





Actualización Plan Estratégico Institucional 2020-2022

Introducción

La modificación del plan estratégico se sustenta en la situación generada por un contexto de pandemia, la cual ha llevado a que la entidad reflexione en torno a su planeación, sus prioridades y su enfoque social, y reformule su devenir estratégico para el resto de 2020 y las vigencias 2021 y 2022, con el fin de responder y alinearse a las nuevas tendencias mundiales y de la industria audiovisual, y a los desafíos que enfrenta como sistema de medios públicos en un contexto de emergencia sanitaria y aislamiento social. Este ejercicio se realizó tomando como base los siguientes elementos:

Mayor impacto social.

Relevancia de los medios digitales.

Motor de la economía.



Mayor impacto social.

RTVC, como una empresa líder del sector, tiene una gran responsabilidad en la construcción de identidad y cultura de los colombianos a través de la información y la comunicación. Por esto, se propone dar énfasis en toda la estrategia, al impacto social de nuestros productos y servicios, especialmente en la calidad y generación de contenidos originales, relevantes y convergentes que generan reconocimiento y cercanía con la ciudadanía.

Relevancia de los medios digitales.

Desde marzo de 2020, con la llegada de la pandemia a Colombia, RTVC tuvo que adaptar rápidamente sus procedimientos internos (virtualización, digitalización, teletrabajo y trabajo en casa, entre otros) y la producción de contenidos de radio, televisión y plataformas tecnológicas para responder a la creciente demanda de la población colombiana por información y soportes educativos, culturales, deportivos y de entretenimiento, entre otras temáticas. Esto permitió evidenciar que es necesario fortalecer la estrategia institucional con base en la innovación y la transformación digital.

Motor de la economía.

Actualmente, RTVC se encuentra enmarcado en la Economía Naranja, situación que genera una ventaja estratégica para aportar al desarrollo económico del país, más aún en este contexto de pandemia, en el que se vuelven prioritarios todos los esfuerzos orientados a reactivar la economía y contener una eventual crisis.

Misión:

Crear, gestionar y difundir contenidos incluyentes y diversos de alta calidad en diferentes plataformas y tecnologías, con el propósito de formar, informar, entretener, educar, salvaguardar el patrimonio audiovisual del país y aportar en la construcción de tejido social, a partir del reconocimiento de la identidad ciudadana, sus preferencias y expectativas.

Visión:

Para el 2022 seremos el sistema de medios públicos referente en América Latina que conecta culturas y territorios, a través de una infraestructura tecnológica moderna, la innovación y la producción de contenidos de vanguardia e interés social que responden a las necesidades y expectativas de la población.

Valores:

Honestidad, Respeto, Compromiso, Diligencia, Justicia, Transparencia, Creatividad.



Objetivos

Perspectiva misional

- 1** Aumentar la oferta de contenidos relevantes y convergentes con valor público que respondan a la identidad, necesidades y preferencias de los colombianos.
- 2** Garantizar la cobertura y operación eficiente de la red pública para la prestación de los servicios de la radio y televisión pública a nivel nacional.
- 3** Fortalecer el reconocimiento y liderazgo en los procesos de innovación y posicionamiento de los contenidos públicos, aportando a la sostenibilidad social y cultural del país.
- 4** Implementar procesos institucionales innovadores, eficientes y con impacto social, en el marco de la economía naranja, la transformación digital y las tecnologías de la cuarta revolución industrial.

Perspectiva institucional

- 5** Fortalecer la gestión organizacional y empresarial de RTVC enfocada hacia la eficiencia institucional, la innovación, la transformación del talento humano y la generación de buenas prácticas.

1 Aumentar la oferta de contenidos relevantes y convergentes con valor público que respondan a la identidad, necesidades y preferencias de los colombianos.

Línea Estratégica 1

Definir e implementar estrategias de articulación de las marcas en el proceso de generación de contenidos convergentes



Establecer de manera estratégica, congruente, consistente y continua, estrategias comunes entre las marcas, respetando las audiencias, el tono y la personalidad de cada submarca.

Línea Estratégica 2

Generar contenidos relevantes y convergentes con valor público que generen identidad y auto representación



Crear, producir y difundir contenidos que atiendan los sentires sociales y culturales, las necesidades de educación, entretenimiento y conocimiento, así como las expectativas y preferencias de los ciudadanos.

2 Garantizar la cobertura y operación eficiente de la red pública para la prestación de los servicios de la radio y televisión pública a nivel nacional.

Línea Estratégica 1

Desarrollar las acciones de administración, operación y mantenimiento de la red pública



Garantizar la administración, operación y mantenimiento de la red pública para llevar los servicios de radio y televisión con altos estándares de disponibilidad y calidad, a todos los colombianos.

Línea Estratégica 2

Ampliar la cobertura del servicio público de televisión nacional, implementando nuevas tecnologías (TDT-DTH)



Realizar el despliegue de nuevas tecnologías de televisión pública permitiendo que más territorios de Colombia tengan accesibilidad a la información y los contenidos generados en las diferentes parrillas.

Línea Estratégica 3

Aportar al cumplimiento de los acuerdos de paz, con la implementación de emisoras (transmisión y estudios)



Lograr la puesta en operación de la totalidad de emisoras definidas en el Plan Marco de Implementación de los Acuerdos de Paz, así como la producción y emisión de sus contenidos.

3 Fortalecer el reconocimiento y liderazgo en los procesos de innovación y posicionamiento de los contenidos públicos, aportando a la sostenibilidad social y cultural del país.

Línea Estratégica 1

Socializar las buenas prácticas en los procesos de innovación relacionados con los contenidos públicos.



Generar y difundir las buenas prácticas de innovación en la producción y realización de contenidos públicos, que sustenten la construcción del liderazgo como sistema de medios públicos.

Línea Estratégica 2

Lograr el posicionamiento de los contenidos públicos a partir del comportamiento y preferencias de las audiencias de RTVC.



Establecer estrategias de marca, utilizando los recursos y los análisis de datos establecidos en el monitoreo permanente del comportamiento de las audiencias. Esto como un insumo en la generación de contenidos que puedan abarcar las necesidades de información a nivel nacional.

Línea Estratégica 3

Desarrollar estrategias de articulación (culturales, artísticas, comerciales, entre otros) con los operadores regionales y entidades públicas.



Impulsar alianzas con diferentes sectores, con el fin de posicionar el reconocimiento de RTVC como líder del Sistema de Medios Públicos, en la producción y generación de contenidos.

4 Implementar procesos institucionales innovadores, eficientes y con impacto social, en el marco de la economía naranja, la transformación digital y las tecnologías de la cuarta revolución industrial.

Línea Estratégica 1

Fortalecer la transformación digital del quehacer institucional de RTVC



Continuar con la transformación digital, a través de la cual se automatizarán actividades cotidianas, trámites y otras labores que ofrezcan facilidades de información al interior de la entidad, así como hacia nuestras audiencias, utilizando las tecnologías ofrecidas por la cuarta Revolución Industrial.

Línea Estratégica 2

Impulsar la economía naranja como potencializador de la cultura y gestión de la innovación



Diseñar, estructurar y desarrollar un espacio permanente y convergente (Radio, tv y digital) en el que se fortalezca a través de la pedagogía y la divulgación, los temas relacionados con la economía naranja, visibilizando casos de éxito y fortaleciendo la cultura de la innovación en nuestro país.

5 Fortalecer la gestión organizacional y empresarial de RTVC enfocada hacia la eficiencia institucional, la innovación, la transformación del talento humano y la generación de buenas prácticas.

Línea Estratégica 1

Desarrollar estrategias para la implementación del Modelo Integrado de Planeación Gestión



Definir los planes y lineamientos necesarios para fortalecer el gobierno corporativo y la integración con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Línea Estratégica 2

Fortalecer las capacidades del talento humano en cada una de las etapas del servicio, generando valor público



Desarrollar las acciones enmarcadas en las diferentes etapas del servicio público (ingreso, desarrollo y retiro), fortaleciendo las capacidades personales y laborales de los colaboradores.

5 Fortalecer la gestión organizacional y empresarial de RTVC enfocada hacia la eficiencia institucional, la innovación, la transformación del talento humano y la generación de buenas prácticas.

**Línea
Estratégica 3**

Incentivar la gestión del conocimiento y la cultura de la innovación dirigidos al talento humano de RTVC



Promover la gestión del conocimiento e innovación como estrategia de reflexión, análisis y acción permanente que permita repensar constantemente nuestra actividad, nuestro funcionamiento, nuestras metodologías y nuestra misión, identificando las mejores prácticas para fortalecer la cultura organizacional y la oferta institucional de cara a los ciudadanos.

**Línea
Estratégica 4**

Mejorar la eficiencia comercial y presupuestal de RTVC



Diseñar y aplicar herramientas de seguimiento y evaluación de todo el ciclo del negocio, que permitan la toma de decisiones y la gestión sobre los eventuales riesgos en este ámbito

Indicadores

Línea estratégica:

Definir e implementar estrategias de articulación de las marcas en el proceso de generación de contenidos convergentes.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Modelo de convergencia implementado en cada vigencia	N/A	100%	100%	100%	100%

Línea estratégica:

Generar contenidos relevantes y convergentes con valor público que generen identidad y auto-representación.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Contenidos convergentes producidos y coproducidos	N/A	20	20	25	65
Contenidos en plataforma RTVCPlay en funcionamiento	2.866	3.702	3.712	1.720	12.000

Indicadores

Línea estratégica:

Generar contenidos relevantes y convergentes con valor público que generen identidad y auto representación.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Nuevos contenidos de radio producidos y emitidos	20	30	35	45	130
Contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de las pantallas de la televisión pública nacional	22	22	22	25	91
Nuevos contenidos históricos de la radio y la televisión pública dispuestos para consulta y licenciamiento	10.000	13.478	16.069	16.069	55.616

Indicadores

Línea estratégica: Desarrollar las acciones de administración, operación y mantenimiento de la red pública.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Nivel de disponibilidad del servicio de la red pública.	91,3%	91,7%	91,7%	92,0%	92,0%

Línea estratégica: Ampliar la cobertura del servicio público de televisión nacional, implementando nuevas tecnologías (TDT-DTH)

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Cobertura de televisión digital	92,9%	92,9%	92,9%	100%	100%

Línea estratégica: Aportar al cumplimiento de los acuerdos de paz, con la implementación de emisoras (transmisión y estudios).

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Emisoras de FM en zonas de conflicto implementadas	2	7	3	1	13

Indicadores

Línea estratégica: Lograr el posicionamiento de los contenidos públicos a partir del comportamiento y preferencias de las audiencias de RTVC.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Plan estratégico de arquitectura y personalidad del portafolio de marcas de RTVC implementado	N/A	15%	75%	100%	100%
Centro de monitoreo de audiencias implementado	N/A	20%	60%	100%	100%
Visitas realizadas en los diferentes sitios web de la entidad. (Tráfico web) cifras en millones.	14,4	21,8	26,8	30,9	93,8
Seguidores en las diferentes redes sociales (FB, TW, IG) - Comunidad digital cifras en millones.	3,6	3,8	4,0	4,1	15,5

Indicadores

Línea estratégica: Socializar las buenas prácticas en los procesos de innovación relacionados con los contenidos.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Manual de buenas prácticas implementado.	N/A	15%	75%	100%	100%
Espacios de buenas prácticas institucionalizados.	N/A	0	4	8	12

Línea estratégica: Desarrollar estrategias de articulación (culturales, artísticas, comerciales, entre otros) con los operadores regionales y entidades públicas

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Eventos de promoción y divulgación realizados	65	69	71	68	273
Alianzas y/o convenios con operadores regionales y/o entidades públicas realizados.	5	5	5	6	21

Indicadores

Línea estratégica: Fortalecer la transformación digital del quehacer institucional de RTVC.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Nivel de Transformación Digital alcanzado	54%	60%	65%	70%	70%

Línea estratégica: Impulsar la economía naranja como potencializador de la cultura y gestión de la innovación.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Espacios de articulación entre actores del ecosistema de economía naranja, realizados	N/A	1	2	2	5
Emprendimientos de economía naranja impulsados	N/A	3	4	4	11

Indicadores

Línea estratégica: Desarrollar estrategias para la implementación del Modelo Integrado de Planeación Gestión.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Avance de implementación de políticas de gestión y desempeño institucional alcanzado en cada vigencia	N/A	100%	100%	100%	100%
Avance de implementación de Buen Gobierno Corporativo alcanzado	N/A	30%	70%	100%	100%

Línea estratégica: Fortalecer las capacidades del talento humano en cada una de las etapas del servicio generando valor público.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Plan Estratégico de Talento Humano implementado en cada vigencia	96%	100%	100%	100%	100%

Indicadores

Línea estratégica: Incentivar la gestión del conocimiento y la cultura de la innovación dirigidos al talento humano de RTVC.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Personas impactadas a través de metodologías de innovación	N/A	25	50	100	175
Espacios de innovación generados	N/A	3	3	3	9

Línea estratégica: Mejorar la eficiencia comercial y presupuestal de RTVC.

Indicadores	Metas				
	Línea Base 2019	2020	2021	2022	Meta Cuatrienio
Presupuesto ejecutado (compromisos)	92%	95%	97%	97%	97%
Nuevos clientes adquiridos durante la vigencia	3	13	23	33	72
Negocios concretados durante la vigencia	109	119	129	139	496

Presupuesto indicativo 2021

Perspectiva misional

- | | | | | | |
|-----------------|---|--|-----------------|---|---|
| <p>1</p> | <p>Aumentar la oferta de contenidos relevantes y convergentes con valor público que respondan a la identidad, necesidades y preferencias de los colombianos.</p> | <p>\$ 98.322
(35%)</p> | <p>2</p> | <p>Garantizar la cobertura y operación eficiente de la red pública para la prestación de los servicios de la radio y televisión pública a nivel nacional.</p> | <p>\$ 109.633
(39%)</p> |
| <p>3</p> | <p>Fortalecer el reconocimiento y liderazgo en los procesos de innovación y posicionamiento de los contenidos públicos, aportando a la sostenibilidad social y cultural del país.</p> | <p>\$ 8.533
(3%)</p> | <p>4</p> | <p>Implementar procesos institucionales innovadores, eficientes y con impacto social, en el marco de la economía naranja, la transformación digital y las tecnologías de la cuarta revolución industrial.</p> | <p>\$ 2.904
(1%)</p> |

Perspectiva institucional

- | | | | |
|-----------------|--|---|---|
| <p>5</p> | <p>Fortalecer la gestión organizacional y empresarial de RTVC enfocada hacia la eficiencia institucional, la innovación, la transformación del talento humano y la generación de buenas prácticas.</p> | <p>\$ 98.322
(1%)</p> | <p>Transversal-continuidad:
\$ 58.633 (21%)</p> |
|-----------------|--|---|---|

Total presupuesto 2021:
\$ 279.971