



## Plan de Acción 2019-2020



# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

01

TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL Y 4IR  
14%

02

CONVERGENCIA DE  
CONTENIDOS  
14%

03

LIDERAZGO EN EL SISTEMA  
DE MEDIOS PÚBLICOS  
8%

04

MEJORES PRÁCTICAS Y BUEN  
GOBIERNO CORPORATIVO  
13%

05

RECONOCIMIENTO Y  
GESTIÓN ACTIVA DE  
PORTAFOLIO DE MARCAS  
DE RTVC  
14%

06

TRANSFORMACIÓN  
HUMANA  
14%

07

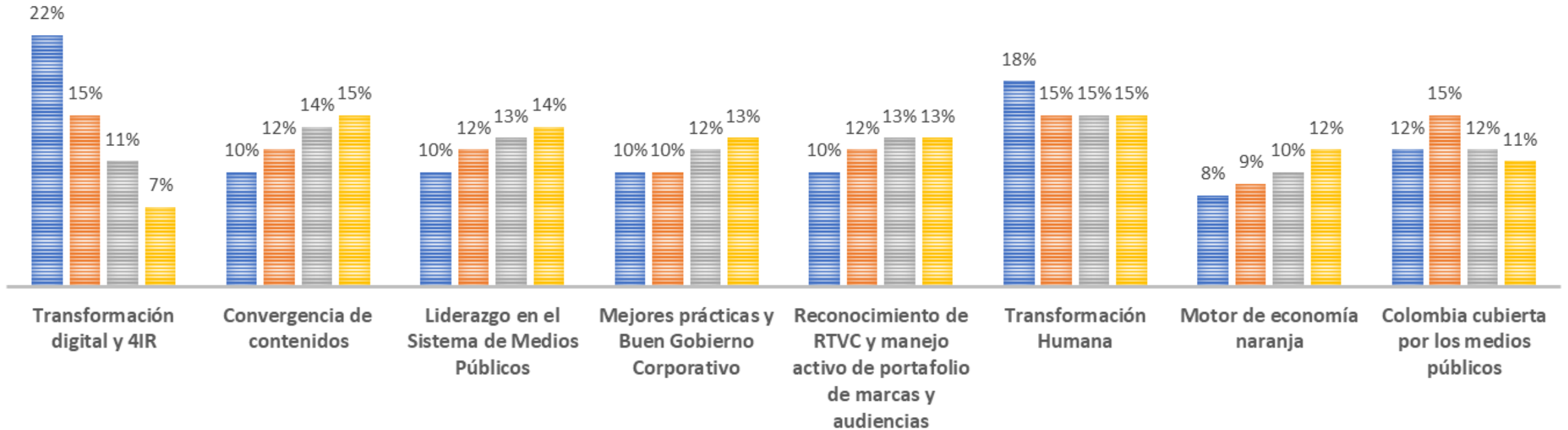
MOTOR DE LA ECONOMÍA  
NARANJA  
13%

08

COLOMBIA CUBIERTA POR  
LOS MEDIOS PÚBLICOS  
10%

# FOCO ESTRATÉGICO

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



# 01 TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y 4IR

**Objetivo:** RTVC será reconocida por el uso de las tecnologías de la cuarta revolución industrial en la construcción de procesos transparentes, eficientes y efectivos tanto internos como de interacción con sus audiencias, públicos y aliados.

**Indicador estratégico:** % de Avance de Transformación Digital

Plan de acción por vigencia	
2019	2020
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Diagnóstico. 30%</li><li>2. Definición ruta y plan de trabajo. 30%</li><li>3. Gobernanza de innovación (Estructura y metodología). 10%</li><li>4. Definición de proyectos prioritarios 4RI. 30%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Avance del plan de trabajo. 40%</li><li>2. Inicio Prototipado proyectos 4IR. (Banco de Proyectos). 40%</li><li>3. Sistema Integrado de Información y Gestión (Definición de necesidades y contratación) 20%</li></ol>

# 02 CONVERGENCIA DE CONTENIDOS

**Objetivo:** Seremos reconocidos como uno de los sistemas de medios públicos líderes en la innovación de contenidos convergentes en Latinoamérica.

**Indicador estratégico:** % de Avance hacia la convergencia

Plan de acción por vigencia	
2019	2020
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Definición del modelo interno de convergencia. 40%</li><li>2. Definición Rediseño Organizacional. 30%</li><li>3. Redefinición de procedimientos. 20%</li><li>4. Definición e Inicio de “Estudio 0”. 10%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Porcentaje de contenidos convergentes. 25%</li><li>2. Primer mercado de coproducción convergente. 25%</li><li>3. Inicio de producción por encargo convergente. 25%</li><li>4. Número de pipeline de innovación convergente. 25%</li></ol>

# 03 LIDERAZGO EN EL SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS

**Objetivo:** Asumimos la responsabilidad de liderar los medios públicos regionales en el camino de la convergencia y el uso de las mejores prácticas y la tecnología en la gestión de contenidos públicos.

**Indicador estratégico:** % de Avance en el posicionamiento de RTVC como líder del Sistema de medios públicos

## Plan de acción por vigencia

**2019**

1. Primer Foro internacional de buenas prácticas y avances de los medios públicos. 50%
2. Definición conservación archivo audiovisual (Señal Memoria + Regionales). 25%
3. Primeros contenidos online (RTVCPlay + Regionales). 25%

**2020**

1. Dos Foros Internacionales de buenas prácticas. 40%
2. Primer grupo de archivos conservados. 30%
3. Primer contenido y actividades desarrolladas por varios canales. 30%

# 04 MEJORES PRÁCTICAS

**Objetivo:** Adoptaremos las mejores prácticas mundiales en la creación de valor para la ciudadanía tanto en la gestión de contenidos públicos convergentes de relevancia e impacto como en la gestión empresarial y el gobierno corporativo de RTVC.

**Indicador estratégico:** % de Apropiación de Buenas Prácticas

## Plan de acción por vigencia

**2019**

1. Definición línea de base. 15%
2. Definición eje ambición. 15%
3. Establecimiento de 2 alianzas. 30%
4. Elaboración del manual buen gobierno (foco transparencia). (Certificaciones ISO, MIPG, UNESCO, Estrategia Legal y Equilibrio Financiero). 40%

**2020**

1. Elaboración y adopción de un manual de buenas prácticas en generación de contenidos. 40%
2. Consolidación Buen Gobierno. 60%

# 05 RECONOCIMIENTO Y GESTIÓN ACTIVA DE PORTAFOLIO DE MARCAS DE RTVC

**Objetivo:** Los colombianos nos reconocerán a través de nuestras marcas como una empresa innovadora, transparente, cercana, respetuosa, incluyente, independiente, dinámica y líder en toda la cadena de gestión de contenidos pertinentes, impactantes, oportunos y de calidad.

**Indicador estratégico:** % de Avance en el Reconocimiento y Favorabilidad en la Percepción

## Plan de acción por vigencia

**2019**

1. Definición de arquitectura portafolio de marcas (promesa de valor de cada marca y aporte social). 40%
2. Plan de posicionamiento de marcas. Fortalecimiento de comunicación y mercadeo. 30%
3. Definición de método de sintonía con audiencias. 30%

**2020**

1. Desarrollo de estrategias de marcas. 50%
2. Medición cuali/cuanti de audiencias e impacto con centro de monitoreo de audiencias. 50%

# 06 TRANSFORMACIÓN HUMANA

**Objetivo:** La única manera de lograr estos cambios es con una verdadera revolución humana paralela a la revolución digital y de convergencia. Para ello, invertiremos en la educación, capacitación y entrenamiento de nuestra gente y de quienes trabajan con nosotros

**Indicador estratégico:** % de Avance de la transformación humana

## Plan de acción por vigencia

### 2019

1. Plan estratégico de TH (Foco en alineación de metas con procesos e incentivos, clima y cultura organizacional). 40%
2. Diseño e inicio del plan de capacitación en convergencia, transparencia, buen gobierno, riesgo, innovación, creatividad y habilidades del siglo XXI (OCDE). 40%
3. Plan estratégico de Gestión del Conocimiento. 20%

### 2020

1. Avance en el plan de capacitación. 30%
2. Avance en el plan estratégico de Gestión del Conocimiento. 40%
3. Cultura de la innovación (personas capacitadas y número de actividades desarrolladas). 30%

# 07 MOTOR DE LA ECONOMÍA NARANJA

**Objetivo;** Seremos el principal motor del sector de creación audiovisual convergente y multiplataforma que hace parte de la economía naranja.

**Indicador estratégico:** % de Avance de RTVC como motor de la economía naranja.

## Plan de acción por vigencia

### 2019

1. Finalización mercado de coproducción. 50%
2. Definición de la estrategia de alianzas para canalizar fondos. 40%
3. Definición de RTVC como incubadora/escaladora. 10%

### 2020

1. Inicio mercado coproducción 2020 con aliado capital de riesgo. (US\$6 millones). 40%
2. Incubadora en crecimiento 3 empresas. 30%
3. Cátedra RTVC (incentivar proyectos audiovisuales). 20%
4. Plan de escalamiento internacional. 10%

# 08 COLOMBIA CUBIERTA POR LOS MEDIOS PÚBLICOS

**Objetivo:** Red pública de TDT y DTH (100%), Internet satelital, Radio (80% + emisoras de paz)

**Indicador estratégico:** % de Avance de los planes de infraestructura

Plan de acción por vigencia	
2019	2020
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Definición plan DTH/TDT en detalle. Inicio proceso contratación (incluye Radio). 70%</li><li>2. Emisoras paz (3). 30%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Desarrollo planes definidos en TDT/DTH. 50%</li><li>2. Emisoras paz (10). 25%</li><li>3. Plan escalonado de apagón analógico. 10%</li><li>4. Renovación del Centro de Emisión. 15%</li></ol>