



PLAN ESTRATÉGICO

2016 – 2019



Conectados
por un telepacífico de
clase mundial

JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL 2016



MIEMBROS

DILIAN FRANCISCA TORO TORRES

Gobernadora del Valle del Cauca

MARCELA HUERTAS FIGUEROA

Gerente INFIVALLE

DAVID LUNA SANCHEZ

Ministro de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones

INIVITADA

ISABEL CRISTINA RESTREPO

Secretaria de Cultural Departamental
Gobernación del Valle

DELEGADOS

ANA ADIELA ZAMORA

Jefe Oficina de Comunicaciones

ANDREA BUENAVENTURA BORRERO

Miembro Delegado de la Gobernadora del
Valle

MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR

Miembro Delegado del Ministerio de las TIC

PERSONAL DIRECTIVO DE TELEPACIFICO



Cesar A. Galviz Molina

Gerente General

Marino Aguado Varela

Director de Producción

Fabio Larrahondo

Director de Programación

John Carlos Hurtado Gamboa

Director Técnica y Sistemas

Yamileth Restrepo

Directora Administrativa

Martha Cecilia Jaramillo Duque

Directora Financiera

Javier Herrera

Director Comercial y de Mercadeo

Bianney Arias Quejada

Jefe Oficina Asesora de Planeación y Desarrollo

Carlos Alberto Cruz Rivera

Jefe Oficina Asesora de Control Interno

Liliana López López

Jefe Oficina Asesora Jurídica



EQUIPO COORDINADOR DE LA FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

Cesar A. Galviz Molina	Gerente General
Bianney Arias Quejada	Jefe Oficina de Planeación y Desarrollo
Martha Cecilia Jaramillo Duque	Directora Financiera
Marino Alberto Aguado Varela	Director de Producción
Fabio Larrahondo	Director de Programación
Javier Herrera	Director Comercialización y Mercadeo
Carlos Alberto Cruz Rivera	Jefe Oficina de Control Interno
Liliana López López	Jefe Oficina Jurídica
Yamileth Restrepo	Directora Administrativa
John Carlos Hurtado Gamboa	Director Técnica y Sistemas
Javier Fernando Osorio	Asesor en temas creativos
Rodolfo Gómez Concha	Asesor en Comunicaciones
Alejandro Morante Maldonado	Asesor Plan Estratégico



PRESENTACIÓN DE LA GERENCIA

La dinámica de las tecnologías de las comunicaciones, los cambios en los hábitos de consumo de las audiencias, así como la masificación de internet, la diversidad de plataformas, y los cambios en la industria de la televisión y los contenidos audiovisuales, inciden directamente en la televisión pública y en su labor de producir y emitir contenidos de alta calidad. Esto puede tomarse como una seria amenaza respecto a la financiación de la televisión pública, pero también como un motor de inspiración y motivación para fortalecer las estructuras de los canales públicos regionales.

Actualmente el sector de la televisión en Colombia enfrenta un entorno complejo y cambiante, debido principalmente a transformaciones tecnológicas, y a la presencia de nuevos actores y nuevos escenarios de mercado, que han impulsado la construcción de una nueva política pública de televisión y contenidos audiovisuales en la que se está trabajando.

En Telepacífico nos estamos modernizando y poniendo a tono con las demandas del mercado, estamos evolucionando hacia un medio de comunicación ágil, eficiente con nuevas ofertas para nuestras audiencias y clientes empresariales que nos permitirán ser sus aliados estratégicos en el negocio de comunicaciones.

Estamos comprometidos con el cambio, trabajamos arduamente para ofrecer contenidos convergentes de talla mundial, a través de múltiples plataformas que nos permita llegar a las audiencias donde quiera que se encuentren, por el medio que deseen vernos y decididos a cumplir con nuestros compromisos de informar, entretener, educar y contribuir al desarrollo social y cultural de la región pacífico.

Por lo anterior me complace presentar el **“Plan Estratégico 2016 – 2019 Conectados por un telepacífico de clase mundial”** resultado de un importante trabajo en equipo que determinará el derrotero de la empresa en el próximo cuatrienio y de esta forma alcanzar la transformación hacia una entidad sostenible, recordada y preferida por nuestra audiencia.

Cordialmente,

Cesar Gálviz M.
Gerente General



Contenido

1. RESEÑA HISTORICA DE TELEPACÍFICO	8
2. ENFOQUE METODOLÓGICO	11
3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	20
3.1 Misión	20
3.2 Visión.....	21
3.3 Código de Ética y Valores Institucionales	21
3.4 Política de Calidad	23
4. MARCO ESTRATÉGICO	24
4.1 Objetivos Estratégicos.....	24
4.2 Estrategias - Programas	25



Listado de Ilustraciones

Ilustración 1 Diseño metodológico	15
Ilustración 2 Fases del Proceso	16
Ilustración 3 Objetivos estratégicos Telepacífico	24



1. RESEÑA HISTORICA DE TELEPACÍFICO

El 25 de julio de 1986, como parte de los actos conmemorativos de los 450 años de la fundación de Santiago de Cali, se firmó el compromiso de creación y constitución del Canal Regional de Televisión para el suroccidente Colombiano, con el nombre de Canal Regional de Televisión, “TELEVALLE”; el cual fue modificado en el año 1987, pasando a ser Sociedad Canal Regional de Televisión del Pacífico Ltda., “TELEPACIFICO”, en razón de su cobertura para el Valle del Cauca, Cauca, Chocó y Nariño.

El 3 de julio de 1988, se emitió por primera vez la señal del Canal Regional, cubriendo el centro y el sur del Valle del Cauca, con 24 horas semanales de programación, en las cuales participaron 8 empresas productoras de la región; en ese entonces AS Televisión, Corvisión, Imágenes Televisión, Procívica Televisión, Cañaveral Televisión, TValle, UVTV y TeleAsociados.

TELEPACIFICO en 1995, pasó de ser una Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden Nacional vinculada al Ministerio de Comunicaciones a ser una empresa Industrial y Comercial del Estado del orden Departamental, vinculada a la Comisión Nacional de Televisión. En este mismo año se llevó a cabo el proyecto de automatizar y digitalizar la emisión tanto de los programas como de los comerciales, constituyéndose así en el primer Canal de televisión en Colombia en realizarlo.

Para marzo de 1996 se inicia la transmisión vía satélite, utilizando el sistema de Inravisión y el satélite Intelsat 806.

Durante el año 1998 se adelantó el proyecto de expansión y mejoramiento de la red de transmisión, con el que se amplió el cubrimiento de la señal a los departamentos de Chocó, Cauca, Nariño y el resto del Valle del Cauca. Se realizó el montaje de 14 estaciones nuevas de Televisión Satelital, distribuidas en los departamentos de Valle del Cauca, Chocó y Nariño, logrando de esta manera un cubrimiento poblacional de casi 6.000.000 de habitantes y un total de 22 estaciones.



Telepacífico para el año 2001, por primera vez en la historia de la televisión en Colombia, dio inicio al proyecto EDUCA TV, un sistema de televisión educativa formal, de carácter presencial, orientado a cubrir con calidad el déficit en el nivel medio, es así como en 2002 EDUCA TV fue considerado por el Ministerio de Educación como modelo nacional y se aplicó a 23 municipios del Valle del Cauca.

El 12 de enero de 2007 se protocolizó la compra del Teatro Imbanaco. El cual fue adecuado y modernizado para convertirlo en el primer teatro estudio de televisión del país.

En 2008 salen al aire programas producidos cien por ciento por el canal: Amaneciendo, Agropacífico, Somos Pacífico, y Tardes del sol. El canal celebró sus 20 años, el 3 de julio, día en el que se lograron 18 horas de transmisión en vivo y en directo.

En 2012 Telepacífico con el objetivo de expandir su señal de televisión en vivo por medio de dispositivos móviles de última generación, y de masificar sus servicios y posicionar al canal como uno de los medios regionales de comunicación pioneros en este tipo de tecnología, invirtió en la “Renovación de la página web, adquisición de nuevos software que permitieron la presencia de Telepacífico en dispositivos móviles y Smartphone, aplicaciones de la estrategia de gobierno en línea a la página web, adquisición de un servicio exclusivo de transmisión del streaming de Telepacífico.

Entre los años 2013 y 2016, como parte de un proyecto financiado con recursos de regalías, se adquirieron e implementaron los equipos para la captura, procesamiento, emisión y transmisión necesarios para garantizar al televidente una señal de televisión en alta definición (HD). Es así como el 15 de marzo del año 2016 se emite la señal en HD.

Después de 28 años al aire, Telepacífico, es un canal público de televisión regional que ha logrado consolidarse y liderar la difusión de valores culturales y educativos, integrar los intereses de la comunidad y acercarse a los televidentes por medio de programas que expresan y ponen de manifiesto la idiosincrasia de la región;



informan sobre el acontecer no solo regional sino nacional e internacional y rescatan los valores culturales, sin dejar de lado los procesos educativos y formadores de nuestra región.

2. ENFOQUE METODOLÓGICO

En cumplimiento de la normatividad vigente para las empresas públicas y en general como elemento fundamental de la administración empresarial, la planeación estratégica se realiza para establecer el rumbo de la organización para los próximos años, estableciendo las apuestas estratégicas que guiarán a la empresa hacia el logro de sus objetivos en cumplimiento de su misión, para así cumplir con la visión formulada.

El Departamento Nacional de Planeación DNP, en su propuesta de alternativa metodológica para un proceso de planeación estratégica¹, plantea que “la mayoría de las metodologías para la formulación de planes estratégicos contemplan una primera fase de diagnóstico, una de exploración y definición de opciones de desarrollo, con uso de técnicas de prospectiva, y una fase de planificación operativa, dirigida a concretar tanto los programas y proyectos como los instrumentos y medios para su implementación”, por tanto el desarrollo del presente plan atiende cada una de estas fases, naturalmente, ajustada a sus condiciones particulares y su condición jurídica.

Telepacífico como entidad pública, además empresa industrial y comercial del estado, busca alinear su plan estratégico con las directrices de otras entidades del sector, tales como el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones, la Autoridad Nacional de Televisión, el Departamento Nacional de Planeación y la Gobernación del Valle del Cauca.

En el plan estratégico del Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones 2015 – 2108, se trazaron 4 líneas estratégicas que son, empleo, gobierno digital, educación y ciudad región, particularmente en esta última, tiene como objetivo principal, “consolidar los ecosistemas digitales regionales para transformar la vida

¹ Propuesta metodológica para la elaboración de planes estratégicos territoriales.



de nuestras ciudades y territorios” y como gran reto “incentivar la inversión de la industria y la oferta de conectividad al usuario final”, para ello la meta al 2018 es tener 100% en cobertura nacional de televisión digital. Actualmente Telepacífico modernizó su plataforma y emite toda su programación en HD, adicionalmente en este plan estratégico 2016-2019, incorpora proyectos que contribuyen a este objetivo del Mintic.

Por otra parte el Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un nuevo país” 2014 - 2018, establece tres pilares estratégicos, Paz, Equidad y Educación. La ANTV se alinea con el pilar Paz y con los compromisos asignados por el PND como:

Competencia con calidad: En el artículo 39 se establece el apoyo a los canales públicos y el desarrollo de los contenidos digitales multiplataforma a través de la ANTV. Telepacífico apunta claramente en sus objetivos estratégicos a este aspecto.

Cobertura universal de la televisión pública: En el artículo 194 se asigna la responsabilidad al Mintic para promover el servicio universal de las tecnologías de la información y las comunicaciones y a la ANTV la promoción de la televisión digital terrestre (TDT), razón por la cual se financian estos proyectos y particularmente Telepacífico ha contribuido recientemente a la implementación de esta estrategia y para el presente plan involucra una nueva implementación en una región del Valle.

El pilar de educación es destacado tanto en el plan del Mintic como en el Plan Nacional de Desarrollo y para Telepacífico es uno de los componentes principales de su operación, conscientes de su responsabilidad como canal de televisión público y de los planes de cobertura universal TDT, se incluye la realización de contenidos culturales y educativos y el fomento al respeto a los valores, la identidad cultural y la responsabilidad social.



Así mismo el plan estratégico de Telepacífico está articulado con el Plan de desarrollo del Valle del Cauca 2016 -2019 “El Valle está en vos”, en los pilares de “paz territorial” y “Valle productivo y competitivo”, en las líneas de acción de Buen Gobierno, El Valle le dice si a la paz y Ciencia, Tecnología e Innovación.

Para el plan estratégico de Telepacífico, se ha tomado como base el modelo presentado por Fred David, realizando una adaptación según las características de la empresa. Este modelo tiene 3 grandes fases: la fase de Análisis Estratégico, la fase de la Formulación Estratégica, y la fase de Implantación Estratégica.

Fase 1: Análisis Estratégico: Consiste en hacer una revisión de los factores externos a la organización para identificar oportunidades y amenazas que puedan incidir en el futuro y resultados de operación. De igual forma se realiza una revisión de los factores internos de la empresa, haciendo un análisis por área. Se pretende identificar fortalezas y debilidades tanto de las áreas como en conjunto, de todo el canal. Importante identificar los problemas relevantes que afectan la operación de la empresa. Estos análisis se complementan con estudios de competencia y entrevistas a especialistas en los temas relacionados con el negocio de tal forma que se pueda tener una visión externa que enriquezca el diagnóstico.

Fase 2 Formulación Estratégica: A partir de los resultados del diagnóstico se procede a realizar la revisión de misión y visión actuales para proponer, si es pertinente, unas nuevas propuestas alineadas para este nuevo plan. En esta fase se presentan los objetivos estratégicos, programas, estrategias y proyectos acompañados de su respectivo plan de inversiones.

Fase 3 Implantación estratégica: El éxito del plan estratégico está en una adecuada implantación, que básicamente consiste en poner en marcha todos los lineamientos trazados y bajados a las áreas, a través de los planes de acción que ejecutarán cada una de ellas.



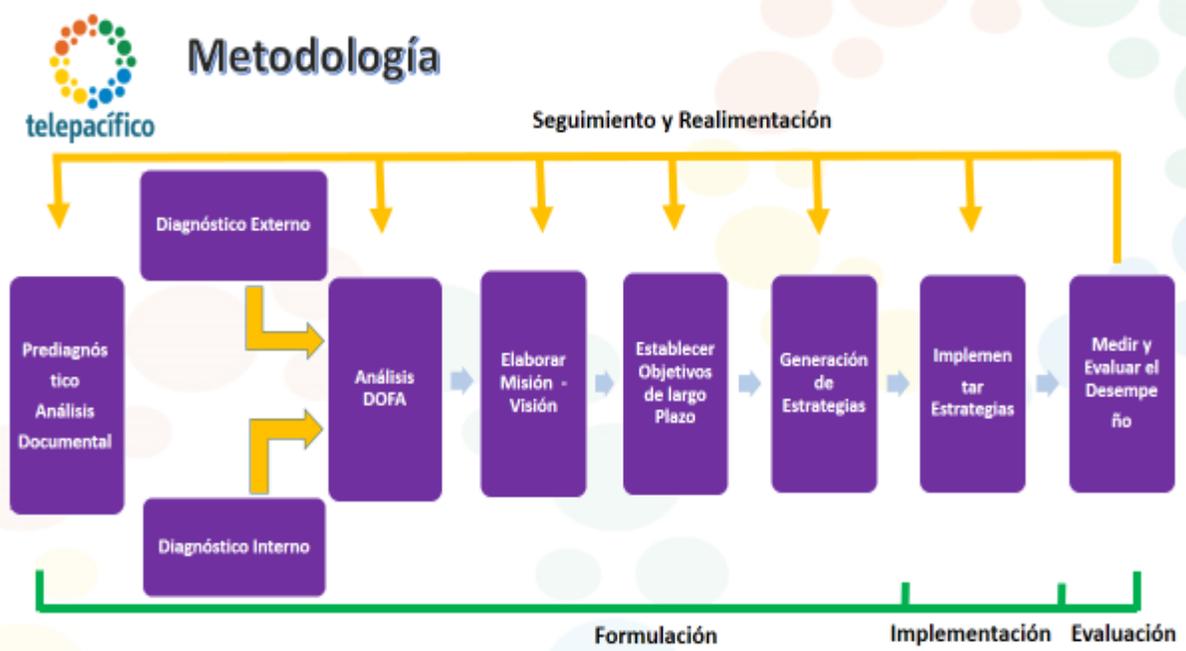
El ciclo se cierra con un proceso de realimentación y control en cada fase, lo que permite hacer los ajustes pertinentes en los momentos requeridos.

Como elemento fundamental y alineado con las recomendaciones del DNP, se adopta un enfoque prospectivo, que implica una visión de futuro estructurada, transformadora, innovadora, y realizable.

Enfoque Prospectivo: Según el profesor e investigador de la Universidad del Valle, PhD Javier Medina, es importante tener claridad que las decisiones estratégicas de una empresa implican altos costos, altos impactos y efectos irreversibles; hay que tener en cuenta también que esos altos costos y efectos son multidimensionales, es decir, no son solamente económicos, pueden ser sociales, culturales, ambientales, científicos-tecnológicos, políticos-administrativos, etc.

La prospectiva trata de la construcción de los futuros posibles, probables y deseables, y le interesa no simplemente hacer pronósticos acerca de lo que puede llegar a ocurrir sino reflexionar sobre la riqueza y el contenido de la visión de futuro; se trata de mirar mejor, de mirar más lejos, de ver profundo, de ver de otra manera, en forma amplia, tomando los riesgos y pensando en el ser humano. Mirar mejor, no trata de visiones convencionales, no son estereotipos, se trata siempre de dar un toque particular, algo constructivo, algo que enriquezca esas mentalidades existentes, mirar más lejos.

Ilustración 1 Diseño metodológico



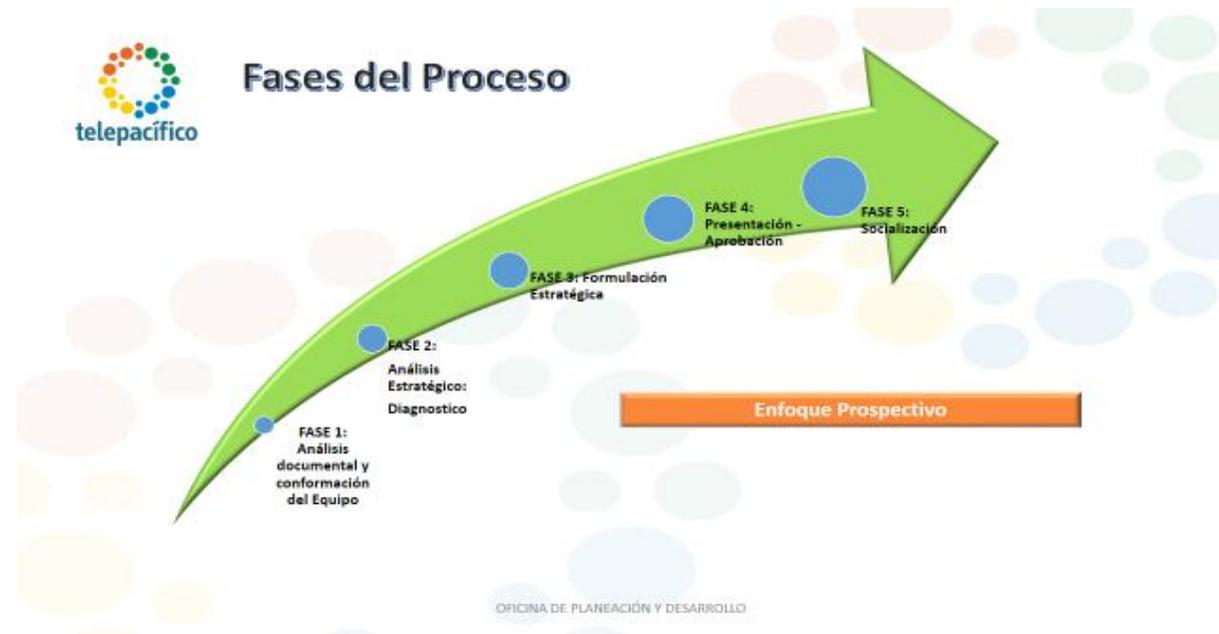
Fuente: Elaboración propia, adaptación del modelo Fred R. David

OFICINA DE PLANEACIÓN Y DESARROLLO

En la construcción del plan estratégico se contó con la decidida participación de las 6 Direcciones de la empresa, las 3 oficinas asesoras y el liderazgo de la Gerencia; se llevaron a cabo jornadas de trabajo donde se realizaron sesiones y talleres de diagnóstico y análisis, donde participaron los equipos de trabajo de cada área y se realizaron consultas específicas a colaboradores de gran experiencia y trayectoria en la organización.

A continuación se describen las diferentes fases del proceso:

Ilustración 2 Fases del Proceso



Fuente: Elaboración propia, adaptación a partir de Fred David

Fase 1: Análisis documental y conformación del equipo

La oficina de planeación realizó una revisión documental donde se analizó el plan estratégico anterior, los informes de gestión de la empresa en los últimos años, los informes de contraloría, del MECI, el plan estratégico de la ANTV y del Mintic, El Plan Nacional de Desarrollo, entre otros. La idea era tener un punto de partida para orientar el trabajo a realizar.

Para la conformación del equipo de trabajo, se convocó a todos los Directores y jefes de las áreas quienes a su vez trabajaron con sus colaboradores; adicionalmente se vinculó a un asesor externo para el acompañamiento en la construcción del plan.

Fase 2: Análisis Estratégico: Diagnóstico

Análisis Interno

Para el desarrollo de este proceso, se aplicó la técnica FADO (Fortalezas, Amenazas, Debilidades y Oportunidades). Para el análisis interno se tuvo en cuenta la identificación de las fortalezas y debilidades mediante el diseño de un instrumento donde cada una de las áreas identificó sus recursos y capacidades, aquello en lo que realmente era fuerte y aquellos elementos que no se tienen o deben fortalecerse. Este ejercicio se complementó con entrevistas individuales con cada uno de los directores de las áreas.

Adicionalmente, se realizó un ejercicio de identificación de los problemas relevantes de la empresa, que implicó una mirada holística del canal, y a su vez se identificaron los problemas relevantes de cada área. Así mismo se formularon las Ideas Fuerza que brindaban posibles soluciones o acciones de gran impacto para resolver los problemas y para aportar al futuro de la organización.

Construcción del consolidado FADO

La oficina de planeación realizó la consolidación de toda la información recopilada en las áreas identificando las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas más importantes.

Con los problemas más relevantes y las ideas fuerza se procedió en forma similar. Luego de consolidar, sistematizar y analizar toda la información, se procedió a validar consultando nuevamente con los Directores y jefes de área quienes enviaron sus comentarios y observaciones pertinentes.

Finalmente, este resultado fue presentado para validación y ajustes en un taller que se realizó durante todo un día, fuera de las instalaciones de Telepacífico y en el que participaron 25 personas del canal entre jefes y colaboradores en general.

Análisis Externo

Para el análisis externo se aplicaron algunas técnicas de gran impacto, las cuales permitieron obtener importante información:

Vigilancia competitiva: Se contó con la asesoría y acompañamiento del especialista en Vigilancia competitiva, Felipe Ortiz, de la empresa Octopus Force. En una sesión de trabajo, se explicó a los miembros del equipo, la importancia de la vigilancia competitiva y la forma técnica de realizarla.

La oficina de planeación en compañía de su asesor externo, realizó la investigación del sector de las telecomunicaciones y específicamente de la televisión regional, para identificar resultados, tendencias y normatividad.

Como parte de la vigilancia competitiva, se monitoreó a otros canales regionales en procura de identificar buenas prácticas y tendencias comunes.

Consulta a Especialistas: Con la participación de todo el equipo de trabajo, se coordinaron tres conversatorios con especialistas en televisión, en los cuales se pudo tener una visión externa de la Telepacífico sobre las tendencias en televisión y el futuro de los canales regionales. Sus valiosos aportes fueron de gran interés y orientación al equipo de trabajo.

Fase 3: Formulación Estratégica

Construcción de nueva Misión – Visión

Se realizó una Jornada de formulación Estratégica con la participación de los jefes de área y de algunos colaboradores de las mismas. Se inicio con una revisión de la misión y visión actual utilizando una metodología de revisión mediante un instrumento de interrogantes. Los asistentes presentaron diferentes propuestas y posteriormente fueron consolidadas y sistematizadas por la oficina de planeación.



En una nueva sesión con el equipo de trabajo en el comité de Gerencia, se presentaron a consideración dos propuestas de misión y visión, y se deliberó y se formuló una nueva misión y visión para el canal que regirán a partir de este plan estratégico 2016-2019.

Establecimiento de Objetivos y Estrategias

A partir de los problemas relevantes de la empresa, planteados por el equipo de trabajo y revisados y validados posteriormente, se estructuró un listado de objetivos principales o estratégicos, los cuales fueron puestos a consideración del equipo de trabajo. Se revisaron uno a uno los objetivos propuestos y se ajustaron de acuerdo a las observaciones realizadas.

Con la información recopilada, el equipo de planeación diseño una matriz de objetivos, con sus respectivas estrategias, programas y proyectos, que fueron revisados con la Gerencia, en donde se incorporaron algunas observaciones y posteriormente se trabajó con cada Director de área y oficina para construir el cuadro definitivo que sería presentado para la aprobación de la junta directiva.

3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Una vez definidos los principales problemas del canal, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, sumado a las consultas de varios especialistas, el análisis del sector y la mirada a otros canales regionales, se procede a trazar los lineamientos estratégicos de tal forma que estén alineados con las principales entidades que tienen que ver con su operación

3.1 Misión

Luego de consultas al equipo de trabajo y sesiones de construcción y validación surgieron varias propuestas viables de Misión, que aplicarían claramente a lo que es Telepacífico, sin embargo, se logró un consenso alrededor de la siguiente misión, que se considera define perfectamente la razón de ser de Telepacífico.

NUEVA MISIÓN DE TELEPACÍFICO

Somos un medio de comunicación público del occidente colombiano, que transmite contenidos de la región pacífico hacia el mundo para informar, entretener y educar, generando identidad y contribuyendo al desarrollo social y cultural de la región. Así mismo, prestamos a nuestros clientes servicios logísticos, humanos y tecnológicos en comunicación.



3.2 Visión

El equipo de trabajo participó de un taller que partió de las ideas fuerza aportadas en los talleres previos, la orientación prospectiva que se brindó por Felipe Ortiz de la empresa Octopus y la necesidad de visualizar el futuro de Telepacífico, como una empresa que se propone grandes retos y que quiere destacarse en su medio por sus contenidos.

El equipo discutió varias propuestas que resultaron de la división por grupos y en plenaria se concretaron las más probables.

Posteriormente la oficina de planeación realizó un análisis y consolidación de información para definir dos opciones que fueron puestas a consideración del comité de gerencia en el que se hicieron observaciones y finalmente se definió la siguiente visión para Telepacífico al año 2025.

NUEVA VISIÓN DE TELEPACÍFICO

En el 2025 comunicamos contenidos de talla mundial a través de múltiples plataformas.

3.3 Código de Ética y Valores Institucionales

Telepacífico posee un Código de Ética resultante de un proceso participativo y consensado, hecho coherente con una entidad que se ha trazado como misión la promoción del desarrollo social y cultural a partir de la difusión de valores orientados a cimentar el compromiso y la pertenencia con la Región Pacífica. Los objetivos institucionales centrados en la producción de una Televisión educativa,



cultural y recreativa de alta calidad, obligan a los servidores públicos, ya sean estos directivos o funcionarios en general, a acrecentar sus niveles de responsabilidad, dado que se ofrece un producto como la imagen y mensaje televisivo susceptibles de múltiples interpretaciones y lecturas, de allí, la necesidad de interiorizar e incorporar entre los servidores sólidos principios y valores, logrando que además de ser buenos funcionarios sean ciudadanos, acordes con un contexto social que reclama comportamientos y conductas ejemplares enmarcadas en la tolerancia y la democracia.

Los valores como construcciones sociales y culturales son inherentes a todos e involucran a los que tienen mayor o menor responsabilidad en el manejo de los recursos públicos. Estos valores se describen a continuación

GRUPO DE INTERÉS	VALOR	CONCEPTO
1. Relaciones con los bienes públicos	Honestidad	Nuestras actuaciones se fundamentan en el correcto proceder y el uso adecuado de los bienes públicos en el ejercicio de nuestra misión.
2. Relaciones de la institución con sus servidores	Justicia	Establecemos relaciones justas con nuestros servidores desarrollando nuestra gestión bajo parámetros de equidad e igualdad.
3. Relaciones de los servidores públicos con su institución	Compromiso	Poseemos un alto sentido de compromiso con la entidad, orientado hacia el buen desempeño de las funciones, el trabajo en equipo, el cuidado, protección y manejo pulcro de los bienes y recursos, aprovechando y optimizando el tiempo para cumplir cabalmente con los objetivos misionales alcanzando la satisfacción de nuestros clientes.
4. Relaciones entre los servidores públicos	Respeto	Reconocemos el valor del trabajo de nuestros compañeros y confiamos en sus competencias, habilidades y destrezas.

GRUPO DE INTERÉS	VALOR	CONCEPTO
5. Relaciones con la ciudadanía (usuarios y comunidad)	Servicio	Trabajamos para satisfacer las necesidades y expectativas de los televidentes y demás usuarios del servicio de Televisión con un alto nivel de calidad, propiciando espacios para su participación.
6. Relaciones con los contratistas y proveedores	Transparencia	Actuamos bajo los principios de la ética pública facilitando de manera oportuna la información requerida por los entes de control y la comunidad en procura del beneficio común.
7. Relaciones de la entidad con otras instituciones	Cumplimiento	Asumimos los compromisos adquiridos en el tiempo acordado y bajo las condiciones establecidas, de manera eficaz y eficiente.
8. Relaciones con el medio ambiente	Responsabilidad	Contribuimos con la preservación y protección del medio ambiente mediante la educación y divulgación de acciones que propendan por la defensa y el desarrollo sostenible de los recursos naturales.

3.4 Política de Calidad

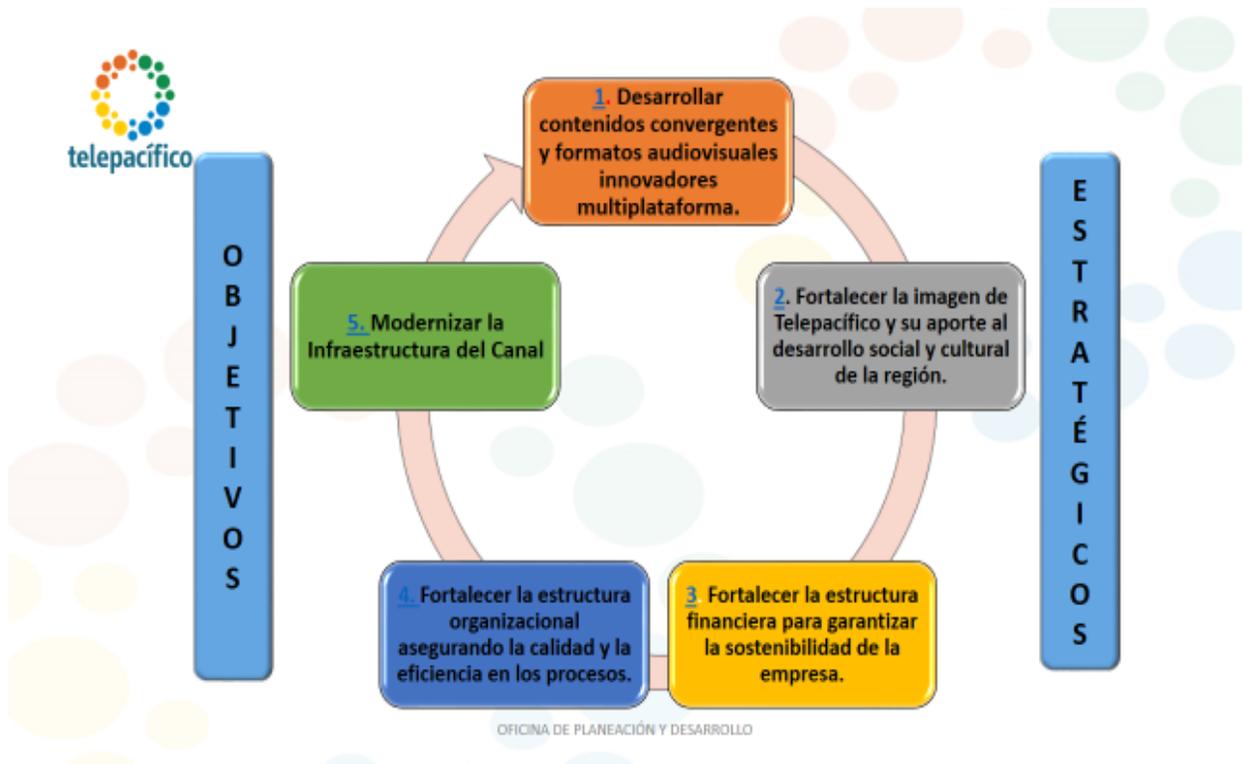
Telepacífico está comprometido con la satisfacción de sus clientes y el mejoramiento continuo para ofrecer una televisión pública regional de preferencia que contribuya al desarrollo social, cultural y educativo.

4. MARCO ESTRATÉGICO

Se presentan a continuación los lineamientos estratégicos que regirán el trabajo de Telepacífico en los próximos cuatro años.

4.1 Objetivos Estratégicos

Ilustración 3 Objetivos estratégicos Telepacífico



Fuente: Elaboración propia



4.2 Estrategias - Programas

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PROGRAMAS
1. Desarrollar contenidos convergentes y formatos audiovisuales innovadores. (multiplataforma)	1.1 Desarrollo y fortalecimiento del ecosistema digital	1.1.1 Producción de contenidos audiovisuales Multiplataforma
	1.2 Fortalecimiento de la programación de Telepacífico	1.2.1 Producción y emisión de contenido cultural y educativo con diversificación de contenidos.
		1.2.2 Difusión del patrimonio ambiental y cultural.
		1.2.3 Comunicación social de la Gestión Pública
1.3 Fortalecimiento del proceso de investigación, monitoreo y capacitación sobre los nuevos modelos de creación y producción de contenidos.	1.3.1 Visibilización del canal en espacios nacionales e internacionales del sector.	



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	PROGRAMAS
2. Fortalecer la imagen de telepacífico y su aporte al desarrollo social y cultural de la región.	2.1. Mejoramiento de la percepción del Canal	2.1.1 Incremento del nivel de recordación de Telepacífico (Posicionamiento)
		2.1.2 Consolidación de una imagen positiva de Telepacífico.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PROGRAMAS
3. Fortalecer la estructura financiera para garantizar la sostenibilidad del Canal.	3.1 Reducir la pérdida operacional para llegar a punto de equilibrio en el 2019	3.1.1 Desarrollo de nuevos modelos de negocios.
		3.1.2 Identificación y análisis del negocio y la rentabilidad de los productos y servicios.
		3.1.3 Gestión de nuevas fuentes de financiación para proyectos.
	3.2 Fortalecimiento del componente de mercadeo y ventas	3.2.1 Fortalecimiento de la Investigación de las audiencias
3.2.2 Incremento de la comercialización de los productos y servicios		



OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PROGRAMAS
4. Fortalecer la estructura organizacional asegurando la calidad y la eficiencia en los procesos.	4.1 Mejoramiento de la estructura organizacional acorde a las necesidades del canal.	4.1.1 Fortalecimiento de la cultura y clima organizacional
		4.1.2 Fortalecimiento de la estructura organizacional de Telepacífico
	4.2 Fortalecimiento del sistema de gestión integral (calidad, medio ambiente, seguridad, salud)	4.2.1 Mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad y MECI en el Canal Regional Telepacífico.
		4.2.2 Desarrollo de un plan ambiental de Telepacífico
	4.3 Desarrollo de capacidades con herramientas apropiadas.	4.3.1 Plan de capacitación para el personal de Telepacífico

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA	PROGRAMAS
5. Modernizar la Infraestructura de Telepacífico	5.1 Actualización de la infraestructura informática de Telepacífico.	5.1.1 Mejoramiento de la Infraestructura Tecnológica de Información (TI) de Telepacífico
		5.2.1 Mejoramiento de la calidad de la señal
	5.2 Optimización de la calidad técnica y digital de la emisión y transmisión de los programas de Telepacífico.	5.2.2 Mejoramiento de las condiciones técnicas de las estaciones de la red de transmisión y mejoramiento de la capacidad eléctrica de Telepacífico
		5.3.1 Adecuación tecnológica audiovisual para sede propia de Telepacífico.
	5.3 Mejoramiento de la Infraestructura física	