Version: 01
(Enero 23 -2026)

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - PAI 2026
Matriz de seguimiento T1-C1

#	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	VALOR DEL NUMERADOR (Componente 1)	VALOR DEL DENOMINADOR (Componente 2)	RESULTADO T1-C1	Nivel de desempeño	Avance T1 - C1	Líder	Líder Área	Apoyo	Observaciones	Rol
	Proceso institucional			Correspondencia con MIPG			Planes-Programas-Proyectos					Indicador										REPORTE T1-C1										Liderazgo estratégico/Referente de Control			Observaciones	Responsable de la medición
	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, 4.1. 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 5 instrumentos de Planeación (PAA, PAI, PTEP, Riesgos y PFI) 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 ajustes necesarios al anteproyecto de presupuesto de la siguiente vigencia hasta su aprobación. *Formulación, actualización y seguimiento Plan Estratégico, Plan de Acción Anual, Gestión CIGD, 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 (Segplan -PIIP- FUTIC), alineados con PAI y PEI *Asesorar y acompañar a las áreas misionales y de apoyo en la gestión del fortalecimiento institucional, ITA y Gobierno abierto *Asesorar 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 TPIIA y 2 metas PMR *Apoyar la gestión, actualización y control de los documentos del Sistema de Gestión *Asesorar 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	1.1.1 - 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.	Calcula 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 contribuyan a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	Número de actividades programadas para el trimestre que contribuyan 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 sumatorias 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	40,5	41	98,78%	Muy satisfactorio	Durante el primer trimestre de 2026, el área de Planeación desarrolló y cumplió de manera satisfactoria las actividades programadas para el fortalecimiento del Sistema de Gestión Institucional, evidenciando la actualización y publicación de los instrumentos de planeación en el Botón de Transparencia, entre ellos el Plan Anual de Adquisiciones, el Plan de Acción Institucional, el Programa de Transparencia y Ética Pública y las matrices de riesgos. Asimismo, se realizó el cierre del PAA 2025, la formulación y seguimiento del PAA 2026, el reporte oportuno de información en SEGPLAN y PIIP, la publicación del Plan de Fortalecimiento Institucional 2026, la actualización y monitoreo de estrategias asociadas al PTEP, racionalización de trámites, rendición de cuentas y relacionamiento con la ciudadanía, así como el seguimiento a las políticas públicas de Juventud, LGTBI y ASP. De igual forma, se adelantaron actividades de gestión documental con la eliminación de documentos y actualización de contenidos en la intranet, y se ejecutaron acciones de seguimiento y actualización de riesgos conforme a los lineamientos del DAFP. Como resultado, el indicador que mide la ejecución de las actividades programadas para mantener el sistema de gestión bajo los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) alcanzó un cumplimiento del 98,78%, obteniendo una calificación de desempeño muy satisfactoria.	1. Gerencia	Profesional especializado de Planeación	Contratista		Contratista Asesor de Planeación
2	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.	Gestión de marca y comunicaciones	Gestión de Comunicaciones*	5. Información y Comunicación	3.1. 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 (notas) - 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 suman 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	153	560	27%	Muy satisfactorio	En este primer trimestre del año se evidencia un muy buen número de acciones ejecutadas. Se evidencia un aumento en las acciones a medida que avanzó el trimestre, esto teniendo en cuenta que el inicio del año tiene siempre un número más bajo de solicitudes y ejecución de acciones por la coyuntura, pero que al avanzar de los meses se estabiliza. El porcentaje de cumplimiento acumulado al cierre del trimestre es muy satisfactorio, alcanzando un total de 27% (153/560 acciones) superanro la meta planeada que era del 23% para este primer trimestre de 2026.	1. Gerencia	Profesional Especializado Comunicaciones	Contratista		Contratista Asesora de Comunicaciones
3	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.	Gestión de marca y comunicaciones	Gestión de Comunicaciones*	5. Información y Comunicación	3.1. 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 pude 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	77	280	28%	Muy satisfactorio	Se trabajó en la promoción del nuevo horario del 'Informativo Ahora' y en el estreno de tres grandes producciones: Lero lero animalero, Pura Plaza y Un río de preguntas. En relación con información corporativa se gestionó la publicación sobre la Rendición de Cuentas del Canal y las nominaciones a los India Catalina. Ante la cada vez más difícil labor de gestión de free press, debido a la disminución de medios de comunicación y el interés de los restantes en publicar lo que es tendencia en redes sociales, se incrementó el esfuerzo para llegar directamente a las audiencias a través del boletín Imperdibles, de la SCRD. Este llega a más de 90 mil personas a través de sus correos electrónicos.	1. Gerencia	Profesional Especializado Comunicaciones	Contratista		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 GENERAL	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 el área 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 periódico 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 realizará la primera medición con las variables y fórmulas propuestas.	Porcentaje	Resultados consignados en el Excel de control de facturación	1 Trimestral	2.618.406.068	10.290.000.000	25,45%	Muy satisfactorio	Para el primer trimestre de 2026, se remitieron al área Financiera los memorandos para solicitar la facturación correspondiente a $2.618.406.068, lo cual equivale a un 25,45 % del valor de la meta de ventas para la vigencia 2026. A continuación, se describe el detalle del valor solicitado a facturar de acuerdo con el año de suscripción de contratos: 1. Valor de las solicitudes de facturación remitidas al área Financiera de enero a marzo de 2026 correspondiente a contratos suscritos en 2026: $ 109.523.000 2. Valor de las solicitudes de facturación remitidas al área Financiera de enero a marzo de 2026 correspondiente a contratos suscritos en 2025: $ 2.508.883.068.	Profesional Grado 1 de Ventas y Mercadeo	Contratista			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 de Canal Capital, a través de la asesoría jurídica y la representación judicial y extrajudicial, de manera que permita lograr estándares de eficiencia y seguridad jurídica, facilitando la toma de decisiones y la prevención del daño antijurídico.	* 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 semestral por 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 patrimonial o 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 pues 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 la Comité de Conciliación en semestre*0,5 / Número total de procesos judiciales y extrajudiciales que presentan movimiento en el semestre	Medidas y actividades ejecutadas en el plan de acción de la PVDA*0,5 / 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 (PVDA)(2024) 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	NA	NA	NA	Sin reporte-semestral		2. Secretaría General	Jefe Oficina Jurídica			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	3.2. 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 Información Pública y Lucha Contra la Corrupción"	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, Escucha digital) *Defensor del ciudadano (Resolución 216 de 2024), Informe de Defensor del ciudadano y del 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, Sistemas y Servicios Administrativos. Varias de las acciones previstas se cruzan 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	36%	100%	36%	Muy satisfactorio	1. Se publicaron los informes de PQRS mensualmente https://www.canalcapital.gov.co/institucional/informe-pqrs 2. Se realizó rendición de cuentas el 28 de marzo https://www.youtube.com/watch?v=t7tLOjiukkI 3. Se publicó el informe de satisfacción de los usuarios el 26 de enero de 2026 https://www.canalcapital.gov.co/institucional/4-planeacion-presupuesto-e-informes/4-10-informes-trimestrales-sobre-acceso-a-informacion-quejas-y-reclamos/4-10-2-informes-de-satisfaccion-de-los-usuarios/ 4. Se presentó el informe de la defensora de la ciudadanía el 28 de enero de 2026 https://www.canalcapital.gov.co/institucional/4-planeacion-presupuesto-e-informes/4-7-informes-de-gestion-evaluacion-y-auditoria/4-7-1-informe-de-gestion/4-7-1-3-informe-del-defensor-del-ciudadano/ 5. Se formuló la estrategia de relacionamiento con la ciudadanía, la cuál se aprobó en el Comité de Gestión y Desempeño el 28 de enero de 2026, la misma fue actualizada en abril. Se formuló el plan de acción de la estrategia de relacionamiento con la ciudadanía el cuál será socializado en mayo con los integrantes de la mesa técnica de apoyo. https://www.canalcapital.gov.co/institucional/6-participa/6-1-espacios-de-participacion/ 6. Se formuló la estrategia de racionalización de trámites y el cronograma para su implementación https://drive.google.com/drive/folders/1h8OIK2B1WwePF2j-_o6eU52ByIBwwTPp?usp=drive_link	2. Secretaría General	Auxiliar de atención al ciudadano			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 las áreas 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 a 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 radiación del área solicitante en el SICC ERP con los estudios previos, elaborados y 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 radiación. *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 internos y correos electrónicos	1 Trimestral	38	161	24%	Alerta	Durante este trimestre, existió una particularidad, dado que por la entrada en vigencia de la Ley de garantías el 30 de enero de 2026, se solicitó a las áreas que se radicaran expedientes desde diciembre de 2025, de conformidad con la Circular 10 de 2025. adicionalmente a lo anterior un 70% de la contratación dependía de los recursos FUTIC, resolución que llego durante la tercera semana de enero de 2026, situación que retrasó la contratación y movió la planeación de las áreas.	2. Secretaría General	Contratista, Asesor jurídico para contratación Secretaría General			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	.x. Gestión ambiental (sin política específica 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 Acción PIGA y el cumplimiento de las metas propuestas.	* Formular el Plan de Acción anual 2027 * Presentar balances de gestión del desempeño ambiental ante la SDA * Ejecutar las actividades programadas en el Plan de Acción Anual PIGA * Presentar avances semestral en el marco del CIGD	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 contribuyan a la sostenibilidad del Sistema de Gestión	Número de actividades programadas para el trimestre que contribuyan 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	3	3	100%	Muy satisfactorio	Se ha dado cumplimiento satisfactorio a las actividades enmarcadas en el ciclo PHVA, detalladas de la siguiente manera: Planear: Se formuló y consolidó el Plan de Acción Anual 2026, definiendo los objetivos, metas y recursos necesarios para la gestión ambiental de la vigencia. Hacer: Se ejecutaron las actividades propuestas para el periodo 2026, alcanzando un cumplimiento del 100% de la programación institucional y siguiendo rigurosamente el cronograma establecido. Verificar: Se realizó la presentación formal de los balances de gestión y desempeño ambiental ante la Secretaría Distrital de Ambiente (SDA), validando la efectividad de las medidas implementadas. Actuar: Con base en los resultados obtenidos y la retroalimentación de la autoridad ambiental, NO se identificaron oportunidades de mejora para optimizar el uso de recursos y fortalecer las estrategias de sostenibilidad.	2. Secretaría General	Subdirector Administrativo	Contratista		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 SGDEA - 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 CIGD	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	Calcula 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	31,25%	31,25%	100%	Muy satisfactorio	ACTVIDAD 1. En el primer trismestre de 2026 de adelantó la contratación de un equipo interdisciplinario para atender y dar cumplimiento al plan de trabajo en la vigencia 2026. Se cuenta con perfiles de: Archivistas, historiador, técnicos y auxiliares de archivos, con formación y experiencia requerida para cada perfil. ACTIVIDAD 4. Se realizaron las actividades programadas en cronograma según el PINAR. ACTIVIDAD 5. Se incluyeron temas asociados a gestión documental y se llevaron a cabo socializaciones / sensibilizaciones en periodo establecido.	2. Secretaría General	Subdirector Administrativo - Contratista líder Gestión documental			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 sostenimiento administrativo tales como: 1. Vigilancia y Seguridad Privada, 2. Aseo, cafetería y mantenimientos preventivos, 3. mensajería, 4. arrendamiento Cll 26, 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. Aromatización, 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 muestreo físico 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	19	19	100%	Muy satisfactorio	Durante el I Trimestre de 2025 se adelantaron las actividades programadas de acuerdo a los cronogramas establecidos. Para la contratación, se entiende que es un proceso relativo y va a variar dependiendo de las necesidades del área.	2. Secretaría General	Subdirector Administrativo -	Técnico grado 2 de Servicios Administrativos		Técnico grado 2 de Servicios Administrativos
11	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	SECRETARÍA 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 **A. HABILITADOR** * Definir la hoja de ruta para la implementación del Modelo de Arquitectura Empresarial * Implementar el Modelo de Arquitectura Empresarial para Canal Capital *Articular con TH la inclusión de temáticas 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., 9. PTEP- 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.	Calcula 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 cuyo objetivo es cuantificar y medir dos 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=eyJrIjoiOTg4ZThhMDItM2YzNi00MzliLWI4NWUtODZjMGZmZGQzOTQyIiwidCI6IjFhMDY3M2M2LTI0ZTEtNDc2ZC1iYjRkLWJhNmE5MWEzYzU4OCIsImMiOjR9	1 Trimestral	62,50%	62,50%	100%	Muy satisfactorio	Se diseñó y sometió a aprobación la Política de Gobierno Digital en el CIGD del 02 de marzo de 2026, la cual fue posteriormente publicada como documento controlado en la intranet; en el mismo espacio, se realizó la socialización de la hoja de ruta para la implementación del modelo de Arquitectura Empresarial. Asimismo, en el Plan de Capacitación Institucional 2026, específicamente en el numeral 6.2 "Programas de Aprendizaje Organizacional", se incorporó un componente orientado a la Transformación Digital y la Cibercultura, enfocado en impulsar la formación en herramientas de la industria 4.0 para modernizar la administración pública y promover un cambio cultural y organizacional que fortalezca la producción de bienes y servicios, así como la relación entre el Estado y la ciudadanía. De igual manera, en el marco del fortalecimiento del MSPI, fueron socializadas y actualizadas en el CIGD del 02 de marzo de 2026 las siguientes políticas: Política de Copias de Seguridad, Plan de Sensibilización del SGSI y Política de Seguridad de la Información.	2. Secretaría General	Subdirector Administrativo -	Profesional especializado Gestión TIC		Profesional especializado Gestión TIC

Capital	PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - PAI 2026 Matriz de seguimiento T1-C1	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
Versión: 01 (Enero 23 -2026)		

No.	Objetivo estratégico	Proceso institucional: Proceso institucional (Caracterización Vigente)	Proceso institucional: 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	Planes-Programas-Proyectos: Código_ppp	Planes-Programas-Proyectos: Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia	Planes-Programas-Proyectos: Actividades	Plan Institucional o estratégico
12	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.	Gestión del talento humano	Gestión del talento humano	1. Talento Humano	1.1. Gestión Estratégica Del Talento Humano, 1.2. Integridad	SECRETARIA GENERAL	PLAN ESTRATÉGICO DE RECURSOS HUMANOS	2.4.5 - SA-TH	Gestionar integralmente el Plan Estratégico de Recursos Humanos dentro de la normativa establecida y dando cumplimiento a los objetivos de la entidad.	- Gestionar el Plan de Trabajo Anual en Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST El plan de trabajo de seguridad y salud en el trabajo (SST) es una estrategia diseñada para implementar actividades específicas que prevengan accidentes y enfermedades laborales, promoviendo la salud física y mental de los colaboradores. Su objetivo es establecer un entorno laboral seguro a través de la identificación y control de riesgos, la capacitación constante del personal y el cumplimiento de las normativas relacionadas. - Gestionar el Plan institucional de Capacitación Este plan abarca el conjunto de acciones de capacitación y formación que durante un periodo de tiempo y a partir de unos objetivos específicos, facilita el desarrollo de competencias, el mejoramiento de los procesos institucionales y el fortalecimiento de la capacidad laboral de los empleados a nivel individual y de equipo para conseguir los resultados y metas institucionales establecidas en una entidad pública. - Gestionar el Plan de Bienestar e Incentivos PBI Este plan está orientado a crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral del colaborador, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia; así como aumentar los niveles de satisfacción, eficacia, eficiencia, efectividad. Integran este plan actividades de clima y cultura organizacional, actividades de recreación, culturales, deportivas y de prevención a la salud. - Gestionar el Plan de Integridad El propósito de este plan es mejorar las buenas prácticas en el marco de los valores del servicio público, y fortalecer la cultura ética organizacional - Realizar el seguimiento y la valoración por medio de la herramienta de seguimiento a objetivos y de Acuerdos de Gestión para los gerentes públicos, implementando el módulo dispuesto para estos acuerdos por parte del DASCD.	5. Plan Estratégico de Talento Humano, 6. Plan Institucional de Capacitación, 7. Plan de Incentivos Institucionales, 11. Plan de Tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información
13	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 financiera y facturación	Gestión financiera y facturación	3. Gestión con Valores para Resultados	3.1. Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de Procesos	SECRETARIA GENERAL	Sostenibilidad Financiera y desempeño presupuestal	2.5.1 - SF-SF	Diseñar e implementar una "Estrategia de sostenibilidad financiera del Canal, que mejore el equilibrio económico aprovechando las fortalezas de ser entidad distrital y Canal público de televisión, incrementando la inversión y los socios estratégicos, en aprovechamiento al Plan de Desarrollo	- Datos financieros clave del negocio - Activo corriente - Pasivo corriente - Patrimonio - Ingresos Totales - Ingresos operacionales - Ingresos de comercialización - Ingresos por convenios interadministrativos - Costos y gastos administrativos y operacionales - Utilidad Bruta	N/A
14	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 financiera y facturación	Gestión financiera y facturación	3. Gestión con Valores para Resultados	3.1. Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de Procesos	SECRETARIA GENERAL	Eficiencia en los pagos	2.5.2 - SF-EP	Propender por la eficiencia en los pagos realizados desde la Subdirección Financiera tanto a todos los proveedores de bienes y servicios. Implementado acciones de mejora continua en el proceso operativo, con el objeto de tramitar los giros en un plazo no mayor a cinco (05) días hábiles desde su fecha de radicación.	* Recibo, revisión y creación del número de radicado de las cuentas de cobro radicadas por los contratistas y/o proveedores. * Creación de Orden de pago, liquidación de orden de pago, generación de planilla y aprobación de planillas. * Descargar en Bogdata las órdenes de pago. * Revisión de planilla y órdenes de pago. Posteriormente cargar los lotes de pago en el portal bancario. * Autorización de la dispersión del giro o pago.	5. Plan Estratégico de Talento Humano, 6. Plan Institucional de Capacitación, 7. Plan de Incentivos Institucionales, 11. Plan de Tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información
	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.	Gestion de tecnologías de la Información y Comunicaciones	Gestion de tecnologías de la Información y Comunicaciones	6. Gestión del Conocimiento y la Innovación	3.5. Gobierno Digital, 3.7. Seguridad Digital	SECRETARIA GENERAL	Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para la renovación técnológica de Canal Capital	2.4.6 - SA - PETIC	Optimizar la eficiencia operativa y la agilidad del negocio mediante el uso estratégico de la tecnología, garantizando la preservación y accesibilidad del archivo audiovisual, la mejora continua de la experiencia del usuario y la optimización de costos.	1. Fortalecimiento tecnológico en la sede principal para producción en exteriores 2. Fortalecimiento de la capacidad eléctica en las sedes del canal 3. Fortalecimiento técnico en sede principal (master, estudios, in out, master emisión, máster producción) 4. Fortalecer las soluciones de seguridad perimetral (firewallsavanzados, sistemas de detección de intrusiones) para proteger lainfraestructura tecnológica del canal. 5. Mejora de infraestructura de red y conectividad 6. Adquisición de equipos tecnológicos de gesitón operativa, administrativa y misional 7. Desarrollo de aplicaciones y servicios basados en la nube (publica-privada) para facilitar el acceso remoto a los recursos del canal. 8. Implementación de nuevas tecnologías y plataformas de difusión de contenidos 9. Implementación de sistemas de información para la gestión de datos 10. Diagnóstico para la definición de plan de continuidad de negocio (BCP).	10. PETIC- Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETI)
15	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	Producción de contenidos	3.1 - DO-PD	Diseñar e implementar un modelo de producción que permita fortalecer y diversificar la capacidad de producción de acuerdo a la línea editorial del canal.	Consolidación de la información en 2 documentos: Documento consolidado de la cantidad de contenidos PROPIOS producidos por los equipos de la Dirección Operativa. Consiste en un documento consolidado que contiene como mínimo la descripción de los contenidos con relaciona: * Fecha de producción * Tiempos en minutos de las producciones propias generadas por los equipos asignados. * Entre otros. Documento que consolida la información asociada a las adquisiciones de contenidos finalizados, actividad realizada por el equipo de Programación	14. Proyecto de Inversión 7539
16	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 las estrategias de programación y de circulación de los contenidos en las pantallas 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 1er trimestre se presenta la estrategia de programación y se realizan mínimo tres (3) reuniones, una por cada mes. En los trimestres siguientes se suministran soporte de las reuniones mensuales realizadas. 2. Tráfico y Alistamiento del material para emisión - MDCC-FT-022_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 Eureka" 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 consoliden 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 consoliden los datos, alineado a las fechas en envío de la información a FUTIC.La emisión del certificado esta sujeta a los proyectos que se encuentren asociados a la resolución y al número de resoluciones.	14. Proyecto de Inversión 7539
	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	3.2.1 - 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 opinion) producidos y/o emitidos, que promuevan la no discriminación y visibilicen 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 el 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
17	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 1er año del cuatrienio (periodo de 4 años) 2. Las fases 2, 3 y 4 corresponden 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. - 2. Programar, coordinar y ejecutar los mantenimientos preventivos de la infraestructura tecnológica que permita la continuidad de la operación. Se suministra un informe consolidado por semestre. - 3. Transmisiones y eventos apoyados (medición cruzado con Producción en cantidad de contenidos o de horas, periodo vencido) Para esta medición se suministrará el documento "Informe de visitas técnicos y eventos realizados respecto al cronograma de producción" - 4. Medir la señal emitida en el máster de emisión de Canal Capital y Eureka. Esta medición se realiza en minutos.	14. Proyecto de Inversión 7539, 10. PETIC- Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETI)

No.	Indicador: Código	Indicador: Nombre	Indicador: Descripción	Indicador: Numerador (Componente 1)	Indicador: Denominador (Componente 2)	Indicador: Tipo Desempeño	Indicador: Tipo Cadena de valor DNP	Indicador: Variables	Indicador: Tipo de cuantificación indicador	Indicador: Tendencia	Indicador: Meta 2026	Indicador: LÍNEA BASE	Indicador: UNIDAD DE MEDIDA	Indicador: FUENTE DE INFORMACIÓN
12	2.4.5.1 - SA-TH	Porcentaje de cumplimiento de la gestión integral del talento humano	Mide el cumplimiento del Plan estratégico de recursos humanos, el cual tiene como propósito la alineación de la estrategia de la entidad, materializada en el Plan Estratégico de recursos humanos y el Plan Anual de Gestión, consignadas en los Planes del área de talento como son: Plan de Seguridad y Salud en el trabajo, Plan Institucional de Capacitación, Plan de Bienestar e Incentivos y Plan de Integridad. Se da cumplimiento al Decreto 612 con el cual se articulan estos planes dentro del Plan de Acción Institucional.	Σ de la ejecución % por trimestre de los planes de Talento Humano	/ 5 planes de Talento Humano	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	Corresponde al % de la ejecución del plan estratégico, el cual se detalla en la sección de esta hoja de vida, plan operativo	Suma	2 Constante: Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90% de cumplimiento al año, cada trimestre el 25% que demuestra que se está cumpliendo con lo planeado	110,00%	% de ejecución	Reporte de ejecución de actividades de los planes que componen el PLAN Estratégico DE RECURSOS HUMANOS CANAL CAPITAL 2025
13	2.5.1 - SF-SF	Sostenibilidad Financiera	Medición de la variable para el cálculo del incentivo económico otorgado por el FUTIC a los canales regionales. Este indicador se basa en la sostenibilidad financiera que mide Futic para distribuir la inversión entre los canales públicos regionales por planes de inversión. De ahí que se toma la descripción de la Resolución vigente FUTIC (Resolución 3556 de 2024): La Sostenibilidad Financiera "da cuenta de la administración eficiente de los recursos y el esfuerzo por parte de los operadores para gestionar los ingresos por su actividad misional, que permitan apalancar la producción audiovisual y los costos de funcionamiento. Es un incentivo y reconocimiento para los esfuerzos comerciales y de administración." Se mide "con base en los datos reportados en los estados financieros de conformidad con la normativa vigente en materia contable". La ficha incorpora otros datos de carácter financiero y comercial de la empresa, que a largo plazo dan cuenta de la configuración del indicador. Fórmula: Utilidad Bruta: Corresponde al resultado obtenido de los ingresos operacionales, menos los costos directos en los cuales se incurre para generar dichos ingresos; en esta operación, no se tienen en cuenta ni los otros ingresos, ni los gastos operacionales y otros gastos. Ingresos de comercialización: Son los ingresos generados únicamente por la actividad principal del operador, su actividad misional, la cual está enmarcada en la prestación del servicio público de televisión. Se excluyen los ingresos generados por otros rubros y las subvenciones. Activo corriente: Son los activos susceptibles de convertirse en disponibles en un periodo inferior a un año. Ingresos Totales: Es la suma de todos los ingresos, en los cuales se incluyen: ingresos de comercialización, ingresos por transferencias o subvenciones, ingresos no operacionales y los otros ingresos.	(Utilidad Bruta/Ingresos de comercialización) +(Ingresos de comercialización /Activos corrientes)	*(Ingresos de comercialización /Ingresos totales)	3 Efectividad: Impacto o beneficios generados	De resultado: Indicadores cuyo objetivo es cuantificar y valorar: 1)- El cambio en las condiciones de bienestar "") - El cambio de percepción 3) - Generación de nocimiento"	Para la valoración del indicador se tiene como referencia la fórmula predeterminada por el FUTIC, para la asignación de recursos a los Canales Públicos. Utilidad Bruta: Corresponde al resultado obtenido de los ingresos operacionales, menos los costos directos en los cuales se incurre para generar dichos ingresos; en esta operación, no se tienen en cuenta ni los otros ingresos, ni los gastos operacionales y otros gastos. Ingresos de comercialización: Son los ingresos generados únicamente por la actividad principal del operador, su actividad misional, la cual está enmarcada en la prestación del servicio público de televisión. Se excluyen los ingresos generados por otros rubros y las subvenciones. Activo corriente: Son los activos susceptibles de convertirse en disponibles en un periodo inferior a un año. Ingresos Totales: Es la suma de todos los ingresos, en los cuales se incluyen: ingresos de comercialización, ingresos por transferencias o subvenciones, ingresos no operacionales y los otros ingresos.	Constante	1 Creciente: El resultado tiende a crecer en el tiempo	El indicador debe arrojar un resultado positivo y como mínimo del 25% para obtener una asignación de recursos adecuada.	25,36% que corresponde a la medición realizada con los datos de diciembre 31 de 2024	porcentaje de sostenibilidad financiera	Estados Financieros de corte intermedio trimestral (publicados en mayo-agosto -noviembre) y Estados Financieros definitivos (anuales 31 marzo)
14	2.5.2 - SF-EP	Oportunidad en la gestión de órdenes de pago	Medir la eficiencia del proceso de pagos: Este indicador mide el porcentaje de cuentas pagadas en un término no mayor a 5 días hábiles durante el trimestre, se toma como referencia de inicio, el momento en que se genera el número de radicación a la cuenta (previa verificación de los soportes) de desde la Subdirección Financiera en el Sistema Distrital de Pagos ORPAGO. Luego de la radicación, pasa al área de contabilidad donde se realiza la asignación de Orden de pago, liquidación de orden de pago, generación de planilla con el orden de radicación y aprobación de planillas, después de aprobada la planilla pasa a presupuesto para descargue presupuestal, seguidamente a tesorería donde se revisan las planillas y órdenes de pago y el cargue de valores en los aplicativos y finalmente el Subdirector Financiero aprueba los pagos, sin embargo, por temas tributarios o de soportes documentales en cada caso se podría presentar una desviación en los tiempos del trámite.	Número total de cuentas pagadas en un término no mayor a 5 días hábiles en el trimestre	Número total de cuentas pagadas en el trimestre	2 Eficiencia: Uso de los recursos	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 se incluyen en la formula del indicador depende de las cuentas pagadas dentro de los 05 días hábiles después de la radicación, sobre el número total de cuentas pagadas durante el periodo.	Constante	2 Constante: Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	90% del total de cuentas pagadas en 5 días hábiles	83,60%	porcentaje de cuenta pagadas	ORPAGO
	2.4.6 - SA - PETIC	Indicador de Avance (IA) del PETIC (Actividades avanzadas para la implementación del PETIC)	Cuantifica el progreso del proyecto en términos de tareas completadas, hitos alcanzados, en relación con el plan inicial. Se expresa como un porcentaje que refleja el porcentaje del avance actual frente al avance planificado.	Actividades Ejecutadas	Actividades Planeadas	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	Promedio del porcentaje de avance de las actividades ejecutadas sobre las planeadas	Constante	1 Creciente: El resultado tiende a crecer en el tiempo	Cumplimiento de por lo menos el 71% de las actividades planeadas	Es un prototipo y esta será la primera medición	Porcentaje	PETIC
15	3.1 - DO-PD	Producción de contenidos propios Canal Capital	El indicador mide el porcentaje del total de minutos producidos por los equipos de producción de la Dirección Operativa en la totalidad de minutos disponibles para ser programados y circulados (producidos + minutos de contenidos finalizados adquiridos por procesos de compra durante el mismo periodo)	(Sumatoria de los Minutos de producción propia de contenidos audiovisuales	/(Sumatoria de los Minutos de producción propia de contenidos audiovisuales + los minutos de contenidos audiovisuales finalizados adquiridos)	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	Variable 1- Producción propia de contenidos audiovisuales: Para la medición de este indicador se tienen en cuenta los resultados consolidados de la gestión y producción propia de los contenidos expresados en minutos, información que es consignada por los siguientes equipos de producción de la Dirección Operativa en el enlace denominado "Consolidado PRODUCCIÓN PROPIA+POLÍTICA PÚBLICA y otros": 1. Contenidos Informativos: Informativo "AHORA" y sus avances, Especiales AHORA, Hablemos Bogotá; 2. Audiencias Capital - Defensor del televidente; 3. Cápsulas eventos especiales y contenidos transversales; 4. Transmisión culturales, deportivas y académicas; 5. Promos. 6. Contenidos producidos por el equipo de contenidos - tercerizados y microcontenidos, para el análisis de este indicador se tendrán en cuenta los máster finalizados y aprobado de cada proyecto producido los cuales son pregrabados; 7. Contenidos producidos para distribución en las plataformas digitales. Variable 2- Contenidos finalizados adquiridos por Canal Capital: Esta información corresponde al número de minutos de contenidos audiovisuales finalizados adquiridos durante el periodo de análisis, esta información es consolidada por el equipo de Programación de la Dirección Operativa en el enlace "SEGUIMIENTO ADQUISICIONES CAPITAL Y EUREKA", esta información es producida en el marco del procedimiento MDCC-PD-007 Adquisición de licencias de contenidos finalizados. Relación de datos comparados: El comparativo de producción propia se realiza entre los minutos producidos por los equipos de producción de la Dirección Operativa y los minutos de contenidos finalizados adquiridos a través del equipo de Programación durante el mismo periodo.	Constante	2 Constante: Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Lograr que más del 80% de los minutos disponibles para ser programados y circulados sean provenientes de la producción propia, en comparación con los minutos de contenidos finalizados adquiridos mediante procesos de compra.	Para el segundo semestre de 2024, la Dirección Operativa proporcionó, a través de la producción propia, un 76,93% de minutos de contenidos audiovisuales que los minutos de contenidos finalizados adquiridos a través de un proceso de compra.	Porcentaje minutos de producción propia disponibles para ser programados y circulados	* Consolidado PRODUCCIÓN PROPIA+POLÍTICA PÚBLICA y otros * "SEGUIMIENTO ADQUISICIONES CAPITAL Y EUREKA", esta información es producida en el marco del procedimiento MDCC-PD-007 Adquisición de licencias de contenidos finalizados.
16	3.2-DO-PG	Variación del alcance promedio (Avg Rch#) trimestral para las audiencias de TV para Canal Capital.	Este indicador permite medir la variación del "alcance promedio (Rch#) trimestral personas" de lunes a domingo, entre las 6 y 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 extracción 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 Mintic 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 se ha visto 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 le permite hacer uso de la 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 Rch#) trimestral personas" del trimestre en curso - Promedio "alcance promedio (Avg Rch#) trimestral personas" acumulado trimestre año anterior	Promedio "alcance promedio (Avg Rch#) trimestral personas" acumulado trimestre año anterior	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 Reach# (Avg Rch#) es una variable que entrega la plataforma Instar 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	Logar un crecimiento sostenido durante (3) tres trimestres consecutivos del 20% al 30% del alcance promedio trimestral personas de lunes a domingo entre las 6 y 24 horas en zona Nacional.		Porcentaje de crecimiento	RPD rating Colombia CNC centro nacional de consultoría
	3.2.1-DO-PG	Porcentaje de 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 plataformas y 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 80 horas de contenido semestral emitido (equivale a 10%) 2. No Discriminación y Grupos Étnicos: Al menos 6 contenidos anuales (informativos o de opinion) producidos y/o emitidos, que promuevan la no discriminación y visibilicen las prácticas culturales y ancestrales de los grupos étnicos de Bogotá, abordándolos de manera amplia y participativa. (equivale a 10%) 3. Contenidos de cuidado ambiental: Mínimo de 80 horas semestrales de contenido emitido, de referencia y educación ambiental en todas sus plataformas, dirigido a la educación de niños, adolescentes y el 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. (1= Sí - 0=No y equivale a 10%) 5. Intereses de Niños y Adolescentes en Eureka: Mínimo de 80 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%)	Porcentaje de cumplimiento de las actividades del semestre	Porcentaje proyectado para el semestre	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	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 untereses de Niños y Adolescentes	Constante	2 Constante: Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	Lograr el 100% del impacto en el cumplimiento de metar para contribuir con los ODS		Porcentaje de cumplimiento	Parrilla de programación semestral
17	3.3 - DO-TEC	Porcentaje de Disponibilidad Total de Señal Emitida. - Tiempo fuera del aire	Este indicador mide el porcentaje de disponibilidad mensual de las señales emitidas, a partir del (tiempo total mes 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 Eureka. Otros aspectos clave: 1. Esta medición evalúa el cumplimiento de los contenidos emitidos (parrilla), a través de la verificación de la continuidad o playlist 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 Eureka 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 mes en minutos) - (∑ Tiempo en minutos de falla de la señal del periodo reportado)	∑ (Tiempo total en minutos de la señal programada)	1 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 espera 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.	99,90%	porcentaje	Para la medición de este indicador se realizan diariamente el monitoreo de la señal de aire a través de los diferentes puntos de retorno, 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.

No.	Periodicidad del reporte	REPORTE T1-C1: VALOR DEL NUMERADOR (Componente 1)	REPORTE T1-C1: VALOR DEL DENOMINADOR (Componente 2)	REPORTE T1-C1: RESULTADO T1-C1	REPORTE T1-C1: Nivel de desempeño	REPORTE T1-C1: Avance T1 - C1	Liderazgo estratégico/Referente de Control: Líder	Liderazgo estratégico/Referente de Control: Líder Área	Liderazgo estratégico/Referente de Control: Apoyo	Observaciones	Responsable de la medición: Rol
12	1 Trimestral	0,96	4	24,06%	Muy satisfactorio	Para el cumplimiento del Plan de Acción Institucional, conformado por el Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo, el Plan de Bienestar e Incentivos, el Plan Institucional de Capacitación y el Plan de Integridad, durante el primer trimestre se obtuvieron los siguientes resultados: en Seguridad y Salud en el Trabajo se ejecutaron 21 de 22 actividades programadas (95%); en Bienestar e Incentivos se ejecutaron 51 de 51 actividades (100%); en Capacitación se ejecutaron 9 de 10 actividades (90%); y en Integridad se ejecutaron 10 de 10 actividades (100%). En conjunto, estos cuatro planes representan el 100% del Plan Estratégico de Talento Humano, alcanzando un cumplimiento global del 24,06% en el primer trimestre, resultado que se ubica un punto porcentual por debajo de lo esperado, debido a actividades que serán desarrolladas en el siguiente periodo.	2. Secretaría General	Subdirector Administrativo -	Profesional Especializado Recursos Humanos		Profesional Especializado Recursos Humanos
13	3 Semestral	NA	NA	NA	Sin reporte-semestral		2. Secretaría General	Subdirector Financiero	Contratista		Subdirector Financiero
14	1 Trimestral	215	974	22,07%	Alerta	El indicador presenta un resultado inferior al promedio de los trimestres anteriores, ubicándose en el rango de "Alerta". Esto se debe a que la Subdirección Financiera llevó a cabo, durante el primer trimestre de 2026, la implementación del nuevo ERP (SEVEN), lo cual generó un retraso general en los pagos a contratistas y proveedores.	2. Secretaría General	Subdirector Financiero	Contratista		Subdirector Financiero
	1 Trimestral	NA	NA	NA	Sin reporte-semestral		2. Secretaría General 3. Dirección Operativa	Subdirector Administrativo Director Operativo	Profesional especializado Gestión TIC Coordinador técnico		Profesional especializado Gestión TIC Coordinador técnico
15	1 Trimestral	18.523	21.039	88%	Muy satisfactorio	Para el primer trimestre del año 2026, de los 21.039 minutos disponibles para programar en las pantallas de Canal Capital, la Dirección Operativa proporcionó a través de la producción propia un total de 18.523 minutos, que corresponde al 88% del total de minutos disponibles para programar. Con base en lo anterior y conforme a la meta establecida, se evidencia que el indicador se ubicó en un rango de tolerancia "Muy Satisfactorio". Los contenidos de producción propia de Canal Capital que concentran el mayor volumen de minutos y frecuencia de producción, para el trimestre reportado, están los contenidos relacionados por el equipo de Digital que para el mes de marzo, reportó la mayor cantidad de producción; el proyecto Transmisiones, por la naturaleza de su formato, también registra un importante numero de minutos de producción, particularmente en el mes de enero, resultado de la transmisiones de los partidos de la copa femenina de Fútbol Copa Nottinham, Finalmente, el proyecto informativo AHORA, para la vigencia 2026, se estrena con una emisión adicional al día, lo que lleva a partir del mes de febrero a duplicar la cantidad de minutos producidos. Los proyectos para Niños Niñas y Adolescentes, se encuentrán en fase de investigación y preproducción, razón por la que la cantidad de minutos reportados son bajos, frente a los demás formatos.	3. Dirección Operativa	Profesional Especializado Grado 3 de Producción	Contratista	Se hace una nota de rectificación del reporte del primer trimestre. Consideraciones generales a tener en cuenta: Este indicador y el resultado de su relación matemática puede verse afectado por factores tales como: 1. Disponibilidad de presupuesto para la adquisición o compra de contenidos finalizados por parte del área de Programación; 2. Contratación y disponibilidad de talento humano que componen cada una de los equipos de Producción propia de la Dirección Operativa y 3. Gestión comercial de las transmisiones designadas para ser realizadas por la Dirección Operativa.	Profesional Especializado Grado 3 de Producción
16	1 Trimestral	271.546,95	449.768,71	60,37%	Muy satisfactorio	En el primer trimestre de 2026 presentó una variación del "alcance promedio (Avg Rch#) trimestral personas" de 60,37% de lunes a domingo, entre las 6 y 24 horas en zona Nacional respecto a la misma variable y periodo del año anterior.	3. Dirección Operativa	Profesional Especializado Grado 3 de Programación	Contratista		Profesional Especializado 3 - Programación
	Semestral	NA	NA	NA	Sin reporte-semestral		3. Dirección Operativa	Profesional Especializado Grado 3 de Programación	Contratista		Profesional Especializado 3 - Programación
17	1 Trimestral	129.584	129.600	99,99%	Muy satisfactorio	El indicador presenta un desempeño altamente positivo, ubicándose en un rango de tolerancia muy satisfactorio. La continuidad de la señal alcanzó un 99,9%, lo que evidencia un nivel óptimo en la prestación del servicio. Este resultado refleja la eficiencia de las acciones de monitoreo y mantenimiento implementadas.	3. Dirección Operativa	Coordinador técnico	Contratista		Coordinador Tecnico

Capital

PLAN DE ACCIÓN INSTITUCIONAL - PAI 2026
Matriz de seguimiento T1-C1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Versión: 01
(Enero 23 -2026)

#	Objetivo estratégico	Proceso institucional: Proceso institucional (Caracterización Vigente)	Proceso institucional: 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	Planes-Programas-Proyectos: Código_ppp	Planes-Programas-Proyectos: Objetivo del PPP proyecto, plan o estrategia	Planes-Programas-Proyectos: Actividades	Planes-Programas-Proyectos: Plan Institucional o estratégico
18	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 impulse la creación de contenidos innovadores en las plataformas digitales de Canal Capital y 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 es un (1) documento que será elaborado por el Contratistas 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 1er trimestre se generan dos (2) soportes: la "estrategia contenidos digitales" y un (1) acta de seguimiento. Para el trimestre 2, 3 y 4 se genera como soporte un acta de seguimiento. *Crear e implementar la parrilla de contenidos digitales (complemento TV, propios): La parrilla de contenidos consiste en un documento que se diseña 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 genera 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 1294 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 15 y 20 del siguiente mes. Por lo anterior, si el reporte de esta actividad es solicitada en los primero 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 Contenido(s) digitales
19	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, se realizan los comités de contratación y se evalúan las propuestas recibidas. 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 proyetos 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 másteres a control de calidad para revisión, se hacen los ajustes técnicos si aplican y se recibe aprobación final de másteres 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
20	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 ideación y los encuentros presenciales de cocreación en el marco del Laboratorios de cocreación Eureka con audiencias infantiles - 2. Ejecución de los encuentros de ideación 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
21	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 roles de la Oficina de Control Interno: Enfoque hacia la prevención, Evaluación y seguimiento, Liderazgo estratégico, Relación con entes externos de control y Evaluación de la gestión del riesgo.	- 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
22	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
23	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 cursen 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 1.1. Capacitación de prevención, LA/FT, Trámite de Denuncias. 1.2. Capacitación omisión entrega de Información: Impacto Disciplinario 1.3. Capacitación responsabilidad disciplinaria en la supervisión de contratos 1.4. Capacitación incidencia disciplinaria funcionarios y colaboradores Canal Capital 1.5. Capacitación derecha de petición y su impacto disciplinario 2. Seguimiento y control de los Procesos disciplinarios conforme a lo establecido en la ley vigente	N/A

#	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
18	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 areas, 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 cálculo de estas dos variables considera los siguientes puntos clave: 1. 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 cuantas 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 * 0.7 / Total de alcance objetivo para el año	Sumatoria de la interacción al cierre trimestre *0.3 / Interacciones objetivo para el año	1 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 Interacciones 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.
19	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 es el que se mide en el PAI y se reporta a FUTIC, PIIP y SEGPLAN con las siguientes claridades: 1. PORCENTUAL 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.Numero de contenidos producidos a través de convocatorias (Meta 4 de Segplan y actividad 2.1.4 PIIP) *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 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 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 detalla en la sección 4 de este documento	Suma	2 Constante: Se espera un valor o rango de resultado estable en el tiempo	95% de avance en la ejecución de al menos una convocatoria pública (SEGPLAN), u otros mecanismos 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 tercerización de SECOP II, documentos creativos y operativos de cada proyecto y producto audiovisual final generados por las casas productoras.
20	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 de niños y niñas (encuentros virtuales de ideación, y los encuentros presenciales de cocreación) así como el avance en la ejecución de las mismas. Se reporta a PIIP y SEGPLAN. 1. PORCENTUAL DE AVANCE EN LAS GESTIONES DEL PLAN ANUAL DE COCREACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE EUREKA (Indicador Segplan) 2. Número de contenidos cocreados con audiencias ifnantiles 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 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 corresponde a las actividades ejecutadas de acuerdo a la programación del Plan anual que se presenta en la sección 4 de este documento	Suma	2 Constante: Se espera 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	Informes de avance de ejecución de la estrategia de participación y cocreación generados por el área
21	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 dos 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	98% 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
22	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 auditorias 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 cambio de percepción 3) - Generación de nocimiento"	* 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
23	5.0 - C-CID	Gestión de la prevención y trámite de la aplicacion 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, contestación 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 dos elementos: 1) La cantidad de insumos utilizados 2) - Las acciones de gestión realizadas	Acciones corresponde a informes 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 85%	Cumplimiento de las actividades de 2026 - (min 85% - máx 100%)	portentaje de acciones ejecutadas	Actas y registros de asistencia

#	Periodicidad del reporte	REPORTE T1-C1: VALOR DEL NUMERADOR (Componente 1)	VALOR DEL DENOMINADOR (Componente 2)	RESULTADO T1-C1	Nivel de desempeño	Avance T1 - C1	Liderazgo estratégico/Referente de Control: Líder	Líder Área	Apoyo	Observaciones	Responsable de la medición: Rol
18	1 Trimestral	41.592.039	1.586.627	25,4%	Muy satisfactorio	El comportamiento del indicador durante el periodo tiene mucho que ver con cómo arrancó el año. En enero, el alcance bajó porque algunos contenidos propios del canal, como Hablemos Bogotá y La Nevera, dejaron de emitirse temporalmente, y además varios equipos no estaban completos por temas contractuales, lo que redujo la cantidad de contenidos generados. En febrero, aunque ya se habían retomado los contenidos y el equipo estaba nuevamente activo, el trabajo se enfocó en recuperar poco a poco la conexión con las audiencias. Para marzo, el panorama cambió de forma importante: incluso sin contar con un evento fuerte como el FEP, se lograron resultados muy positivos gracias al cubrimiento de temas de actualidad y contenidos de alto interés, lo que permitió cerrar el trimestre con un balance favorable.	3. Dirección Operativa	Contratista-Líder Digital	Contratista		Contratista- Líder Digital
19	1 Trimestral	45%	100%	45%	Muy satisfactorio	1. Se contrataron las 7 personas que estaban previstas para el diseño de fichas de proyecto, convocatorias, etapa precontractual, de evaluación y de seguimiento a la ejecución de la producción de contenidos tercerizados o en coproducción. 2. Se realizaron los estudios previos para Bogota Improvisa, las prórrogas para el proyecto Un Río de Preguntas y se realizó el proceso de convocatoria pública de producción por encargo CP-004-2026. 3. Se firmo el contrato de coproducción para el proyecto Bogotá Improvisa. 4. Se recibió la propuesta creativa y operativa preliminar, del proyecto de coproducción Bogotá Improvisa. 5. Se recibieron las propuestas creativas y operativas finales y los másteres de los proyectos: Un Río de Preguntas y Pasando la Página, aprobados por control de calidad. Se incluyen soportes con antecedentes de estos dos proyectos en 2025, que no se reportaron porque no estaba previsto incluir proyectos no financiados por FUTIC)	3. Dirección Operativa	Contratista- Líder de contenidos de ciudadanía, cultura e infancia -CCI	Contratista	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
20	1 Trimestral	28%	100%	28%	Muy satisfactorio	ACTIVIDAD 3. Encuentros de cocreación presenciales: 3.1 Se realizó un primer encuentro presencial con la generación eureka 2026 el 14 de febrero, al que asistieron 16 niños y niñas que exploraron asuntos relacionados con los cuatro ejes temáticos de eureka 3.2 Se realizó un segundo encuentro presencial con la generación eureka 2026 el 21 de marzo, al que asistieron 8 niños y niñas y realizaron el taller de preparación ante cámara 3.3 Se realizó un tercer encuentro presencial con la generación eureka 2026 el 21 de marzo, al que asistieron los 8 niños y niñas restantes y realizaron el taller de preparación ante cámara	3. Dirección Operativa	Contratista- Líder de contenidos de ciudadanía, cultura e infancia -CCI	Contratista	25 contenidos cocreados con audiencias infantiles (DATO INFORMATIVO, COMPLEMENTARIO AL INDICADOR) -	Líder de contenidos de ciudadanía, cultura e infancia -CCI
21	1 Trimestral	48	48	100%	Muy satisfactorio	Se adelantaron las (48) actividades programadas para el primer trimestre de la vigencia 2026, resultados que se reflejan en el seguimiento al Plan Anual de Auditoría de la Oficina de Control Interno. A la fecha de corte no se presentaron incumplimientos o rezagos respecto a lo programado.	4. Control Interno	Jefe Oficina de Control Interno	Contratista		Oficina de Control Interno
22	Cuatrimestral	4,7	1	4,7	Muy satisfactorio	Al 30 de abril de 2026 se cerró una (1) auditoría de las tres (3) iniciadas para el cuatrimestre, por lo que se presenta el resultado emitido por parte del proceso, el cual refleja un puntaje catalogado como "Muy satisfactorio", de confomidad con los rangos de tolerancia proyectados. De igual manera, teniendo en cuenta que el Comité Institucional de Coordinación de Control Interno se encuentra programado para Mayo de 2026, se socializarán los resultados correspondientes.	4. Control Interno	Jefe Oficina de Control Interno	Contratista		Oficina de Control Interno
23	1 Trimestral	2	8	25%	Muy satisfactorio	El pasado 31/03/2026, se brindo Jornada de sensibilización en Derecho Disciplinario (Ley 1952 de 2019) y canal de denuncias de Canal Capital, asi mismo se carga como evidenecia el seguimiento de los procesos disciplinarios para el primer trimestre, Conforme a lo anterior se evidencia que la Oficina de Control Disciplinario Interno dio cumplimiento al seguimiento y control de los procesos de conformidad con la ley 1952 de 2019.	5. Control Disciplinario	Jefe Oficina de Control Disciplinario Interno	Contratista		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 allí definidos, el Plan Anual de Adquisiciones se encuentra en 1.1.1.G.PL; El PETIC en 2.4.6 - SA - PETIC. Los 2 asociados a la seguridad de la información están 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"