4. Inicio de la ejecución de cada uno de los proyectos producidos por encargo o en coproducción. Se avanza en la etapa de desarrollo, preproducción, producción y postproducción. 5. Finalización del proceso de postproducción con cada uno de los capítulos aprobados editorialmente, se entregan los máster a control de calidad para revisión, se hacen los ajustes técnicos si aplican y se recibe aprobación final de máster para emisión. -A. Número de empresas contratadas para producción audiovisual (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR) -B. Número de empleos Indirectos (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR)	14. Proyecto de Inversión 7539	3.5 - DO-FI	Porcentaje de avance en la planificación, preproducción, producción y postproducción de contenidos producto de convocatorias públicas y otros mecanismos de fomento al sector audiovisual.	El indicador mide el avance en los procesos de diseño de convocatorias, así como el avance en la preproducción, producción y postproducción de los proyectos derivados de estos mecanismos de participación sectorial para producir y/o coproducir contenidos por encargo con el sector audiovisual para ser emitidos en el Canal. Contempla 4 elementos, el primero en el que se mide en el PAI y se reporta a través de SIPG-SEGPLAN: los siguientes elementos: 1. PORCENTAJE DE AVANCE DE LAS GESTIONES DE LA CONVOCATORIA O MECANISMO DE FOMENTO AL SECTOR (Informe trimestral Futic, indicador Segplan) 2. Número de contratos directos con casas productoras (Informe Final Mintic) *ES UN DATO INFORMATIVO COMPLEMENTARIO AL INDICADOR 3. Número de empleos Indirectos personas contratadas por las casas productoras para la producción de contenidos- (Informe Final Mintic) *ES UN DATO INFORMATIVO COMPLEMENTARIO AL INDICADOR 4. Número de contenidos producidos a través de convocatorias (Meta 4 de Segplan y actividad 2.1.4 PIPP) *ES UN DATO INFORMATIVO COMPLEMENTARIO AL INDICADOR	Sumatoria del avance porcentual ejecutado en la producción de contenidos que fomentan al sector audiovisual	Porcentaje de avance programado en el año para la producción de contenidos que fomentan al sector audiovisual	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores eficacia objetivo es cuantificar y medir los elementos: 1. La cantidad de insumos utilizados 2). - Las acciones de gestión realizadas	Porcentaje de avance ejecutado en la producción de contenidos que fomentan al sector audiovisual, incorpora las etapas de planeación de la convocatoria así como planificación, preproducción, producción y postproducción, que se detallan en la sección 4.de este documento	Suma	Suma	2 Constante: Se esperan un valor o rango de resultado estable en el tiempo	95% de avance en la ejecución al menos una convocatoria pública (SECPLAN), u otro mecanismo de fomento al sector al año	100% de cumplimiento de las acciones planeadas al menos una convocatoria pública o mecanismo de fomento al sector anual	Porcentaje	Documentos como contratos del equipo relacionado con la gestión de las actividades, enlace de procesos contractuales de convocatoria o tercerizado de SECOP II, documentos creativos y operativos de cada proyecto y producto audiovisual fabricado/ejecutado por las casas productoras.	1 Trimestral	A. Número de empresas contratadas para producción audiovisual (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR), A junio se han contratado 3 casas productoras	Líder de contenidos de ciudadanía, cultura e infancia -CCI
4. Fortalecer y diversificar la capacidad de producción propia, basada en la creatividad, el conocimiento de las audiencias y en estrategias de difusión y promoción de la oferta del Canal, aprovechando las oportunidades de la televisión y la convergencia digital.	Producción de Contenidos	Producción de Contenidos	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación, 3. Gestión con Valores para Resultados	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación, 3.4. Participación Ciudadana en la Gestión Pública	DIRECCIÓN OPERATIVA	Proyecto de cocreación de contenidos y experiencias con audiencias infantiles y adolescentes	3.6 - DO-COCRE	Planificar y ejecutar estrategias de participación para la cocreación de contenidos y experiencias con niños, niñas y adolescentes que tengan en cuenta sus preferencias y desafíos	-1 Planeación anual de la estrategia de participación y cocreación que incluye los encuentros virtuales de dirección y los encuentros presenciales de cocreación en el marco del Laboratorio de cocreación Eureka con audiencias infantiles -2. Ejecución de los encuentros de dirección virtuales con audiencias infantiles planificados en la estrategia de participación y cocreación de los Laboratorios de Cocreación de Eureka -3. Ejecución de los encuentros de cocreación presenciales con audiencias infantiles planificados en la estrategia de participación y cocreación de los Laboratorios de Cocreación de Eureka -A. Número de contenidos cocreados con audiencias infantiles (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR)	14. Proyecto de Inversión 7539	3.6- DO-COCRE	Porcentaje de avance en la planificación de actividades de participación para la cocreación de de contenidos y experiencias con audiencias infantiles y adolescentes	El indicador mide el avance de la Gestión de los laboratorios de cocreación de contenidos para audiencias infantiles y adolescentes (o lo que definan para unificar el criterio), que contempla los procesos de planificación de las actividades de participación con niños y niñas (encuentros virtuales de dirección, y los encuentros presenciales de cocreación) así como el avance en la ejecución de las mismas. Se reporta a PIPP y SIPLAN. 1. PORCENTAJE DE AVANCE EN LAS GESTIONES DEL PLAN ANUAL DE COCREACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE EUREKA (Indicador Segplan) 2. Número de contenidos cocreados con audiencias infantiles y adolescentes *ES UN DATO INFORMATIVO COMPLEMENTARIO AL INDICADOR (Informe trimestral MINTIC)	Sumatoria del avance porcentual en la ejecución de actividades de participación para la cocreación de contenidos y experiencias con audiencias infantiles y adolescentes	Porcentaje de actividades de participación para la cocreación de contenidos y experiencias con audiencias infantiles y adolescentes programado en el año	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores eficacia objetivo es cuantificar y medir los elementos: 1. La cantidad de insumos utilizados 2). - Las acciones de gestión realizadas	Porcentaje de avance corresponde a las actividades ejecutadas de acuerdo a la programación del Plan anual que se presenten en la sección 4.de este documento	Suma	Suma	2 Constante: Se esperan un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Se proyecta un alcance de meta muy satisfactorio o superior al 90%	100% del cumplimiento de la ejecución del plan de participación y cocreación de contenidos con niños, niñas y adolescentes.	1. Gestión: % actividades	Informe de avance de ejecución de la estrategia de participación y cocreación generados por el área.	1 Trimestral	25 contenidos cocreados con audiencias infantiles (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR) -	Líder de contenidos de ciudadanía, cultura e infancia -CCI
1. Cautivar y cultivar audiencias mediante una estrategia de programación de contenidos de interés, cercanos y confiables para los habitantes, visitantes y enamorados de Bogotá.	Diseño y ejecución de la estrategia de circulación de contenidos	Diseño y ejecución de la estrategia de programación de contenidos*	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	6.1. Gestión del Conocimiento y la Innovación	DIRECCIÓN OPERATIVA	Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 16 - Meta 16.1	3.2.1 - DO-PG ODS	Garantizar que la agenda editorial de Canal Capital se alinee de manera sistemática con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo la producción y difusión de contenidos que contribuyan con una comunicación pública incluyente, educativa y con enfoque de derechos.	1. Horas de contenido emitido sobre igualdad de género y empoderamiento a todas las mujeres y niñas, inclusión LGTBI y prevención de la violencias de género. 2. Número de contenidos (informativos o de opinión) producidos y/o emitidos, que promuevan la no discriminación y visibilizen las prácticas culturales y ancestrales de los grupos étnicos de Bogotá. 3. Horas de contenido emitido, de referencia y educación ambiental en todas sus plataformas, dirigido a la educación de niños, adolescentes y público en general. 4. Análisis de la programación de Canal Capital refleja la diversidad cultural y social de Bogotá a través de una oferta diferenciada y de interés general que incluye información, formación y entretenimiento. 5. Horas de contenido emitido que refleja los intereses y expectativas de los niños, niñas y adolescentes de Bogotá, utilizando procesos de cocreación para el diseño y producción de sus contenidos.	14. Proyecto de Inversión 7539	3.2.1 - DO-PG ODS	Cumplimiento de emisión de contenidos editoriales alineados con los ODS y enfoques de diversidad e inclusión.	Este indicador permite medir la alineación de la Agenda editorial con los ODS y con el cumplimiento de los compromisos institucionales de referencia, que se reflejan en la divulgación en plataforma; ej en pantalla, se mide a partir de los siguientes resultados de emisión: 1. Igualdad de género y empoderamiento a todas las mujeres y niñas, inclusión LGTBI y prevención de la violencias de género. Mínimo de 60 horas de contenido semestral emitido (equivale a 10%) 2. No Discriminación y Grupos Étnicos: Al menos 6 contenidos anuales (informativos o de opinión) producidos y/o emitidos, que promuevan la no discriminación y visibilicen las prácticas culturales y ancestrales de los grupos étnicos de Bogotá, divididos de manera amplia y participativa. (equivale a 10%) 3. Contenidos de cuidado ambiental: Mínimo de 60 horas semestrales de contenido emitido, de referencia y educación ambiental en todas sus plataformas, dirigido a la educación de niños, adolescentes y público en general. (equivale a 10%) 4. Diversidad Cultural y Social en Canal Capital: La programación de Canal Capital refleja la diversidad cultural y social de Bogotá a través de una oferta diferenciada y de interés general que incluye información, formación y entretenimiento. (P-S1-Ethics y equivale a 10%) 5. Intereses de Niños/ Adolescentes en Eurekа: Mínimo de 60 horas de contenido emitido que refleja los intereses y expectativas de los niños, niñas y adolescentes de Bogotá, utilizando procesos de cocreación para el diseño y producción de sus contenidos. (equivale a 10%) El indicador mide el grado de cumplimiento de cinco variables, calculadas como la razón entre el resultado obtenido (numerador) y la meta establecida (denominador). Cada razón se normaliza y se acota al 100% para evitar	Sumatoria de cumplimiento de las actividades del semestre	Sumatoria de actividades proyectadas para el semestre	1.6 Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión (Indicadores eficacia objetivo es cuantificar y medir los elementos: 1. La cantidad de insumos utilizados 2). - Las acciones de gestión realizadas	Variable 1: Horas de contenido emitido semestralmente sobre tema de igualdad de género. Variable 2: Número de contenidos emitidos semestralmente sobre no discriminación y grupos étnicos. Variable 3: Horas de contenido emitido semestralmente de cuidado ambiental. Variable 4: Binaria que evalúa si la programación de Canal Capital refleja la diversidad cultural y social, mediante una oferta de contenidos diferenciada. Variable 5: Horas de contenido emitido semestralmente sobre tema de intereses de Niños y Adolescentes	Constante	2 Constante: Se esperan un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Lograr el cumplimiento del 100% de las contenidos de emisión de contenidos editoriales alineados con los ODS y enfoques de diversidad e inclusión	No es posible calcular una línea base teniendo en cuenta que en el 2025 se realizó la primera medición con las variables y fórmulas propuestas.	Porentaje	Parrilla de programación semestral	Semestral		Profesional Especializado Grado 3 de Programación

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL -PAI 2026

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - CANAL CAPITAL 2026

Versión: 00
(Enero 23 -2026)

	Proceso institucional		Correspondencia con MIPG			Planes-Programas-Proyectos						Indicador																Observaciones	Responsable de la medición
Objetivo estratégico	**Proceso institucional (Caracterización Vigente)**	**Resolución 056 de 2025** *Requieren actualización	**Dimensión**	**Política**	**Liderazgo Estratégico / Referente de Control**	**Nombre Planes-Programas-Proyectos**	**Código_ppp**	**Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia**	**Actividades**	**Plan institucional o estratégico**	**Código**	**Nombre**	**Descripción**	**Numerador (Componente 1)**	**Denominador (Componente 2)**	**Tipo Desempeño**	**Tipo Cadena de valor DNP**	**Variables**	**Tipo de cuantificación indicador**	**Tendencia**	**Meta 2026**	**LÍNEA BASE**	**UNIDAD DE MEDIDA**	**FUENTE DE INFORMACIÓN**	**Periodicidad del reporte**	**Observaciones**	**Rol**
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Control, seguimiento y evaluación	Control, seguimiento y evaluación	4. Evaluación de Resultados, 7. Control Interno	7.1 Control Interno	CONTROL INTERNO	Plan Anual de Auditoría	4.1 - C-CI	Evaluar de forma independiente y objetiva la eficiencia, eficacia y economía de los procesos, planes, proyectos y metas institucionales buscando proteger el valor de Capital, así mismo, promocionar la mejora continua de la gestión institucional, en desarrollo de los	- Formulación del Plan Anual de Auditoría para la vigencia - A. Auditorías Internas - B. Liderazgo Estratégico - C. Informes de Ley - D. Enfoque hacia la Prevención - E. Relación con entes de control externos - F. Seguimientos	N/A	4.0 - C-CI	Porcentaje de ejecución del Plan Anual de Auditoría de acuerdo con la programación formulada para la vigencia	Monitorear la ejecución de las actividades programadas en el Plan Anual de Auditoría de la vigencia de manera trimestral. El indicador incluye actividades de gestión en el marco del ciclo PHVA, además de la gestión transversal del ejercicio del control interno desde la evaluación de acciones ejecutadas por las líneas de defensa de la entidad.	Actividades ejecutadas al periodo de seguimiento	Actividades programadas al periodo de medición en el Plan Anual de Auditoría	1.Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir los elementos 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas	Actividades Ejecutadas durante el periodo Actividades programadas en el marco de los roles de la Oficina de Control Interno: Auditorías internas, liderazgo estratégico, informes de ley, Enfoque hacia la prevención, Relación con entes de control y seguimientos.	Constante	2.Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	96% de las actividades programadas en el Plan Anual de Auditoría	100,00%	Porcentaje de Actividades ejecutadas del Plan Anual de Auditoría	Plan Anual de Auditoría	1.Trimestral		Oficina de Control Interno
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Control, seguimiento y evaluación	Control, seguimiento y evaluación	4. Evaluación de Resultados, 7. Control Interno	7.1 Control Interno	CONTROL INTERNO	Auditorías de gestión	4.2 - C -AG	Evaluar la contribución de la Oficina de Control Interno a la mejora de la gestión institucional, a través del seguimiento al impacto de los ejercicios de auditoría.	*Definición del instrumento de medición *Recopilación de la información teniendo en cuenta las variables *Análisis de datos y evaluación del impacto *Presentación del análisis de métricas	N/A	4.2 - C-AG	Resultado promedio del instrumento de medición para cada uno de sus componentes, en el cuatrimestre evaluado.	Mide el impacto percibido de los ejercicios de auditoría interna en la mejora de los procesos. Evalúa si las auditorías agregan valor, son objetivas y útiles para la gestión de las áreas.	Promedio del resultado del instrumento de evaluación de auditoría	Número total de auditorías realizadas	Efectividad: Impacto o beneficios generados	De resultado: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y valorar 1) El cambio en las condiciones de bienestar 2) - El	* Promedio del resultado del instrumento de evaluación de auditoría * Auditorías realizadas	Constante	Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Resultado promedio superior a 4	NO	Resultado promedio del nivel de impacto de las auditorías	Instrumento de evaluación de auditoría	Cuatrimestral		Oficina de Control Interno
3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.	Control disciplinario Interno	Control disciplinario Interno	7. Control Interno	7.1 Control Interno	CONTROL INTERNO DISCIPLINARIO	Impulso procesal, gestión y seguimiento, para la prevención de las faltas disciplinarias por parte de los servidores públicos de la entidad.	5.0 - C-CID	Impulsar la etapa de instrucción de los procesos disciplinarios que cuenen en la oficina de control interno Disciplinario, gestión y seguimiento, para la prevención de las faltas disciplinarias por parte de los servidores públicos de la entidad.	1. Resultado gestión de prevención y control disciplinario 11. Capacitación de prevención, LAFT, Trámite de Denuncias. 12. Capacitación omisión entrega de información Impacto Disciplinario 13. Capacitación responsabilidad disciplinaria en la supervisión de contratos 14. Capacitación incidencia disciplinaria funcionarios y colaboradores Canal Capital 15. Capacitación derecho de petición y su impacto disciplinario 2. Seguimiento y control de los Procesos disciplinarios conforme a lo establecido en la ley vigente	N/A	5.0 - C-CID	Gestión de la prevención y trámite de la aplicación de la ley disciplinaria	Lleva cuenta de las capacitaciones y actividades dirigidas a los colaboradores de Canal Capital para minimizar las conductas que conlleven a posibles faltas disciplinarias, enfocadas a la prevención de conductas que afecten la funcionalidad del canal para fortalecer conductas de antisoborno, inhabilidades, contratación en términos de las peticiones, conflicto de interés entre otras, y realiza seguimiento de las actuaciones procesales conforme a la ley vigente. Las etapas del proceso disciplinario que se tendrán en cuenta para la medición del reporte del indicador son los siguientes: 1. Evaluación de mérito. 2. Indagación previa. 3. Investigación disciplinaria. 4. Archivo. 5. Inhibitorio. 6. Pliego de cargos. Se espera durante la anualidad, minimizar las conductas que conlleven a posibles faltas disciplinarias de los funcionarios de la entidad y el resultado de los seguimientos realizados por el equipo de control interno disciplinario para el desarrollo efectivo de los procesos disciplinarios.	Sumatoria de acciones preventivas ejecutadas al cierre trimestre	Acciones programadas en el año	1.Eficacia: Cumplimiento de metas	De gestión: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y medir los elementos 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas	Acciones corresponde a informe de seguimiento y control de los procesos disciplinarios y capacitaciones que se describen en la sección 4 del plan operativo.	Suma	2.Constante Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Cumplimiento muy satisfactorio o superior al 95%	Cumplimiento de las actividades de 2026 - (mín 95% - más 100%)	porcentaje de acciones ejecutadas	Actas y registros de asistencia	1.Trimestral		Jefe Oficina de Control Disciplinario Interno

Plataforma estratégica - Aprobada mediante Resolución Interna 169 de 2024	
Misión:	Canal Capital es el servicio de televisión pública de Bogotá que ofrece información, formación y entretenimiento a través de la selección, diseño, producción y circulación de contenidos en múltiples plataformas.
Visión:	En el 2027 Canal Capital es valorado como el medio de comunicación confiable y cercano que a partir de la experiencia de ciudad, visibiliza la diversidad de identidades de Bogotá y su ciudadanía.
Objetivos estratégicos:	1. Cautivar y cultivar audiencias mediante una estrategia de programación de contenidos de interés, cercanos y confiables para los habitantes, visitantes y enamorados de Bogotá.
	2. Incrementar la capacidad tecnológica en toda la cadena de producción y fortalecer el patrimonio audiovisual propio para responder a las expectativas de las audiencias.
	3. Establecer un modelo de negocio innovador en producción in-house, por encargo, coproducción y alianzas estratégicas, aumentando la eficiencia en la gestión para generar rentabilidad.
	4. Fortalecer y diversificar la capacidad de producción propia, basada en la creatividad, el conocimiento de las audiencias y en estrategias de difusión y promoción de la oferta del Canal, aprovechando las oportunidades de la televisión y la convergencia digital.

Correspondencias externas	
Objetivo de Desarrollo Sostenible	16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas,
	Meta 16.10. Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales"
Plan de Desarrollo Distrital: Bogotá Camina Segura	Objetivo 2 "Bogotá Confía en su Bienestar"
	Programa 14 "Bogotá Deportiva, Recreativa, artística, patrimonial e intercultural.

Versiones del plan de acción institucional 2026	
23 de enero de 2026	01 - Creación del plan de acción institucional de la vigencia 2026, que contiene las acciones propuestas por los líderes y responsables de los procesos orientados al cumplimiento de los objetivos estratégicos. Esta versión se encuentra sujeta a revisión permanente por parte de la Alta Dirección y de los líderes y responsables de los procesos de la entidad en atención a las posibles modificaciones que puedan presentarse o en los objetivos propuestos por las áreas. Se establece la articulación con la Plataforma estratégica - Aprobada mediante Resolución Interna 169 de 2024, se indica Correspondencia de todo el PAI con ODS "Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS: 16 Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas, Meta 16.10. Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales" y Correspondencia con Plan de Desarrollo Bogotá Camina Segura en Objetivo 2 "Bogotá Confía en su Bienestar" Programa 14 "Bogotá Deportiva, Recreativa, artística, patrimonial e intercultural. la Información de la Plataforma estratégica de acuerdo con la Resolución Interna 169 de 2024. En cumplimiento de lo establecido mediante Decreto número 612 de 2018 "Por el cual se fijan las directrices para la integración de los planes institucionales y estratégicos al plan de acción por parte de las entidades del estado", se incorporan acciones de medición y seguimiento de los planes ali definidos, el Plan Anual de Adquisiciones se encuentra en 1.1.1.C.PL, El PETIC en 2.4.6.- SA - PETIC, Los 2 asociados a la seguridad de la información está en 2.4.4.- SA TIC, y los demás en el 2.4.5.SA-TH, excluyendo el Plan Anual de Vacantes y Plan de Previsión de Recursos Humanos que no son aplicables para esta entidad teniendo en cuenta la naturaleza de Canal Capital como empresa industrial y comercial del estado, que la entidad no tiene régimen de carrera administrativa y que además la planta está compuesta por trabajadores oficiales. Nota: Los planes institucionales requeridos en el marco del Decreto 612 de 2018 se publican en la sede electrónica institucional, numeral 4.3 Plan de Acción, sección "Integración de planes Decreto 612 de 2018".