

AVANCE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



Informe Avance

Cierre vigencia 2025

Plan de Acción

COORDINACIÓN DE PLANEACIÓN

Contenido

| | |
|------------------------------|----|
| PLAN DE ACCIÓN RTVC | 2 |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 | 4 |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO 2 | 5 |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 | 6 |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 | 7 |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO 5 | 8 |
| CONCLUSIONES | 11 |

PLAN DE ACCIÓN RTVC

El Plan de Acción Institucional de RTVC, se constituye como un instrumento de programación anual de las metas de la entidad, que permite orientar su quehacer en el marco de los compromisos establecidos en el PND, el Plan estratégico Sectorial, la implementación del MIPG y el marco estratégico institucional (misión, visión, objetivos estratégicos). Su formulación se definió en el marco de las normas que amparan este ejercicio, que corresponde principalmente al Decreto 612 de 2018, la Ley 1474 de 2011, Decreto 1083 de 2015, Ley 1757 de 2015, Ley 1955 de 2019 y demás lineamientos y directrices aplicables.

Así mismo, se realizaron actividades lideradas por la Coordinación de Planeación, y de manera conjunta con las áreas misionales, estratégicas y de apoyo, estableciendo nuevos criterios de articulación entre los diferentes instrumentos de la planeación, el presupuesto y la gestión, con el fin de lograr una gestión integral en el cumplimiento de las estrategias propuestas por la entidad para la vigencia 2025.

El Plan de Acción de RTVC se construyó para la vigencia 2025, a partir de los 5 Objetivos Estratégicos de la Entidad y las 12 Líneas Estratégicas, en concordancia con la aprobación del Plan Estratégico Institucional 2023-2026. El compendio de los indicadores por el total de objetivos estratégicos da cuenta de un total de 47 indicadores y 129 actividades. Se encuentran programados para la anualidad y su desarrollo está articulado con el Modelo Integrado de Planeación y gestión a través de las políticas de gestión y desempeño institucional, con los procesos definidos en el sistema de calidad y con los demás planes institucionales.

El Plan de Acción se acoge a lo establecido en la ley 1474 de 2011, artículo 74, donde se establece que *“todas las entidades del Estado a más tardar el 31 de enero de cada año deberán publicar en su respectiva página web el Plan de Acción para el año siguiente, en el cual se especificarán los objetivos, las estrategias, los proyectos, las metas, los responsables, los planes generales de compras y la distribución presupuestal de sus proyectos de inversión junto a los indicadores de gestión”*. Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se mostrará el presupuesto para la vigencia 2025 desagregado por objetivos estratégicos:

PRESUPUESTO- PLAN DE ACCIÓN 2025

El anteproyecto de presupuesto fue aprobado en Junta Directiva del 13 de Diciembre de 2024, el cual se encuentran asignados en las principales líneas estratégicas, como se detalla a continuación:

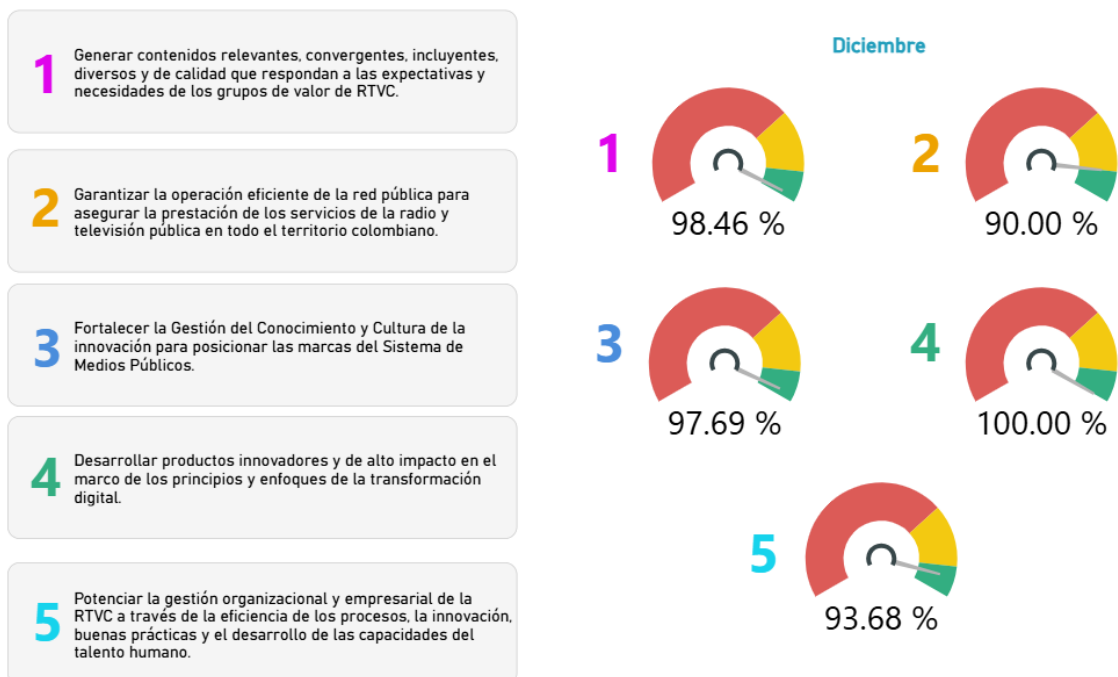
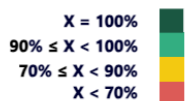
| Perspectiva | Objetivo | Descripción | Monto | Porcentaje |
|---------------------------|----------|--|------------|------------|
| Perspectiva Misional | 1 | Generar contenidos relevantes, convergentes, incluyentes, diversos y de calidad que respondan a las expectativas y necesidades de los grupos de valor de RTVC. | \$ 130.170 | (27%) |
| | 2 | Garantizar la operación eficiente de la red pública para asegurar la prestación de los servicios de la radio y televisión pública en todo el territorio colombiano. | \$ 264.584 | (54%) |
| | 3 | Fortalecer la Gestión del Conocimiento y Cultura de la innovación para posicionar las marcas del Sistema de Medios Públicos. | 27.655 | (6%) |
| | 4 | Desarrollar productos innovadores y de alto impacto en el marco de los principios y enfoques de la transformación digital. | \$ 5.937 | (1%) |
| Perspectiva Institucional | 5 | Potenciar la gestión organizacional y empresarial de la RTVC a través de la eficiencia de los procesos, la innovación, buenas prácticas y el desarrollo de las capacidades del talento humano. | \$ 61.954 | (13%) |

Cifras en millones de pesos

Total
\$490.303
(100%)

Incluye el presupuesto dirigido a la continuidad del funcionamiento y operación de RTVC..

Al cierre de la vigencia 2025, se registra el siguiente avance por Objetivo de acuerdo con los indicadores formulados y su frecuencia de medición:



Fuente: Tablero de Control Institucional





En las líneas que preceden, se mostrará el comportamiento de los indicadores de Plan de Acción de RTVC al cierre de la vigencia 2025, desagregado por Objetivos Estratégicos.














OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

“Generar contenidos relevantes, convergentes, incluyentes, diversos y de calidad que respondan a las expectativas y necesidades de los grupos de valor de RTVC”.

Dentro de este Objetivo se formularon un total de 13 indicadores y un total de 13 actividades las cuales se ejecutaron en su totalidad a lo largo de la vigencia.

A continuación se presenta el consolidado de resultados al cierre de la vigencia 2025, no sin antes mencionar que se realizó la medición de los 13 indicadores formulados. Para la presentación de los mismos se utiliza la metodología semáforo a partir de los análisis obtenidos del Tablero de Control Institucional.

| | |
|--------------------------|--|
| X = 100% |  |
| 90% ≤ X < 100% |  |
| 70% ≤ X < 90% |  |
| X < 70% |  |

| Indicador | Periodicidad | Unidad de medida | Meta | Resultado | % |
|--|--------------|------------------|-----------|-----------|---|
| Nuevos contenidos de radio producidos y emitidos | Mensual | Número | 61,00 | 126,00 |  |
| Número de contenidos audiovisuales especiales sobre la agenda nacional y/o mundial producidos, transmitidos, emitidos y/o puestos en circulación a través de la pantalla del Canal Institucional y/o sus plataformas digitales, mediante los cuales se promueva y fortalezca el desarrollo cultural, democrático, educativo y ciudadano de su audiencia. | Trimestral | Número | 17,00 | 17,00 |  |
| Número de contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de las pantallas de la televisión pública nacional | Trimestral | Número | 34,00 | 34,00 |  |
| Número de Contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de Señal Colombia. | Trimestral | Número | 17,00 | 17,00 |  |
| Número de contenidos de carácter informativo producidos y emitidos | Mensual | Número | 600,00 | 807,00 |  |
| Número de contenidos digitales publicados en las plataformas de RTVC | Mensual | Número | 13.200,00 | 21.530,00 |  |
| Número de contenidos en plataforma RTVC PLAY en funcionamiento | Mensual | Número | 1.550,00 | 1.550,00 |  |
| Numero de contenidos multiplataforma generados desde las emisoras de paz de RTVC | Mensual | Número | 130,00 | 130,00 |  |
| Numero de contenidos producidos y/o coproducidos de RTVCPlay | Mensual | Número | 4,00 | 5,00 |  |
| Número de horas de contenidos al aire y especiales desde las emisoras de paz de RTVC. | Mensual | Número | 29.300,00 | 30.196,00 |  |
| Número de horas de contenidos al aire y especiales, nacionales y descentralizados generados | Mensual | Número | 28.300,00 | 43.188,00 |  |
| Número de nuevos contenidos históricos de la radio y la televisión pública dispuestos para consulta y licenciamiento | Trimestral | Número | 2.740,00 | 2.489,00 |  |
| Número de soportes del archivo audiovisual y sonoro de la Radio y la Televisión de Colombia digitalizados. | Trimestral | Número | 1.695,00 | 1.633,00 |  |

Fuente: Tablero de Control

ANÁLISIS

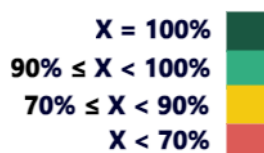
Al cierre de la vigencia 2025, se puede observar que todas las metas establecidas para este objetivo, se situaron en rango de cumplimiento de acuerdo con los rangos de valoración establecido. De manera global, se evidencia un avance del 98.5% en el objetivo teniendo en cuenta los reportes realizados.



Lo anterior refleja el compromiso de las marcas del Sistema de Medios Públicos en la generación de contenidos relevantes, convergentes, incluyentes y de calidad para educar e informar a todos sus grupos de valor a través de las pantallas de la TV pública, las emisoras de la Radio Pública Nacional y las plataformas digitales así como la conservación del patrimonio fílmico nacional a través de la gestión de Señal Memoria.

Es de anotar, que para este Objetivo, la totalidad de los indicadores medidos en la vigencia 2025, tendrán continuidad en la vigencia 2026 teniendo en cuenta el aporte que alguno de ellos tiene dentro del Plan Estratégico Sectorial (Contenidos TV y Radio Pública) así como Plan Estratégico Institucional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

Garantizar la operación eficiente de la red pública para asegurar la prestación de los servicios de la radio y televisión pública en todo el territorio colombiano.



| Indicador | Periodicidad | Unidad de medida | Meta | Resultado | % |
|--|--------------|------------------|------|-----------|---|
| Cobertura de televisión digital | Mensual | Porcentaje | 0,94 | 0,88 |  |
| Nivel De Disponibilidad Del Servicio De La Red Pública | Mensual | Porcentaje | 0,92 | 0,89 |  |

Fuente: Tablero de Control

Para el Objetivo Estratégico Institucional 2, se formularon un total de 2 indicadores, los cuales reportan al cierre de la vigencia 2025, un estado de cumplimiento del 90% de acuerdo con las metas y rangos de valoración establecidos para la vigencia. Las 2 actividades de plan de acción de este objetivo se desarrollaron conforme la planeación establecida y su programación.

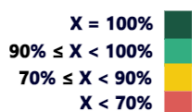
Frente a lo anterior, se evidencia el compromiso de RTVC para garantizar la operación y mantenimiento de la red para garantizar la prestación de los servicios de la Televisión y la Radio Pública en todo el territorio colombiano.

Es de anotar, que para este Objetivo, la totalidad de los indicadores medidos en la vigencia 2025, tendrán continuidad en la vigencia 2026 teniendo en cuenta su aporte en el Plan Estratégico Institucional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

Fortalecer la Gestión del Conocimiento y Cultura de la innovación para posicionar las marcas del Sistema de Medios Públicos.

Dentro de este Objetivo se formularon un total de 13 indicadores y 13 actividades las cuales según los resultados reportados por las áreas responsables, se ubicaron en un rango de cumplimiento del 97.69% de acuerdo con las metas programadas para la vigencia.



| Indicador | Periodicidad | Unidad de medida | Meta | Resultado | % |
|---|--------------|------------------|---------------|---------------|------|
| Número de alianzas en el marco de la Gestión del Conocimiento y la Innovación | Semestral | Porcentaje | 0,03 | 0,03 | 100% |
| Número de eventos con participación de Señal Memoria | Mensual | Número | 12,00 | 33,00 | 275% |
| Número de eventos de promoción y divulgación realizados por RTVCPlay | Mensual | Número | 20,00 | 21,00 | 105% |
| Número de participaciones en espacios de buenas prácticas implementadas | Semestral | Número | 3,00 | 3,00 | 100% |
| Número de seguidores en las diferentes redes sociales (FB, TW, IG, YouTube y TikTok) - Comunidad digital | Mensual | Número | 9.900.000,00 | 11.075.853,00 | 111% |
| Número de visitas a los diferentes sitios web de la entidad (tráfico web). | Mensual | Número | 32.086.236,00 | 28.508.453,00 | 89% |
| Porcentaje contenidos y campañas publicadas en la intranet que divulguen y promuevan el fortalecimiento de la cultura organizacional, y el conocimiento del funcionamiento de RTVC y su misionalidad. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,01 | 101% |
| Porcentaje de avance en la elaboración de la documentación del proceso Gestión de Conocimiento y la Innovación | Semestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de avance en la elaboración del documento de memorias de las buenas prácticas implementados | Semestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de boletines internos cuyo contenido promueva el fortalecimiento de la cultura organizacional y el conocimiento del funcionamiento de RTVC y su misionalidad. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de comunicados de prensa difundidos. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,01 | 101% |
| Porcentaje de medios regionales, comunitarios y/o alternativos alcanzados. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de noticias publicadas en medios de comunicación. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,02 | 102% |

Fuente: Tablero de Control

Se puede observar que 12 de los 13 indicadores reportados y formulados para la este objetivo en la vigencia 2025, se encuentran en rangos satisfactorios de cumplimiento y sus actividades cumplidas, evidenciando un avance global del 97.69%. Los resultados reflejan el compromiso de las áreas frente a la implementación y el accionar de actividades orientadas a fortalecer la cultura de la innovación y la gestión del conocimiento para el posicionamiento de las marcas del Sistema de Medios Públicos.





No obstante lo anterior, es importante resaltar que se presentó rezago en el cumplimiento de la meta para el indicador de “Número de visitas a los sitios web de la Entidad”, teniendo en cuenta que éste alcanzó al cierre de la vigencia, un avance del 89% (28.508.453 visitas, frente a una meta anual de 32.086.236); situándolo en zona de alerta. Este comportamiento estuvo influenciado por varios factores que incidieron en el ritmo de crecimiento del tráfico. Durante el año se presentaron desafíos técnicos de ingeniería en las plataformas web que afectaron la estabilidad, disponibilidad y visibilidad en buscadores, nuestra principal fuente de tráfico, así como procesos de adaptación derivados de cambios en los equipos técnicos de TI y la incorporación escalonada del equipo editorial. Estas condiciones limitaron la capacidad de optimización continua y de recuperación del posicionamiento orgánico en algunos periodos del año.

A pesar de lo mencionado anteriormente, se logró sostener el flujo de visitas y cerrar la vigencia con un volumen significativo de usuarios, lo que evidencia que el indicador conserva una base sólida sobre la cual se pueden fortalecer las acciones necesarias para alcanzar y superar las metas proyectadas para la vigencia 2026, teniendo en cuenta que debido al rezago presentado, el indicador tendrá continuidad para el Plan de Acción 2026.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

“Desarrollar productos innovadores y de alto impacto en el marco de los principios y enfoques de la transformación digital”.

Dentro de este objetivo se formuló 1 indicador asociado al desarrollo de productos digitales, el cual al cierre de la vigencia se situó en zona de cumplimiento al registrar un avance del 100% (42 productos digitales de 27 programados). Las actividades dentro del indicador fueron ejecutadas en su totalidad y no se presentaron alertas importantes dentro de la vigencia.

| | |
|----------------|---|
| X = 100% |  |
| 90% ≤ X < 100% |  |
| 70% ≤ X < 90% |  |
| X < 70% |  |

| Indicador | Periodicidad | Unidad de medida | Meta | Resultado | % |
|---|--------------|------------------|-------|-----------|---|
| Número de productos digitales desarrollados | Mensual | Número | 27,00 | 42,00 |  |

Fuente: Tablero de Control

El resultado obtenido al cierre de la vigencia 2025, refleja la gestión realizada por el área responsable en la atención oportuna a las necesidades de las marcas del Sistema de Medios Públicos y sus diferente áreas, en el desarrollo de productos innovadores en el marco de la transformación digital que potenciaron a las marcas

para lograr un posicionamiento satisfactorio de las mismas dentro de las preferencias de los consumidores y grupos de valor.

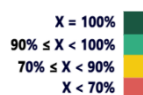
El indicador formulado hace parte fundamental del Plan Estratégico Institucional y Plan Sectorial y por lo tanto mantiene su continuidad dentro del Plan de Acción 2026.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

Potenciar la gestión organizacional y empresarial de la RTVC a través de la eficiencia de los procesos, la innovación, buenas prácticas y el desarrollo de las capacidades del talento humano.

Dentro de este objetivo se formularon un total de 20 indicadores y un total de 20 actividades que fueron ejecutadas de acuerdo con la programación establecida.

A continuación se presenta el consolidado de resultados al cierre de la vigencia 2025, no sin antes mencionar que se realizó la medición de la totalidad de los indicadores formulados. Para la presentación de resultados se utiliza la metodología semáforo a partir de los análisis obtenidos del Tablero de Control Institucional.



| Indicador | Periodicidad | Unidad de medida | Meta | Resultado | % |
|--|---------------|------------------|-------------------|-------------------|------|
| Bienes Inservibles y Obsoletos en Almacén por mas de 6 meses dados de Baja | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Espacios para la promoción de la cultura de innovación generados | Semestral | Número | 8,00 | 10,00 | 125% |
| Estrategia de Participación Ciudadana Implementada | Cuatrimestral | Porcentaje | 1,00 | 0,88 | 88% |
| Número de empresas impactadas en los espacios generados por el Laboratorio de Innovación | Semestral | Número | 4,00 | 4,00 | 100% |
| Personas impactadas en los eventos y/o espacios generados por el Laboratorio de Innovación | Semestral | Número | 120,00 | 120,00 | 100% |
| Plan de Mantenimiento Preventivo a Infraestructura y Acciones de Servicios Generales Implementado | Mensual | Porcentaje | 1,00 | 0,93 | 93% |
| Plan de Mantenimiento Preventivo a Vehículos Implementado | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Plan Estratégico de Talento Humano Implementado | Mensual | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Plan Institucional de Archivo - PINAR Implementado | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 0,70 | 70% |
| Plan Institucional de Gestión Ambiental - PIGA implementado | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 0,97 | 97% |
| Porcentaje de avance del plan de trabajo para la apropiación y divulgación institucional del MIPG | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de avance en el monitoreo del MIPG. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de avance en la actividades realizadas para el fortalecimiento de la gestión ambiental de RTVC sede CAN (Acciones de Fortalecimiento del Sistema de Gestión Ambiental Implementadas en el Marco del MIPG y la ISO 14001:2015) | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de avance en la implementación de la política de Gestión de la Información Estadística. | Trimestral | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de comunicaciones oficiales asignadas de manera oportuna a las áreas de RTVC. | Mensual | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Porcentaje de cumplimiento al Plan de Atención al Ciudadano | Cuatrimestral | Porcentaje | 1,00 | 0,88 | 88% |
| Porcentaje de Ejecución de Pagos de Manera Oportuna (periodo maximo de acuerdo a cada obligación) | Mensual | Porcentaje | 1,00 | 1,00 | 100% |
| Presupuesto Ejecutado (Compromisos) | Mensual | Porcentaje | 1,00 | 0,96 | 96% |
| Recaudo por venta de servicios | Mensual | Número | 30.347.780.400,00 | 37.851.000.000,00 | 124% |

Fuente: Tablero de Control

El Objetivo Estratégico 5 reporta al cierre de la vigencia 2025, un avance global del 93.68%, reflejando el cumplimiento del mismo en el periodo de medición, evidenciando de esta forma el compromiso de la Entidad para:

- Dar cumplimiento a las actividades establecidas para potenciar el talento humano.
- Diseñar y aplicar herramientas de seguimiento y evaluación de todo el ciclo del negocio (recaudo y ejecución presupuestal), que permitan la toma de decisiones y la gestión sobre los eventuales riesgos en este ámbito.
- Gestionar el avance en la gestión documental, bienes e inventarios, ambiental, vehículos, entre otros.

Si bien se evidencia un avance satisfactorio de las metas establecidas, es importante mencionar que se presentaron rezagos en los siguientes indicadores, denotando que éstos tendrán continuidad para el Plan de Acción 2026:

- **Estrategia de participación ciudadana implementada:** En el transcurso del último cuatrimestre de 2025, la CRCA logro la ejecución de 32 (meta ejecutada 31) actividades de 41 planificadas (meta 43) para el mismo periodo de tiempo. El incumplimiento se genera debido a que no se complementó la campaña de sensibilización a funcionarios y contratistas en materia de la ley de transparencia.

Se presentaron dificultades para adelantar acciones de apropiación de lenguaje claro en el marco del Comité de gestión y Desempeño Institucional, con el objetivo de generar información en la entidad para ciudadanos y grupos de interés fácil de entender y usar, al igual que la socialización del protocolo de atención a ciudadanos y grupos de interés, entre otras. Es importante también destacar que las acciones preliminares se realizaron por parte de los profesionales de la Coordinaciones, sin embargo no se suplieron los trámites administrativos, por razón externas al área

- **PINAR implementado:** En el cuarto trimestre de 2025, se avanzó en el fortalecimiento de la gestión documental de la Entidad, a través de la revisión y ajuste de las Tablas de Retención Documental – TRD 2021, atendiendo lo establecido en el Acuerdo 0263 de 2021 y el Acuerdo 019 de 2022 con Control Interno Disciplinario, la actualización de procedimientos, formatos e instrumentos archivísticos y mantenimiento de condiciones ambientales del archivo central y transitorio en el marco del Programa de Gestión Documental - PGD. Igual mente se formalizó la contratación del Sistema de Gestión de Documentos Electrónicos de Archivo -SGDEA-. Por otro lado, se realizó la actualización del inventario documental, a través del ajuste y mapeo del Archivo Central y Transitorio, fortaleciendo el control físico y la localización de los documentos, en concordancia con el Formato

Único de Inventario Documental – FUID, entre otras acciones. Cabe destacar, que la ejecución del PINAR, estuvo condicionado por diversas dinámicas administrativas propias de la vigencia, tales como ajustes en los cronogramas institucionales, procesos de articulación, trámites contractuales y requerimientos de validación en instancias decisoria.

- **Porcentaje de cumplimiento en el Plan de Atención al Ciudadano:** Para el tercer cuatrimestre se logró el 78,05% de la meta del 45%, equivalente a 35 %, generando un incumplimiento del 10%, esto se presenta teniendo en cuenta que de 41 actividades planificadas de los Planes de acción que hacen parte de la Estrategia de Relacionamiento con el Ciudadano se ejecutaron 32. La situación se generó debido a demoras de carácter administrativo en la aprobación de documentos y piezas necesaria para el cumplimiento de las actividades.

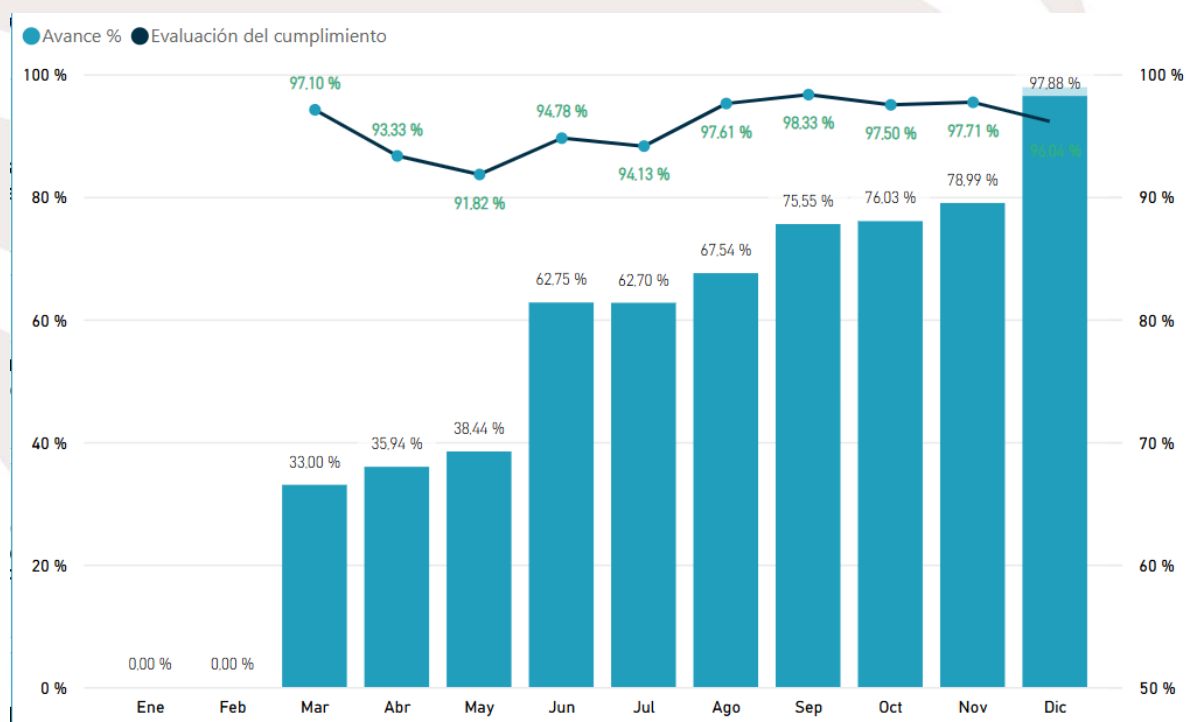
Con base en lo anteriormente expuesto, además de los 3 indicadores situados en zona de alerta al cierre de la vigencia 2025 y los cuales tendrán especial seguimiento, la totalidad de los indicadores formulados para 2025, tendrán continuidad dentro del Plan de Acción 2026.

CONCLUSIONES

Es importante mencionar que de acuerdo con el ejercicio liderado por la Coordinación de Planeación que se inició en el mes de noviembre de 2024, y que contó con el apoyo de las áreas de RTVC, se logró dar cumplimiento con los tiempos establecidos por la normativa vigente que deben cumplir las Entidades en la construcción y publicación del Plan de Acción de la vigencia respectiva, logrando la misma en el mes de enero de 2025.

En el desarrollo del seguimiento realizado al Plan de Acción para el cierre de la vigencia 2025, se puede evidenciar una gestión satisfactoria de las áreas frente al cumplimiento de este. Las metas reportan un avance global de cumplimiento del 96.04% y las actividades formuladas (129) se cumplieron en su totalidad de acuerdo con las programaciones establecidas.

Se muestra a continuación el avance del Plan de Acción durante la vigencia 2025:



Fuente: Tablero de Control

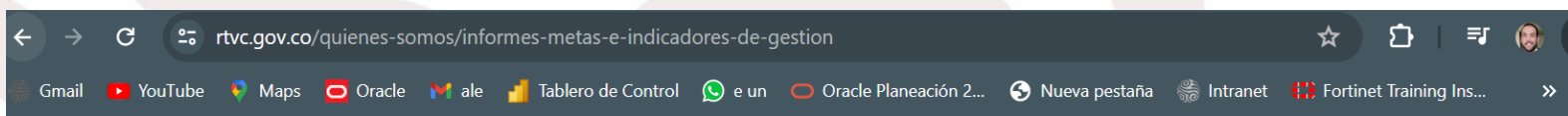
De manera global para los objetivos y líneas estratégicas formuladas dentro del Plan de Acción 2025, se encontraron resultados satisfactorios, con un resultado global del 96.04% de avance como se mencionó anteriormente, esto teniendo en

cuenta que de un total de 48 indicadores formulados, 44 se ubicaron en zona de cumplimiento y 4 en zona de alerta.

El resultado obtenido refleja el compromiso de todas las áreas del Sistema de Medios Públicos frente al cumplimiento de la misionalidad en la generación de contenidos relevantes, convergentes y de calidad para sus grupos de valor, garantizando la operación y mantenimiento de la red pública para asegurar la disponibilidad de los servicios de la televisión y la radio pública en todo el territorio colombiano. Asimismo las áreas están enfocadas al posicionamiento de las marcas del Sistema a través de estrategias que incorporan la gestión del conocimiento y la innovación, esto mediante el desarrollo de productos que satisfagan las necesidades de las áreas para fortalecer la transformación digital y por último, potenciar la gestión organizacional y empresarial de RTVC a través de la mejora continua de los procesos, las buenas prácticas presupuestales y comerciales y el desarrollo de las capacidades del talento humano.

Nota: Los resultados anteriormente mencionados pueden verificarse en la herramienta Tablero de Control Institucional la cual se encuentra disponible para consulta en la página oficial de la Entidad en la ruta:

<https://www.rtv.gov.co/quienes-somos/informes-metas-e-indicadores-de-gestion>



INICIO **QUIÉNES SOMOS** PLATAFORMAS TECNOLOGÍAS CONTRATACIÓN PRENSA TRANSPARENCIA ATENCIÓN Y SERVICIOS A LA CIUDADANÍA

Avances Planeación Institucional (Plan Estratégico, Plan de Acción y Procesos)

- [Informe Avance Plan de Acción I trimestre de 2024](#)
- [Informe Avance Procesos I trimestre de 2024](#)
- [Informe Avance Plan de Acción IV trimestre de 2023](#)
- [Informe Avance Plan de Acción III Trimestre 2023](#)
- [Tablero de Control Planeación Institucional](#)

Nota: La Coordinación de Planeación lideró al cierre de la vigencia 2025, el proceso de formulación, consolidación y construcción del Plan de Acción 2026. Con el apoyo de las diferentes áreas de la Entidad y con la alineación presupuestal establecida, se dio cumplimiento a los lineamientos establecidos por el Decreto 612 de 2018 por cuanto todas la Entidades del Orden Nacional deben publicar su Plan de Acción antes del 31 de enero de cada vigencia.

Para la vigencia 2026, se dará continuidad al seguimiento de la Estrategia mediante el fortalecimiento de la herramienta Tablero de Control así como la implementación de un nuevo Sistema de Planeación.

*Elaboró: César Humberto Ruiz Tinoco- Contratista Coordinación de Planeación
Rafael Humberto Arguelles López -Contratista Coordinación de Planeación*

Revisó: Viviana Andrea Ussa Cárdenas -Coordinadora de Planeación-