

AVANCE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



Informe IV Trimestre 2022

Plan de Acción

COORDINACIÓN DE PLANEACIÓN

Contenido

PLAN DE ACCIÓN RTVC	2
OBJETIVO INSTITUCIONAL 1	4
OBJETIVO INSTITUCIONAL 2	10
OBJETIVO INSTITUCIONAL 3	11
OBJETIVO INSTITUCIONAL 4	17
OBJETIVO INSTITUCIONAL 5	19
TABLERO DE CONTROL.....	24
CONCLUSIONES	26

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 2022.

El Plan de Acción de RTVC se construyó para la vigencia 2022, a partir de los 5 objetivos estratégicos de la entidad. El compendio de los indicadores por el total de objetivos estratégicos da cuenta de un total de 52 indicadores y 141 actividades, a su vez asociado a través de las líneas estratégicas. 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 2022 desagregado por objetivos estratégicos:

Presupuesto- Plan de Acción 2022

El anteproyecto de presupuesto aprobado mediante acta de junta directiva mediante No. 35 del 11 de octubre de 2021, el cual se encuentran asignados en las principales líneas estratégicas, como se detalla a continuación:

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.	\$ 89.918 (31%)	Total \$ 285.710 (100%)
	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.	\$ 108.528 (38%)	
	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.	\$ 5.457 (2%)	
	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.	\$ 20.620 (7%)	
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.	\$ 3.114 (1%) \$ 58.073 (20%) *Continuidad	



En las líneas que preceden, se mostrará el comportamiento de los indicadores de Plan de Acción de RTVC al cierre del IV trimestre de la vigencia 2022, desagregado por Objetivos Institucionales y Líneas Estratégicas.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 1

Aumentar la oferta de contenidos relevantes y convergentes con valor público que respondan a la identidad, necesidades y preferencias de los colombianos. Dentro de este Objetivo se formularon un total de 16 indicadores y un total de 41 actividades formuladas de las cuales es importante mencionar que se ejecutaron en su totalidad al cierre de la vigencia.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 1:** Definir e implementar estrategias de articulación de las marcas en el proceso de generación de contenidos convergentes.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IVTRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Modelo de convergencia implementado durante la vigencia	Mensual	100%	NA	NA	100%

Modelo de Convergencia Implementado Se reporta que la meta estipulada para este indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de la presente vigencia. Lo anterior mediante la continuidad dada al flujo de trabajo con el grupo de líderes de convergencia lo que permitió a los equipos de las diferentes áreas (comunicaciones, mercadeo, digital y convergencia), trabajar con suficiente tiempo en el diseño de planes de promoción y comunicación además de análisis de audiencia y estrategias para lograr mayor alcance en el consumo de los contenidos. Se realizaron reuniones de líderes de convergencia para identificar los contenidos, eventos o lanzamientos más relevantes y para los cuales se da un trabajo especial de promoción y comunicaciones.

De esta manera se completó la implementación del modelo de Convergencia, logrando crear un hábito de encuentros regulares entre los diferentes equipos que tienen esa mirada transversal y que a través de los flujos de trabajo que poco a poco se han mejorado, se mantiene una visión anticipada de lo que sucede en las marcas y a nivel general en RTVC. Las acciones de comunicación y de apoyo son de mucha importancia porque hemos logrado estar en la agenda de todas las marcas y entre todos comunicar a las diferentes audiencias la variedad de contenidos que el sistema de medios públicos ofrece en sus emisoras de radio, canales de televisión, plataforma OTT y todos los activos digitales.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 2:** Generar contenidos relevantes y convergentes con valor público que generen identidad y auto representación.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Contenidos convergentes producidos y coproducidos en RTVC	Mensual	25	25	25	100%
Numero de contenidos producidos y/o coproducidos de RTVCPlay	Mensual	11	11	11	100%
Contenidos en plataforma RTVC PLAY en funcionamiento	Mensual	1.720	1.720	1.752	102%
Número de nuevos contenidos históricos de la radio y la televisión pública dispuestos para consulta y licenciamiento.	Mensual	16.069	16.069	16.289	101%
Soportes del archivo audiovisual y sonoro de la Radio y la Televisión de Colombia digitalizados.	Trimestral	12.000	12.000	12.836	107%
Contenidos digitales publicados de Señal Memoria	Trimestral	8.200	8.200	10.688	130%
Número de contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de la pantalla de Señal Colombia	Mensual	18	N.A	18	100%
Nuevos contenidos de radio producidos y emitidos	Mensual	45	N.A	45	100%
Número de horas de contenidos al aire y especiales, nacionales y descentralizados generados	Mensual	36.400	36.400	38.295	105%
Número de contenidos digitales publicados en las plataformas de RTVC	Mensual	11.000	11.000	10.721	98%
Número de horas de contenido al aire de apoyo educativo	Trimestral	4.796	4.796	4.796	100%
Contenidos convergentes producidos y coproducidos Subgerencia de TV	Mensual	48	48	48	100%
Contenidos producidos por la Subgerencia de TV	Mensual	600	600	612	102%
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.	Mensual	14	14	14	100%
Porcentaje de avance en el desarrollo e implementación de iniciativas audiovisuales con enfoque institucional, de servicio ciudadano, conmemorativo, patriótico, de interés general, etc., mediante el cual se acerque el Estado a la ciudadanía.	Trimestral	100%	100%	100%	100%

Contenidos Convergentes producidos y/o coproducidos en RTVC Los contenidos producidos con condición convergente se entienden como proyectos o acciones que cuenten con la participación de dos o más marcas, de las que conforman el sistema de medios públicos RTVC tanto en su producción como en su publicación o emisión. Con baso en lo anterior, al cierre del mes de diciembre, se realizaron los siguientes proyectos:

- *LA VERBENA POPULAR CON LA NOCHE RADIO NACIONAL* (Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional, RTVCPlay, <https://www.rtv.gov.co/noticia/llega-la-verbena-popular-con-la-noche-radio-nacional-2022>)

Con base en lo anterior, se reporta un total acumulado en la vigencia, de 25 contenidos convergentes producidos y/o coproducidos en RTVC, dando cumplimiento a la meta estipulada para la vigencia 2022.

Numero de contenidos producidos y/o coproducidos de RTVCPlay Para el mes de diciembre se recibieron a conformidad los proyectos: Relatos Amarillos, Crónicas de la noche roja, Historias -Breves (Juntas, Durlandy somos todos, Niebla, Guión de Ficción de podcast, Tabú (Sinvergierza, La depresión Momposina, WEBcamers) El Cubo, Se terminaron de cerrar y pagar las adquisiciones para la publicación de contenidos del años 2023. Se dejaron desarrollados los proyectos de investigación de podcast ambiental, y Cine Colombiano. Con lo anterior, se reporta un total acumulado de 11 contenidos, dando cumplimiento a la meta establecida para la vigencia 2022.

Contenidos en plataforma RTVC PLAY en funcionamiento RTVCPlay es la plataforma OTT (Over The Top) de RTVC, que pone a disposición de los ciudadanos contenidos digitales en la modalidad bajo demanda, series con diversas narrativas y programas informativos. Además, produce contenidos propios dirigidos especialmente a jóvenes y adultos, que en gran medida corresponden a las audiencias que han migrado al mundo de las plataformas online en busca de propuestas afines a sus intereses, gustos y patrones de consumo. En este contexto, el indicador dará cuenta del número de contenidos que se publican en la plataforma RTVCPlay producidos por todas las marcas (Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional, Radiónica, Señal Memoria y RTVCPlay). Cabe aclarar que la plataforma de RTVCPlay redirecciona a las páginas de las marcas con el fin de tener acceso completo de los contenidos. Al cierre del mes de diciembre de 2022, se reporta un acumulado de 1.752 contenidos, desagregados por trimestre como se muestra a continuación:

- I trimestre: 417 contenidos
- II trimestre: 437 contenidos
- III trimestre: 370 contenidos.
- IV trimestre: 528 contenidos.

Se da cumplimiento a la meta establecida de 12.000 contenidos en el cuatrienio correspondiente a los años 2019 al 2022, así como la meta estipulada de plan de acción para 2022.

Número de nuevos contenidos históricos de la radio y la televisión pública dispuestos para consulta y licenciamiento. Durante el mes de diciembre de 2022 se catalogaron 399 documentos en el marco del convenio con la entidad ejecutora externa y 50 documentos con el equipo interno de contratistas de Señal Memoria, para una cifra de 449 documentos dispuestos para consulta y licenciamiento en el periodo. Entre los documentos catalogados se encuentran Diálogos de Paz, La

revista, Los Personajes, Noticiero de las 7 y Transmisión elecciones, entre otros. El total de documentos catalogados y publicados en el año fue de 16.289 (101%), de los cuales 10.454 corresponden a documentos audiovisuales y 5.835 a documentos sonoros. Con lo anterior se da cumplimiento a la meta establecida para la vigencia 2022.

Soportes del archivo audiovisual y sonoro de la Radio y la Televisión de Colombia digitalizados. La digitalización de soportes se dio por finalizada en el mes de septiembre con un total de 12.836 soportes digitalizados, que corresponden al 107% de la meta anual. Del total de soportes digitalizados 1.800 se intervinieron con el equipo de contratistas de Señal Memoria y 11.036 en el marco de un convenio con una entidad externa. La mayor ejecución no significó costos adicionales para la entidad y se debió a eficiencias en el proceso técnico de digitalización y al tipo de soportes intervenidos. Con base en lo anterior, el indicador alcanzó la meta estipulada para la vigencia 2022.

Contenidos digitales publicados de Señal Memoria Durante el IV trimestre de 2022 se publicaron un total de 2.511 contenidos digitales en la página web y las redes sociales de Señal Memoria para un total de 10.688 contenidos publicados en la vigencia. Estas publicaciones corresponden a las temáticas establecidas por la entidad y su mayor avance atiende a necesidades especiales de divulgación que se presentan durante la ejecución. Es de aclarar que la mayor ejecución no requirió del uso de recursos adicionales para la entidad y su cumplimiento adicional ha generado una mayor consulta de los contenidos históricos por parte de los ciudadanos en alineación con el objetivo de generar apropiación del patrimonio histórico de la radio y la televisión públicas. Se reporta con base en lo anterior, el cumplimiento de la meta establecida para el indicador para la vigencia 2022.

Número de contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de la pantalla de Señal Colombia Se reporta que la meta estipulada para este indicador, fue cumplida al cierre del II trimestre de la vigencia 2022, donde se realizó preproducción, producción, posproducción y emisión de 18 contenidos.

Nuevos contenidos de radio producidos y emitidos En el primer trimestre de la vigencia 2022 se dio cumplimiento al indicador con la producción y emisión de 45 contenidos, los que se desagregan por marca de la siguiente forma

- Radio Nacional de Colombia: 25 Contenidos.
- Radiónica: 20 Contenidos

Número de horas de contenidos al aire y especiales, nacionales y descentralizados generados Durante el mes de diciembre de la vigencia 2022, la Subgerencia de Radio a través de sus emisoras generó un total de 3.057 horas. A continuación, se desagrega los contenidos generados por emisora:

- Radio Nacional de Colombia: 2.473 horas
- Radiónica: 584 horas

El total de horas del indicador al cierre de 2022 es de 38.295, reflejando así un cumplimiento de la meta estipulada en un 105%. Este sobrecumplimiento desde Radio Nacional se presentó por la continuidad de la parrilla al inicio del año y desde estudios descentralizados 5,5 horas por estudio lo que se dio al agregar programación musical en la madrugada del sábado. Desde Radiónica se presentó sobrecumplimiento de la meta por normalización de operación en estudios de manera progresiva durante 2022 y por agregar horas descentralizadas a Franja Electrónica Radiónica durante 2022.

Número de contenidos digitales publicados en las plataformas de RTVC Durante el mes de diciembre de la vigencia 2022, la Subgerencia de Radio a través de sus emisoras generó un total de 719 contenidos digitales publicados. A continuación, se desagrega los contenidos por emisora:

- Radio Nacional de Colombia: 582 contenidos digitales
- Radiónica: 137 contenidos digitales

El total de contenidos del indicador al mes de diciembre de 2022 es de 10.721 con un cumplimiento del 97% de la meta anual proyectada. Este incumplimiento del indicador se presenta desde Radiónica con 257 contenidos por debajo de la meta proyectada. Lo anterior porque con el ánimo de reducir mensajes de impacto negativo sobre la emisora Radiónica, con ocasión a las publicaciones realizadas en la revista Volcánicas, se redujo el número de publicaciones en las plataformas de Radiónica. Para la vigencia 2023, el indicador tendrá continuidad y se realizarán las gestiones correspondientes para dar cumplimiento a la meta estipulada.

Número de horas de contenido al aire de apoyo educativo Durante el mes de diciembre de la vigencia 2022, la Subgerencia de Radio a través del Canal educativo "Exploremos" generó un total de 172 horas.

El total de horas del indicador al mes de diciembre de 2022 es de 4796 horas para tener un cumplimiento del 100% de la meta estipulada para la vigencia.

Contenidos convergentes producidos y coproducidos Subgerencia de TV. Al cierre del IV trimestre de 2022, se reporta la realización de cuatro (4) emisiones los días (4, 11, 18 y 29 de diciembre de 2022) del programa "De qué se habla" que trata diversos temas de actualidad de la agenda diaria del país, escuchando las diferentes voces y opiniones respecto a un tema específico sin entrar en un debate, dejando que el televidente se forme su opinión; además comparte contenidos musicales, informativos y virales que entretienen al televidente. Se reporta un total de 48 contenidos totales en la vigencia 2022, cumpliendo así con la meta estipulada.

Contenidos producidos por la Subgerencia de TV Se realizan cincuenta y dos (52) emisiones del sistema informativo público RTVC Noticias el cual tiene el fin de informar a todas las regiones del país, por eso su contenido principal es producido desde y para la región, ofreciendo un diferencial en sus secciones informativas en cada una de sus emisiones como cultura, deportes, ambiente y oportunidades. Creando una nueva oferta de información para todos los colombianos. Las emisiones fueron producidas y emitidas de la siguiente manera

- Rtv noticias mediodía (21 emisiones)
- Rtv noticias edición central (21 emisiones)
- Rtv noticias fin de semana y festivos (10 emisiones)

De acuerdo a lo anterior, se reporta un acumulado de 612 contenidos al cierre de la vigencia 2022, cumpliendo de esta forma con la meta estipulada.

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. Se reporta al cierre de la vigencia 2022, que la meta estipulada fue cumplida en el mes de noviembre de 2022 y de acuerdo al compromiso de producir, transmitir emitir y/o poner en circulación contenidos audiovisuales especiales sobre la agenda nacional y/o mundial a través de la pantalla del Canal Institucional, donde se realizó la programación y emisión del siguiente contenido audiovisual:

- Programación especial en celebración del Día Internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer. Mujeres pioneras: Día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer (1 pm y 6:30 pm) viernes 25 de noviembre de 2022.

Con lo anterior se acumularon 14 de 14 contenidos audiovisuales propuestos para la vigencia 2022 por parte del Canal Institucional cumpliendo así con la meta establecida.

Porcentaje de avance en el desarrollo e implementación de iniciativas audiovisuales con enfoque institucional, de servicio ciudadano, conmemorativo, patriótico, de interés general, etc., mediante el cual se acerque el Estado a la ciudadanía. En el desarrollo misional del Canal Institucional se han contemplado variedad de actividades adelantadas desde la Dirección las cuales están orientadas a la producción, programación y emisión de contenidos que permitan acercar el estado a la ciudadanía durante la vigencia 2022. De su cumplimiento se genera un avance porcentual reportado de manera trimestral.

Se compone de tres (3) iniciativas con una ponderación asignada considerando el nivel de importancia dentro de la medición de este indicador. Finalizado el cuarto

trimestre de 2022 se registra el siguiente avance porcentual en cada una de las iniciativas:

1. Desarrollo y ejecución de contratos interadministrativos de producción y/o emisión de contenidos institucionales. Valor porcentual 35%.
2. Creación de contenido propio orientado al servicio a la ciudadanía y con ello la construcción de sociedad contemplando la participación activa de televidentes y usuarios digitales. Valor porcentual 35%.
3. Producción, transmisión y/o emisión de contenidos audiovisuales que apoyen la construcción del espíritu nacional a través del rescate de referentes históricos, conmemorativos, patrióticos y de interés general. Valor porcentual 30%.

Con lo anterior se refleja un avance del 100% de avance al cierre de la vigencia, cumpliendo de esta forma la meta establecida.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 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. Dentro de este Objetivo se formularon un total de 3 indicadores así como 6 actividades las cuales fueron cumplidas en su totalidad al cierre de la vigencia 2022.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 1:** Desarrollar las acciones de administración, operación y mantenimiento de la red pública.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Nivel de disponibilidad del servicio de la red pública	Mensual	92%	92%	92.7%	101%

Nivel de disponibilidad del servicio de la red pública Para el periodo de medición se reporta un avance en el porcentaje total del servicio de disponibilidad de la red del 92,7% el cual está compuesto por 8 variables que son analizadas cada una y corresponden a una parte del servicio, dichas variables tienen una ponderación diferente dependiendo del tipo de tecnología y cubrimiento respectivo.

El monitoreo individual de indicadores le permite al área controlar cada servicio y tomar decisiones cuando uno de estos presente variaciones o desviaciones con respecto a la zona de cumplimiento establecida. Para el periodo se evidencia cumplimiento de la meta fijada y una disponibilidad de los servicios de la red dentro de los parámetros normales. (Es importante aclarar que la disponibilidad de los

servicios analógicos es menor frente a las demás variables, lo anterior obedece a la falta de equipos y repuestos que la componen)

Se reporta al final de la vigencia el cumplimiento de la meta establecida para el indicador.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 2:** Ampliar la cobertura del servicio público de televisión nacional, implementando nuevas tecnologías (TDT-DTH)

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Cobertura de televisión digital	Mensual	93,03%	93.03%	93.03%	100%

Cobertura de televisión digital Al cierre de la vigencia 2022, se reporta una cobertura nominal en TDT de los canales públicos del 93,03% de la población colombiana, acorde a la proyección de población para 2022 por parte del DANE (censo 2018); a través de 91 estaciones en operación. Con lo anterior se da cumplimiento a la meta establecida para el indicador en la vigencia 2022.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 3:** Aportar al cumplimiento de los acuerdos de paz, con la implementación de emisoras (transmisión y estudios).

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Emisoras de FM en zonas de conflicto implementadas	Anual	4	4	4	100%

Emisoras de FM en zonas de conflicto implementadas Al cierre de la vigencia de 2022 se reciben las soluciones implementadas de cuatro (4) nuevas estaciones de radio y (4) estudios de radio en los municipios San Vicente del Caguán (Caquetá), Tumaco (Nariño), San José del Guaviare (Guaviare) y Fundación (Magdalena) dando cumplimiento al indicador de la vigencia acorde con la ejecución de las actividades estipuladas.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 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. Dentro de este Objetivo se formularon un total de 13 indicadores y 34 actividades de las cuales es importante mencionar que se ejecutaron en su totalidad.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 1:** Socializar las buenas prácticas en los procesos de innovación relacionados con los contenidos públicos.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IVTRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Manual de buenas prácticas implementado	Mensual	100%	NA	100%	100%
Espacios de buenas prácticas institucionalizadas	Mensual	8	NA	8	100%

Manual de buenas prácticas implementado Se reporta que la meta estipulada para el presente indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de la presente vigencia, periodo en el cual, se llevaron a cabo todas las actividades previstas para la implementación y la revisión de contenido relevante para la escritura del Manual de recopilación de buenas prácticas en generación de contenidos, la socialización del manual y su correspondiente uso en las áreas.

Espacios de buenas prácticas institucionalizadas Se reporta que la meta estipulada para el presente indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de la presente vigencia, periodo en el, se realizaron 8 espacios de apropiación y divulgación de buenas prácticas, dando cumplimiento a la meta establecida para la vigencia.

Estos espacios se llevaron a cabo con las áreas misionales de RTVC. Las cuales tuvieron como finalidad la presentación y socialización del manual de recopilación de buenas prácticas en generación de contenidos de RTVC, así mismo se brindaron instrucciones de uso y recomendaciones para la implementación del manual. Con relación a la meta cuatrienio, se realizaron un total de 12 espacios buenas prácticas institucionalizados, alcanzando el 100% de la meta estipulada.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 2:** Lograr el posicionamiento de los contenidos públicos a partir del comportamiento y preferencias de las audiencias de RTVC.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Plan estratégico de arquitectura y personalidad del portafolio de marcas de RTVC implementado.	Mensual	100%	NA	100%	100%
Centro de monitoreo de audiencias implementado	Mensual	100%	100%	100%	100%
Visitas a los diferentes sitios web de la entidad (tráfico web).	Mensual	30.871.980	30.871.980	42.457.442	138%
Seguidores en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram y TikTok) - Comunidad digital	Mensual	4.143.241	NA	5.755.635	139%
Número de interacciones en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram y TikTok)	Trimestral	7.000.000	7.000.000	18.609.531	266%
Número de proyectos especiales digitales desarrollados	Semestral	2	2	2	100%
Usuarios únicos que acceden al contenido histórico audiovisual y sonoro en medios digitales	Trimestral	930.000	930.000	902.518	97%

Plan estratégico de arquitectura y personalidad del portafolio de marcas de RTVC implementado

Se reporta que la meta estipulada para el presente indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de la presente vigencia. Lo anterior mediante la finalización del proceso del desarrollo de campaña de RTVC, con el ajuste de las piezas de comunicación y la finalización de 9 referencias de spots.

Centro de monitoreo de audiencias implementado Al cierre del mes de diciembre de 2022, se da cumplimiento a la meta estipulada para el indicador en la vigencia 2022, lo anterior mediante el desarrollo de las siguientes actividades asociadas a la implementación del Centro de Inteligencia y Monitoreo de Audiencias:

1. Generación de reportes programados CIMA: Durante el periodo se generaron un total de 70 reportes de Digital y TV que fueron publicados en el sitio web de CIMA.
2. Desarrollo de proyectos establecidos en CIMA

Visualizaciones: se continúan realizando mejoras al dashboard de rendimiento de Pauta Digital con el fin de colocar esta información al alcance del líder y los equipos digitales, así mismo se definió que el formato de consulta de resolución de dudas frente al manejo de DataStudio serán videos, donde se tiene por ahora un guion para generar el primer video y definir la línea gráfica.

Relacionamiento de estudios: Desarrollo de posibles espacios de trabajo con T.I

Marketing Automation: se realizó seguimiento a la solicitud de retroalimentación de la presentación que se realizó al área de T.I y a planeación sobre el panorama encontrado de las bases de datos en RTVC.

Forecast: sesiones de trabajo entre el equipo de CIMA y el equipo de TI para conocer los pasos a seguir con el proyecto Forecast, donde se pasa a una fase de prototipado de informes para Radio y Digital, donde por medio de sesiones de trabajo se elaborará y estructurará un boceto de informe para evaluar con el equipo y tener una versión para las áreas usuarias.

3. Lanzamiento sitio web CIMA

Durante el mes de diciembre se realizó la campaña de lanzamiento del sitio web dirigida a los colaboradores y usuarios finales, dicha actividad tuvo lugar del 13 al 21 de diciembre y se anunciaron ganadores el 22 de diciembre, así mismo se recibió por parte de TI el diseño del login en el sitio de calidad para pruebas, dentro de los próximos pasos se tiene la revisión en detalle del sitio en versión Mobile y el paso a producción de esta validación de seguridad a través del login tipo Intranet.

Visitas a los diferentes sitios web de la entidad (tráfico web) En diciembre de 2022 se ejecutó efectivamente la pauta digital para Señal Colombia, Radiónica, Radio Nacional de Colombia y Nación Rebelde logrando un impacto positivo sobre las visitas a las páginas del sistema. Se cierra el año con un tráfico histórico para los medios digitales del Sistema de Medios Públicos, producto de una estrategia ambiciosa que logró coordinar los esfuerzos de todos los activos hacia el mismo objetivo de cumplimiento de la meta, apalancado además por el éxito del Frailejón Ernesto Pérez, las elecciones presidenciales 2022 y la implementación efectiva de la pauta digital.

Seguidores en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram y TikTok) - Comunidad digital Se reporta que la meta estipulada para el presente indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de la presente vigencia. Lo anterior mediante la creación de contenidos de fácil consumo a través de video en TikTok y reels, así como infografías en IG y Facebook fomentaron el crecimiento de la comunidad en redes sociales, en momentos de coyuntura electoral donde la información pedagógica fue aprovechada por las marcas de la Entidad.

Número de interacciones en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram y TikTok) La adecuada estrategia en TikTok en cuentas como las de Radio Nacional, RTVC Noticias, Señal Colombia, Mi Señal y Radiónica, apoyó el incremento en las acciones sobre las redes sociales del sistema, especialmente las informativas que han conseguido un alto alcance y nivel de participación. Durante este periodo se realizaron acciones de sostenimiento sobre toda nuestra parrilla y productos propis digitales, invitando siempre a la participación. Las redes sociales del Frailejón Ernesto Pérez, continuaron creando contenidos medioambientales de buen impacto entre las audiencias que soporta la búsqueda de anunciantes. Se cierra el año con interacciones históricas para las redes sociales del Sistema de Medios Públicos, producto de una estrategia ambiciosa que logró coordinar los esfuerzos de todos los activos hacia el mismo objetivo de cumplimiento de la meta, apalancado además por el éxito del Frailejón

Ernesto Pérez, las elecciones presidenciales 2022 y la implementación efectiva de la pauta digital.

Número de proyectos especiales digitales desarrollados Para el periodo de medición se reporta el cumplimiento de la meta establecida para la vigencia 2022. Durante el segundo semestre de 2022, el Equipo Digital de RTVC Sistema de Medios Públicos logró realizar un especial en TikTok donde se le contó a la audiencia, los productos colombianos, su historia, raíces, dónde se producen y cuál es el impacto en la sociedad. En un esfuerzo de periodistas, especialistas SEO, especialistas de métricas y audiencias, realizadores audiovisuales y producción digital, conectamos con la colombianidad esperando un incremento en el alcance e interacción de las publicaciones, en asocio con TikTok. Este tipo de contenidos responden a nuevas tendencias de consumo de videos cortos y la misionalidad de la entidad, que se unen para beneficio de las audiencias.

Usuarios únicos que acceden al contenido histórico audiovisual y sonoro en medios digitales Durante el IV trimestre de 2022 se reportan un total de 207.866 usuarios que acceden al contenido histórico para total del año de 902.518 usuarios. La ejecución final es del 97% observándose que se obtuvieron 27.482 usuarios menos de los esperados. Lo anterior se debe a que la meta es una proyección sobre un indicador que refleja el resultado de otras acciones como la cantidad y variedad de contenidos publicados y los eventos de divulgación realizados, por lo que resulta complejo acertar por completo en dicha meta.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 3:** Desarrollar estrategias de articulación (culturales, artísticas, comerciales, entre otros) con los operadores regionales y entidades públicas.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Eventos de promoción y divulgación de la memoria audiovisual y sonora realizados	Mensual	12	12	46	383%
Número de eventos de promoción y divulgación realizados por la Subgerencia de Radio	Mensual	54	54	54	100%
Eventos de promoción y divulgación realizados por RTVCPlay	Mensual	11	11	18	164%
Número de alianzas y/o convenios con operadores regionales y/o entidades públicas realizados desde el canal Señal Colombia	Mensual	6	6	6	100%

Eventos de promoción y divulgación de la memoria audiovisual y sonora realizados

Durante el IV periodo se reporta el cumplimiento de la meta establecida para la vigencia 2022. En el mes de diciembre se llevaron a cabo 5 eventos de promoción y divulgación de la memoria histórica. Estos eventos facilitan la apropiación del acervo histórico creando un contacto directo con los ciudadanos. Entre estos eventos se pueden mencionar: La restauración fílmica patrimonial (2 de diciembre de 2022) en la Universidad de Antioquia, "Los reyes del mundo" (6 de diciembre de 2022) en la Cinemateca La Tertulia, "Vacaciones en el Museo: Advertencias a la ciudad de Pasto: Taller de linterna mágica" (9 de diciembre de 2022) en el Museo Quinta de Bolívar, "Representaciones de Agualongo, de la guerra y las fiestas de Pasto en el Archivo Señal Memoria" (12 de diciembre de 2022) en la ciudad de Pasto Nariño y "Los símbolos de la Navidad" (21 de diciembre de 2022) vía Facebook Live- @senalmemoria

Teniendo en cuenta que se superó la meta establecida, es necesario mencionar que los eventos adicionales atienden a necesidades especiales de divulgación que surgen durante la vigencia, y que los costos asociados a los eventos adicionales se cubren con la capacidad instalada de Señal Memoria por lo que no representan inversión adicional a la planeada.

Número de eventos de promoción y divulgación realizados por la Subgerencia de Radio Durante el mes de diciembre de la vigencia 2022, la Subgerencia de Radio a través de sus emisoras generó diez (10) eventos los cuales se relacionan a continuación:

- Visita a la Cardioinfantil por Exploremos
- Noche RNC con emisión 24 y 31 de diciembre.
- Transmisión al aire y redes de Radiónica de la primera jornada de Rock al Parque desde el Simón Bolívar día 3
- Transmisión al aire y redes de Radiónica de la segunda jornada de Rock al Parque desde el Simón Bolívar día 4
- Cobertura especial y transmisión del Festival Petronio Álvarez - Agosto
- Jueves de Medios de la Cinemateca: presentación de la experiencia de la Ruta del Magdalena - Agosto
- Expo Asís- Agosto
- Encuentro de la Palabra- Agosto
- "Cubrimiento para web y aire de la jornada semifinal del viernes del Festival Autóctono de Gaitas de San Jacinto, Bolívar.." - Agosto
- Festival de la Cosecha- Agosto

Al cierre de la vigencia 2022, se reportan un total de 54 eventos realizados evidenciando el cumplimiento de la meta establecida para el indicador en la vigencia 2022.

Eventos de promoción y divulgación realizados por RTVCPlay Para el cierre de la vigencia 2022, se reporta un total acumulado de 18 eventos de promoción y divulgación realizados por RTVCPlay. Con lo anterior, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador en el 2022.

Número de alianzas y/o convenios con operadores regionales y/o entidades públicas realizados desde el canal Señal Colombia Al cierre de la vigencia 2022, se reporta que este indicador fu cumplido al cierre del III trimestre. Lo anterior gracias a que en dicho periodo se logró la radicación y firma de las Alianzas que se relacionan a continuación:

1. CARNAVAL DE LAS ARTES - La Cueva
2. BAM
3. LA FERIA DE LAS FLORES
4. FESTICINE
5. BAT
6. EL MUSEO NACIONAL

OBJETIVO INSTITUCIONAL 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. Dentro de este Objetivo se encuentran un total de 5 indicadores y un total de 14 actividades formuladas. Frente a éstas últimas es importante mencionar que se cumplieron en su totalidad.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 1:** Fortalecer la transformación digital del quehacer institucional de RTVC.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META III TRIMESTRE	REPORTE III TRIMESTRE	AVANCE III TRIMESTRE
Nivel de Transformación Digital alcanzado	Mensual	70%	70%	70%	100%
Número de productos digitales desarrollados	Mensual	26	26	26	100%
Gestor Documental RTVC implementado	Trimestral	100%	NA	NA	NA

Nivel de Transformación Digital alcanzado De acuerdo con la metodología LEADING DIGITAL, se presentó avance en el proceso de uso de datos en las capacidades duras según la metodología. Lo anterior debido a la salida en

producción la página de CIMA la cual busca proveer análisis y datos relevantes a las diferentes áreas interdisciplinarias de la entidad

Con los datos del último trimestre y la trazabilidad del año 2022 se concluye que la meta general se cumplió a cabalidad y las actividades fueron ejecutadas sin observaciones.

Número de productos digitales desarrollados. Durante el mes de diciembre se desarrollaron los siguientes productos:

1. Migración mi señal drupal 9
2. Relatos amarillos fase 2
3. Podcast Señal Memoria
4. Micrositio móviles RTVC

De acuerdo con las mediciones anteriores y a la periodicidad del indicador, al cierre de la vigencia 2022 se reporta el cumplimiento de la meta establecida en la cual se desarrollaron un total de 26 productos digitales.

Gestor Documental RTVC implementado Para la vigencia 2022, se reporta que la solicitud de eliminación de este indicador fue aprobada mediante Comité Institucional de Gestión y Desempeño del día 4 de octubre de 2022.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 2:** Impulsar la economía naranja como potencializador de la cultura y gestión de la innovación

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Espacios de articulación entre actores del ecosistema de Economía Naranja Realizados	Mensual	2	NA	NA	100%
Emprendimientos de economía Naranja Impulsados	Mensual	4	NA	NA	100%

Espacios de articulación entre actores del ecosistema de Economía Naranja Realizados Se reporta para el periodo de medición, que la meta establecida para el indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de 2022. Lo anterior teniendo en cuenta la realización de los espacios entre actores del ecosistema de economía estipulados.

Emprendimientos de economía Naranja Impulsados Se reporta para el periodo de medición, que la meta establecida para el indicador fue cumplida al cierre del II trimestre de 2022. Lo anterior teniendo en cuenta que se impulsaron los

emprendimientos de economía naranja proyectados para ejecución durante el cuatrienio.

OBJETIVO 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. Dentro de este Objetivo se encuentran un total de 15 indicadores y un total de 46 actividades formuladas. Frente a éstas últimas es importante mencionar que se cumplieron a cabalidad dentro de los tiempos de ejecución establecidos.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 1:** Desarrollar estrategias para la implementación del Modelo Integrado de Planeación Gestión

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Avance de implementación de políticas de gestión y desempeño institucional alcanzado	Semestral	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de avance del plan de trabajo para la apropiación y divulgación institucional del MIPG	Semestral	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de avance del plan de fortalecimiento de la implementación del MIPG	Trimestral	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de avance en la elaboración del Plan de Gestión de Información Estadística de RTVC	Trimestral	100%	100%	100%	100%
Avance de implementación de Buen Gobierno Corporativo alcanzado	Mensual	100%	NA	100%	100%
Actividades realizadas para el fortalecimiento de la gestión ambiental de RTVC sede CAN	Trimestral	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de cumplimiento al Plan de Atención al Ciudadano	Trimestral	100%	100%	100%	100%

Avance de implementación de políticas de gestión y desempeño institucional alcanzado De acuerdo con la formulación inicial del indicador para la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento de la meta estipulada de acuerdo con la realización de los 17 diagnósticos asociados a las políticas de gestión y desempeño del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG-.

Porcentaje de avance del plan de trabajo para la apropiación y divulgación institucional del MIPG

Con respecto al segundo semestre de 2022, se ejecutaron un total de (6) talleres de apropiación del MIPG al equipo Líder cuyo propósito fue fortalecer los procesos de aprendizaje a través de talleres prácticos donde se logró desarrollar nuevas competencias con respecto a temáticas específicas de las diferentes políticas de gestión y desempeño. Se relacionan a continuación los Talleres realizados: (i) Principios de la política de Gestión de la Información Estadística (ii) Socialización del Menú participa (iii) Buenas prácticas de Datos Abiertos (iv) Mapas de Conocimiento (v) lineamientos estructura de mesas técnicas (vi) Buenas Prácticas de Gestión de la Información Estadística.

Con base en lo anterior, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador en la vigencia 2022.

Porcentaje de avance del plan de fortalecimiento de la implementación del MIPG

El total de actividades programadas para la vigencia 2022 fue (32), producto de la inclusión de (4) nuevas actividades respecto al primer semestre. Para el cuarto trimestre se tenían programadas (25) actividades, las cuales se cumplieron en su totalidad.

Por lo anterior, se tiene un avance acumulado en la vigencia de (32) actividades cumplidas, con un porcentaje de cumplimiento del indicador del 100%. Por otra parte, las siguientes actividades tendrán una continuidad dentro del plan de cierre de brechas, con el fin de completar el avance restante programado para la vigencia 2023:

1. Implementación del Sistema Integrado de Información y de Gestión.
2. Adquirir e instalar sistema de condiciones ambientales en RTVC.
3. La entidad cuenta con el inventario de información estadística: - Operaciones estadísticas - Registros administrativos - Indicadores con su línea base.

Porcentaje de avance en la elaboración del Plan de Gestión de Información Estadística de RTVC. Al cierre de la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador. Lo anterior teniendo en cuenta que las tres variables definidas en la ficha del indicador se ejecutaron de manera conforme.

A través del documento "Plan de gestión de la información estadística - Identificación y diagnóstico preliminar 2022" formulado (variable 3), se evidencia el avance frente a la identificación de la oferta y demanda de la información estadística producida por RTVC (variable 1) y el diagnóstico de la información estadística institucional (variable 2).

Avance de implementación de Buen Gobierno Corporativo alcanzado Se reporta que la meta estipulada para este indicador fue cumplida en el II trimestre de la vigencia. Lo anterior teniendo en cuenta el cumplimiento en la realización de las socializaciones establecidas al interior de RTVC y sus diferentes áreas.

Actividades realizadas para el fortalecimiento de la gestión ambiental de RTVC sede CAN. Al cierre de la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador, de acuerdo a la ejecución de las actividades establecidas en la formulación inicial.

Porcentaje de cumplimiento al Plan de Atención al Ciudadano. Al cierre del IV trimestre de la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador. Lo anterior de acuerdo con la ejecución de las actividades del Plan de Atención al Ciudadano establecidas para la vigencia.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 2:** Fortalecer las capacidades del talento humano en cada una de las etapas del servicio generando valor público.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Plan Estratégico de Talento Humano implementado en cada vigencia	Mensual	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de avance de la estrategia de conflictos de intereses.	Bimestral	100%	100%	100%	100%

Plan Estratégico de Talento Humano implementado en cada vigencia Durante el mes de diciembre de 2022 se llevaron a cabo las siguientes actividades asociadas al Plan Estratégico de Talento Humano:

1. Cultura Organizacional
2. Plan de Capacitación
3. Plan de Bienestar
4. Seguridad y salud en el trabajo
5. SIGEP 1
6. Evaluación de Desempeño
7. Inducción y Reinducción

Con lo anterior, y de acuerdo al acumulado de la vigencia 2022, se reporta al cierre de la vigencia 2022, el cumplimiento de la meta establecida para el indicador del PETH en un 100% el cual corresponde al número de actividades totales programadas para el año (273 actividades en el Plan Estratégico de Talento

Humano) y el número de actividades ejecutadas durante los doce primeros meses del año (273 actividades).

Porcentaje de avance de la estrategia de conflictos de intereses. Al cierre del IV trimestre de 2022, se reporta el cumplimiento de la meta establecida para el indicador para la vigencia. Lo anterior mediante la ejecución de las actividades correspondientes a la implementación, seguimiento y control de las 12 tareas concertadas en el formato de Formulación Estrategia de Integridad y Conflicto de Intereses.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 3:** Incentivar la gestión del conocimiento y la cultura de la innovación dirigidos al talento humano de RTVC.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Personas impactadas a través de metodologías de innovación	Mensual	100	NA	100	100%
Espacios de innovación generados	Mensual	3	NA	3	100%

Personas impactadas a través de metodologías de innovación Teniendo en cuenta que al cierre del II trimestre de la vigencia 2022, se alcanzó la inscripción de más de 100 personas a los módulos de aprendizaje relacionados con temas de marca y creatividad dentro del laboratorio de innovación donde se presentaron contenidos como el ADN de marca y ADN de colaboradores, métodos de base intuitiva, cómo impactar con la marca RTVC, Gestión de la Innovación: del proyecto a la cultura, orientación a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entre otros, el indicador fue cumplido al cierre del II trimestre de la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento del indicador para la presente vigencia.

Espacios de innovación generados Teniendo en cuenta la realización de los espacios de innovación generados reportados al cierre del II trimestre de la vigencia 2022, se dio cumplimiento a la meta estipulada para el indicador.

- **LÍNEA ESTRATÉGICA 4:** Mejorar la eficiencia comercial y presupuestal de RTVC.

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Presupuesto ejecutado (compromisos)	Mensual	97%	97%	94.2%	97%
Negocios concretados durante la vigencia	Mensual	139	139	117	84%
Nuevos clientes adquiridos durante la vigencia	Mensual	33	33	35	106%
Recaudo por venta de Servicios	Mensual	43.877.880.000	43.877.880.000	24.425.000.000	56%

Porcentaje de ejecución del presupuesto de RTVC (compromisos) Una vez verificado el comportamiento del indicador de Egresos al cierre de la vigencia 2022, se observó un avance del de 94,27%, de Presupuesto de gastos ejecutado frente a la meta estipulada para la vigencia (97%) . Si bien se puede evidenciar que RTVC se encuentra dentro del rango de cumplimiento, en lo referente a la meta del indicador propuesta para la vigencia 2022, no se alcanzó la meta propuesta teniendo en cuenta que se presentaron limitantes en el uso de recursos propios, lo cual causó que muchas de las contrataciones planificadas se detuvieran ya que contaban con esta fuente de financiación.

Negocios concretados durante la vigencia Al cierre de la vigencia 2022, se reporta un acumulado de 117 negocios concretados en 2022. Si bien se desarrollaron gestiones comerciales importantes desde RTVC, no se logró el cumplimiento de la meta estipulada, teniendo en cuenta aspectos como: varias de las entidades con las que se proyectaba cerrar contratos aún se encontraban determinando sus estrategias de comunicaciones para 2023, ley de garantías al inicio de la vigencia y cambio de Gobierno Nacional en el mes de agosto de 2022.

Nuevos clientes adquiridos durante la vigencia Al cierre de la vigencia 2022, se reporta el cumplimiento de la meta estipulada para el indicador. Lo anterior teniendo en cuenta las gestiones que a lo largo del 2022 se realizaron desde el equipo comercial de RTVC. Se resalta en el mes de diciembre la incorporación de los clientes Secretaría de Desarrollo Distrital y Universidad Tecnológica de Pereira.

Recaudo por venta de Servicios Pese a los esfuerzos llevados a cabo desde el equipo de Gestión Comercial a lo largo de la vigencia 2022, no fue posible cumplir la meta propuesta toda vez que las entidades del Estado decidieron abstenerse de ejecutar presupuestos de inversión en comunicaciones, lo que significó la no firma de contratos interadministrativos con clientes de gobierno.

TABLERO DE CONTROL

Los tableros de control (Dashboard) permiten medir el estado actual de una serie de indicadores y evaluarlos frente a unos objetivos. De esta forma, facilitan la toma de decisiones y aumentan su precisión, minimizando la probabilidad de error.

Para RTVC, el tablero de control está destinado a tener un control de todos los indicadores de gestión y estratégicos, con la finalidad de generar una visión más amplia de la información que cada una de las áreas de la entidad informa en las periodicidades de medición.

Este tablero se monitorea permanentemente, dando reportes trimestrales que ayuden a identificar las oportunidades de mejora e incrementar los correctivos necesarios para realizar las tareas y actividades de las áreas, mucho más fáciles de medir.

Metodología Tablero de Control RTVC

Para la metodología de medición del tablero de control, se tienen las siguientes consideraciones:

Información fuente: Se tiene en cuenta la caracterización de cada indicador (objetivo estratégico, línea estratégica, área, jerarquía, metas volantes, etc.) gestionada y registrada en el sistema de información destinado a cumplir dicha función.

Ponderación: Se tomó la información de categoría de los indicadores para determinar su relevancia e importante en el modelo de tablero de control, con ello se determinó:

Categoría indicador	Ponderación
Estratégicos	70%
Procesos	25%

Plan marco de implementación	5%
------------------------------	----

Con la identificación de las ponderaciones se procedió a establecer la ponderación de cada indicador.

Rangos de valoración: Corresponde a los intervalos porcentuales en los que se sitúa el resultado de la medición de un indicador con respecto a la meta establecida para un periodo de tiempo determinado. Para la metodología del tablero de control, se han establecido los siguientes rangos de valoración:

$X = 100\%$		Cumplimiento
$90\% \leq X < 100\%$		Adecuado
$70\% \leq X < 90\%$		Alerta
$X < 70\%$		Peligro

Análisis: Una vez ponderados los indicadores, se hace un análisis de resultados de manera mensual de acuerdo con la periodicidad de cada indicador (mensual, trimestral, semestral, etc.), para esto se toman los resultados que han sido previamente cargados para seguimiento en el sistema Kawak y se analizan según la meta definida para el periodo de medición. Cuando se obtiene el resultado del avance, se analiza con los rangos de valoración

Asimismo, si en un período de tiempo se evidencian sobre cumplimientos del indicador, éstos serán objetos de análisis para determinar si ésta fue producto de una falencia en la planeación de la meta estipulada para el periodo de reporte o por una situación particular. Con lo anterior, se define la ponderación del indicador para dicho periodo.

CONCLUSIONES

Es importante mencionar que de acuerdo con el ejercicio liderado por la Coordinación de Planeación que se inició en el mes de octubre de 2021, 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 2022.

En el desarrollo del seguimiento realizado al Plan de Acción para el cierre de la vigencia 2022, se puede evidenciar una gestión satisfactoria de las áreas frente al cumplimiento del mismo. De las 141 actividades formuladas para el total de los 52 indicadores establecidos a los Objetivos Estratégicos de RTVC, se pudo identificar el cumplimiento de las actividades planteadas. Se realizó la eliminación del indicador ID 685 “Gestor Documental RTVC Implementado” de acuerdo con la solicitud y debidas justificaciones realizadas por el área responsable y la cual fue aprobada mediante el Comité Institucional de Gestión y Desempeño del mes de octubre de 2022 y cuya acta reposa en el Sistema de Administración y Gestión de Sistemas de Gestión Kawak.

Si bien de manera general se encuentran resultados satisfactorios y el Plan de Acción tuvo un resultado global de cumplimiento del 97%, es importante mencionar los siguientes aspectos frente al seguimiento realizado:

1. Las sobre ejecuciones encontradas obedecieron a situaciones particulares que afectaron positivamente a los indicadores y dichas particularidades se encuentran en el presente informe de acuerdo al objetivo y línea estratégica asociada.
2. De acuerdo al monitoreo realizado al cierre de la vigencia, se identificaron los siguientes indicadores los cuales obtuvieron resultados insatisfactorios y cuya justificación frente al resultado obtenido se encuentra en el presente informe de acuerdo al objetivo y línea estratégica al cual se asociaron:

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Negocios concretados durante la vigencia	Mensual	139	139	117	84%
Recaudo por venta de Servicios	Mensual	43.877.880.000	43.877.880.000	24.425.000.000	56%

Frente a los 2 indicadores anteriormente mencionados, es importante mencionar que fueron incluidos dentro del Plan de Acción de la vigencia 2023 y serán objeto de seguimiento al cierre del I trimestre, teniendo en cuenta que se formularon con periodicidad mensual, con el fin de verificar el avance frente a los rangos de valoración formulados e identificar posibles desviaciones.

- De igual forma, al cierre de la vigencia, se identificaron indicadores que si bien se ubicaron en rangos satisfactorios de cumplimiento de acuerdo a los rangos de valoración establecidos, no alcanzaron las metas propuestas para la vigencia:

INDICADOR	PERIODICIDAD	META VIGENCIA	META IV TRIMESTRE	REPORTE IV TRIMESTRE	AVANCE IV TRIMESTRE
Número de contenidos digitales publicados en las plataformas de RTVC	Mensual	11.000	11.000	10.721	98%
Usuarios únicos que acceden al contenido histórico audiovisual y sonoro en medios digitales	Trimestral	930.000	930.000	902.518	97%
Presupuesto ejecutado (compromisos)	Mensual	97%	97%	94.2%	97%

Los anteriores indicadores, al igual que aquellos que presentaron incumplimiento, se incluyeron de igual forma en el Plan de Acción de la vigencia 2023 y serán objeto de seguimiento de acuerdo con la periodicidad de formulación.

Es importante mencionar, que durante la vigencia 2023, se mantendrá la metodología de seguimiento para aquellos indicadores que evidencien resultados negativos reiterativos de acuerdo a su periodicidad, donde se procederá a realizar una revisión conjunta con el área responsable a fin de construir un plan de mejora tendiente a obtener un resultado positivo al cierre de la vigencia.