

Informe de Gestión Vigencia 2016

*Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC
Sistema de Medios Públicos*



INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2016

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	3
1. SUBGERENCIA DE TELEVISIÓN	4
1.1. CANAL SEÑAL COLOMBIA	4
1.1.1. Producción TV	6
1.1.2. Programación	17
1.1.3. Autopromociones	19
1.1.4. Gestión de Alianzas	23
1.2. CANAL INSTITUCIONAL	24
1.3. CANAL UNO	29
2. SUBGERENCIA DE RADIO	31
2.3. RADIO NACIONAL	31
2.2. RADIÓNICA	35
3. SEÑAL MEMORIA	39
3.1. ARCHIVO SONORO	43
4. RTVC PLAY	45
5. DIRECCIÓN TECNOLOGÍAS CONVERGENTES	55
5.1. Tecnologías de la Información	55
5.2. Ingeniería de Red	56
5.3. Televisión Digital Terrestre	57
5.4. Gestión Emisión de Radio	59
5.5. Gestión de Señales	61
5.6. Tecnología de Medios	61
5.7. Proyecto de Convergencia Tecnológica	63
6. SUBGERENCIA DE SOPORTE CORPORATIVO	66
6.1. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	66
6.2. SERVICIOS GENERALES	71

6.3. GESTIÓN FINANCIERA	72
6.3.1. GESTIÓN PRESUPUESTAL	73
6.3.2. GESTION CONTABLE	77
ESTADOS FINANCIEROS A DICIEMBRE 2016-2015	79
Balance a 31 de Diciembre 2016 – 2015	79
Estado de Resultados a 31 de Diciembre de 2016 – 2015	81
7. GERENCIA GENERAL	84
7.1. COMUNICACIONES	84
7.2. OFICINA ASESORA JURÍDICA	93
7.3. ÁREA DE CONTROL INTERNO	100
7.4. ÁREA DE PLANEACIÓN	104

INTRODUCCIÓN

Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC es una Empresa Industrial y Comercial del Estado, vinculada al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MinTIC, que tiene la misión de gestionar y difundir contenidos de calidad para *formar, informar, entretener y fortalecer la ciudadanía*. En ese sentido, durante la vigencia 2016 la gestión de la entidad estuvo encaminada a fortalecer la construcción de ciudadanía, en un momento crucial para el país, a través de los contenidos de Radio y Televisión, así como la recuperación del patrimonio filmico y sonoro de la nación, disponibles para una sociedad mejor informada.

Se desarrollaron diferentes proyectos, iniciativas y estrategias a lo largo del año, tales como la profundización en la participación del mercado de la televisión pública con contenidos educativos, culturales y sobre la paz y reconciliación; la descentralización de la radio pública con la apertura de estudios en San Andrés y Villavicencio; el proyecto de convergencia tecnológica que permitió el lanzamiento del servicio OTT RTVCPLAY con sus componentes web y de aplicación, que permiten el acceso gratuito a los contenidos de las Marcas del Sistema de Medios Públicos, entre otros. Estos avances han ampliado el impacto de los servicios que presta RTVC, permitiendo la construcción de una ciudadanía acorde con el escenario actual del país.

A continuación, se realiza una exposición detallada de los resultados para la vigencia 2016 de cada una de las áreas estratégicas, misionales y de apoyo de RTVC, evidenciando el cumplimiento de los propósitos misionales de la entidad.

1. SUBGERENCIA DE TELEVISIÓN

1.1. CANAL SEÑAL COLOMBIA

Señal Colombia es un canal que presenta una alternativa de televisión para los colombianos con los mejores contenidos culturales y educativos del país. Es un espacio de creación e innovación en televisión y nuevas plataformas que tiene como premisa cumplir siempre con sus siete compromisos:

- **Desde lo cultural:** Señal Colombia debe ser un espejo de sus audiencias. El canal refleja la diversidad cultural en todas sus dimensiones.
- **Desde lo educativo:** Señal Colombia debe ser un recurso pedagógico. El canal desarrolla y presenta contenidos no formales, que facilitan y promueven el conocimiento.
- **Desde lo público:** Señal Colombia debe ser una herramienta útil en la construcción de ciudadanía. El canal es un referente para el trabajo y divulgación de los valores culturales y democráticos.
- **Desde lo audiovisual:** Señal Colombia debe ser una experiencia cultural en sí misma. Los contenidos del canal tocan e impactan la vida de sus audiencias mediante la creatividad, la innovación, el entretenimiento, la movilización y la experimentación.
- **Desde lo local – global:** Señal Colombia debe ser una ventana para conocer el mundo y sus culturas. El canal sirve de escenario donde circulan relatos locales con potencia universal y relatos universales con significancia local.
- **Desde el uso de los recursos:** Señal Colombia debe gerenciar el recurso público con eficiencia y transparencia.
- **Desde lo tecnológico:** Señal Colombia debe facilitar la circulación de sus contenidos en los medios disponibles. La oferta de servicios y contenidos del canal crece y se expande de acuerdo con las posibilidades tecnológicas.

Premios y reconocimientos

Cuadro 1. Premios y Reconocimientos Canal Señal Colombia Vigencia 2016

Programas y Producciones	Premios y Nominaciones
<i>Asquerosamente Rico</i>	Competencia oficial en la categoría 7 - 10 No Ficción en los Prix Jeunesse International 2016. • Mejor programa infantil en los Premios India Catalina 2016. • Nominado en la categoría de mejor producción educativa en los Premios TAL 2016.
<i>Camusi Camusi</i>	• Nominado en la categoría de mejor microprograma en los Premios TAL 2016. • Finalista en la competencia de Fanchile en la Categoría Pre Escolar (Programas para niños de 3 a 6 años).
<i>Cuentos de Viejos 3</i>	Competencia oficial en la categoría 11 - 15 No ficción en los Prix Jeunesse International 2016. • Nominado en la categoría de mejor animación en los Premios India Catalina 2016. • Ganador en la categoría de mejor contenido interactivo en los Premios TAL 2016. • Finalista en la competencia de Fanchile en la categoría infantil (programas para niños de 7 a 12 años).
<i>El Mundo Animal de Max Rodríguez</i>	• Nominado en la categoría mejor programa infantil en los Premios India Catalina 2016.
<i>Juegos Deportivos Nacionales</i>	• Nominado en la categoría de mejor producción de interés público en los Premios India Catalina 2016.

Programas y Producciones	Premios y Nominaciones
<i>La Nett</i>	• Nominado en la categoría de mejor programa juvenil en los Premios India Catalina 2016.
<i>Las Niñas de la Guerra</i>	• Competencia oficial en la Categoría 11 - 15 No ficción en los Prix Jeunesse International 2016. • Nominado en la categoría de mejor animación en los Premios India Catalina 2016. • Competencia Oficial en la categoría Series de Televisión en el Festival Internacional de Animación de Annecy. • Finalista en la competencia de Fanchile en la categoría infantil (programas para niños de 7 a 12 años).
<i>Lo que nos dejó el volcán</i>	• Mejor programa periodístico y/o de opinión en los Premios India Catalina 2016.
<i>Los Puros Criollos 4</i>	• Mejor programa de entretenimiento en los Premios India Catalina 2016. • Mejor edición para TV en los Premios India Catalina 2016. • Nominado en la categoría de mejor serie documental en los Premios TAL 2016. • Ganador del premio del público en los Premios TAL 2016
<i>Magazín Tour de Francia</i>	• Mejor programa deportivo en los Premios India Catalina 2016.
<i>Muertos Ajenos</i>	• Nominado en la categoría de mejor programa periodístico y/o de opinión en los Premios India Catalina 2016. • Nominado en la categoría de mejor contenido periodístico en los Premios TAL 2016.
<i>Nueva Venecia</i>	• Selección oficial en Festival Internacional de Cine de Guadalajara 2016 en la categoría Largometraje Iberoamericano Documental. • Nominada al Premio Fenix 2016. • Nominado en la categoría de mejor documental para televisión en los Premios India Catalina 2016.
<i>Paciente</i>	• Competencia Oficial Documental FICCI 2016. • Competencia Oficial de Cine Colombiano FICCI 2016. • Selección Oficial en Festival Internacional de Cine de Guadalajara 2016 en la categoría de Largometraje Iberoamericano Documental. • Mejor director en la categoría de Competencia Oficial Documental en el Festival de Cine de Cartagena de Indias FICCI 56. • Premio especial del jurado documental en el Festival de Cine de Guadalajara.
<i>Pasos de Cumbia</i>	• Nominado en la categoría de mejor programa de entretenimiento en los Premios India Catalina 2016.
<i>Pipo mi amigo imaginario 2</i>	• Mejor música para TV en los Premios India Catalina 2016.
<i>Pizarro</i>	• Mejor documental para televisión en los Premios India Catalina 2016. • Ganador en la categoría de mejor documental unitario en los Premios TAL 2016. • Nominado en la categoría de mejor producción de relevancia social en los Premios TAL 2016. • Mención de honor en la competencia internacional de documental en el Festival Internacional de Cine Documental de Buenos Aires - FIDBA. • Ganador del Colón de Oro en el Festival de Cine de Huelva.

Programas y Producciones	Premios y Nominaciones
<i>Puerto Papel</i>	Competencia oficial en la Categoría 7 - 10 Ficción en los Prix Jeunesse International 2016. • Mejor animación en los Premios India Catalina 2016. • Mejor arte para Televisión en los Premios India Catalina 2016. Competencia Oficial en la categoría Series de Televisión en el Festival Internacional de Animación de Annecy. • Mejor serie animada latinoamericana en el Festival Chilemonos 2016. • Ganador del Beyond TV Award en el Prix Jeunesse International 2016. • Ganador en la categoría de mejor producción infantil en los Premios TAL 2016. • Nominado en la categoría de mejor producción innovadora los Premios TAL 2016. • Ganador en la competencia de Fanchile en la categoría infantil (programas para niños de 7 a 12 años). • Ganador en la competencia de Fanchile en la categoría interactiva.
<i>Santiago Rivas</i>	• Mejor presentador de entretenimiento en los Premios India Catalina 2016
<i>Todo lo que vemos</i>	• Nominado en la categoría de mejor contenido interactivo en los Premios TAL 2016.
<i>ZoÓtecnica 3</i>	• Mejor programa juvenil en los Premios India Catalina 2016.

Fuente: Canal Señal Colombia

Proyectos

Con el objetivo de fortalecer el sector audiovisual, durante el año 2016 Señal Colombia garantizó la continuidad del desarrollo de una estrategia de producción, la cual buscó mayor participación en el mercado, posicionamiento de la marca en la región como canal líder de la realización de contenidos de calidad y presencia de producciones innovadoras y atractivas para las audiencias.

Canal Señal Colombia dio continuidad a la política de optimización de recursos y a los lineamientos establecidos en el mercado de coproducción, adquisición de derechos de emisión y las convocatorias públicas en el calendario del funcionamiento anual.

En 2015 se ejecutaron 45 proyectos de producción de contenidos y 13 proyectos especiales. **Para el año 2016 se ejecutaron 20 coproducciones, 10 contenidos de producción propia, 2 proyectos de coproducción especial y al menos 10 proyectos especiales.** Para la vigencia 2017 se planea la ejecución de 28 coproducciones, 17 contenidos de producción propia, 2 proyectos de coproducción especial y al menos 10 proyectos especiales.

1.1.1. Producción TV

Logros

- Se optimizaron recursos, mediante iniciativas como el mercado de coproducción y las convocatorias públicas.
- Se implementaron ajustes en procesos de evaluación para convocatorias públicas, con el fin de hacer más práctico y accesible el proceso a los productores de todas las regiones del país.
- Se implementó un nuevo modelo de producción del canal surgido del sistema de análisis y evaluación de los procesos de producción del Canal Señal Colombia, que incluye la retroalimentación del sector frente a nuestras convocatorias y respuesta a las necesidades internas de RTVC.

- Se establecieron relaciones con las regiones a fin de acercar el canal a los creadores de contenidos del país, para dar a conocer su naturaleza, el tipo de contenidos que busca y en ese mismo sentido, la forma en que pueden generar contenidos con y para él (convocatorias, coproducciones y adquisiciones).
- Se dio continuidad en la planeación estratégica y consolidación de la oferta infantil MI SEÑAL, mediante iniciativas de programación, promoción y participación.
- Se reformuló módulo de programación Señal Colombia Deportes, mediante iniciativas de producción, programación, promoción y participación.
- Se produjeron contenidos que son cada vez más relevantes para los colombianos, que les dan voz, que los incluyen y que están relacionados con sus diversas formas de vivir.
- Se realizó una proyección del Mercado de Coproducción Latinoamérica 2017 en el marco de la presidencia técnica de la red TAL asumida por el Canal Señal Colombia.

Convocatorias públicas

Se dirigieron al sector audiovisual: casas productoras, productores independientes y grupos étnicos, entre otros, con el fin de producir los contenidos para la parrilla de programación. Este mecanismo cumplió con una doble función, la de obtener contenidos perdurables para la pantalla y la de impulsar el fortalecimiento de la industria audiovisual del país.

El procedimiento de convocatorias del Canal Señal Colombia se ha convertido en un referente de buenas prácticas para el diseño de televisión de calidad y es por eso que varias facultades de comunicación, cine y televisión del país incluyeron dentro de sus cátedras de producción la presentación de proyectos de televisión en nuestros formatos. El filtro de calidad en la base de la cadena de valor que imponen las convocatorias, permitió la formalización y formación del sector en torno a propuestas concretas solicitadas por el canal. Prueba de la madurez de estos procesos se evidencia en el hecho de que el canal cuenta cada vez con más nominaciones, premios y reconocimientos por la calidad de sus contenidos en el ámbito nacional e internacional; así mismo, varias de las casas productoras del país de este tipo de contenidos, no apoyados por otro tipo de canales de Colombia, en especial los contenidos de no ficción y los dirigidos al público infantil, encontraron en las convocatorias y proyectos del Canal Señal Colombia un apoyo importante para su crecimiento y posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

Para la vigencia 2016 se realizaron ocho (8) convocatorias públicas a través de las cuales se adjudicaron contratos para la producción de cinco (5) series, un (1) documental unitario y el desarrollo de dos (2) proyectos para series de televisión de no ficción. En total se dispuso la adjudicación de convocatorias por un valor total cercano a los \$1.000.000.000

A continuación, la descripción de estos contenidos:

Cuadro 2. Convocatorias Públicas 2016

Convocatoria	Tema	Proyectos Seleccionados
<i>Tríptico “Arte, reconciliación y paz”</i>	Esta convocatoria buscó que el televidente pudiera conocer las diversas formas en las que el arte da cuenta del conflicto colombiano, que le permita reflexionar en torno a cómo éste ha transformado al arte, sus funciones y a sus creadores y que analice cómo diversas propuestas artísticas buscan aportar en los procesos de reconciliación y paz en los que se encuentra Colombia.	Nombre del proyecto 1: “Trípticos” Casa productora: Quinto Color S.A.S Nombre del proyecto 2: “Un lienzo llamado Colombia” Casa productora: Freelance Contenidos Audiovisuales
<i>Serie de No ficción “Grandes inventos”</i>	En la historia universal se ha contado con inventos que han marcado hitos para la humanidad y al llegar al país han sido apropiados, transformados, desarrollados y adaptados según las necesidades de los colombianos. Con esta mirada, Canal Señal Colombia convocó una serie sobre grandes inventos de la humanidad y su apropiación e impacto en la vida de los colombianos. Los proponentes tenían como objetivo explorar y descubrir para la audiencia un formato televisivo que desarrollara esta temática con una mirada, enfoque o aproximación al tema que sea novedoso, revelador y sugestivo.	Nombre del proyecto: “Qué inventas” Casa productora: Mejía y asociados
<i>Serie étnica</i>	La convocatoria a esta serie respondió a los intereses de las organizaciones étnicas que agruparon o representaron a las comunidades étnicas y serán desarrolladas por integrantes de las mismas.	Nombre del proyecto: “Hijos de la tierra” Casa productora: Cabildo Mayor Pueblo Inga en Aponte
<i>Miniseries Regionales: Colombia desde adentro</i>	Miniserie de 5 capítulos donde las regiones del país nos cuentan sus historias que harán parte de la serie regional “Colombia desde adentro”, que existe desde el año 2009 y que cuenta con 120 capítulos producidos en Atlántico, Magdalena, Nariño, Tolima, Santander, Huila, Valle del Cauca, Cauca y Eje Cafetero. En esta categoría participaron personas naturales y/o personas jurídicas y/o consorcios o uniones temporales que no estén domiciliadas en Bogotá D.C.	Nombre del proyecto: “Insurgentes/ Alma del sur” Casa productora: Francisco Ismael Olaya Olaya
<i>Serie de No ficción “Historia del humor en Colombia”</i>	Esta serie documental cuenta la historia del humor en Colombia, cómo se ha manifestado en las diferentes épocas, a través de distintas formas de expresión y en distintos medios, y cómo a través del prisma del humor se ha hecho una mirada paralela de nuestra historia y un retrato agudo de nuestra identidad.	Declarada desierta

Fuente: Canal Señal Colombia

Atendiendo a las necesidades del sector y buscando especializarlo en cada una de las etapas de la ejecución de un proyecto audiovisual, Canal Señal Colombia lanza por primera vez una convocatoria de desarrollo para el diseño de una serie de televisión de no ficción. En una convocatoria de desarrollo,

el producto final es el diseño de una serie de televisión, no la producción de esta. Entendemos la etapa de desarrollo como la más importante en la producción de un proyecto para televisión. Para aquellos proyectos en los que el canal ha detectado que la investigación y el desarrollo creativo del contenido tienen una complejidad mayor, se esperó que los proyectos se concentraran y limitaran a los procesos de creación, investigación, diseño y escritura. Esto permitirá lograr un contenido sólido, listo para ser producido en el momento en que sea necesario. El siguiente cuadro describe las convocatorias para proyectos de serie no ficción.

Cuadro 3. Proyecto de Serie de No Ficción

Convocatoria	Tema	Proyecto Seleccionado
Desarrollo de proyecto para serie de no ficción "Cuánto cuesta comer"	"Cuánto cuesta comer" es una serie que permitirá conocer el proceso de producción y consumo de alimentos en Colombia, y los costos que esto representa desde perspectivas económicas, sociales, ambientales, fisiológicas, psicológicas, éticas, culturales y políticas.	Nombre del proyecto: "Hichatana (dentro de la tierra)" Casa productora: MODOC SAS

Fuente: Canal Señal Colombia

Completando las acciones para la generación de contenidos de calidad para la programación del canal se hicieron las siguientes invitaciones directas:

Cuadro 4. Invitaciones Directas

Convocatoria	Tema de la Convocatoria	Proyectos Seleccionados
Desarrollo de proyecto para serie infantil "¿Qué harías tú?"	Esta serie busca plantear a niños de 8 a 10 años situaciones difíciles tomadas de la historia de la violencia en el país, y los pone a reflexionar sobre el papel que ellos jugarían si se encontraran en una situación similar. Es un ejercicio interesante y divertido en el que no existen respuestas correctas o incorrectas. Abordar una serie que le explique a los niños la historia de la violencia en el país nunca será fácil, pero es necesario para garantizar que lo que ocurrió no volverá a suceder. ¿Qué harías tú? traslada a un lenguaje infantil esta necesidad de contarle a los más jóvenes lo que pasó y permitirles reflexionar sobre el tema.	Nombre del proyecto: "¿Qué harías tú?" Casa productora: WYF TELEVISIÓN LTDA
Desarrollo de documental unitario "Rodolfo Llinás"	El tema central del documental será descubrir la esencia del personaje desde su filosofía, su comprensión del mundo y el impacto de su producción científica. Su formación, sus influencias, su permanente preocupación por trasladar los conceptos científicos al saber común, sus publicaciones tanto escritas como audiovisuales, y la forma en que sus estudios sobre el cerebro humano han constituido un aporte para la humanidad y han influido tanto en el tratamiento de enfermedades, como en la forma de redefinir conceptos como la creación, la religión, la muerte o el amor.	Nombre del proyecto: "Rodolfo Llinás" Casa productora: Cábala producciones

Fuente: Canal Señal Colombia

Especiales culturales

Los especiales culturales son el registro en directo, en diferido o a través de reportajes documentados de las expresiones culturales originadas en diversos lugares del país o que las represente en el exterior, por medio de un cubrimiento que registra los hechos relevantes de las concentraciones habituales y además ofrece documentación de las anécdotas que paralelo al hecho central se producen.

A continuación, los especiales emitidos en el 2016:

- Hay Festival – Cartagena.
- Entrega de premios India Catalina, FICCI 2015.
- Festival del Bambuco.
- Concierto Manizales.
- Premios Platino.
- Festival Petronio Álvarez.
- Mundial de Salsa desde Cali.
- Concierto Radionica.
- Tejiendo La Paz.
- Lanzamiento MICSUR en Teatro Colón.
- “El Programa” en MICSUR.
- Festival PachaMama.
- Documental Premio Hispanoamericano de cuento.
- Final Copa Masculina y Femenina de Microfútbol.
- Celebra la Música.
- La noche de los mejores.

Todo lo que vemos

Este espacio permite conocer las opiniones ciudadanas y procurar la mejora permanente de la programación y generación de contenidos que cumplan con las necesidades e intereses de la audiencia.

Especiales deportivos

Además de contar con los derechos de emisión de los eventos, se realizan magazines, reportajes, entrevistas y piezas documentales relevantes que acompañen la transmisión de los eventos deportivos. A continuación, los contenidos de especiales deportivos emitidos en el transcurso del año 2016:

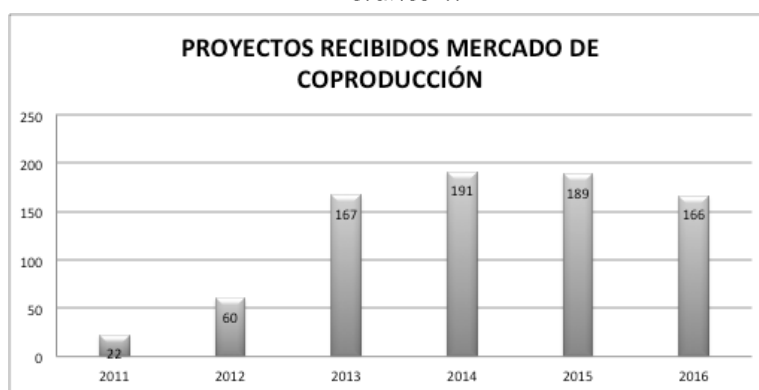
- Vuelta a Andalucía.
- Mundial de Atletismo bajo techo.
- Vuelta al País Vasco.
- Giro de Italia.
- Ruta del sur.
- Campaña “Porque cada día es un reto olímpico”.
- Vuelta a España.
- Vuelta a Colombia en Bicicleta.
- Mundial de Piscina Corta.

Mercado de Coproducción

Por otra parte, para el Canal Señal Colombia la creación y consolidación del Mercado de Coproducción ha sido la estrategia referente a nivel colombiano y latinoamericano, a través de la cual las casas productoras pueden materializar sus proyectos audiovisuales.

La creciente y masiva participación año tras año dan cuenta de ello, así como el premio “Gran destaque” de los Premios TAL –Televisión de América Latina– 2013, el cual reconoció el modelo de gestión y la habilidad para hacer alianzas con productores independientes, grandes productoras y canales para unir recursos y hacer espacios de calidad.

Grafico 1.



**Estado actual: 28 proyectos en etapa precontractual.*

Fuente: Canal Señal Colombia

En efecto, a través del mercado de coproducción el Canal Señal Colombia ha realizado hasta 2015 coproducciones por valor de \$54.161.324.319 con una inversión por parte del canal de \$12.888.310.891, lo que se traduce en 42 series de televisión, 20 documentales unitarios y 1 documental interactivo; ello representa 165 horas de programación de alta calidad, el fomento de 38 casas productoras nacionales, la posibilidad de participar en 21 proyectos internacionales y tener gran visibilidad en otros canales, así como, la participación de Señal Colombia en festivales de documental y televisión infantil y, el estímulo y premios de carácter nacional e internacional en Latinoamérica, Asia y Europa.

En el año 2016 el Canal Señal Colombia realizó la sexta versión del Mercado de Coproducción. Se recibieron 166 propuestas (135 proyectos nacionales, 8 proyectos con socios nacionales e internacionales y 46 proyectos internacionales). A la etapa 1 de evaluación pasaron 126 propuestas y 56 llegaron a los encuentros con el comité evaluador del mercado. Finalmente, de los 30 proyectos que llegaron a etapa de negociación, 28 cerraron satisfactoriamente esta etapa y se encuentran en proceso precontractual.

Cada año el mercado se ratifica como un espacio posicionado de negociación con socios potenciales de la industria de contenidos nacional e internacional. No es un premio ni un fondo de financiación de proyectos, sino que fomenta el sector audiovisual y de contenidos que tiene iniciativas en desarrollo,

le permite al canal optimizar recursos económicos y contenidos en la parrilla del Canal, y permite ampliar la visibilidad de las producciones de Señal Colombia y del talento nacional en otros canales, ventanas, festivales y espacios de exhibición y difusión.

Evolución modelo de producción

Convocatorias abiertas

El procedimiento para el montaje de convocatorias públicas se ha venido perfeccionando año a año desde 2004 y existe una batería de instrumentos para su ensamble desde las fichas de proyecto, pasando por los formatos de formulación de proyecto, guion, presupuesto, cronograma hasta las matrices de evaluación para cada fase. Todos los formatos se encuentran estandarizados a partir de la implementación del **Manual General de Producción**. Las convocatorias públicas permiten poner en competencia la creatividad del sector y optar por propuestas de calidad para las audiencias del canal. Son un espacio de fomento al sector desde distintas procedencias y especialidades.

Las convocatorias en la vigencia 2016 se implementaron siguiendo los ajustes establecidos según la retroalimentación del sector en años anteriores. En todos los casos el Canal Señal Colombia decidió solicitar la presentación de propuestas creativas en dos niveles. El primero, un documento escrito en el que se desarrolla una propuesta audiovisual y conceptual bajo criterios de calidad, pertinencia y claridad del Canal Señal Colombia; el segundo y solo reservado a los proyectos que han superado un mínimo puntaje es una presentación de un piloto que refleje la propuesta escrita.

Estos ajustes incidieron en la cantidad de los proyectos recibidos, sin embargo, en la calidad, si bien se reciben proyectos que cumplen con los criterios de calidad propuestos por el canal, sigue existiendo una amplia cantidad de proyectos recibidos que no cumplen con las expectativas establecidas.

Esta realidad evidencia que la experiencia profesional de los potenciales participantes en las convocatorias, es un eslabón en la cadena de producción de contenidos que debe reforzarse y si bien no es Señal Colombia el llamado a hacerlo, si puede emprender acciones que estén dirigidas a lograr tener proyectos de mejor calidad en sus procesos de invitaciones abiertas.

Una de estas acciones es la convocatoria para Nuevos Creadores que se propone abrir a partir del año 2017 en alianza con el Ministerio de Cultura aunando los objetivos de ambas entidades, por una parte el ministerio busca apoyar a los creadores de contenidos culturales para que optimicen sus habilidades y por otra el Canal Señal Colombia busca producciones audiovisuales para su parrilla de programación, que muestren nuevas formas de ver la realidad colombiana y quienes mejor que los Nuevos Creadores para aportar relatos innovadores al canal. Esta iniciativa afianza las capacidades de creadores emergentes, al producir un contenido con el seguimiento del Canal Señal Colombia y del Ministerio de Cultura, preparándolos no solo para ser los futuros proponentes de las convocatorias del canal, sino también para que los proyectos que postulen, cumplan con los criterios de calidad establecidos.

Modelo de producción

A partir de la evolución del Canal Señal Colombia, desde el volumen y criterios de calidad en la producción de sus contenidos, los nuevos retos para generar impacto en las audiencias, los procesos internos exigidos por RTVC en la supervisión de los contratos y, teniendo en cuenta que los recursos presupuestales continúan siendo los mismos; el Canal Señal Colombia decidió especializar el recurso

humano del grupo de producción en cuatro grandes procesos (diseño y evaluación, seguimiento a la producción, entregables y finalización y, planeación) que permitirán optimizar el conocimiento y tiempo del recurso humano garantizando mayor efectividad y eficiencia en el cumplimiento misional y objetivos institucionales. Dicho modelo fue adaptado del implementado actualmente por el canal Encuentro de Argentina.

La implementación de este modelo implicó unas acciones de transición dónde los productores debían finalizar el seguimiento a proyectos 2015 con el modelo anterior e iniciar seguimiento a proyectos 2016 con el nuevo modelo. Actualmente se han empezado a identificar debilidades y fortalezas del modelo y está prevista una jornada de evaluación para establecer cómo se potencian las fortalezas y alternativas viables para superar las debilidades.

Relacionamiento con el sector

Jornadas de socialización de las convocatorias 2016

Con el fin de incentivar la participación en las convocatorias y el mercado de coproducción del como principales fuentes de origen de los contenidos, se planearon las jornadas de socialización del Canal Señal Colombia, teniendo como uno de los objetivos presentar las convocatorias previstas para 2016.

Con el objetivo de promover un escenario de diálogo en el que además de dar a conocer las formas de asociación con el canal, se reconozcan las formas de producción locales y que esto sirva como referencia al momento de diseñar planes de programación, de convocatorias y de selección. Se realizaron once (11) jornadas de socialización de las convocatorias y del mercado de coproducción del Canal Señal Colombia. A continuación, las ciudades sede y el número de participantes por ciudad:

Cuadro 5. Jornadas de socialización de Convocatorias 2016

CIUDAD	NÚMERO DE PARTICIPANTES
Barranquilla	30 personas
Bucaramanga	27 personas
Manizales	22 personas
Tunja	32 personas
Medellín	55 personas
Pasto	33 personas
Popayán	50 personas
Bogotá	77 personas
Santa Marta	17 personas
Cali	13 personas
Villavicencio	24 personas
TOTAL	380 PERSONAS

Fuente: Canal Señal Colombia

Señal Colombia Deportes

Reformulación de la propuesta del módulo de programación

Teniendo en cuenta que Canal Señal Colombia busca ser la verdadera alternativa en contenidos y que la oferta incluya formatos y expresiones que no se encuentran en medios predominantes, se hace el ejercicio de formular una nueva propuesta del módulo de programación Señal Colombia Deportes, que esté acorde a los compromisos del canal.

Con la claridad de entender a Señal Colombia Deportes, como parte integral del Canal Señal Colombia, se definió que este módulo debía ofrecer un contenido diferente al que nuestra audiencia puede encontrar en los canales privados. Este contenido debe reflejar nuestra cultura, contar lo que otros no cuentan, promover la reflexión y una mirada distinta del deporte. Se define una nueva premisa del módulo: “Señal Colombia Deportes es más que un marcador, más que un resultado”.

Con esta premisa se planteó un plan de transición a corto, mediano y largo plazo. Las primeras aproximaciones se dieron en los contenidos de los eventos Giro de Italia y Ruta del Sur con resultados favorables.

Después del anterior planteamiento se formuló un plan compuesto por las siguientes estrategias:

- **Menú para programarse todo el año:** A partir del año 2017 la audiencia podrá tener conocimiento de la oferta de transmisiones internacionales a través de la cual se podrá agendar “todo el año”. Esta estrategia de programación implica un llamado a la audiencia con una estrategia promocional que conecta todos los eventos deportivos de la oferta del año como una sola historia con un determinado número de episodios buscando la continuidad y fidelidad del televidente.
- **Ofrecer a la audiencia cautiva con nuevos conocimientos:** La experiencia misma de los juegos y competencias será nutrida con información adicional de carácter interesante, esto es información acerca de las dinámicas inherentes de esa actividad o del contexto (tecnología, cultura deportiva, contexto histórico, contexto geográfico, etc.), ésto permitirá al televidente comprender mejor el deporte que al asiste, aprender algo nuevo y desconocido del mismo, así como conocer del lugar en el que ocurre el evento y de esta manera tener una experiencia más completa de la actividad deportiva.
- **Hablarle de deporte a nuevas audiencias:** Se propone invitar a los niños, jóvenes y mujeres a hacer parte de la audiencia de Señal Colombia Deportes, por ello se buscan adquirir programas internacionales infantiles cuya temática central sean las actividades deportivas. De igual manera, se está consolidando un contenido de actividades deportivas interesantes para el público juvenil como las DUNT (Deportes Urbanos y Nuevas Tendencias) o de Riesgo y finalmente se pretende incluir dentro de la oferta de transmisiones deportivas, eventos en los cuales la mujer es protagonista (como microfútbol femenino y ciclismo de ruta femenino).
- **Evolucionar la Imagen:** La imagen “Señal Deportes” está construida hace cinco años y se definía como “franja independiente de los demás contenidos del Canal”. Siendo la integración de esta oferta un propósito del canal, se busca aprovechar la oportunidad para evolucionar la marca y además de convertirla y consolidarla en “Señal Colombia Deportes”. Esto a través de: actividades con la audiencia consolidada y con potenciales nuevas audiencias; renovación del paquete gráfico de la marca; lanzamiento de la nueva marca.

- **Convertir el deporte en un tema de reflexión y descubrimiento:** Señal Colombia Deportes no será solo transmisiones en directo de eventos deportivos internacionales o nacionales. Señal Colombia Deportes les ofrecerá a los televidentes contenidos de tipo documental, con una investigación a profundidad y con historias y temas que provocarán en la audiencia reflexión y entretenimiento. Se pretende complementar la parrilla con series documentales nacionales e internacionales que ofrecen puntos de vista novedosos y cautivadores y cuyo tratamiento audiovisual resulta atractivo.

Mi Señal – Módulo Infantil

MI SEÑAL es el **universo que habitan los niños**, donde encuentran contenidos y experiencias entretenidas, interactivas, multiplataforma, que generan conocimiento, con un enfoque de derechos que fortalecen la identidad cultural, aportan a la construcción de ciudadanía, al disfrute de los derechos culturales y al desarrollo de las competencias culturales y comunicativas de los niños y las niñas entre los 3 y los 11 años de todo el territorio colombiano.

Después de un ejercicio de diagnóstico se formuló un plan compuesto por cuatro estrategias:

- **Señal Colombia, la casa de Mi Señal:** Busca promover Mi Señal en la programación para adultos, para hablarle directamente a nuestra audiencia secundaria, quienes invitan a sus niños a conocer la oferta en parrilla o las actividades de Mi Señal.
- **Mi Señal, el universo que habitan los niños:** Esta estrategia implica realizar actividades/eventos en las comunidades donde habitan, estudian y se divierten los niños en las que converjan la investigación, el relacionamiento, la producción y la circulación.
- **Llenar de sentido el universo Mi Señal:** Definiendo con nuestra audiencia cuál es el cuento de Mi Señal en cada una de sus plataformas.
- **Mi Señal en la constelación de la infancia:** Alianzas con entidades que tienen el público de Mi Señal cautivo, de manera que se puedan realizar actividades tanto para la circulación, como para el posicionamiento y la investigación que se requiere en escenarios de toma de decisiones relacionadas con los niños.

De estas cuatro estrategias se trazan acciones que guían la labor de Mi Señal a corto, mediano y largo plazo y se generan indicadores de impacto y de medición que permiten establecer el avance y efectividad del plan de acción. A continuación, se presentan los avances y resultados obtenidos en cada una de las anteriores estrategias:

Señal Colombia, la casa de Mi Señal: se realizaron mensajes promocionales dirigidos a padres y cuidadores, que se emiten actualmente en la programación para adultos en los que se transmite la oferta de Mi Señal, destacando que es un sitio seguro donde los niños aprenden y se divierten.

Mi Señal, el universo que habitan los niños: se realizaron actividades presenciales con niños en las que se apuntaba cumplir por lo menos dos de las acciones planteadas: investigación, producción, circulación y relacionamiento.

Cuadro 6. Actividades Mi Señal 2016

Fecha	Ciudad	Actividad Mi Señal	Asistentes	Estrategia
28 de julio	Bogotá	Estreno Josefina en la Cocina Súper Mega Chef	120 niños	Circulación Producción

Fecha	Ciudad	Actividad Mi Señal	Asistentes	Estrategia
15 de julio 12 de agosto 9 septiembre	Popayán Barrancabermeja Tumaco	Alharaca Lab	50 niños 120 adultos	Circulación Producción Investigación Relacionamiento
26 de agosto 30 de agosto 2 septiembre	Bogotá Dosquebradas Bucaramanga	Puerto Papelízate	240 niños 100 padres	Circulación Producción Investigación Relacionamiento
21 y 22 septiembre	Barichara	Festiver	100 niños	Circulación Producción
2 y 3 diciembre	Bogotá	Experiencia Mi Señal estrenos	120 niños	Circulación Producción Relacionamiento

Fuente: Canal Señal Colombia

Llenar de sentido el universo Mi Señal: se realizaron cuatro encuentros con niños en colegios y una actividad web para definir con ellos los personajes que más les gusta de Mi Señal. Se contó con la participación de una investigadora y guionista que procesó la información y escribió una propuesta narrativa con lo que los niños dijeron que nos permitirá articular estos personajes con la demás oferta de contenidos. Los personajes más queridos por los niños son el robot azul, el dinosaurio, el gato y el perro.

Mi Señal en la constelación de la infancia: se realizó alianza con entidades que permitieron extender las actividades y llegar a niños que no conocían la oferta de Mi Señal:

- Secretaría de Integración Social de Bogotá.
- Ministerio de Cultura – Dirección de Comunicaciones.
- Colegio la Victoria de Bogotá.
- IDPAC
- Escuela Normal Superior de Bucaramanga.
- Dosquebradas: Institución educativa María Auxiliadora.
- Red de Bibliotecas Públicas de Bogotá.

Retos

- Identificar nuevas iniciativas y modelos de negocios creativos desde la producción, que estén encaminados a la optimización de recursos, siempre a favor de la calidad de los contenidos y de los equipos humanos detrás de ellos. Evaluar su aplicabilidad y pertinencia en el canal y de ser viable implementarlos.
- Promover la formulación de formatos innovadores para Televisión Pública, a través de un plan de trabajo anual liderado por el nuevo equipo de diseño y evaluación de proyectos.
- Consolidar el módulo de deportes como una oferta integrada al canal, que fidelice audiencias más allá de las transmisiones en directo de eventos significativos.
- Incursionar en las plataformas de contenidos OTT y VOD por audiencias (infantil, juvenil, adultos, familiar), paralelo a la participación en la construcción de una propuesta de legislación que permita a la televisión pública ser competitiva en el nuevo mercado de los contenidos.

- Identificar y establecer indicadores que estén relacionados con el beneficio social que deben cumplir los medios públicos, para lograr una medición del canal, que contemple todas las dimensiones de impacto.
- Conocer y formular experiencias exitosas de formación e interacción con las audiencias, en perspectiva de entender y atender las nuevas lógicas de consumo de contenidos culturales y educativos.
- Implementar el nuevo modelo de procesos del área exitosamente. Ello significa: la construcción de un área de investigación y creación de contenidos que permita que el Canal Señal Colombia inicie la producción de contenidos refrescantes (desde el formato) para la parrilla del canal, así como relevantes y pertinentes en el abordaje temático acorde con el momento histórico que vive Colombia y nuestro propósito de aportar a la construcción de la sociedad del conocimiento.
- Consolidación de un equipo de seguimiento y acompañamiento al proceso de producción que garantice la continuidad de calidad que distingue al Canal Señal Colombia a nivel nacional e internacional.
- Creación de un equipo de trabajo que garantice una fase final de los proyectos a partir de las necesidades administrativas y muy especialmente de las de comunicación efectiva frente a nuestras audiencias (control de calidad).
- Profesionales dedicados al diseño y seguimiento de la planeación desde el modelo operativo que garantice que los procesos transversales arrojen resultados oportunos y útiles para el canal Señal Colombia.

1.1.2. Programación

Logros

Entre los principales logros del grupo de programación del Canal Señal Colombia se puede señalar la **definición de 6 franjas de programación temática** que incluyeron estrenos propios y de adquisiciones de relevancia para cada una de las franjas:

- *Julio*: Las vacaciones cuentan
- *Agosto*: Los personajes cuentan
- *Septiembre*: La naturaleza cuenta
- *Octubre*: La ciencia cuenta
- *Noviembre*: La alimentación cuenta
- *Diciembre*: Las vacaciones cuentan

Cuadro 7. Estrenos Canal Señal Colombia 2016

Tipo de Estreno	Programa
Estreno de documentales unitarios (propios y de coproducción)	• Vogulys • El origen de la abundancia
Estreno de 6 series documentales (propias, de coproducción y cedidas)	• DocTV Latinoamérica V • Artecámara presenta • Cuentos de viejos III • El programa • Misión Ciencia • El día que

Tipo de Estreno	Programa
	• Las niñas de la guerra • Fórmulas de cambio • Clips fundación BAT
Estreno de 4 series infantiles y juveniles (propias y de coproducción)	• Josefina en la cocina súper megachef • Lola la, vamos a cantar • Siesta Z • Asquerosamente Rico
Presentación de 3 eventos deportivos	• Vuelta a España • Finales de la copa de fútbol de salón femenino • Finales Copa Hero, final de fútbol de salón femenino
Presentación de 8 eventos culturales en directo	• Desfile Reinado Nacional del Bambuco • Coronación Reinado del Bambuco • Concierto de la Independencia • Premios Platino • Mundial de salsa • Festival Petronio Álvarez • Festival de la Pacha Mama • Celebra la música • La noche de los mejores, entrega de los reconocimientos a las mejores Pruebas Saber 2016

Fuente: Canal Señal Colombia

Igualmente, fueron **Emitidas 1.700 horas en programación infantil**, lo que confirma al Canal Señal Colombia como el único canal nacional con oferta de televisión de calidad infantil diaria.

Se diseñaron y emitieron de **40 ciclos de cine** entre los que se cuentan títulos nacionales, latinoamericanos y extranjeros. Así mismo, se programaron **40 documentales** con contenidos locales-universales.

Desde septiembre de 2016, una vez al mes se diligenció y proyectó un documento que tiene toda la información de la parrilla de programación del mes siguiente. Allí se consignaron los énfasis de programación que deben ser comunicados, los contenidos día por día y las sinopsis de todos los programas nocturnos, ficción y no ficción. Gracias a ello, el grupo de autopromociones, digital y *Free press* obtuvieron oportunamente toda la información necesaria para definir y realizar estrategias de comunicación de los contenidos principales y especiales del Canal Señal Colombia.

El canal ha desarrollado e implementado documentos guía para la programación, tales como los planes de programación de cada año, los *briefs* de módulos y caracterización de audiencias, calendarios de estrenos, así como los *briefs* de los énfasis de programación temática y temporadas de vacaciones.

Se han definido y fortalecido los cuatro módulos de programación, dando a cada uno estructura y contenidos, desarrollando, aplicado y depurado, año a año, una serie de criterios de programación que han permitido una clara diferenciación entre diferentes componentes, tales como programación de temporada normal (lunes a viernes, fin de semana y festivos), así como programación de temporada

de vacaciones. Del mismo modo, se ha construido un modelo de programación con una clara diferenciación entre programación regular y programación temática, que se refleja tanto en autopromociones como en elementos convergentes y actividades.

Los énfasis temáticos y maratones han contribuido a optimizar el resultado de audiencias y la resonancia mediática de los estrenos más relevantes del semestre, tanto propios como coproducidos y adquiridos.

Retos

- Definir con gran claridad la mayor cantidad posible de información del plan de programación del canal en 2017: campaña del año, lineamientos, meses temáticos, contenidos de producciones propias, coproducciones y adquisiciones.
- Contar con estrenos y novedades de forma regular en las diferentes franjas y horarios, tanto de semana como fin de semana.
- Continuar explorando la programación especial y maratones en festivos y fechas especiales.
- Continuar posicionando a Señal Colombia como el canal del cine colombiano y latinoamericano, así como de cine alternativo, que genera reflexión, a través de la consolidación de la franja de En cine nos vemos.
- Mantener la oferta de contenidos infantiles para continuar siendo la única pantalla de TV nacional con programación diaria para la audiencia infantil.
- Buscar alternativas y estrategias para que los eventos deportivos y culturales no rompan con el esquema de parrilla.

1.1.3. Autopromociones

A partir de enero de 2016 RTVC contó con un grupo de Autopromoción de manera transversal a todo el sistema, desde el cual se conceptualiza, formula, diseña y produce la estrategia de promoción del canal tanto en sus pantallas y en los medios del sistema, como a nivel externo.

La estrategia de promoción permite a los usuarios reconocer la propuesta de contenidos, actividades y premisas del canal generando recordación, reconocimiento y aportando a reforzar el propósito superior corporativo: “construir un sistema de medios convergentes con contenidos educativos, culturales y entretenidos” y contribuir con el posicionamiento de la Institución y los servicios que ofrece, procurando la sostenibilidad y relevancia dentro del sector. Esta estrategia también responde a las necesidades de comunicación en la programación del canal Señal Colombia y su área de alianzas.

También se ha desarrollado la estrategia de promoción de Canal Institucional para reforzar la identidad de la marca y sus franjas, describiendo qué representan y en qué se diferencian de las demás ofertas televisivas.

Autopromociones implementa, además de la estrategia de promoción, un consecuente paquete de piezas que conforma la Continuidad televisiva o tejido de canal dándole continuidad a la estrategia de 2015 del Canal Señal Colombia.

El tejido del Canal Señal Colombia se refiere a las piezas audiovisuales con las que los canales de televisión cohesionan sus contenidos y construyen imágenes de marca identificables y cuya función es articular los discursos en las parrillas de los canales a la vez que promocionan su identidad y valores intangibles. Las piezas de tejido de canal, hacen parte de la estrategia de posicionamiento de los canales y lo más importante es que definen y expresan una identidad, construyen marcas y aportan valor a la audiencia.

En resumen, el grupo de Autopromociones tiene como objetivo general, el desarrollo de la estrategia integral de comunicación interna y externa del Canal Señal Colombia, Canal Institucional y sus submarcas y la implementación de los lineamientos conceptuales, creativos y visuales para la misma.

Logros

- Se ejecutó el Plan de Promoción de la vigencia 2016, presentado en su totalidad con acciones y piezas ATL y BTL como estaba definido para los estrenos destacados y bajo la premisa de contar con acciones externas en varios momentos del año.
- Se realizó desarrollo gráfico y conceptual amplio, sólido y perdurable para el Canal Señal Colombia, y la implementación de la marcación específica de las piezas de tejido de canal, así como el uso de nuevos elementos de marcación en pantalla (flotantes, banners, cortinillas, IDs).
- Se desarrolló la estrategia de presencia de marca como RTVC Sistema de Medios Públicos en el FICCI 2016 de manera conjunta con todas las marcas, logrando posicionar ante el sector a RTVC como una unidad de medios de manera sólida y unificada.
- Se ejecutó en su totalidad la campaña de año “Señal Colombia Cuenta” logrando afianzar las temáticas de cada uno de los meses comunicando los aspectos estratégicos de los lanzamientos y destacados mes a mes.
- Se ejecutó la estrategia de promoción para el micro contenido “Así somos” que con un llamado muy coloquial y personal logró persuadir de manera favorable para el Canal Señal Colombia ratificando el compromiso del canal con sus audiencias.
- Se ejecutó un nuevo desarrollo gráfico una nueva manera de comunicar el cine en el Canal Señal Colombia, con una estrategia gráfica y conceptual “365 películas que tienes que ver antes de dormir”.
- Se logró el desarrollo de una estrategia sólida para la comunicación del GIRO de Italia, reflejando en cada pieza el concepto de la campaña “La vida necesita un GIRO”, apelando a la construcción de valores alrededor del deporte, cumpliendo la nueva estrategia de comunicación del Señal Colombia Deportes, planteada por el Canal Señal Colombia.
- Se generó el material promocional (POP y merchandising) pertinente y de recordación para eventos específicos de participación del canal Señal Colombia (marca maletas BAM, invitación Mercado de coproducción, FILBO, Cinemateca al parque, Festival de Cine del Quindío, Festiver y Bogoshorts).

- Se desarrolló la logística para socializar con el sector audiovisual los mecanismos de producción del canal Señal Colombia con las jornadas de socialización por el territorio colombiano cubriendo todas las regiones con 13 ciudades, dando la posibilidad y despertando el interés del sector para su participación dentro de la pantalla del canal, descentralizando la producción audiovisual y ratificando el compromiso del canal con sector audiovisual colombiano.
- Se desarrollaron 2 eventos al interior de la entidad: Josefina En la cocina y Jardín de amapolas, ambos en el marco de la semana del Cine Colombiano, cumpliendo con el objetivo de acercar a nuestras audiencias a nuestros espacios y nuestra programación.
- Se re-formuló y se adaptó el principal insumo de información de la oficina el Brief (por socializar) con el fin de facilitar la comunicación transversal y que propicie la definición clara de los objetivos, resultados esperados y alcance comunicacional por parte de la entidad.
- Se realizó la segunda etapa de la campaña “La Paz Habla” en la que personajes influenciadores desde la cultura y la educación nos contaban su discurso alrededor de la paz y el posconflicto con el punto central de convergencia de todos los entrevistados que es la unión y esperanza.
- Por la campaña de la Vuelta España 2016, el grupo de Autopromociones por primera vez obtuvo la mención de honor en animación llamada motiongraphic server por parte del portal de diseño Behance.com destacándose este trabajo por encima de 38.000 trabajos de la misma categoría a nivel mundial.
- Se generaron estructuras de trabajo que respondieron a las necesidades de promoción de Canal Institucional. El plan de promoción planteado para el 2016 fue de 150 piezas año para un total de 310.
- Se unificó el desarrollo gráfico de la imagen de las promociones de Canal Institucional, las cuales tienen unidad dentro de la programación y se difunde la oferta de los programas propios y espacios para las instituciones cumpliendo con la difusión de su oferta y el compromiso de unir a la audiencia con el estado.
- Se generó la nueva imagen de Canal Institucional CITV para comenzar su implementación en 2017 adaptándose a los objetivos del canal referente a su transformación y dinámica de cara al próximo año.
- Se planearon y ejecutaron metodologías de trabajo con el área Digital y el área de Gestión de Alianzas, así como con todas las áreas transversales de RTVC y sus unidades misionales.
- Se adquirió el software Cinema 4D para animar y diseñar en tercera dimensión actualizándonos de esta manera en los procesos y técnicas de diseño del mercado y la competencia.

El total de piezas realizadas por año por el grupo de Autopromociones fueron:

Cuadro 8. Piezas Realizadas por Autopromociones en la vigencia 2016

Mes	Número de Piezas Señal Colombia	Número de Piezas Canal Institucional Y RTVC
Enero	114	0
Febrero	273	10
Marzo	382	14
Abril	338	15
Mayo	317	21
Junio	305	30
Julio	264	74
Agosto	282	51
Septiembre	392	44
Octubre	318	55
Noviembre	341	33
Diciembre	343	15
TOTAL	3669	362

TOTAL PIEZAS REALIZADAS AÑO 2016

4031

Fuente: Canal Señal Colombia

Retos

- Aportar en la construcción de una metodología para lograr un trabajo articulado, eficiente y efectivo de todas las áreas relacionadas con la comunicación externa del canal (free press, comunicaciones, promociones, convergentes, alianzas, gestión de información) con el fin de identificar, definir, planificar, ejecutar y hacer seguimiento a acciones transversales de comunicación unificada en todos los aspectos.
- Propiciar espacios con los productores de los proyectos en etapas tempranas de producción del contenido para proyectar mejor la estrategia y a considerar dentro de la misma, la producción de piezas mientras el proyecto está en ejecución.
- Revisar los dispositivos tecnológicos para la emisión de piezas gráficas en sobre posición de la programación, para tener alternativas diferentes de promoción y marcación de canal, en la actualidad el espacio es limitado.
- Continuar con la labor de desarrollo de actividades en calle considerando a las regiones.
- Construir junto con el área de Gestión de Alianzas, estrategias para la exposición de la marca e integración con actividades relacionadas con los objetivos y la programación del canal.
- Considerar las bases de datos para difusión de la programación, actividades y eventos especiales del canal.
- Considerar dentro de la estrategia más grabaciones en calle y regiones para refrescar el tipo de piezas promocionales (que hoy se realizan con post producción únicamente)
- Continuar con el trabajo de aprovechamiento de las posibilidades de comunicación entre medios del Sistema.

- Generar acciones comunicacionales segmentadas teniendo en cuenta la naturaleza generalista de programación del canal.
- Retomar las acciones de promoción interna (endomarketing) para que los colaboradores sean replicadores y conozcan más y mejor al canal.

1.1.4. Gestión de Alianzas

Logros

- Se participó con la marca y/o contenidos del Canal Señal Colombia en Festivales nacionales de alto valor cultural: Festival de Música del Caribe (contenidos culturales), Hay Festival (contenidos culturales), Ficci (Apertura del mercado, premios India Catalina), Bogotá Audiovisual Market –BAM (Un café con Señal Colombia), MICSUR (Stand RTVC Play, entrega de 4 premios correspondientes a la adquisición de documentales y paso a pitch del mercado de coproducción de un proyecto). Batuta 25 años (cápsulas de paz), Biblioteca Nacional, premio hispanoamericano de cuento (Documental unitario), Equinoxio (Clínica de proyectos).
- Se participó en la muestra Internacional Documental (premio correspondiente a la adquisición de un documental), Festival Internacional de cine de Cali FICC (Premio de paso a pitch del mercado de coproducción de un proyecto), 13 del Festival Quindiano de Cine y Video (Encuentro con realizadores regionales para socializar las estrategias de producción, convocatoria y coproducción del canal), 12 Encuentro nacional de archivos (Pizarro), Cinemateca al Parque – Idartes (Contenidos mi Señal y conversatorio sobre mecanismos de programación y producción del canal). Colciencias (Convenio de coproducción serie Científico por un día), lanzamiento serie Danza Colombia tercera temporada, Lanzamiento serie Misión Ciencia.
- Se gestionó la circulación de contenidos del Canal Señal Colombia en otras pantallas tales como: Cine en los Barrios – FICCI (Contenidos Mi Señal), Semana de la Diversidad de la Universidad Nacional de Colombia (Contenido Los Puros Criollos), Biblioteca pública el Tintal (Contenidos sobre Medio Ambiente), Feria Internacional de Libro (Contenidos Mi Señal en asocio con Maguaré), Encuentro nacional ICBF sobre etnias indígenas (Contenido La Selva Inflada), Festiver (Contenidos Mi Señal), Festival Ambulante (Nueva venecia), 13 del Festival Quindiano de Cine y Video (20 horas contenidos documentales), Primer Festival Mamut – Antioquia (Pizarro, El Rastro de Camilo, Cesó la horrible noche), Red de Biblioteca Públicas (Lanzamiento Siesta Z).
- Se participó en los eventos FICCI, Eurocine, lanzamiento película ANNA, Rueda de prensa película Dos mujeres y una vaca. Ojo al Sancocho, Festiver, MIDBO, MICSUR, BAM, Ambulante, Bogoshorts, 13 del Festival Quindiano de Cine y Video, Semana del Cine Colombiano – Ministerio de Cultura, Cinemateca al Parque, película largometraje de ficción Los Nadie.
- Se gestionaron contenidos gratuitos para la programación del canal: Unidad de Víctimas (Dos cortometrajes documentales), Semana del Cine Colombiano – Ministerio de Cultura, (largometraje Paisaje Indeleble), Colciencias (Serie Fórmulas de Cambio).
- Se participó académicamente en el espacio de lanzamiento de la serie Danza Colombia, Semana de la Diversidad de la Universidad Nacional de Colombia, Feria Internacional de Libro con el conversatorio en torno al aporte de Señal Colombia a la literatura nacional. Feria

Internacional de Libro, conversatorio sobre la estrategia de programación de Señal Colombia. Festival

Internacional de cine de Cali – FICC (Conversatorio), Ambulante (Conversatorio en Medellín sobre prácticas de producción y co producción de Señal Colombia). Universidad del Norte – Barranquilla (Conversatorio sobre mecanismos de trabajo de Señal Colombia).

- Se gestionó el convenio de cooperación con Colciencias para el desarrollo de la serie Científico por un Día.
- Se generó una oportunidad de trabajo con la Biblioteca Nacional para el 2017 con miras a realizar una estrategia transversal al sistema de fomento a la lectura. Este convenio está en estado consultivo por parte de la Biblioteca.
- Se promovieron contenidos Danza Colombia (Museo Nacional) Camilo el Cura Guerrillero (Universidad Pedagógica), La Selva Inflada y Paciente. (Salas Cineplex), Misión Ciencia día (Planetario).

Retos

- Fortalecer las relaciones con organismos públicos y privados nacionales e internacionales que por su nacionalidad sean afines a los contenidos del canal, para realizar proyectos de manera conjunta.
- Desarrollar estrategias para la gestión de espacios de comunicación masivos que aporten en la creación de nuevas audiencias para el canal.
- Diseñar estrategias que potencien nuestras producciones, las visibilicen en otros ámbitos, aporten en el posicionamiento de marca lo cual redunde en una estrategia macro de generación de contenidos, sostenimiento de audiencias y captación de nuevos públicos.

1.2. CANAL INSTITUCIONAL

El Canal Institucional es un canal de televisión pública abierta con cobertura nacional y con manejo de una temática pública institucional. Fue creado en septiembre de 2003 por la Comisión Nacional de Televisión, con el fin de informar a los ciudadanos sobre el desarrollo de proyectos de ley, promover la política social del Estado y difundir los programas y proyectos públicos en beneficio de todos y cada uno de los colombianos.

Este es el canal en el que el Estado rinde cuentas a los ciudadanos, se puede ver la gestión de nuestros gobernantes y las transmisiones del Congreso al ejercer control político y hacer las leyes. Este es el canal público a través del cual los órganos de control dan cuenta de sus proyectos y actividades. Es un espacio de información, difusión, educación y promoción para todos los colombianos, en el cual tienen cabida todas las ramas del Estado, al igual que organismos regionales, nacionales y supranacionales e informativos internacionales que nos permiten ver al país en el contexto mundial.

Su programación se encuentra compuesta por transmisiones de la Presidencia de la República y una diversidad de programas informativos y de divulgación, en géneros que van desde los magazines, series, debates y conversatorios, hasta los documentales que son producidos por entidades públicas, federaciones o gremios. Igualmente, presenta transmisiones en directo de Comisiones y Plenarias del Congreso de la República, transmisiones en directo o en diferido de grandes eventos de interés nacional como desfiles y conciertos públicos de conmemoración de la Independencia, procesos

electorales, cumbres multinacionales, participación del país en eventos internacionales, entre otros.

Los proyectos audiovisuales del Estado son flexibles en su estructura narrativa, contenidos, diseño de producción y horarios, ajustándose a los diversos públicos y temáticas nacionales e innovación de tecnología llegando a más personas y espacios del territorio nacional.

Premios y reconocimientos

- **Conversemos en Paz:**
 - Seleccionado para representar a Colombia en INPUT 2016- International Public Television.
 - Reconocimiento como contenido de calidad en la Televisión Pública a nivel mundial.
- **Cubrimiento Elecciones 2015 – Canal Institucional:**
 - Nominación a los Premios India Catalina: Mejor Producción de interés público

Proyectos

Espacios Temáticos

En su parrilla, el Canal Institucional programa contenidos que ayudan con la formación de los ciudadanos al promover en las personas el reconocimiento de sus derechos y deberes para poder vivir en sociedad, apoyando la democracia participativa en la toma de decisiones públicas del país. En consideración a lo anterior, **durante el año 2016 se dio continuidad al proyecto denominado “Espacios Temáticos” en el cual se planteó la producción y emisión de contenidos propios para el Canal Institucional**, que permitió hacer visibles los hechos y temas más relevantes para el país, ofreciendo a los televidentes contenidos de interés general en el que se expusieron y discutieron los temas y acontecimientos que influyen en la realidad de todos los colombianos.

- *Conversemos de Economía:* Cada semana el Canal Institucional presentó a los televidentes “Conversemos de Economía” un espacio conducido por el periodista John Jairo Ocampo en donde los temas que afectaron el bolsillo de los colombianos, fueron tratados de manera clara y sencilla. De la mano de los especialistas se expuso una radiografía del panorama que atravesó la economía nacional en el 2016 y su incidencia en el desarrollo del país. Altos funcionarios del Gobierno, empresarios, analistas y la participación de los ciudadanos hicieron de éste espacio un completo ABC de lo que todos quisimos saber sobre la economía y cómo nos afectaron los cambios en la misma.
- *Conversemos en Paz:* Este programa fue un espacio de diálogo en el que los invitados expresaron sus ideas sobre el papel de la sociedad colombiana en la construcción de escenarios de paz y puso sobre la mesa los grandes interrogantes que surgieron en un país en transición hacia el pos-conflicto. Personajes como el Presidente de la República y representantes de sectores académicos, colectivos de mujeres, empresarios, líderes de comunidades religiosas y víctimas del conflicto armado, se dieron cita en una conversación franca y abierta que ofreció Canal Institucional para exponer los diferentes puntos de vista con miras a la reconciliación. Desde la televisión pública Conversemos en Paz es referente de respeto por la diferencia y escenario para imaginar un país lleno de nuevas oportunidades y esperanza.

- *Conversemos de Actualidad*: El análisis de la actualidad noticiosa del país y el mundo llegó a las pantallas del Canal Institucional con el programa “Conversemos de Actualidad” bajo la conducción del reconocido periodista Darío Fernando Patiño. Protagonistas de la vida nacional y personajes internacionales revelaron detalles de los hechos que generaron opinión. Cada semana, los temas que interesaron al país fueron presentados a los televidentes a través de un diálogo lleno de nuevos elementos que permitieron ir más allá de la noticia. Fue un espacio que desde la televisión pública buscó llegar a todos los rincones del país y apropiarse a la audiencia de los temas que afectan el acontecer diario.

Camino Esperanza

A su vez, se resalta en materia de producción y programación del Canal Institucional para la vigencia 2016, el ingreso a la parrilla de programación del proyecto denominado “Camino Esperanza” construido a través de reportajes, crónicas, micro documentales y apoyos gráficos, el cual presentó la realidad del país que vive una etapa de transformación hacia el **postconflicto y la reconciliación**, luego de que el Gobierno Nacional hubiese suscrito un acuerdo de paz con un actor armado con el que se ha mantenido en conflicto por más de 60 años, lo cual no supone el fin de la guerra, pero sí el comienzo de un proceso más complejo que la propia negociación, y es lograr que esta transición hacia la paz sea sostenible.

“Antes de morir, la víctima le pidió a Holman, su victimario, que por favor entregara sus restos a sus hijos. “Esos fantasmas lo siguen a uno”, cuenta Holman, guerrillero reintegrado, con lágrimas, mientras recuerda que la hija de la víctima lo perdonó. Este es un fragmento de una de las historias reales contadas en la serie “Camino Esperanza” del Canal Institucional, en la que colombianos de las grandes ciudades tienen un encuentro con víctimas y victimarios de la guerra. Un camino en el que estos ciudadanos lograron sacar sus propias conclusiones sobre lo que representa la búsqueda de la paz.

Se trata de una serie de 10 capítulos en la que el mismo número de colombianos respondieron en un video a la pregunta ¿qué piensa de la paz? y argumentaron sobre su escepticismo o su creencia de alcanzarla. Acto seguido se trasladaron a territorios que fueron escenario de conflicto y conocieron las historias de guerra contadas por víctimas o victimarios que hoy encontraron el camino de la esperanza.

Producciones por encargo

En el año 2016, el Canal Institucional continuó realizando la venta de servicios de producción. De sesenta y seis clientes con los cuales se suscribieron contratos de producción, emisión y/o alquiler de estudios durante la vigencia 2016, trece correspondieron a nuevos clientes quienes eligieron al Canal Institucional para desarrollar sus contenidos audiovisuales y/o ser la ventana de muestra de sus logros institucionales:

- Canal Caracol S.A.
- Convettur S.A.S.
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales de Colombia IDEAM.
- Caprovimpo.
- Chemonics - Colombia Responde.
- Servicios Postales Nacionales - 4-72.

- Fundación Oftalmológica de Santander – FOSCAL.
- Escuela Superior de Administración Pública – ESAP.
- Imprenta Nacional.
- Instituto Nacional para Sordos – INSOR.
- Sociedad Hotelera Tequendama S.A.
- Cormagdalena.
- Colpensiones.

Con la venta de servicios, **Canal Institucional sumó ingresos por más de 20 mil millones de pesos**, que representaron el 75% de los ingresos por venta de RTVC.

Proyectos Especiales

El objetivo el grupo de Proyectos Especiales es ofrecer a las entidades del estado, servicios integrales de comunicación de calidad que van desde la construcción del concepto de comunicación, desarrollo de artes finales hasta la producción de piezas para radio y televisión. Nuestros clientes, entidades públicas, organismos no gubernamentales y empresas privadas.

- Ministerio de Salud (6 Comerciales)
- Superintendencia de Subsidio Familiar (1 Comercial)
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamento – INVIMA (7 Videos)
- Registraduría Nacional del Estado Civil (2 Videos)
- Agencia Nacional de Infraestructura – ANI (3 Videos)
- Ministerio de Justicia (6 Comerciales, 2 Videos, 6 Cuñas)
- Fiscalía General de la Nación (5 Comerciales)
- Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (3 Comerciales, 2 Videos)
- Servicios Postales Nacionales 4-72 (4 Videos)
- Unidad Administrativa Especializada en Gestión de Restitución de Tierras Despojadas – UAEGRTD (1 Comercial)
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF (15 Comerciales, 5 Videos, 13 Cuñas)
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales de Colombia – IDEAM: Diseño e implementación de cápsulas informativas (Tres diarias desde el 01/05/16 hasta 31/12/2016).
- Señal Memoria (1.800 Piezas Para Web)
- Canal Institucional (Autopromociones, Paquetes Gráficos, Videos, Campañas (Plebiscito), Transmisiones de Paz)

Piezas producidas 2016:

- 37 Comerciales.
- 25 Videos.
- 19 Cuñas.
- 1.800 Piezas Web.
- 1 Diseño e Implementación de cápsulas para IDEAM 3 por día.
- 3 Paquetes Gráficos.
- 5 Autopromociones.

Logros y estado actual

- Durante el 2016, el Canal Institucional fue el canal oficial de la Paz en el año más importante de negociaciones. Se realizó el

cubrimiento de los eventos del actual proceso de paz, tales como la firma de los acuerdos y la jornada electoral del plebiscito. Así mismo, se realizó la retransmisión especial de la Ceremonia de entrega del premio Nobel de Paz otorgado al Presidente de la República Juan Manuel Santos Calderón y se generaron contenidos desde la ciudad de Oslo-Noruega que contextualizaron la importancia de ese reconocimiento para el país. Cabe destacar que mencionadas transmisiones de contenidos, se realizaron en alianzas con Canales Regionales.

- Se dio continuidad a los proyectos propios, garantizando la cobertura de temáticas de actualidad y de interés nacional.

En la Franja Temática, su resultado en rating reportado por KANTAR IBOPE Colombia, los programas de la franja Conversemos en RTVC obtuvieron en 2016 promedios elevados en relación con la media rating del Canal Institucional, lo que da cuenta de un aporte determinante al resultado general del Canal en el período, Conversemos de Actualidad superó en 16% el resultado del Canal; Conversemos de Economía superó en 13% el resultado del Canal y por su parte, Conversemos en Paz superó en 11% el promedio rating del Canal.

La serie Camino Esperanza, con formato creado y diseñado por el Canal Institucional, obtuvo un comportamiento destacado en la historia de las series emitidas por el Canal Institucional en su estreno; al concluir el año, promediadas todas sus emisiones incluyendo su estreno, la serie concretó un 12% por encima del promedio general del Canal Institucional en el año, de igual forma Camino Esperanza innovó en la forma de contar las historias asociadas al conflicto y el perdón.

Este resultado está estrechamente ligado con la estrategia editorial del Canal Institucional en la que los temas de paz y posconflicto fueron columna vertebral logrando así que, en conjunto, los programas de producción propia que desarrollaron el tema lograran un 14% del rating general del Canal, el más alto peso porcentual en el rating, seguidos por los programas sobre actualidad informativa que tuvieron un peso del 9% en el resultado rating del Canal.

- Se realizó el cubrimiento de los hechos y eventos institucionales más importantes del 2016. El Canal continuó realizando las transmisiones de alto interés nacional permitiendo a los colombianos seguir el paso a paso de eventos como: Los eventos conmemorativos e institucionales que se realizan el 20 de julio, la celebración del día del ejército y la batalla de Boyacá, la caminata de la solidaridad, las rendiciones de cuentas de las entidades del orden nacional, una completa cobertura de la entrega del Premio Nobel de Paz y todos sus eventos asociados, lo cual tuvo un alcance superior a un millón de televidentes en la pantalla del Canal Institucional, entre otras.
- Se establecieron alianzas que permitieron la consecución de contenidos pertinentes, con la unión de esfuerzos para la producción y realización y/o el intercambio de contenidos que fortalecieron la parrilla del Canal. Se suscribieron los siguientes convenios de cooperación:
 - Armada Nacional: (Emisión contra viento y marea).
 - Fuerza Aérea Colombiana: (Emisión A volar).
 - Ejército Nacional (Emisión Insignia).
 - Universidad Nacional (La paz en foco).

- Durante 2016, el Canal Institucional emprendió un camino importante para fortalecer su estrategia digital a través de contenido complementario a su pantalla de televisión, ofreciendo un valor agregado a los clientes del mismo en su sitio web y en las redes sociales. Se realizaron diferentes notas y videos para cubrir la última etapa del proceso de paz; y se realizaron especiales compuestos por varias piezas infográficas, investigativas y de contexto, como el realizado para acompañar la transmisión del desfile del 20 de Julio. Dicho enfoque sobre el contenido le permitió al canal aumentar el flujo de usuarios hacia su sitio web en un 15,6% en comparación con el 2015. Esta estrategia que pone el contenido relevante para los usuarios por encima del contenido puramente informativo, sirvió además para consolidar la presencia del canal en redes sociales, con un aumento en las interacciones y publicaciones en Facebook del 250,23%, en Twitter del 105,08% y del 17,65% en Instagram. Finalmente, la creación del nuevo contenido original denominado “Camino Esperanza” y la posterior distribución del mismo en Youtube, sirvió para que se incrementaran las visualizaciones en dicha plataforma, que terminaron por crecer un 229,12% comparadas con el 2015.
- Canal Institucional, apoyado por la Gestión Comercial de RTVC, trabajó durante el 2016 buscando nuevas alternativas de mercado; es así como a través de la diversificación de productos y servicios, logro atraer nuevos clientes e incursionar en nuevos mercados. Ofrecimos a los clientes marketing digital, producción de piezas digitales y la opción de trabajar a través de bolsa de servicios, lo cual permite que los clientes puedan a lo largo del año trabajar en sus campañas de comunicaciones, de acuerdo a las necesidades que surjan.

1.3. CANAL UNO

El proyecto Canal UNO-RTVC, se encarga de programar el 25% de la parrilla de programación del Canal UNO, dado que la ANTV mediante Resolución No. 1193 del 20 de diciembre de 2013, resolvió que la programación, emisión y transmisión del 25% de los espacios del Canal Uno, estarían a cargo de RTVC, en su condición de operador nacional del servicio de televisión pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 35 de la Ley 182 de 1995.

En vista de esto, RTVC suscribió el Contrato Interadministrativo N°168 de 23 de diciembre 2013 con la Autoridad Nacional de Televisión – ANTV, cuyo objeto es aunar esfuerzos para la programación del 25% espacio del Canal Uno de conformidad con las condiciones y estipulaciones requeridas por la ANTV, espacio televisivo que le correspondía inicialmente a la Unión Temporal Radio Televisión Interamericana RTI-Programar Televisión S.A, y que en vista de la ausencia en la respuesta ante la prórroga de la concesión ofrecida por la ANTV, dicho espacio se otorgó a nuestro sistema.

Proyectos

Cuadro 9. Proyectos del Canal Uno

Coproducciones	Producciones por Encargo	Series Internacionales
-En las Mañanas con Uno (coproducción con NTC) -Panorama (coproducción con CM&) -GPS (Coproducción con CM&) -El Show de las Estrellas (coproducción con Jorge Barón Televisión) -Hechos y Crónicas -Él Puede Hacerlo de Nuevo	-Juntos a las 3 -El Sol Sale para Todas -Relatos de Vida	-Lo que Callamos las Mujeres -Documentales BBC -Cazadores de Tesoros -El Precio de la Historia -Ninja Warrior

Fuente: Canal Uno

Objetivos

- Programar, emitir y transmitir el 25% de los espacios del Canal Uno.
- Producir, coproducir, y adquirir programas a través de la modalidad contractual establecida por la entidad, con el fin de cumplir con la operación de los espacios del Canal Uno asignados.
- Satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.

Logros

- Se realizaron alianzas con los concesionarios y con las productoras nacionales que históricamente han ofrecido contenidos al Canal, mediante la figura de la coproducción.
- Alianzas en gestión de contenidos, para la sesión de derechos de series destacadas como: Pacifistas.
- Se consolidó la marca Canal Uno, como alternativa en Televisión.
- Se consolidaron audiencias y marcas de programas en coproducción, como:
 - En las Mañanas con Uno (coproducción con NTC)
 - Panorama (coproducción con CM&)
 - GPS (Coproducción con CM&)
 - El Show de las Estrellas (coproducción con Jorge Barón Televisión)
 - Hechos y Crónicas
 - Él Puede Hacerlo de Nuevo
- Se consolidaron audiencias y marca de programas bajo la modalidad de producción por encargo, como:
 - Juntos a las 3
 - El Sol Sale para Todas
 - Relatos de Vida
- Se consolidaron audiencias y marca de series internacionales, documentales y realidades culturales, como:
 - Lo que Callamos las Mujeres
 - Documentales BBC
 - Cazadores de Tesoros

- El Precio de la Historia
- Ninja Warrior.

A 31 de Diciembre de 2016, al proyecto le restan 4 meses de programación, dado que tanto la Resolución 1193 de 2013 como el contrato 168 de 2013, tienen vigencia hasta el 30 de abril de 2017, por lo tanto, durante estos meses finales, se busca garantizar una programación de calidad, que permita que la audiencia consolidada a hoy, se mantenga al finalizar el proyecto y permanezca en el canal cuando inicie la operación del nuevo concesionario.

Centro de Emisión

Durante el 2016 el centro de emisión ha trabajado en la búsqueda de mejoras en los flujos de trabajo con los canales para la optimización de entregas de material, ingesta y emisión de los mismos. Dentro de estas mejoras están la reubicación de las pantallas de cada uno de los Master de Emisión optimizando el monitoreo de los canales para así minimizar los errores de emisión; también se instalaron nuevos monitores de audio para tener el audio de la señal de programa de cada uno de los canales como referencia, además se retomaron los planes de contingencia en caso de falla del Master de Control a través de los paneles auxiliares de la matriz de audio y video, como la implementación de un protocolo manual en caso de falla de la automatización, también se ha trabajado en el seguimiento y control de calidad que los canales deben hacer de los contenidos entregados.

El Centro de Emisión durante el 2016 brindó soporte técnico en la recepción satelital y emisión de las diferentes transmisiones en RTVC. Así mismo, en la implementación de un área de producción MC4 con funcionalidad de Master de Producción para los canales de RTVC. Esto con el propósito de brindar un mejor servicio en las transmisiones en directo, entre las cuales que se destacan: transmisiones realizadas desde Cuba para el Acuerdo de Paz; desde Tolemaida con el día del Ejército; desde Cartagena con la firma del Acuerdo de Paz, las anteriores para Canal Institucional. A través del área de producción MC4 también se realizaron transmisiones deportivas como el Giro de Italia, Vuelta del Sur, Vuelta a España, Mundial de Atletismo Bajo Techo, Mundial de Natación en Piscina Corta, entre otras transmisiones para Señal Colombia.

Para Canal Uno se implementaron formatos de entrega de material, los cuales mejoraron el flujo de entrega del mismo desde los concesionarios; así como la implementación de la entrega de material a través de fibra óptica para CM&, creando un protocolo de entrega y borrado de material.

2. SUBGERENCIA DE RADIO

2.3. RADIO NACIONAL

Radio Nacional de Colombia es la emisora pública encargada de producir, emitir y publicar contenidos incluyentes, culturales, educativos y de interés general que contribuyan al reconocimiento y apropiación del patrimonio cultural y natural de la nación; difundan la cultura y la ciencia y promuevan la generación de una sociedad mejor informada y con espacios para el reconocimiento de sus saberes. Todo esto bajo un contexto de respeto por las expresiones culturales y preservación de la memoria.

Público objetivo

Los espacios y contenidos de Radio Nacional de Colombia están dirigidos a colombianos habitantes de todas las regiones del país con gustos afines a la música colombiana en todos sus géneros, artistas nacionales independientes, música universal, literatura, gastronomía, tradición campesina, memoria, información noticiosa y nuevas tendencias.

Premios y reconocimientos

- Premio de periodismo Fasecolda en la categoría Radio, al programa Contacto Directo. (Bogotá - Noviembre 23).
- Premio 'Ancestros Fernando Soto Aparicio', en la categoría Gestión Cultural y Defensa del Patrimonio al programa Amaneciendo (Villa de Leyva - Agosto 13).
- Reconocimiento en el Bogotá Music Market B0mm 2016 como "Ejemplo de independencia en busca de perfeccionamiento".
- Reconocimiento en el Ecuador Jazz Fest como "Red que integra los festivales de músicas tradicionales".

A continuación, se presentan los proyectos desarrollados por Radio Nacional y sus resultados.

Cuadro 10. Proyectos de Contenido 2016

Proyecto	Resultados
Programas a emitir en vivo para todo el país	32
Horas en vivo emitidas para todo el país	6.606 anuales
Horas en vivo descentralizadas	130 mensuales
Productores y realizadores descentralizados	11
Usuarios en página web	991.741
Series de podcast publicadas	20
Capítulos de podcast publicados	207
Descargas de podcast	5.856
Reproducción de podcast	19.515
Usuarios en streaming de Señal Clásica	19.612
Usuarios en streaming de Señal Cumbia	21.473

Fuente: Subgerencia de Radio RTVC

Objetivos

- Producir y difundir contenidos incluyentes, culturales, educativos e informativos que destaquen y fortalezcan la identidad regional.
- Aportar a la construcción y preservación de la memoria y el patrimonio cultural de la Nación.
- Mejorar la apropiación que de la radio pública colombiana tienen los ciudadanos.
- Fortalecer la expansión de la radio pública colombiana a través de la consolidación de los equipos descentralizados y sus contenidos.

- Posicionar las plataformas digitales de Radio Nacional como medio de referencia para la información y la formación en las regiones.
- Ser medio pionero en la construcción de un nuevo lenguaje nacional que tenga como eje la reparación del tejido social y la reconciliación.

Logros

- Se aumentó la parrilla de las horas semanales en vivo pasando de 136 a 150, para un total de 600 horas mensuales.
- 1.639 horas descentralizadas emitidas en 2016.
- Se fortalecieron los equipos de trabajo descentralizados pasando de 4 a 11 realizadores y productores en Pasto, Manizales y Bucaramanga.
- Crecimiento del equipo de corresponsales, logrando cobertura informativa en los siguientes departamentos: Atlántico, San Andrés, Meta, Valle del Cauca y Antioquia).
- Se ampliaron los contenidos del sistema informativo con la contratación de 3 nuevos periodistas.
- Se cubrieron y transmitieron más de 80 eventos musicales, culturales e informativos en diferentes lugares de Colombia y el mundo.
- Se estrenaron más de 100 temas a lo largo del año de bandas y solistas colombianos, pertenecientes al mercado independiente.
- Se creó “Señal Cumbia”, emisora en línea dedicada 24 horas a la difusión del ritmo tropical de Colombia y el mundo.



Posicionamiento

- Dos sesiones de conciertos acústicos en Pasto y Bucaramanga. Adicionalmente en Bogotá se desarrolló el formato “La librería se oye”, en el que se invitó a los artistas Pedrina y Río, Manuel Medrano y Esteman, uno por mes, a que hicieran recitales en librerías. Dichas actividades contaron con la asistencia de 500 personas.
- Tres foros dedicados al arte y la paz, llevados a cabo en Bogotá (Cine), Manizales (Teatro) y Bucaramanga (Música), con la asistencia de 400 espectadores.
- Realización de la Noche Radio Nacional de Colombia, en Manizales, con la presentación de Herencia de Timbiquí y Fruko y sus Tesos, y la asistencia de 5 mil personas.

- Generación de dos producciones discográficas con los éxitos de la programación.
- Del 13 al 26 de junio de 2016 Radio Nacional de Colombia transmitió la Vuelta a Colombia en bicicleta 2016. Además de la transmisión deportiva, se realizó un relato cultural FM/Web de cada región durante el evento, que incluyó: crónicas, noticias e historias de vida.
- Del 15 al 29 de septiembre fue emitida la serie radial “Después de La Guerra: Memorias de un país que le apuesta a la paz”. Un recorrido de la emisora por los municipios golpeados por el conflicto, para contar cómo se han transformado durante el proceso de Paz entre el Gobierno y las FARC-EP. 11 capítulos de aproximadamente 15 minutos, fueron emitidos en programación Triple A de la emisora, además de ser publicados como PodCast.

Logros Digitales

- El sitio web de Radio Nacional de Colombia tuvo en 2016 una renovación de diseño, que permitió mayor facilidad en cuanto a la usabilidad de los usuarios y acceso a los contenidos de la emisora.
- Se desarrolló a lo largo de 2016 una línea de tiempo que busca, a partir de una mirada crítica, certera, imparcial y humana, hacer un ejercicio de reconciliación y pedagogía sobre el contexto de Colombia a las puertas de alcanzar un acuerdo de paz con las FARC-EP-. Esta línea de tiempo abarca no solo hechos históricos, también contempla temas culturales, historia del arte y busca dar espacio a historias y voces de nuestros oyentes a lo largo del país.

Figura 1. Logros Digitales Radio Nacional



Fuente: Subgerencia de Radio RTVC

Estado actual

Cuadro 11. Cobertura Radio Nacional de Colombia

Cobertura Radio Nacional de Colombia	Frecuencias	Municipios Alcanzados	Oyentes
	51	575 (51.24% del territorio nacional)	Oscilación entre 45.000 y 55.000. (fuente Ecar)

Cubrimiento Potencial

Personas	37.796.239
Porcentaje Territorio Nacional	80,2%

Fuente: Subgerencia de Radio RTVC

- Radio Nacional de Colombia es reconocida por ser una emisora líder en la generación de contenidos culturales, musicales e informativos que influyen en los líderes de opinión regionales.

Lo que viene para 2017

- Se espera el lanzamiento de un re-diseño del sitio web que mejorará el posicionamiento de la misma, además de una app para dispositivos móviles.
- En 2017 pasaremos de 6.606 horas en vivo a 6.896 anuales a través de cubrimientos, transmisiones y especiales.
- En 2017 se pasará de 9 a 17 horas diarias desde estudios descentralizados.
- Se espera la publicación de más de 300 podcast para así aumentar el número de reproducciones y descargas en el sitio web.
- Se proyecta que para las emisoras en línea se pueda llegar a los 34.000 usuarios en Señal Cumbia, y a los 32.000 en Señal Clásica.

2.2. RADIÓNICA

Es una emisora pública colombiana que diseña, produce, emite, comparte y publica contenidos de calidad con el objetivo de crear espacios formativos, de sano entretenimiento, de construcción de memoria, proyección de emprendimiento cultural, medio ambiental, tecnológico, científico y artístico que proporciona plataformas de comunicación entre la emisora con sus usuarios y oyentes para la construcción conjunta de conocimientos y saberes relacionados con el concepto del ciudadano joven del presente siglo.

Público Objetivo

Los oyentes y usuarios de Radiónica se encuentran en un rango de edad entre los 12 y los 35 años, son residentes de áreas urbanas de Colombia y el mundo, afines a la información relacionada con la música, cine, literatura, artes visuales, historia, artes plásticas, videojuegos, ciencia, medio ambiente, artes escénicas, las TIC, actualidad y deportes. Usuarios y oyentes con la capacidad de ubicar el espacio radiofónico tanto en emisión radial tradicional como a través de la página Web y/o aplicaciones para móviles, canales web especializados: Radiónica 2 (Sonidos colombianos), Radiónica 3 (Cultura Hip Hop) y redes sociales de la emisora (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Youtube).

Objetivos

- Generar contenidos incluyentes, culturales, educativos, formativos y de interés público para la población joven colombiana.
- Generar contenidos descentralizados para la población joven de las regiones afines con la propuesta de la emisora.
- Mejorar el posicionamiento de la radio pública nacional.
- Generar una propuesta de comunicación digital, que permita la participación y construcción de contenidos entre la emisora con sus oyentes y usuarios.
- Promover la creación y gestión artística, medio ambiental y tecnológica de la población joven de Colombia.
- Generar contenidos que promuevan la diversidad y multiculturalidad en la población joven colombiana.



Logros

- En 2016 se amplió, en parrilla, el número de programas en vivo a 25, para un total de **125 horas mensuales en vivo**.
- En 2016 se amplió el número de horas descentralizadas desde Medellín para un total de **141 horas mensuales**, ampliando el equipo de trabajo de la ciudad. En 2016 se realizó la contratación de 4 corresponsables de la emisora en las siguientes regiones: Caribe, Valle del Cauca, Risaralda y Santander.

- En 2016 se realizó el Concierto Radiónica en las siguientes ciudades: Barranquilla, Medellín y Bogotá



- En 2016 se realizaron 2 Caravanas en Colombia, llevando artistas de la programación de la emisora vía terrestre a presentaciones en las siguientes ciudades: *Caravana Radiónica Pereira* y *Caravana Radiónica Cali*

- Se consolidó el espacio 'Chévere Pensar en Voz Alta', programa de opinión dedicado a los temas de actualidad de la población joven colombiana, en un año importante para el país. Mediante este, se motivó la formación de opinión y criterio en la población joven de la emisora.



- Creación de paZos, contenido transversal de la emisora (FM/WEB), dedicado a la construcción de tejido social por parte de la audiencia y usuarios de la emisora.
- Creación de Radiónica 2, emisora online de rock colombiano las 24 horas y Radiónica 3, con 24 horas de Hip Hop del mundo.

- Se realizaron 18 cubrimientos nacionales, y 6 internacionales, de eventos musicales, culturales, y tecnológicos.
- Realización de Loop 26: 26 horas de sets electrónicos sin interrupción, transmitidos vía FM y Web, con el alcance de más de 7.000 usuarios.

Figura 2. Logros Digitales Radiónica



Fuente: Subgerencia de Radio RTVC

- Adicional a los resultados tanto de sitio web, como de canales sociales previamente presentados, el 14 de Diciembre se lanzó la App de Radiónica para dispositivos Android y iOS. Del 14 al 31 de Diciembre, la App tuvo más de 1.700 descargas.

Estado actual

Cuadro 12. Cobertura Radiónica

Cobertura Radiónica	Frecuencias	Municipios Alcanzados	Oyentes
	9	92 (36,7% del territorio nacional)	Oscilación entre 150.000 y 180.000 (fuente Ecar)

Cubrimiento Potencial

Personas 16.800.437

Porcentaje Territorio Nacional 35,7%

Fuente: Subgerencia de Radio RTVC

- Radiónica es reconocida por ser un medio de comunicación cultural, que se ha caracterizado por el apoyo a las bandas emergentes nacionales, su consolidación y su proyección nacional e internacional.

Lo que viene para 2017

- Se espera el lanzamiento de un re-diseño del sitio web que mejorará el posicionamiento del mismo.
- Se busca el posicionamiento de la App lanzada a finales de 2016.
- Las horas en vivo, a nivel nacional, aumentarán de 492 a 508 mensuales.
- Las horas descentralizadas en Medellín pasarán de ser 164, a 188 mensuales.
- Se espera superar 2.200.000 usuarios en el sitio web.
- Se buscará el cubrimiento de más de 20 eventos musicales, culturales y tecnológicos a nivel nacional.
- Se busca superar 70.000 usuarios en Radiónica 2 y 45.000 usuarios en Radiónica 3.

Gestión de la Subgerencia de Radio

- Se realizaron 14 alianzas con medios de comunicación nacionales y regionales de intercambio de pauta para posicionar las marcas de toda la Subgerencia de Radio. Adicionalmente, se realizaron otras 7 alianzas para posicionar exclusivamente las marcas de Radio Nacional de Colombia y sus emisoras en línea Señal Clásica y Señal Cumbia.
- Se realizaron 17 alianzas con instituciones públicas, privadas y/o mixtas para facilitar coberturas, entregar premios a oyentes y ampliar la presencia de las emisoras de la Subgerencia de Radio. Adicionalmente, se realizaron otras 27 alianzas para posicionar exclusivamente las marcas de Radio Nacional de Colombia y sus emisoras en línea Señal Clásica y Señal Cumbia.
- Se visibilizaron 27 propuestas e iniciativas en todas las emisoras de la Subgerencia de Radio. Adicionalmente, Radio Nacional de Colombia y sus emisoras en línea mostraron otros 17 proyectos a través de esta figura
- Se realizaron dos foros de debate en Manizales y Bogotá; dos acústicos en Pasto y Bucaramanga; tres acústicos en librerías de Bogotá, la quinta edición de la Noche Radio Nacional de Colombia; y, la realización de dos producciones discográficas. Estas actividades impactaron a más de 7.000 personas.

3. SEÑAL MEMORIA

Señal Memoria es la estrategia de RTVC que busca salvaguardar la memoria histórica del archivo audiovisual y sonoro de la televisión y radio pública en Colombia. Pondrá a disposición de la comunidad nacional e internacional, contenidos que se han desarrollado desde la primera transmisión de radio y de la televisión colombiana.

Imagen 1. Inravisión – Emisión en Vivo – Años 50s



Fuente: Señal Memoria

Señal Memoria se proyecta como una herramienta útil para la sociedad pues permitirá conservar y contribuirá en la transmisión generacional de los rasgos propios que tiene nuestra cultura y que por años se plasmaron en los programas de televisión y radio. Para cumplir este objetivo RTVC debe recuperar y conservar el archivo físico que cuenta con más de 150.000 soportes de video y más de 100.000 soportes de audio.

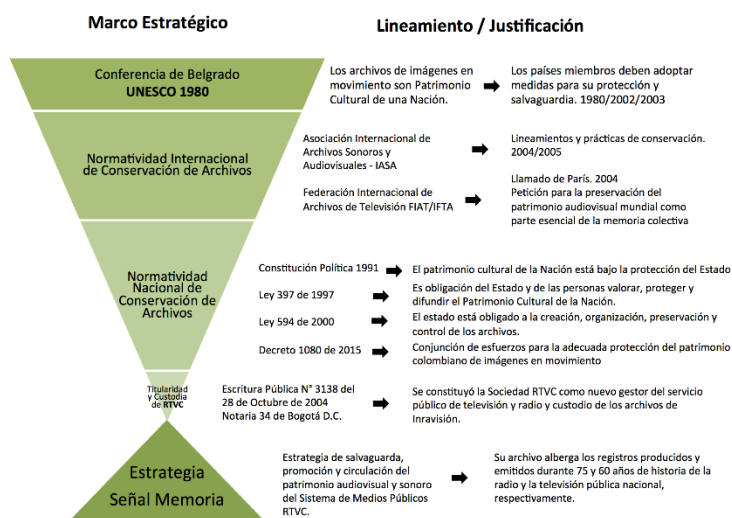
Reconocimientos

En el 2016, el principal reconocimiento de Señal Memoria ha sido la consolidación como el proyecto de recuperación de referencia a nivel nacional, por ser pioneros en el enfoque y volumen de los documentos que contiene el archivo de la televisión y la radio pública del país. Afianzando así importantes alianzas estratégicas con el Archivo General de la Nación, la Fundación Patrimonio Fílmico, el Ministerio de Cultura y el Centro de Memoria Histórica. En este marco se desarrolló la participación durante el *XIII Encuentro Nacional de Archivos Audiovisuales*, dedicado a la preservación de los archivos de la Radio y la TV pública.

Por su parte, la presencia de Señal Memoria en los medios de comunicación con 850 notas que registraron noticias como la aparición y divulgación de la película *Dos Ángeles y Medio* y la restauración de 6 capítulos de la serie *Yuruparí*, expresa cómo, al cumplirse el tercer año del proyecto, éste ha logrado un notorio reconocimiento público.

Con su equipo técnico especializado se realizó la construcción de lineamientos y políticas de gestión del patrimonio audiovisual y sonoro de RTVC, para la correcta gestión del archivo, expresa en el mandato emitido por la UNESCO sobre la importancia y urgencia de preservar estos documentos, en tanto son considerados patrimonio cultural e inmaterial de la nación y del mundo. Así mismo, enmarcados en los lineamientos técnicos internacionales en conservación de la memoria audiovisual expedidos por la Federación Internacional de Archivos Fílmicos y la Federación Internacional de Archivos de TV, y el cumplimiento de la normatividad nacional en materia de archivos el cual designa en RTVC la responsabilidad legal de la custodia y la adecuada conservación de su archivo audiovisual y sonoro.

Figura 3. Marco Estratégico de Señal Memoria



Fuente: Señal Memoria

Objetivos

En 2016, los objetivos se centraron en avanzar en la recuperación del archivo audiovisual y sonoro (limpieza externa e interna y digitalización), la gestión de los documentos y contenidos encontrados en el archivo (catalogación, colecciones e ingesta), la socialización del archivo (contenidos, eventos y aplicaciones), la definición de políticas especializadas para la administración del archivo y la integración de procesos de la Fonoteca y la Videoteca que han venido gestionando sus archivos de forma independiente, e integrándolos en el marco general de la estrategia de Señal Memoria en torno al Sistema de Gestión de Calidad de RTVC.

Para llevar a cabo estas acciones se contó con el aporte de recursos del FONTIC y de la ANTV y el apoyo de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.

Logros

Para 2016, la página de Señal Memoria recibió la visita de **121.631 usuarios** únicos lo cual representó el 243% de lo previsto (50.000 usuarios).

En el desarrollo de la estrategia Señal Memoria, se cumplieron todas las acciones previstas en materia de intervención de archivo (como se describe a continuación) y se llevaron a cabo todas las actividades estratégicas como la integración de bases de datos de catalogación y la migración al sistema Koha, el estudio de casos de Derechos de Autor del Archivo, la participación activa en eventos de socialización y académicos, la elaboración de documentos técnicos de gestión y recuperación del archivo, entre otros.

Es importante anotar, que en el 2016 por primera vez en RTVC, se realizó un plan multiplataforma soportado en los contenidos recuperados por Señal Memoria, como fueron la proyección de contenidos en eventos, la emisión de contenidos en Señal Colombia y Canal Institucional, la inclusión de contenidos en RTVC Play y la articulación en redes sociales y páginas web de la Entidad.

Imagen 2. RTVC Play: Dos Ángeles y Medio



Fuente: RTVC Play. Dos Ángeles y Medio (1958). Archivo Señal Memoria – RTVC. Película Restaurada por Fundación Patrimonio Filmico Colombiano – Embajada de Ecuador.

En materia de recuperación se cumplieron las metas previstas, se limpiaron y digitalizaron 40.830 soportes de video (100% de la meta) y se digitalizaron 9.986 soportes de audio (100%).

Imagen 3. Área de Conservación – Señal Memoria



Fuente: Señal Memoria

En gestión de colecciones se catalogaron 10.000 documentos de video (100% de la meta) y 8.745 documentos sonoros (100%).

Se realizaron 1.615 contenidos con la memoria histórica (108% de la meta) representados en artículos, videos, audios, imágenes, entre otros contenidos digitales. Se desarrolló una (1) aplicación llamada "Museo de Señal Memoria" que consiste en una línea de tiempo que organiza equipos y hechos relacionados con televisión y radio.

En cuanto a las métricas asociadas al entorno digital de Señal Memoria, ComScore y Shareable arrojaron los siguientes KPIs para la estrategia desarrollada entre febrero y octubre de 2016.

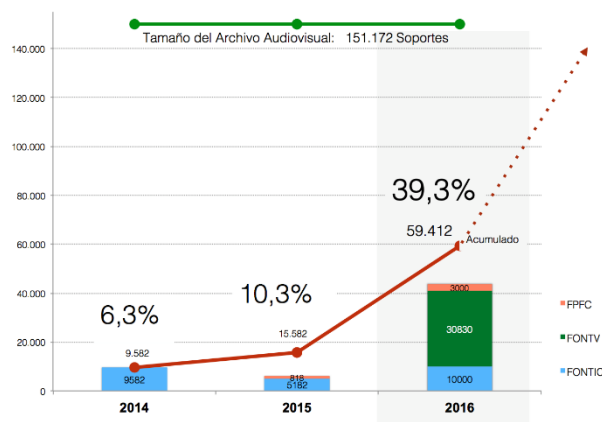
- Los fans en Facebook aumentaron 112%.
- Los seguidores en Twitter aumentaron 30%.
- Los seguidores en Instagram aumentaron 205%.
- Los usuarios en YouTube aumentaron 70%.
- Las interacciones en Facebook aumentaron 102%.
- Las interacciones en Twitter aumentaron 137%.
- Las interacciones en Instagram aumentaron 496%.
- Las interacciones en YouTube aumentaron 75%.
- El número de usuarios totales del sitio web aumentaron en un 178%.

Adicionalmente, se realizaron dos (2) ciclos de participación en eventos el Primer Laboratorio de Patrimonio Audiovisual y el Taller Nacional de Fonotecas (septiembre 2016), y dos talleres en preservación audiovisual y sonora, que tuvieron lugar durante el mes de octubre en el marco del Encuentro Nacional de Archivos Audiovisuales.

Estado actual

A 31 de Diciembre de la vigencia 2016, en materia de recuperación y conservación del archivo de TV, se intervino el 39% del archivo, llegando a 59.412 soportes de video, lo cual representó cerca de 32.206 horas de contenidos, esto se traduce en una visualización continua de 3 años, 8 meses, 1 día y 2 horas.

Grafico 2. Avances en Recuperación
Archivo Audiovisual



Fuente: Señal Memoria

3.1. ARCHIVO SONORO

El **Archivo Sonoro de Señal Memoria** tiene la misión de *recuperar, preservar y divulgar los archivos sonoros de RTVC, con el fin de enriquecer la memoria de los colombianos.*

En ese sentido, el archivo Sonoro de Señal Memoria adelanta sus esfuerzos así:

- **Recuperación:** se encarga de dejar en óptimas condiciones técnicas los archivos sonoros de la entidad para su utilización en las producciones de RTVC y atender las solicitudes de los ciudadanos en general.

Para que un documento se pueda considerar recuperado debe pasar por todos los siguientes sub procesos:

Conservación: Busca devolver y prolongar las cualidades originales de los soportes físicos a través de su limpieza, oxigenación e identificación.

Digitalización: Realiza la conversión de los archivos originalmente contenidos en soportes físicos a formatos digitales respetando su integridad.

Catalogación: Genera, sistematiza y administra la base de datos del sistema a partir de la información contenida en sus archivos.

Por otra parte, con el propósito de garantizar la perdurabilidad de los documentos en el tiempo, el Archivo Sonoro adelanta una serie de actividades rutinarias y toma de decisiones estratégicas consideradas como **Preservación**.

Además, es importante resaltar que las acciones antes mencionadas no tendrían sentido si los archivos recuperados no se ponen al alcance de los ciudadanos y productores de RTVC. En ese sentido, se atendieron 599 **solicitudes al ciudadano**.

- **Divulgación:** tiene como objetivo dar a conocer los archivos del Archivo Sonoro de RTVC a través de los medios de RTVC, los eventos organizados por la entidad y el establecimiento de alianzas con socios estratégicos.

La divulgación es realizada a través del sitio web de Señal Memoria, el programa Memoria Crónica de la Radio Nacional de Colombia, los eventos organizados por el Archivo Sonoro y la atención a solicitudes institucionales y de ciudadanos.



Logros digitales

Sitio web:

- En el año 2016 se lanzó el nuevo sitio web de Señal Memoria para responder a las necesidades de divulgación del área. Cuenta con acceso directo a los distintos productos de los archivos sonoro y audio visual, un completo menú para responder a las inquietudes de los ciudadanos, y una estructura ágil, acorde con los parámetros actuales de interactividad con los usuarios.

Eventos:

- Se realizó el *Tercer Taller de Fonotecas*, en asocio con el Archivo General de la Nación, que contribuyó importantemente al sector de las fonotecas y centros de documentación del país.
- Se llevó a cabo el *Taller de Restauración de Documentos Sonoros*, dictado por la Presidenta Técnica de la IASA y miembro de AES, las dos instituciones más importantes en el sector a nivel mundial.

Producciones discográficas:

- Con el apoyo presupuestal de la Subgerencia de Radio, en el 2016 fue posible la producción de 4 discos compactos: *Radio Nacional de Colombia V.6*, *Radiónica V.8*, *Acústicos Radio Nacional de Colombia V.2* y *Franja Electrónica de Radiónica*. Cada uno con un tiraje de 1.000 ejemplares que serán entregados según la estrategia de distribución establecida por el Archivo Sonoro de RTVC.

Premios y reconocimientos

- A nivel externo, la ponencia “Proyecto de recuperación HJCK: donde los cauces digitales confluyen para seguir haciendo historia” fue reconocido por el **Congreso Internacional Archivos Digitales Sustentables en México DF**.
- A nivel interno, el Archivo Sonoro fue reconocido por el diseño e implementación de la “Reingeniería a los procesos técnicos de la Fonoteca de la entidad” dentro del **Plan de Incentivos y Estímulos de RTVC – Sistema de Medios Públicos**.

4. RTVC PLAY

RTVCPlay es la plataforma de audio y video por demanda del Sistema de Medios Públicos RTVC, la cual tiene a disposición en un solo lugar una gran variedad de productos audiovisuales y sonoros de calidad con énfasis cultural y educativo y que hacen parte de la oferta del Sistema de Medios Públicos: Canal Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional de Colombia, Radiónica y el proyecto Señal Memoria, creando así contenidos complementarios y adicionales de forma que los servicios del mercado masivo no lo son.

Esta plataforma es de acceso gratuito, lo que garantiza ser una herramienta accesible a todos y para todos, sea cual sea su condición social o económica.

La plataforma nace como parte de una sólida estrategia de convergencia y desarrollo digital de Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC) – Sistema de Medios Públicos con el fin de dar respuesta a las nuevas formas de consumo a través de los medios digitales, brindando a sus audiencias una ventana más y así garantizar el acceso de todos los colombianos –en el lugar que se encuentren y cuando lo deseen– a la oferta de la radio y la televisión pública.

Su publicación se realizó en el mes de julio de 2016 y es la primera plataforma OTT (Over the top) de un sistema de medios públicos disponible en Colombia.

Premios y reconocimientos

- En el 2016, RTVCPlay recibió el premio a la **Innovación Pública Digital INDIGO+**, en la categoría Innovación Digital para Gobierno Abierto.
- Presencia en el mes de octubre con un stand en MISCSUR, (mercado de industrias culturales del sur) para presentación de la plataforma.
- Participación en los siguientes espacios: plataformas OTT, en el marco de la feria de contenidos de la ANTV; Panel Ejecutivo VI “Los medios tradicionales van a video OTT” del Bogotá Audiovisual Market – BAM; Conversatorio “El Sistema de Medios Públicos y la construcción de la paz” de la Universidad de La Sabana; Foro Latinoamericano de Medios Públicos – realizado en Chile; Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) en el Foro “Desafíos de los contenidos digitales y aplicaciones en Colombia”

Objetivos

- Ser una alternativa gratuita de alta calidad que garantice a la población en general un amplio espectro de contenidos públicos relevantes, interesantes y entretenidos que promueven el bien común de sus usuarios (valores, educación, cultura e información), todo bajo la gran premisa: En el lugar que se encuentren y cuando lo deseen.
- Ser una plataforma estable, de fácil acceso y navegación, donde el usuario tenga la opción de personalizar su contenido a través de sus gustos, proporcionando un servicio personal con mucha recomendación y contenido especialista.
- Lograr que la plataforma tenga una optimización de la imagen a múltiples pantallas, de modo que el usuario pueda comenzar, por ejemplo, a ver un contenido en la pantalla de una tablet o computadora, y seguirlo luego en su smartphone, sin sentirse afectado por una pérdida de calidad.
- Creación de contenido original propio exclusivo para la plataforma, con apelación al público objetivo.

Logros

Al corte del 28 de enero y luego de 6 meses de publicación de la plataforma, contamos con los siguientes resultados:

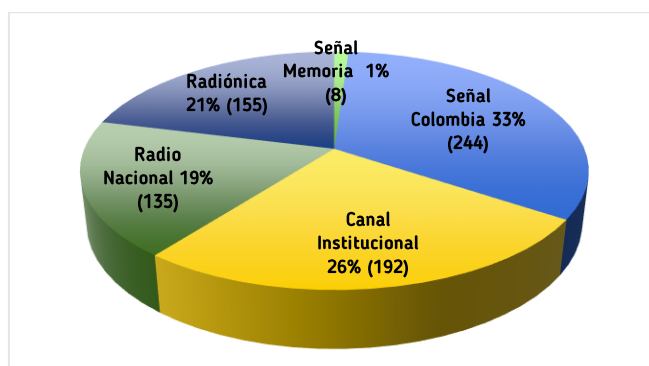
Cuadro 13. Logros RTVCPlay 2016

Contenidos Audiovisuales Series	Capítulos	Minutos De Vídeo	Horas De Programación
39	444	13.332	222

Contenidos De Audio	Capítulos	Minutos De Audio	Horas De Audio
31	290	2.900	97

Fuente: RTVCPlay

Grafico 3. Contenidos totales del sitio



Fuente: RTVCPlay

- Se realizó una mejora en la visualización de la plataforma para hacerla más llamativa.
- Se conformó el equipo base, que cuenta con un editor de vídeo, un editor web, un diseñador web, una productora general y un líder del proyecto.
- Se reformuló la publicación del contenido en la plataforma y en las redes sociales mediante iniciativas de producción y promoción.
- Proyección de contenidos propios para la plataforma.
- Proyección de un equipo de trabajo para captar más espectadores a la plataforma.

Contenidos más exitosos con su número de reproducciones

YURUPARI

2.828 reproducciones



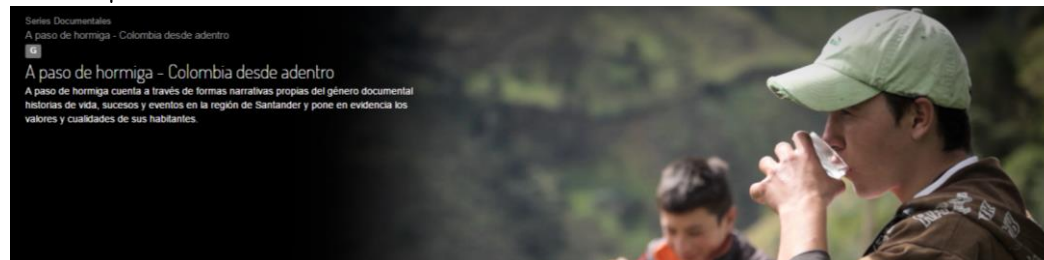
LOS PUROS CRIOLLOS

2.085 reproducciones



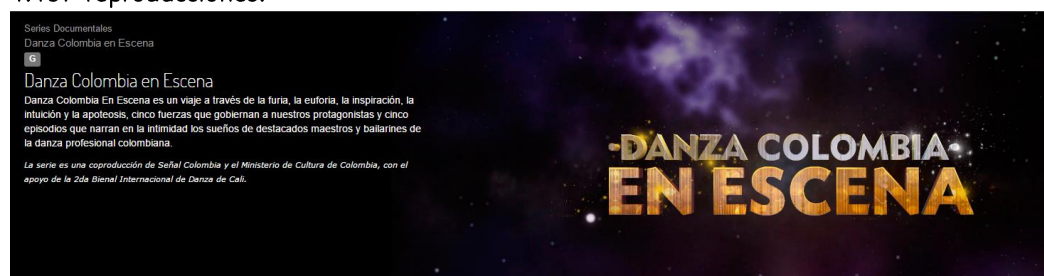
A PASO DE HORMIGA – Colombia desde adentro

1.515 reproducciones



EN ESCENA – Danza Colombia

1.197 reproducciones.



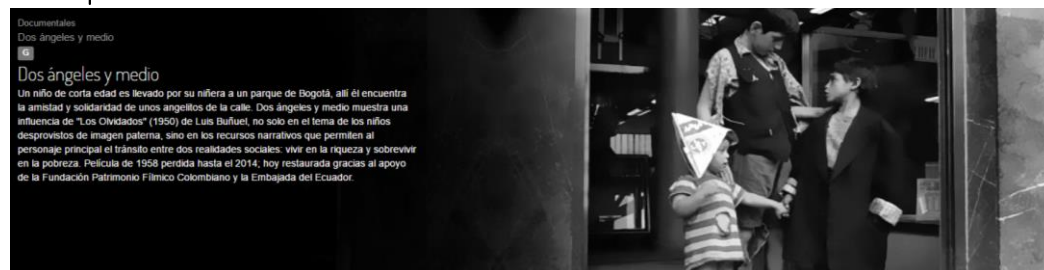
EL PRINCIPITO

752 reproducciones.



DOS ANGELES Y MEDIO

677 reproducciones



Se estableció una estrategia de comunicación con el Área de Comunicaciones de la entidad para crear piezas destinadas a redes sociales y comunicación interna de la entidad:

- 3 piezas para las redes Facebook, Twitter e Instagram
- 1 pieza para monitores
- 1 pieza para envío de correo electrónico All user.



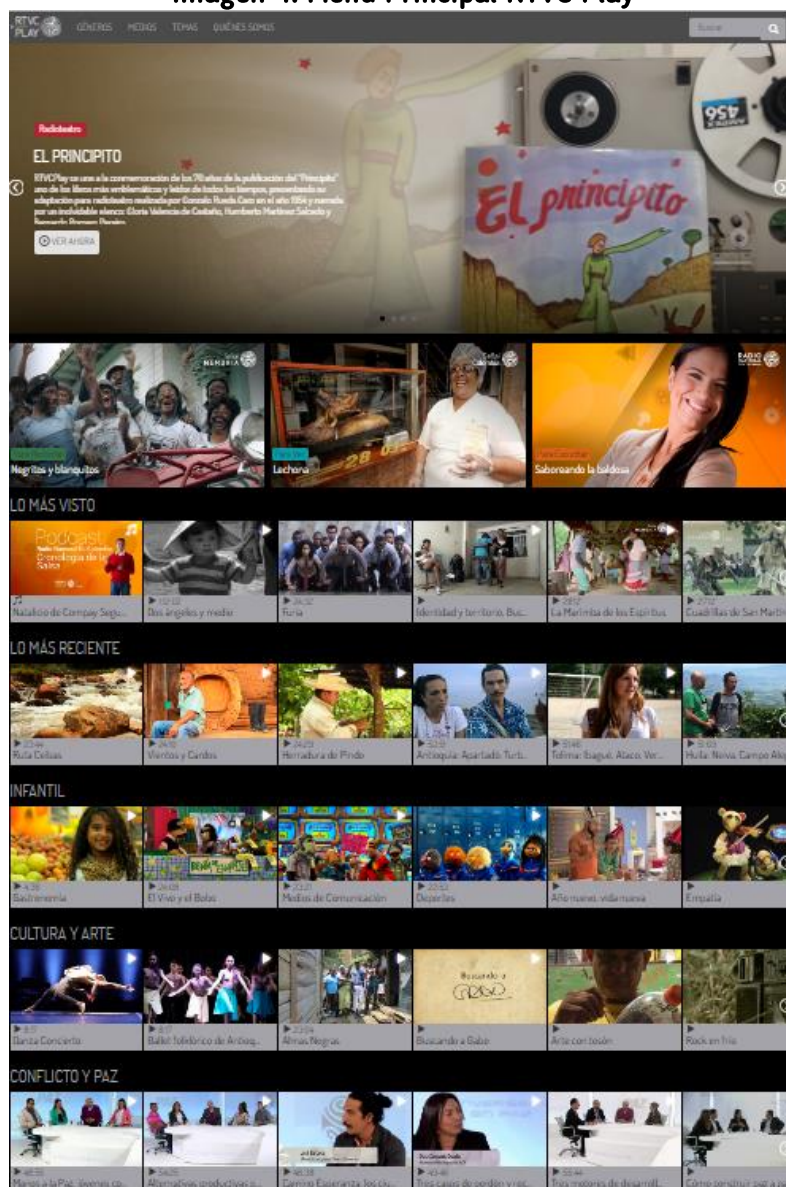
Estado actual RTVCPlay

Formas de búsqueda de contenido

Actualmente la plataforma cuenta con varios accesos al contenido, estos son:

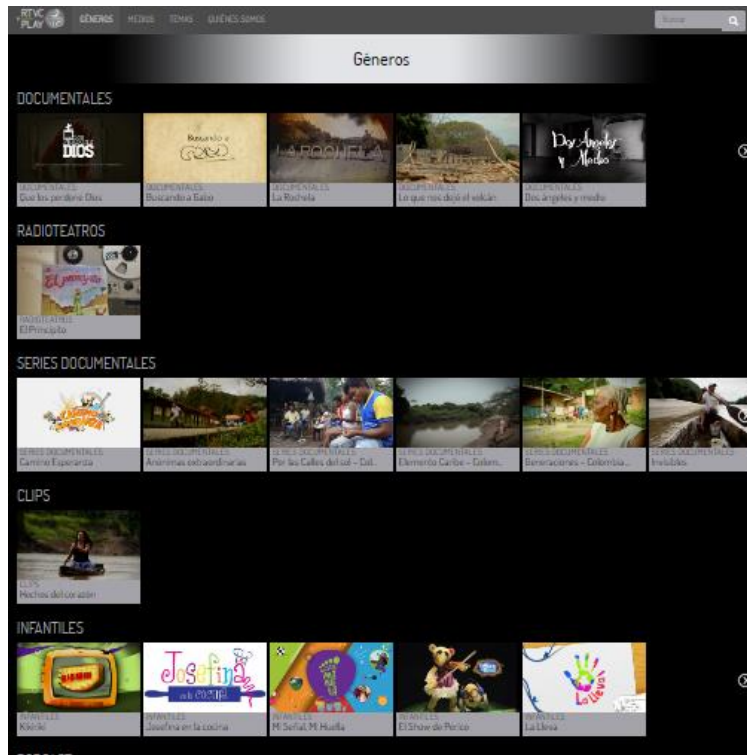
HOME PRINCIPAL, se encuentra el contenido destacado de la plataforma.

Imagen 4. Menu Principal RTVC Play



Fuente: RTVCPlay

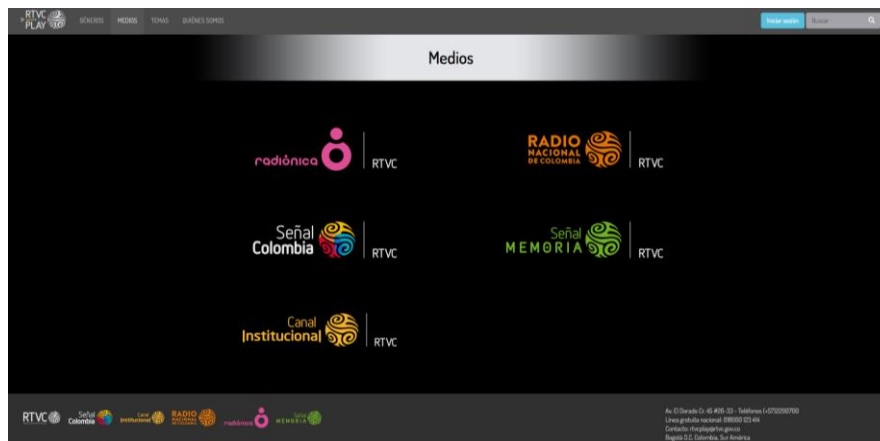
En el menú se encuentra la opción de **GENEROS**:



Documentales
Radioteatros
Series documentales
Clips
Infantiles
Podcast
Magazines

MEDIOS

Se encuentran las marcas del sistema de Medios Públicos de RTVC.



TEMAS

Se tiene una selección de temas donde está enmarcado el contenido disponible para la plataforma.



Indicadores Generales – 1 de Julio a 28 de Diciembre 2016

SITIO WEB:

Cuadro 14. Indicadores Sitio Web

USUARIOS TOTALES	USUARIOS ÚNICOS	VISITAS	DURACIÓN MEDIA VISTA	PÁGINAS POR VISITA	TASA DE REBOTE
40.368	33.578	45.468	11:04 min.	3,54	44%

Usuarios totales: Número de navegadores que ingresaron al sitio web. Se acumulan los usuarios recurrentes diarios.

Usuarios únicos: Número de navegadores que ingresan al sitio web.

Visitas: Número de veces que ingresa un usuario al sitio web.

Duración media / visita: Tiempo duración promedio que dura una visita en el sitio web.

Páginas vistas por visita: Promedio de contenidos vistos por visita.

Rebote: Número de visitas que solo tiene interacción con un solo contenido del sitio web.

Fuente: RTVCPlay

STREAMING:

Cuadro 15. Indicadores Streaming

USUARIOS TOTALES	PLAYS	DURACIÓN MEDIA PLAY
9.138	16.259	8:31 min

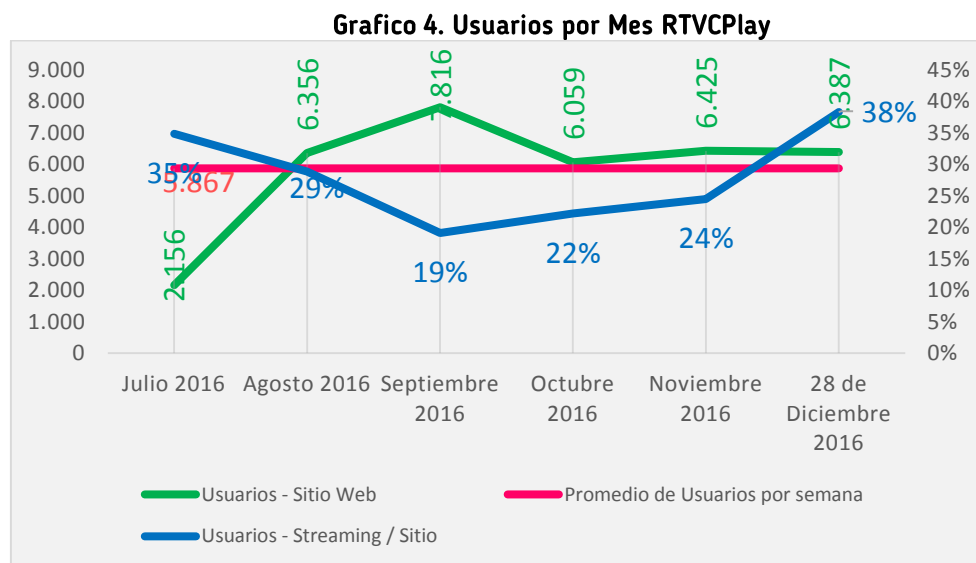
Usuarios streaming: Número de usuarios que tienen interacción con el contenido audiovisual.

Plays: Número de reproducciones que interactúan con el contenido audiovisual.

Duración media / play: Tiempo de duración promedio por reproducción.

Fuente: RTVCPlay

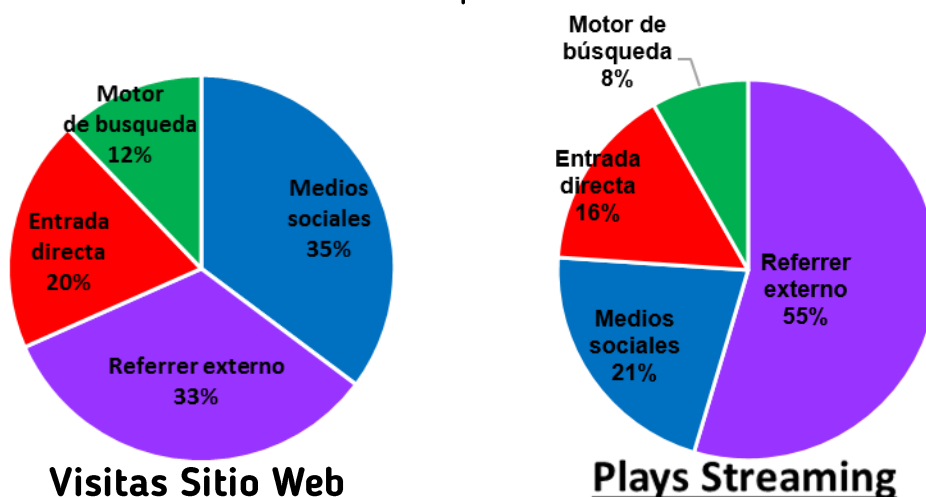
Usuarios únicos por mes - 1 de Julio a 28 de Diciembre 2016



Fuente: RTVCPlay

- En el segundo semestre del 2016 ingresaron **33.578 usuarios únicos**.
- Por cada 100 usuarios que ingresan al sitio web, 28 tienen interacción con el contenido audiovisual, en el mes de diciembre se ve un alza de interacción con los contenidos.
- El crecimiento promedio porcentual, mensual de los usuarios únicos es de **40%**.
- En promedio ingresan más de **150 personas al día**.

Grafico 5. Tipo de Entrada



Fuente: RTVCPlay

Por cada **100** visitas por tipo de entrada que ingresan al sitio web e interactúan con el contenido audiovisual:

59 provienen de redes sociales (el promedio de permanencia es mayor, 8.44%)

53 por motor de búsqueda

45 por entrada directa

22 por referidos.

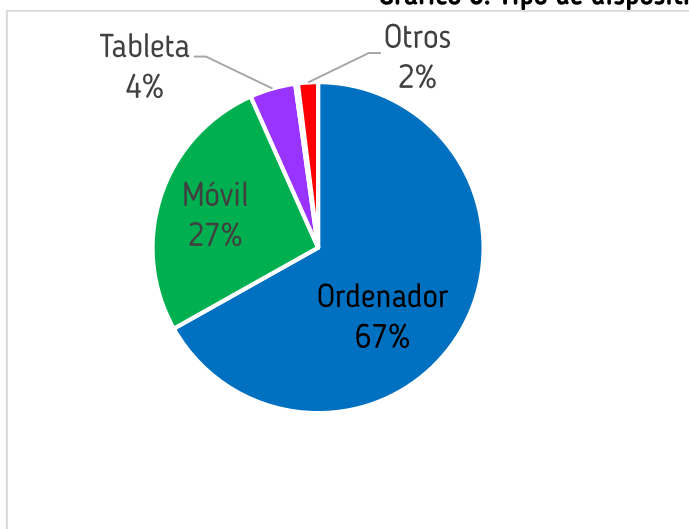
Radiónica representa el **15%** de las visitas referidas

Radio Nacional con el **8%**

Señal Colombia con el **7%**

Señal Memoria con el **0,6%**

Grafico 6. Tipo de dispositivo



Tiempo de duración por visita:

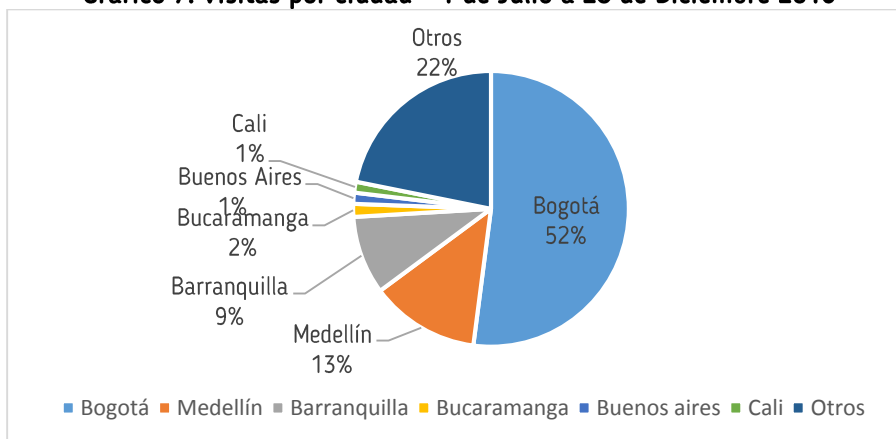
PC es de 13:37 min

Tablet es de 12:13 min.

Dispositivo móvil. 5:52 min

Fuente: RTVCPlay

Grafico 7. Visitas por ciudad – 1 de Julio a 28 de Diciembre 2016



Fuente: RTVCPlay

5. DIRECCIÓN TECNOLOGÍAS CONVERGENTES

5.1. Tecnologías de la Información

La Coordinación de Tecnologías de la información consolidó en el 2016 la prestación de los servicios en las nuevas plataformas convergentes que habían sido adquiridas en el 2015. Estos nuevos servicios incluyeron el aprovechamiento de una moderna plataforma de seguridad que brinda el conocimiento del uso y acceso a los sistemas de información y permite gestionar las políticas de seguridad necesarias para el entorno digital. Gracias a estas acciones durante el 2016 se disminuyeron de manera exponencial los ataques informáticos.

De la misma manera se implementó el certificado digital para los sitios web lo que además de hacerlos más seguros permite presentar de manera adecuada la información a terceros. Paralelo a esto durante el 2016 se contrató al oficial de seguridad quien vela por la planeación y correcta aplicación de las políticas de seguridad de la Entidad.

De otro lado se resalta la prestación de servicios ininterrumpidos de la nueva red LAN en donde se brindaron las conectividades requeridas entre las áreas y adicionalmente se amplió el ancho de banda de internet, duplicando la capacidad de conexión de la Entidad.

Se hizo la migración a la plataforma de comunicaciones unificadas de la Entidad a través de una solución IP de última generación, con la implementación de las nuevas extensiones y las facilidades de conexión remota que la plataforma permite.

A continuación, se detallan otros logros importantes en el campo de las tecnologías de la información:



La entidad realizó un diagnóstico de **seguridad y privacidad de la información** a través del cual se determinó el estado actual del nivel de seguridad de la información y de los sistemas de información identificando y analizando los riesgos existentes bajo el marco del Plan de Gobierno en Línea (GEL). Esto permitirá un mejoramiento sustancial de las evaluaciones y puntuaciones del cumplimiento de GEL.

El portal RTVC cuenta con altas calificaciones en el marco de la estrategia GEL referente a componentes relevantes como son usabilidad y accesibilidad ya que se realizó la aplicación de los lineamientos de gobierno en línea para la certificación de primer nivel.

5.2. Ingeniería de Red

Como parte de la gestión orientada a la disminución de costos de la red de transmisión se realizaron acciones tendientes a disminuir los costos de energía que son los más significativos. Es así como en el 2016, se sustituyeron sistemas de iluminación con lámparas fluorescentes por sistemas LED, se realizó el cambio de transformadores, y se realizó el mejoramiento de las conexiones eléctricas.



De otro lado, Durante el 2016 se trabajó en el mejoramiento de los sistemas de almacenamiento de combustible de las estaciones, logrando tener nuevas tecnologías de almacenamiento seguras como los tanques de doble fondo.



Es de resaltar que estos proyectos contribuyen en materia ambiental toda vez se eliminan los riesgos de contaminación del ambiente por liberación de mercurio, posibles derrames y así mismo se reduce el consumo de energía de manera considerable.

Adicionalmente se gestionaron los recursos con la ANTV para la financiación de un proyecto de generación de energías alternativas para la estación de Leticia. Con este proyecto se espera contar con una fuente limpia de energía que además disminuya los costos de operación de dicha estación. La energía que se utilizará será solar.



OBA

Se estructuró una Oferta Básica de Acceso - OBA, para estaciones de RTVC donde se emiten las señales de Televisión Digital Terrestre. Dicha OBA le permitirá a la Empresa alquilar múltiples instalaciones esenciales disponibles en las estaciones, donde se destaca el espacio en torre, en lote, en cuarto de equipos y soluciones de energía. Esto nos permitirá fortalecer a futuro la línea de negocio de alquiler de espacios a terceros, en un entorno regulado, controlado y de competencia.

5.3. Televisión Digital Terrestre

En el 2016 se realizó la adjudicación del Proceso de Selección para la implementación de la Fase III del despliegue de la Red Pública de Televisión Digital Terrestre - TDT nacional y regional gestionada por RTVC.

La Televisión Digital Terrestre - TDT es la nueva forma de ver televisión en Colombia, totalmente gratis y con contenidos en Alta Definición. Es el paso de la televisión analógica convencional a la digital, transmitida para tener al aire los contenidos disponibles al alcance de los hogares colombianos con todos los beneficios y ventajas inherentes a esta tecnología.

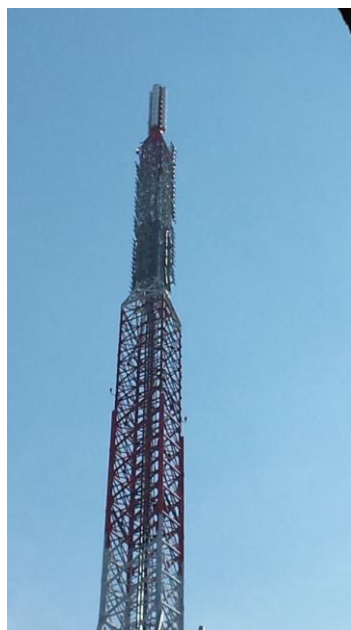
Actualmente RTVC en su calidad de gestor de la red pública de TDT administra, opera y mantiene las estaciones digitales existentes y realiza la implementación de las estaciones de cobertura nacional y regional en el país para la radiodifusión de los contenidos públicos.

El pasado mes de septiembre de 2016, RTVC adjudicó la implementación de la tercera fase del despliegue de la red pública de TDT que incluyó 16 nuevas estaciones, llegando a un total de 39

estaciones primarias desplegadas, las cuales permitirán prestar este servicio a cerca del 87,7% de la población colombiana. En la convocatoria pública participaron las empresas: BTESA, Unión Temporal RSCO-RSES-TDT3, Unión Temporal BALUM SYCS y la Unión Temporal NEC Corporation & NEC de Colombia, adjudicando a esta última el proyecto por un valor de \$24.565.864.900, obteniendo un ahorro de más de 7000 millones de pesos respecto al presupuesto oficial asignado para el proyecto.

Se estima que estas estaciones entren en operación en el segundo semestre de 2017 para dar cubrimiento a las poblaciones de Riohacha, Manizales, Tunja, Leticia, Ibagué, Quibdó, Popayán, Pasto, sus zonas aledañas y varios municipios de Antioquia, Santander, Cesar, Boyacá, Nariño, Cauca y Tolima.

De otro lado se destaca el diseño, implementación y puesta en funcionamiento de la Estación Secundaria TDT "Pachavita". Con esta se logró dar cobertura en televisión digital terrestre a las poblaciones de Pachavita, Garagoa y Chinavita, incluidas zonas veredales.





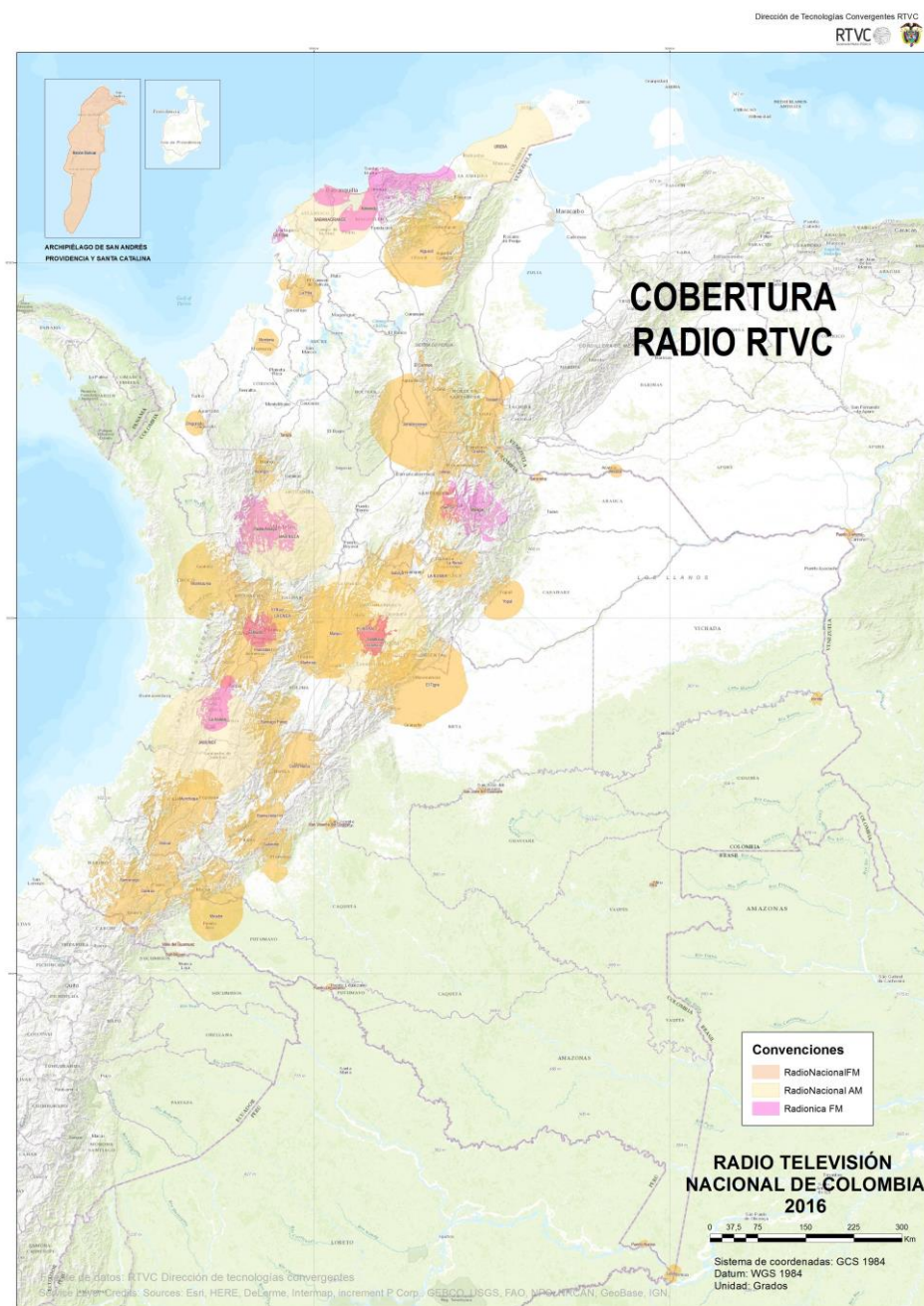
5.4 Gestión Emisión de Radio

Como apoyo estructural a la descentralización de la programación de las emisoras de RTVC, se desarrolla el proyecto de descentralización de estudios el cual permitirá contar con estudios de emisión de radio con tecnología digital en las ciudades de San Andrés - Islas y Villavicencio - Meta, a la fecha se tiene montado y operativo el estudio de San Andrés y al final del presente mes se tendrá montado y listo para la operación el estudio de Villavicencio. Los estudios contarán con autonomía para generar programación local y nacional con equipamiento para la realización de transmisiones en directo desde las dos ciudades.



En el periodo correspondiente a 2016, se realizaron más de 20 transmisiones entre las cuales se destacan la Vuelta a Colombia en Bicicleta, Rock al Parque, Concierto Radiónica, Recorrido Río Magdalena, Noche Radio Nacional, Festival Estéreo Picnic y Colombia 3.0.

A continuación, se relaciona el mapa de cobertura de las emisoras de la Subgerencia de radio a nivel nacional, con sus respectivas convenciones.



Fuente: Dirección de Tecnologías Convergentes

5.5. Gestión de Señales

Durante el año 2016, RTVC decidió habilitarse como proveedor satelital y contratar directamente con el propietario del satélite las capacidades necesarias para el transporte de la televisión y la radio pública. Esto significó un ahorro superior al 30 % del costo del segmento satelital, al adicionalmente haber gestionado con la ANTV vigencias futuras para hacer un contrato de largo plazo con el proveedor.

De otro lado, la Coordinación de Gestión técnica de señales continuó su proceso de afianzamiento como área encargada del transporte de las señales de los canales públicos de televisión y la Radio Nacional hacía las diferentes estaciones de la red operada por RTVC y a los cableoperadores de televisión estableciendo nuevas relaciones de soporte y atención con los canales regionales.

Resultado de lo anterior son los altos indicadores de disponibilidad, para los servicios prestados al cliente interno y para las cabeceras de los canales regionales de televisión.

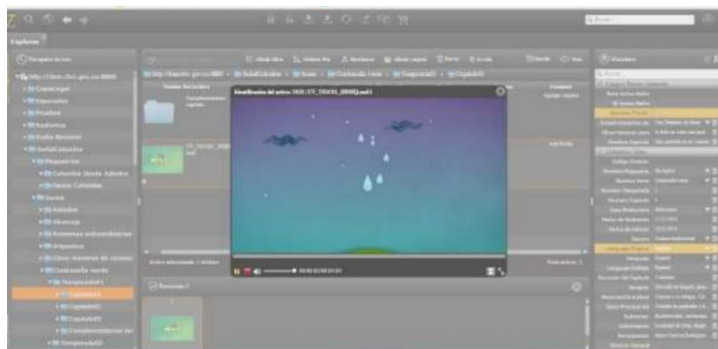
En el 2016 se trabajó también en la implementación del servicio de subtítulos para la transmisión de TDT para cada uno de estos canales.

Nuevo servicio de venta de transporte satelital

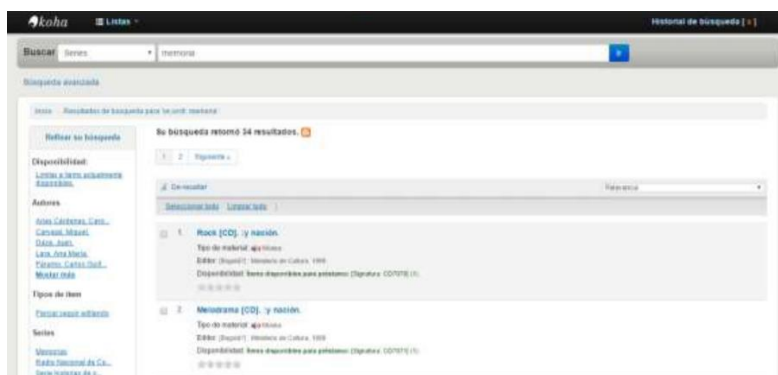
RTVC pasó a convertirse en proveedor de capacidad satelital lo que le permitió establecer una nueva línea de negocios que ha generado ingresos por más de 150 millones en lo corrido del año. Este logró ha sido fundamental para apoyar la generación de nuevas fuentes de ingresos para RTVC.

5.6 Tecnología de Medios

Entre los principales resultados se encuentra la consolidación de los servicios prestados los cuales han servido para la centralización de los contenidos de media de la entidad, de tal manera que estén disponibles de manera transversal para los servicios existentes y nuevos como RTVCPlay.



De otro lado, se implementó el nuevo sistema de catalogación basado en código abierto Koha, este sistema reemplaza a su predecesor Oasis Mandarin. Con este nuevo sistema se asegura la integración de múltiples sistemas existentes en RTVC, tales como el Sistema Gestor de Medios, y portales Web.



Durante el 2016 se logró la automatización de los procesos de Ingesta postproducción, con la revisión de los procesos de operativos de postproducción y con las herramientas de flujos de trabajo Telestream Vantage, incluidas en el sistema gestor de medios. Con esta implementación se automatizan las actividades de entrega de contenidos, transcodificación para Avid y entrega de la ingesta a los proyectos de las unidades misionales.

Adicional a los procesos automatizados de Ingesta, se logró la implementación de un nuevo sistema para la solicitud de ingesta, basado en Google Script, con el cual se pueden tener notificaciones, actualización de estado, y trazabilidad completa de la ingesta para los usuarios. Este sistema está acompañado de una base de conocimiento basada en una Wiki, la cual está disponible a todo el equipos y usuarias a través de Google Apps for work.





5.7. Proyecto de Convergencia Tecnológica

Gracias al proyecto de convergencia tecnológica, ejecutado a través de un convenio interadministrativo suscrito con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, RTVC ha desplegado infraestructura física y virtual orientada a garantizar la entrega y circulación de contenidos convergentes en pantallas alternativas.

Contamos con más de 141 GB de información en contenidos almacenados en la nube y con 164 componentes (instancias, sitios Web, entre otros) alojados; que garantizan una disponibilidad del 100% en los sitios Web de la Empresa a nivel de infraestructura. Entre otras iniciativas trabajadas desde el proyecto, se ha logrado fortalecer la conectividad del sistema gestor de medios a través de la implementación de soluciones de conexión y cableado especializado, para obtener un mejor flujo de nuestros contenidos.

Otros logros incluyen:

Arquitectura Empresarial

RTVC adoptó uno de los modelos para hacer de la tecnología una solución integral a las necesidades de la entidad, la Arquitectura Empresarial que puede explicarse en función de las metas de la entidad y en cómo desde las tecnologías de la información se pueden proponer formas de organizar los procesos para optimizar los recursos y lograr así los objetivos propuestos. Resultado de esto se tendrá una conformación convergente de todos los sistemas de información y plataformas de TI al servicio de la estrategia de RTVC.

Fábrica de software

Continuó la consolidación de la fábrica de software de la Entidad con el desarrollo de varias plataformas y productos digitales entre los que se destacan: Señal Memoria 2.0, RTVC 2.0, Señal Colombia 2.0, Radio Nacional 2.0, Nuevo sitio Canal Institucional, nuevo sitio Mi señal, aplicación móvil de Así Somos, aplicación móvil de Mi Memoria, aplicación móvil RTVC para el streaming de todas las señales de RTVC, Parrilla Centralizada 2.0, Línea de tiempo de Radio Nacional, nuevo sitio web Canal Uno, aplicación móvil Radiónica que incluye podcast, streaming, envío de mensajes push entre otros.

Así mismo, permitió la generación del catálogo unificado de video y audio de Señal Memoria y su integración con el gestor de medios, especiales de paz de Radio Nacional, especiales de paz de RTVC, especial de plebiscito y entrega de resultados en línea del mismo, especiales de Mi señal como Mi Huella, Puerto Papelizate, creador de comic Siesta Zeta, especiales de señal Colombia como las líneas de tiempo, especiales interactivos de señal Deportes, lanzamiento del nuevo servicio OTT RTVCPLAY con sus componentes web y de aplicación.

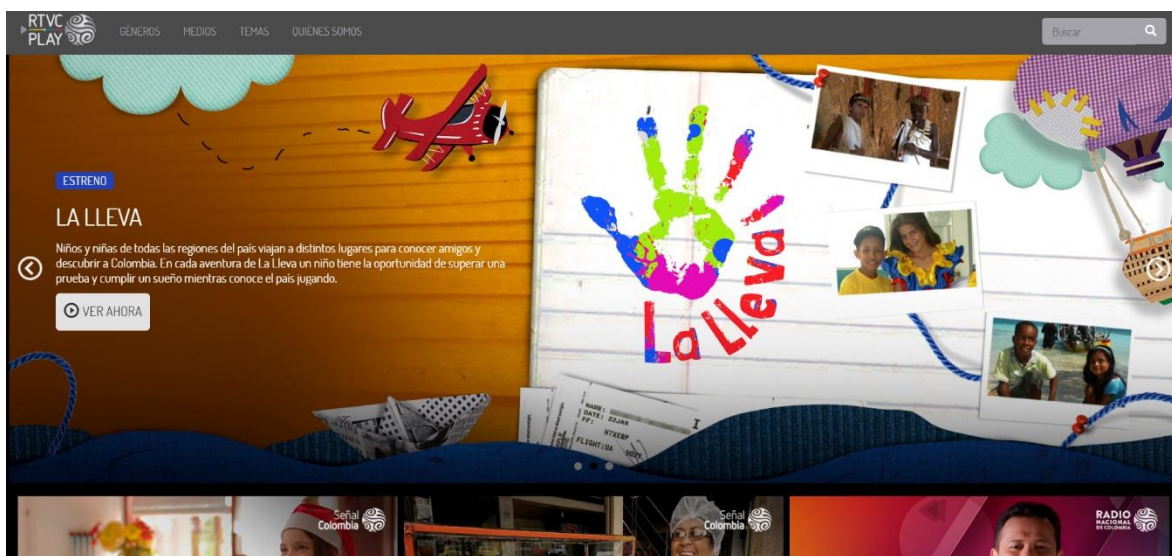
De otro lado, se explora el aprovechamiento de la fábrica de software para desarrollar servicios para terceros y así generar nuevos ingresos. En este sentido se desarrolló el landing page de MinMinas.

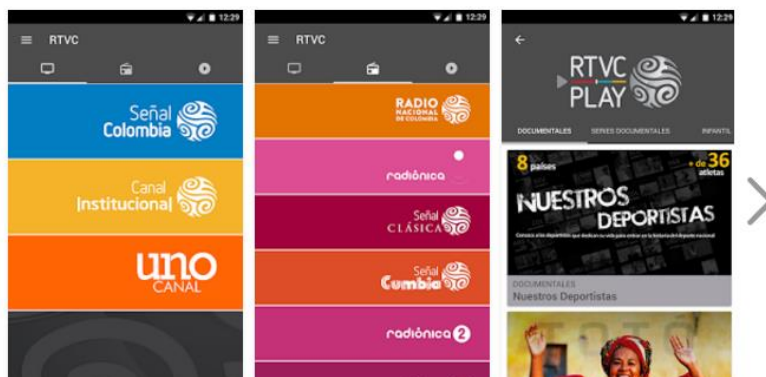
En el tema de métricas digitales se consolidó el proceso de medición y reporte del comportamiento de los productos digitales de la Entidad, así como la medición del desempeño de la Entidad en redes sociales. Esto ha permitido realimentar a las áreas misionales de tal manera que se hagan los ajustes y se generen las estrategias que permitan mejorar el posicionamiento de las marcas en el entorno digital.

Finalmente, se resalta el fortalecimiento de los procesos de la fábrica de software, a través de un esquema de diseño, desarrollo, medición y soporte de productos digitales que ha permitido la creación de más de veinte Sitios Web, aplicaciones y funcionalidades.

RTVCPLAY.CO

A partir de la estrategia definida de tener presencia digital de manera que se puedan compartir los contenidos de RTVC en otro tipo de pantallas, se destaca la exitosa implementación del servicio OTT: RTVCPLAY.CO, ganador del premio INDIGO+ 2016 en la categoría de innovación digital para Gobierno abierto a nivel nacional.





PMO (Project Management Office)

La Coordinación de Tecnologías Convergentes implementó una nueva metodología para la gestión de proyectos. Esta metodología que sigue las mejores prácticas que a nivel internacional se recomiendan, se implementó a manera de piloto con 5 proyectos claves de la Dirección. A partir de la misma se terminaron de definir los lineamientos de proceso y acción que permitirán la aplicación completa a los proyectos de mayor tamaño en el 2017.

6. SUBGERENCIA DE SOPORTE CORPORATIVO

6.1 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

El área de Gestión del Talento Humano tiene como objetivo estructurar los lineamientos y desarrollar las actividades tendientes a garantizar la adecuada gestión del talento humano, incluyendo los procesos y estrategias de selección, formación, remuneración, evaluación de desempeño y desvinculación de los funcionarios de RTVC, manteniendo un clima organizacional adecuado, en cumplimiento de los requisitos de ley; así como su formación soportada en el diseño y ejecución de planes de capacitación, bienestar, seguridad y salud en el trabajo y seguimiento a la cultura y clima organizacional.

Para la vigencia 2016, la coordinación de Gestión del Talento Humano dio cumplimiento al Plan Estratégico de Gestión del Talento Humano, con un cumplimiento del 102% de las actividades planeadas.

Grafico 8.



Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

En cuanto a las actividades que promueven el cambio y apropiación de la cultura organizacional, se ejecutó el 96,77% de la meta planteada, desarrollando actividades que promueven la comunicación al interior de la entidad, tales como los Encuentros RTVC, los talleres pedagógicos para el fortalecimiento de la comunicación asertiva, apropiación de la marca y trabajo en equipo y concursos semestrales que buscaban que las áreas interiorizaran los valores institucionales y la paz. Igualmente se desarrollaron actividades encaminadas a mejorar las condiciones de los colaboradores como la Feria de Servicios en la cual las entidades ofrecen descuentos y tasas especiales en créditos de vivienda y libre inversión; también en procura de mejorar las condiciones de desplazamiento de los servidores se estimuló el uso de MI Ruta o auto compartido.

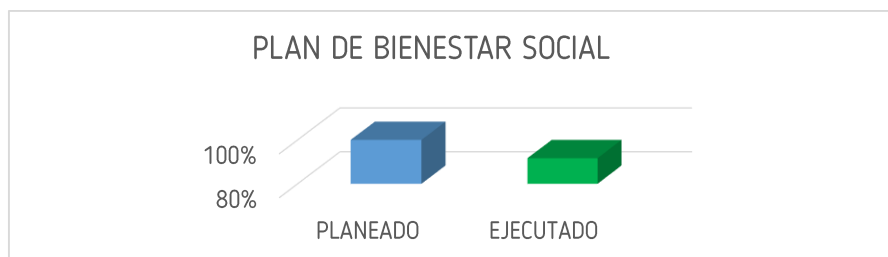
Grafico 9.



Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

El Plan de Bienestar Social se ejecutó en la vigencia 2016 en un 91,67 %, se realizaron actividades deportivas, recreacionales, culturales y de integración, entre las cuáles se destacan el torero de futbol 5, torneo de bolos, tenis de mesa, rumbaerobicos y las segundas Olimpiadas Criollas.

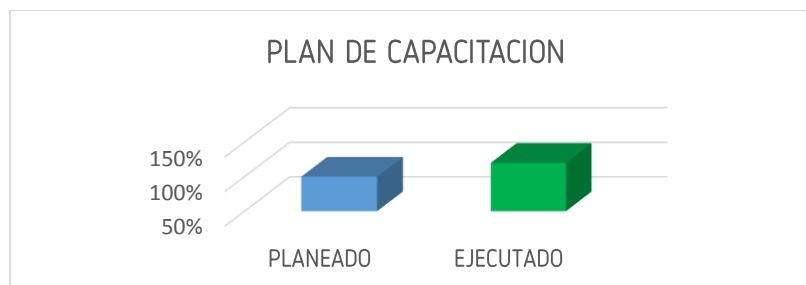
Grafico 10.



Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

El Plan de Capacitación de 2016 superó la meta planteada, permitiendo desarrollar entre otras las siguientes capacitaciones: comunicación digital y narrativas transmedia; Gobierno Abierto: consulta a la ciudadanía y toma de decisiones, entre otros temas de Gobierno en Línea, Capacitación, Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Ley 1712 de 2014 e Impacto de las capacitaciones.

Grafico 11.



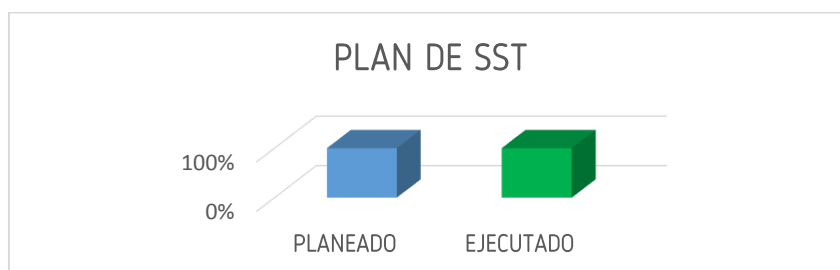
Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

En el 2016 se trabajó en el cumplimiento e implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, desarrollando actividades de promoción y prevención tales como: la jornada de la

salud en el mes de agosto, la mitigación del riesgo cardiovascular, pausas activas periódicas y se realizó una amena sensibilización a través de obras de teatro empresariales, en donde de manera lúdica se dio a conocer la política de Seguridad y Salud en el Trabajo, primeros auxilios, hábitos de vida saludable entre otros.

Con la participación del activo grupo de Brigadistas se logró disminuir el tiempo de evacuación de las instalaciones de RTVC en el simulacro anual realizado en octubre.

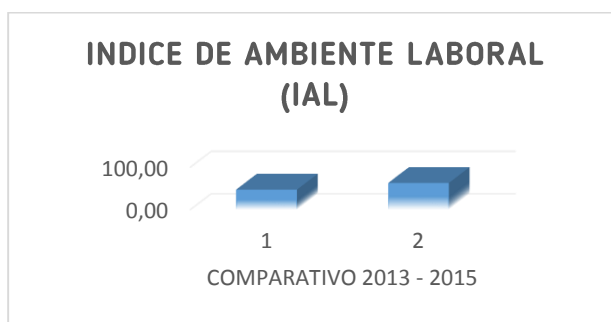
Grafico 12.



Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

RTVC hace seguimiento a su ambiente laboral mediante la metodología "Great Place to Work", medición que se realiza cada dos años en el año 2016 no se realizó medición, por lo anterior se realizaron reuniones con los grupos primarios de Fonoteca y Señal Colombia, donde a través de todo el año, cada uno de los líderes trabajo con su grupo con el objetivo de fortalecer las debilidades encontradas en los informes y así incrementar su Índice de Ambiente Laboral obtenido en el año 2015.

Grafico 13.



Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

Logros

- Se diseñó, ejecutó y desarrolló el Sistema de Vigilancia Epidemiológica del Riesgo Cardiovascular.
- Se diseñó del Sistema de Sistema de Vigilancia Epidemiológica del Riesgo Psicosocial.
- Se optimizó el tiempo en el Simulacro de Evacuación de 3'50" a 3'30" segundos.
- Se modificó y actualizó el Reglamento Interno de Trabajo RTVC.
- Se diseñó y aprobó la metodología para el Impacto de las capacitaciones.
- Se ejecutó de conformidad con lo establecido en el *Balanced Score Card* el Plan Estratégico de Gestión del Talento Humano.

- Se diseñó la nueva metodología de presentación en las inducciones de los funcionarios de Planta.
- Se realizó la Reinducción con un nuevo formato, el cual permite dar mayor cobertura y recordación a través de testimonios de experiencias dirigidas al logro.
- Se realizó la feria Artesanal y Gastronómica de RTVC, con más de 30 expositores.
- Junto con la Oficina de Comunicaciones se divulgaron de forma asertiva más de 500 temas de cultura organizacional, seguridad y salud en el trabajo y eventos.
- Se realizó y ejecutó de un canal de comunicación alternativo a través de las obras de teatro empresariales.
- Se suscribió el Convenio con Colsanitas beneficiando a funcionarios y contratistas de RTVC.
- Se suscribió el Convenio con Davivienda para obtener beneficios por libranzas, sin que se impacten las prestaciones al momento de un retiro.

Retos

- Realizar la tercera Medición de Índice de Ambiente Laboral RTVC y obtener la puntuación esperada.
- Ser uno de los sitios preferidos para trabajar.
- Lanzar la nueva mesa de servicios del área para los funcionarios de Planta (Certificaciones Laborales On-Line).
- Junto con el área de Servicios Generales Implementar el Plan Estratégico de Seguridad Vial
- Implementar el módulo de Seguridad y Salud en el Trabajo a través del Sistema de Planeación y Gestión KAWAK.
- Alineación del proceso de nómina con las nuevas normas NICSP.
- Imprimir la Metodología para el Impacto de las Capacitaciones
- Ejecutar y Desarrollar el Sistema de Vigilancia Epidemiológica del Riesgo Psicosocial.
- Aplicar el estudio de Morbilidad sentida.
- Realizar los estudios que permitan conocer la capacidad y resistencia de las estructuras para trabajo en alturas.
- Lograr para 2017 un mejor aliado estratégico para la ejecución del plan de bienestar.
- Que los usuarios puedan consultar en la intranet los convenios vigentes, para libranzas, salud y demás beneficios, facilitando su consulta y vinculación.

Estado Actual

Al 31 de Diciembre de 2016, se estructuraron técnicamente los estudios previos para contratar el Plan de Bienestar 2017 para RTVC.

La planta de RTVC a 31 de diciembre se encuentra ocupada al 95,83%

Cuadro 16. Detalle Ingresos Planta de Personal 2016

CARGOS DE LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN			
Concepto	Total número de cargos de planta	Número de cargos provistos	Número de cargos vacantes
A 31 de Diciembre 2016	9	9	0
TRABAJADORES OFICIALES			
Concepto	Total número de cargos de planta	Número de cargos provistos	Número de cargos vacantes
A 31 de Diciembre 2016	63	61	2

Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

Cuadro 17. Vinculaciones 2016

	NOMBRES Y APELLIDOS	CC	FECHA INGRESO
1	HUGO DEYBIS VALENCIA LOZANO	9734945	21/07/2016
2	DORA ALICIA BRAUSIN PULIDO	39762169	06/12/2016
3	AMY CATERINE GUTIERREZ PASTRANA	46379975	22/02/2016
4	ANA LUCIA PEÑA ESCANDON	51737106	09/06/2016
5	KARIN EHRHARDT ARZUZA	51856542	20/04/2016
6	DIANA MARCELA DIAZ SOTO	52009703	22/03/2016
7	LILIAM ANDREA BERNAL FRANCO	52518249	03/05/2016
8	JOSE JEFERSON ANDRETD ALABADO CATAÑO	80760419	02/05/2016
9	LEYDI PAOLA VELA MONTAÑEZ	1018408899	16/05/2016
10	OMAR ARNULFO NOVOA RAMIREZ	1024518583	18/07/2016

Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

Cuadro 18. Desvinculaciones 2016

	Nombres	Identificación
1	SANDY ORTIZ	52841152
2	MARIO FERNANDO ROJAS SUAREZ	94332058
3	JAIME ANDRES TENORIO TASCON	14650428
4	ANGELA ANDREA PARRADO MEDELLIN	52534499
5	LEYDER CUERVO CELIS	52106165
6	ANA CATALINA CEBALLOS CARRIAZO	52008880
7	PILAR ROCIO PICO RODRIGUEZ	52690653
8	MARIA TERESA OSORIO SALAZAR	34564520

	Nombres	Identificación
9	ASDRUBAL SUAREZ SUAREZ	80820378
10	KARIN EHRHARDT ARZUZA	51856542

Fuente: Coordinación Gestión del Talento Humano

6.2. SERVICIOS GENERALES

Objetivos del área

Planear, gestionar y administrar la infraestructura física y tecnológica de soporte, así como los bienes y servicios generales, asegurando la satisfacción del usuario interno y el cubrimiento de sus necesidades tanto presentes como futuras para el desarrollo de los procesos de RTVC.

Logros

Inventarios

- Se depuró del inventario mediante la baja y retiro del módulo de activos, de los bienes obsoletos e inservibles que se encontraban en la red, según concepto técnico del área correspondiente.

Infraestructura

- Se adelantó el proceso de contratación para la Adecuación de los espacios físicos de RTVC, con el fin de cumplir lo previsto en lo concerniente a garantizar el acceso a las personas con discapacidad.

Gestión Ambiental

- Se consolidó el Sistema de Gestión Ambiental de RTVC, conformado por el Plan de Gestión Ambiental de la entidad articulando las actividades desarrolladas en la Red Pública Nacional del Radio y Televisión operada por RTVC en todo el país y las desarrolladas en la Sede CAN de Bogotá y el Plan de Manejo Ambiental de la Sede CAN con implementación de cinco programas en uso eficiente del agua, energía, residuos sólidos y el diseño de los programas Uso eficiente administrativo del papel y el Consumo y producción responsable.
- Se fomentó la cultura ambiental en la Sede CAN por medio de las campañas para el uso de sistemas alternativos de transporte, la feria ambiental con la participación de Parques Naturales de Colombia, el Fondo Mundial para la Naturaleza WWF, y la Secretaría Distrital de Ambiente en el marco del día mundial del medio ambiente.
- Se gestionó relación con cliente interno y externo para el desarrollo del Conversatorio **Historia, Sociedad y Paz Ambiental** en compromiso de pedagogía para el acuerdo de la paz en Colombia a través de la historia y expertos internacionales ambientales contribuyendo con la sensibilización, comprensión y análisis del pasivo ambiental por causa de la guerra.

Gestión Documental

- Se fortaleció el Sistema De Gestión Documental con la creación de la caracterización del proceso de gestión documental y siete procesos de segundo nivel, se actualizaron y se crearon formatos para la administración de documentos, se realizaron las transferencias documentales, se reubicó la oficina de correspondencia y se dispuso de un espacio para el grupo de gestión documental.
- Se adquirieron tres scanner y una impresora de códigos de barras, se actualizaron las Tablas de Retención Documental, se mejoró el sistema Orfeo, se cumplieron los objetivos del Plan Institucional de Archivos.
- Se actualizó la base de datos del archivo central y se avanzó en su organización, se prestó apoyo a las áreas Jurídica, Contabilidad, Tesorería, Talento Humano, Canal Señal Colombia, Contratación de Mínima Cuantía y Subgerencia de Televisión en la organización del archivo para la transferencia.
- Se redujeron los tiempos de atención a las solicitudes de la mesa de servicios, se capacitó al grupo de gestión documental y de correspondencia en calidad del servicio, se gestionó lo respectivo a Gobierno En Línea, Ley de Transparencia y FURAG.

Servicios de Soporte Institucional

- Se prestó el apoyo y la atención a las solicitudes recibidas a través de la mesa de servicios de los usuarios internos

Cuadro 19. Resultados Satisfacción Cliente Interno

SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MESA DE SERVICIOS INTERNA EN OPREACIONES RELACIONADAS CON EL AREA DE SERVICIOS GENERALES																		
	29/02/2016			30/04/2016			30/06/2016			31/08/2016			31/10/2016			31/12/2016		
META	Desde	Hasta	Meta	Desde	Hasta	Meta	Desde	Hasta	Meta	Desde	Hasta	Meta	Desde	Hasta	Meta	Desde	Hasta	Meta
	Jan01	Feb-29	95	Mar-01	Apr30	95	May-01	Jun-30	95	Jul-01	Aug31	95	Sep-01	Oct-31	95	Nov-01	Dec31	95
Resultado consolidado:	99,22			99,48			98,52			99,06			97,81			98,57		

Fuente: Coordinación de Servicios Generales

6.3. GESTIÓN FINANCIERA

RTVC tiene por fuentes de financiación transferencias de la Autoridad Nacional de Televisión-ANTV, provenientes del Fondo para el Desarrollo de la Televisión-FONTV, para su funcionamiento y operación, ésta incluye la administración, operación y mantenimiento de la Red pública de Televisión AOM de la Red, el servicio de segmento satelital y la programación del Canal Señal Colombia educativo y cultural.

También se reciben recursos de la ANTV para financiar proyectos de inversión para el Canal Institucional, destinados a cubrir las necesidades de comunicación de la Presidencia de la Republica, la Procuraduría General de la Nación, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación, la Contraloría General de la República, el Ministerio de Defensa Nacional, y el Congreso de la Republica.

Así mismo, se reciben aportes o transferencias del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-FONTIC, destinados a la producción y programación de la radio pública nacional a través de las emisoras Radio Nacional de Colombia y Radiónica y para el fortalecimiento de la red de radio, así como para el desarrollo de proyectos en convergencia de tecnologías de la información y las comunicaciones y para financiar el proyecto Señal Memoria, de conservación del patrimonio de la radio y la televisión públicas y su disposición al público.

Otra fuente de ingresos con destinación específica son los aportes ordenados por la Ley 14 de 1991, provenientes de las entidades públicas descentralizadas, equivalentes al 7% de los presupuestos de publicidad ejecutados en la vigencia anterior, los cuales deben ser utilizados en la programación del Canal Señal Colombia.

RTVC a su vez genera recursos propios por la venta de sus servicios, de producción y emisión de programación de televisión a las diferentes entidades del Estado, servicios de alojamiento en la red pública de Radio y Televisión y venta de pauta publicitaria en las transmisiones y de derechos de emisión de Señal Colombia.

6.3.1. GESTIÓN PRESUPUESTAL

Ejecución presupuestal vigencia 2016

A continuación, se establece el comportamiento de los ingresos recaudados y la ejecución de los gastos con corte al 31 de diciembre del año 2016.

A. De los ingresos

En el comportamiento de los ingresos con corte a diciembre 31 del 2016, se puede observar que el recaudo se situó en \$ 193.733 millones de pesos, lo que equivale al 97% del total de ingresos presupuestados, a continuación, se muestra su ejecución discriminada por grandes rubros.

Cuadro 20. Ingresos (en millones de pesos)

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO	EJEC. ACUMULADA	% EJECUCIÓN
DISPONIBILIDAD INICIAL	37,784	31,225	83%
INGRESOS CORRIENTES	161,497	162,061	100%
VENTA DE SERVICIOS	28,139	26,723	95%
SEÑAL COLOMBIA	1,600	1,596	100%
RADIO	1,367	1,032	76%
CANAL INSTITUCIONAL	21,000	20,025	95%
CENTRO DE EMISION	492	431	88%
TORRES DE TRANSMISION	2,310	2,459	106%
PROGRAMACIÓN CANAL UNO	1,369	1,181	86%
APORTES	133,202	133,269	100%

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO	EJEC. ACUMULADA	% EJECUCIÓN
APORTES ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS NACIONALES	132,275	131,096	99%
ANTV	113,705	108,493	95%
FONTIC	18,570	22,603	122%
APORTES DE OTRAS EMPRESAS (ley 14 de 1991)	927	2,173	234%
OTROS INGRESOS CORRIENTES	156	2,070	1328%
INGRESOS DE CAPITAL	300	446	149%
TOTALES	199,580	193,733	97%

Fuente: Coordinación de Presupuesto

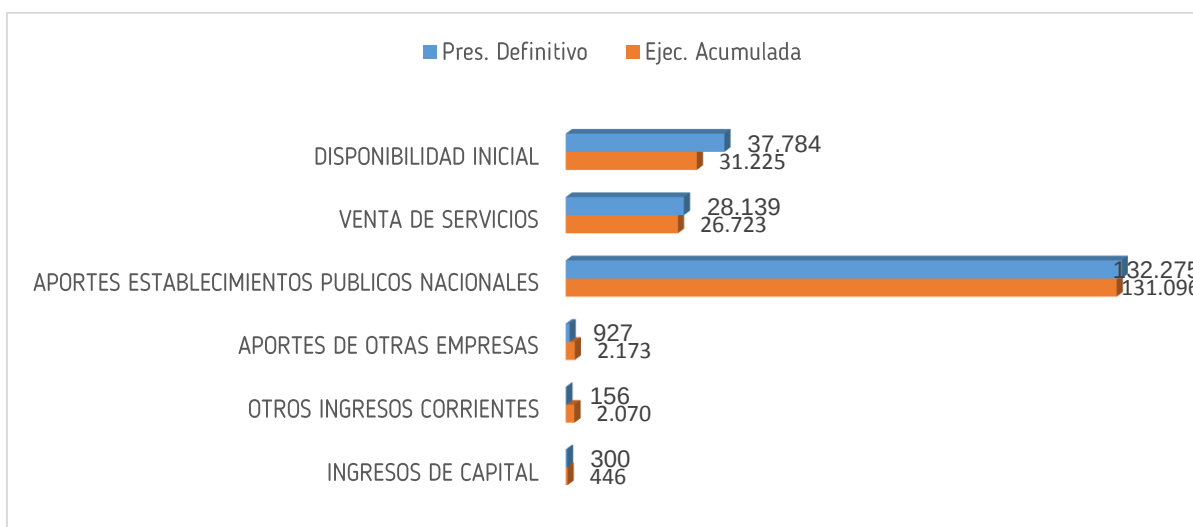
El presupuesto proyectado por **venta de servicios** para la presente vigencia, corresponde a la suma de \$28.139 millones de pesos, el recaudo efectivo acumulado al 31 de diciembre, fue de \$26.723 millones de pesos para un porcentaje de **cumplimiento del 95%**.

Con respecto al Rubro de **Aportes** corresponde a la suma de \$133.202 millones, al 31 de diciembre se recaudaron \$ 133.269 millones de pesos para un porcentaje de **ejecución del 100%**

Por el rubro de **Otros Ingresos Corrientes** con una apropiación de \$156 millones, al 31 diciembre se recaudó la suma de \$ 2.070 millones de pesos con un porcentaje **de ejecución del 1.328%**.

El presupuesto proyectado por **Ingresos de capital** de la presente vigencia, corresponde a la suma de \$300 millones y al 31 de diciembre se recaudaron \$446 millones de pesos con un porcentaje de **ejecución del 149%**.

Grafico 14. Ejecución Presupuestal Ingresos al 31 diciembre del 2016



Fuente: Coordinación de Presupuesto

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO	COMPROMISOS	PAGOS	% EJECUCIÓN COMP VS APR	% EJECUCIÓN PAGOS VS COMP
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	18,507	17,421	16,733	94%	96%
GASTOS DE OPERACIÓN	126,594	111,801	104,042	88%	93%
GASTOS DE INVERSIÓN	54,479	43,184	27,866	79%	65%
TOTAL GASTOS	199,580	172,406	148,642	86%	86%

Cuadro 21. Gastos

Fuente: Coordinación de Presupuesto

B. De los gastos

De la apropiación definitiva del gasto aprobada para el año 2016 que corresponde a la suma de \$199.580 millones de pesos, al 31 de diciembre del 2016 se comprometieron recursos por la suma de \$ 172.406 millones de pesos, lo que representa una ejecución presupuestal del 86% de la asignación anual.

A continuación, se muestra el desagregado por grandes rubros:

Cuadro 22. Gastos de funcionamiento (millones de pesos)

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	COMPROMISOS	PAGOS	% COMPROMISOS VS PRESUPUESTO DEFINITIVO	% PAGOS VS COMPROMISOS
GASTOS DE PERSONAL	9,623	9,325	9,131	97%	98%
GASTOS GENERALES	8,482	7,813	7,319	92%	94%
TRANSFERENCIAS	403	283	283	70%	100%
TOTAL GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	18,507	17,421	16,733	94%	96%

Fuente: Coordinación de Presupuesto

Cuadro 23. Gastos de operación

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	COMPROMISOS	PAGOS	% COMPROMISOS VS PRESUPUESTO DEFINITIVO	% PAGOS VS COMPROMISOS
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	16,925	13,684	12,708	81%	93%
Adquisición Derechos de Transmisión	5,090	4,981	4,647	98%	93%
Segmento Satelital	11,836	8,703	8,061	74%	93%
GASTOS DE PRODUCCIÓN	109,620	98,074	91,291	89%	93%
Señal Colombia	20,697	16,842	15,443	81%	92%
Radio	9,409	8,718	8,209	93%	94%
Canal Institucional	34,892	29,393	25,616	84%	87%
Centro de Emisión	205	159	152	77%	96%
Programación Canal Uno	11,892	11,417	10,463	96%	92%
Mantenimiento de la Red de T.V. y Radio	32,525	31,544	31,407	97%	100%
GASTOS DE OPERACIÓN VIGENCIAS EXPIRADAS	48	43	43	90%	100%
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	126,594	111,801	104,042	88%	93%

Fuente: Coordinación de Presupuesto

En el rubro de **Operación Comercial**, se realizaron compromisos por \$111.801 millones de pesos para una **ejecución del 88%**, y los pagos del **93%**, quedando **7%** como cuentas por pagar presupuestales para el año 2017.

Cuadro 24. Gastos de inversión

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	COMPROMISOS	PAGOS	% COMPROMISOS VS PRESUPUESTO DEFINITIVO	% PAGOS VS COMPROMISOS
Red Digital	30,854	22,025	8,983	71%	41%
Inversión radio recuperación de estaciones	5,798	5,762	5,469	99%	95%
Proyecto DTH Social	45	45	45	100%	100%
Patrimonio Digital Fase I	21	21	21	100%	100%

RUBRO PRESUPUESTAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	COMPROMISOS	PAGOS	% COMPROMISOS VS PRESUPUESTO DEFINITIVO	% PAGOS VS COMPROMISOS
Contenidos Convergentes	1,611	1,605	1,605	100%	100%
Recuperación del Patrimonio Digital	60	37	37	62%	100%
Adecuaciones físicas para convergencia	197	169	150	86%	88%
Fortalecimiento Institucional	181	94	81	52%	86%
Responsabilidad Social y Gestión Ambiental	34	2	2	6%	100%
Fortalecimiento Gestión Financiera y Contable	438	168	16	38%	9%
Modernización Sistema de Medios Públicos	2,306	1,069	333	46%	31%
Red Microondas	-	-	-	0%	0%
Energías Alternativas	183	178	-	97%	0%
Actualización emisión y postproducción	745	64	1	9%	2%
Medios Convergentes	3,506	3,461	2,723	99%	79%
Estrategia Señal Memoria	8,502	8,485	8,402	100%	99%
GASTOS DE INVERSION	54,479	43,184	27,866	79%	65%

Fuente: Coordinación de Presupuesto

Los **gastos de inversión** presentaron **una ejecución del 79%**, con pagos del **65%**, lo que significa que se presentaron cuentas por pagar del **35%**.

6.3.2. GESTION CONTABLE

Objetivos

- Emitir los Estados Financieros mensuales como herramienta para la toma de decisiones.
- Emitir el Estado de Resultados por unidad de negocio mensuales como herramienta para la toma de decisiones.
- Implementar el proceso de transición de los estados financieros de Radio Televisión Nacional de Colombia - RTVC hacia el nuevo marco normativo expedido por la Contaduría General de la Nación en convergencia con las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público-NICSP, de acuerdo con las resoluciones expedidas sobre la materia por la Contaduría General de la Nación: 533 de 2015 y 693 de 2016 y mediante la contratación de la firma de consultoría que asesore y acompañe este proceso.

RTVC debe emitir sus Estados Financieros bajo NICSP a partir del 1 de enero de 2018, el año 2017 es de transición.

Logros

- Se emitieron Estados Financieros mensuales para la Junta Directiva.
- Se dio cumplimiento al reporte trimestral de Información Financiera a la Contaduría General de la Nación.
- Se dio cumplimiento a la presentación y pago de Impuestos Nacionales y Distritales (Renta, IVA, CREE, Retención en la Fuente, Impuesto a la Riqueza, Medios Magnéticos Nacionales y Distritales, ICA y Retención de ICA)
- Se dio cumplimiento a la presentación de información al DANE.
- Se acogieron y se dio cumplimiento a las normas tributarias nacionales y distritales.
- En ejecución del plan de Mejoramiento de la Contraloría General de la República se dio cumplimiento en un 100%.
- Se presentó el informe de Costos por cada unidad de negocio, mostrando el resultado mensual por unidad de negocio y proyectos en ejecución.
- Se realizó circularización y seguimiento a todos los obligados al aporte ordenado por la Ley 14 de 1991, lo que permitió generar ingresos por este concepto por valor de \$2.158 millones.
- Se contrató la firma IFRS LATIN AMERICA para que asesore y acompañe la implementación del proceso de transición de los estados financieros de Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC hacia el nuevo marco normativo expedido por la Contaduría General de la Nación en convergencia con las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público.

Con relación al cumplimiento de la Ley 1676 de 2013 sobre factoring, RTVC no entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.

ESTADOS FINANCIEROS A DICIEMBRE 2016-2015

A continuación se presentan los Estados Financieros de Radio Televisión Nacional de Colombia RTVC para la vigencia 2016. Es importante destacar que RTVC obtuvo un buen desempeño, a pesar de la difícil situación que enfrentó por causa de la disminución del gasto en publicidad en las entidades públicas del orden nacional.

Balance a 31 de Diciembre 2016 – 2015

Cuadro 25. Balance General Comparativo RTVC (Vigencia 2016-2015)
“Cifras en millones de pesos \$”

CUENTA	PERIODO ACTUAL DIC./16	PERIODO ANTERIOR DIC./15	Variación Absoluta	Variación %
1 ACTIVO CORRIENTE	\$ 77.334	\$ 74.627	2.707	3,63%
11 EFECTIVO	43.413	43.354	59	0,14%
12 INVERSIONES	6.298	1.224	5.074	414,65%
14 DEUDORES (Clientes y Anticipos)	27.602	29.934	-2.332	-7,79%
19 OTROS ACTIVOS	21	114	-93	-81,72%
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 294.258	\$ 324.350	-30.092	-9,28%
12 INVERSIONES	782	736	46	6,23%
14 DEUDORES (Clientes y Anticipos)	93.184	126.563	-33.379	-26,37%
16 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	105.023	101.447	3.576	3,53%
19 OTROS ACTIVOS	95.269	95.605	-336	-0,35%
TOTAL ACTIVO	\$ 371.592	\$ 398.976	-27.384	-6,86%
2 PASIVO CORRIENTE	\$ 56.067	\$ 49.494	6.573	13,28%
24 CUENTAS POR PAGAR	6.127	10.635	-4.507	-42,38%
25 OBLIGACIONES LABORALES	550	500	51	10,11%
27 PASIVOS ESTIMADOS	203	1.371	-1.167	-85,17%
29 OTROS PASIVOS	49.186	36.988	12.197	32,98%
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 130.374	\$ 163.796	(33.421)	-20,40%
29 OTROS PASIVOS	130.374	163.796	(33.421)	-20,40%
TOTAL PASIVO	\$ 186.440	\$ 213.292	-26.849	-12,59%
3 PATRIMONIO PUBLICO	\$ 185.150	\$ 185.685	-535	-0,29%
32 PATRIMONIO INSTITUCIONAL	185.150	185.685	-535	-0,29%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 371.592	\$ 398.976	-27.384	-6,86%

Fuente: Coordinación de Contabilidad

La cuenta **Efectivo** tiene un saldo por valor de \$ 43.413 millones. Están incluidos el pago de los convenios 451, 452, 494 y 497 del 2.016 que realizó el FONTIC en el mes de diciembre por valor de \$ 5.254 millones. Por su parte, las **Inversiones Corto Plazo** aumentaron 415% respecto a la vigencia 2015, esto se debe a la ampliación del portafolio de Inversiones de la entidad durante la presente vigencia; pasando de un (1) CDT por valor Nominal de \$1.224 millones a tres (3) CDT's por valor total de \$6.298 millones.

La cuenta **Deudores Corto Plazo** presentó una disminución del 7,79% en \$ 2.332 millones, se debe al pago de transferencias por parte de la ANTV y el FONTIC.

Adicionalmente se constituyó un encargo fiduciario con FIDUCOLDEX S.A para la administración de recursos y pagos de los proyectos y demás actividades de los canales de Señal Colombia y Canal Institucional su saldo al 31 de diciembre es por valor de \$ 327 millones.

En la cuenta **Otros Activos Corrientes** se registró la compra de papelería que se entregara mensualmente a los funcionarios, el valor pendiente por entregar es de \$ 21 millones. La disminución del 82% por valor de \$ 93 millones, corresponde a la amortización de los seguros y entrega de papelería.

La cuenta de **Inversiones Largo Plazo** aumentó el 6% en \$ 46 millones corresponde a la capitalización de utilidades de la empresa 4-72 Servicios Postales Nacionales en la cual RTVC posee una (1) acción.

En la cuenta **Deudores Largo Plazo** se contabilizaron las resoluciones de la ANTV en donde asignan recursos para vigencias futuras así: 174/15 TDS (DTH), 327/15 AOM DE LA RED, 1147/15 TDT FASE III, 1159/15 Modificada por la 1164/16, 1663 Modifica Res 002/16 y 1665/16, la disminución del 10.3% corresponde al registro de los recursos de la vigencia 2016 a la cuenta de deudores a corto plazo.

Así mismo, se registran deudas de difícil recaudo por valor de \$ 11.053 millones y la Provisión de cartera por valor de -\$11.309 millones, en las dos cuentas está incluido el valor cobrado por aporte de Ley 14/91 a COLOMBIA TELECOMUNICACIONES por valor de \$10.302 millones, el cual se encuentra provisionado al 100%, en este momento se encuentra en litigio por cobro coactivo

La cuenta **Propiedad Planta y Equipo** aumentó el 4% en \$ 3.577 millones, corresponde a la contabilización de 830 bienes muebles recibidos del FONTIC en donación, según convenio interadministrativo No. 0001235 de diciembre 19 de 2016 y escritura pública No. 5595 del 27 de diciembre de 2016 por valor de \$11.099 millones.

En cuanto a la cuenta **Otros Activos No Corrientes** se encuentra registrada la valorización del edificio el CAN sede administrativa de RTVC por valor de \$95.000 millones, producto del avalúo realizado en el año 2014.

Por su parte, la cuenta denominada **Cuentas por Pagar Corrientes** presentó una disminución del 42% por valor de \$ 4.508 millones corresponde al giro normal del proceso de causación y pago.

La cuenta **Obligaciones Laborales** presentó un aumento del 10% por valor de \$ 51 millones corresponde a la contabilización de las vacaciones y prima de servicios de los funcionarios de la entidad.

Los **Pasivos Estimados** disminuyeron un 85% por valor de \$ 1.167 millones; esto por el traslado de la provisión a pasivo real de los impuestos de RENTA y CREE para el año 2016. Mientras que la cuenta **Otros Pasivos Corrientes** presentó un aumento del 32% por valor de \$ 12.197 millones corresponde a la ejecución de los convenios FONTIC y resoluciones de ANTV en el presente año.

La cuenta **Otros Pasivos a Largo Plazo** presentó una disminución del 20% por valor de \$ 33.421 millones; esto corresponde al registro de la cuenta de pasivo a corto plazo de los recursos de la vigencia 2016 que asignaron con vigencia futura en el 2015, los cuales se tenían registrados en el largo plazo. Así como la depreciación de los activos fijos adquiridos con recursos de la ANTV y el FONTIC, dando aplicación a la resolución No. 499 de septiembre del 2013 de la CGN, la cual dispone que la compra de activos que se realizan con recursos de la ANTV y el FONTIC se llevan al pasivo diferidos y a medida en que se deprecian se disminuye el pasivo y se reconoce el ingreso, por lo tanto los activos comprados en su mayoría son equipos que se depreciaran en 10 años; Su valor a este corte es de \$ 36.932 millones.

Así mismo, en esta cuenta se registró la contabilización de las resoluciones de la ANTV 174 TDS (DTH), 327 AOM DE LA RED, 1147/15 FASE III TDT, 1664/16 MOD 1159/15, 1663/16 MOD 002/16 y 1665/16 en donde asignan recursos para vigencias futuras hasta el 2023 por valor de \$93.441 millones.

Estado de Resultados a 31 de Diciembre de 2016 – 2015

Cuadro 26. Estado de Resultados Comparativo (Vigencia 2016–2015)
“Cifras en millones de pesos \$”

CUENTA	PERIODO ACTUAL DIC./16	PERIODO ANTERIOR DIC./15	Variación Absoluta	Variación %
43 VENTA DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES	26,048	31,932	-5,884	-18.43%
SERVICIOS DE COMUNICACIONES	26,048	31,932	-5,884	-18.43%
SERVICIOS DE RADIO	1,137	1,566	-429	-27.38%
SERVICIOS TV CENTRO DE EMISION	439	437	3	0.58%
SERVICIOS TV SEÑAL COLOMBIA	274	2,219	-1,945	-87.65%
SERVICIOS TV CANAL INSTITUCIONAL	20,495	24,490	-3,995	-16.31%
SERVICIOS TV CANAL UNO	1,135	1,369	-235	-17.13%
SERVICIOS ALOJAMIENTO EN TORRES DE TRANSMISION	2,267	1,851	416	22.46%
SERVICIOS DE SEGMENTO SATELITAL	302	-	302	100.00%
INGRESOS POR TRANSFERENCIAS	112,798	100,697	12,101	12.02%
44 TRANSFERENCIAS	112,798	100,697	12,101	12.02%
TRANSFERENCIAS PARA PROYECTOS DE INVERSION. ANTV	25,086	24,163	924	3.82%
TRANSFERENCIAS DE OPERACIÓN ANTV	51,601	41,443	10,157	24.51%
TRANSFERENCIAS PARA FUNCIONAMIENTO ANTV	14,948	13,687	1,261	9.21%
TRANSFERENCIAS PARA PROYECTOS DE INV. FONTIC	19,005	19,734	(729)	-3.69%
TRANSFERENCIAS LEY 14/91	2,158	1,670	488	29.20%
TOTAL INGRESOS	\$ 138,846	\$ 132,630	6,217	4.69%

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION		116,304	116,232	72	0.06%
6	COSTO DE PRODUCCION	15,844	18,052	-2,208	-12.23%
52	GASTOS DE OPERACIÓN	100,460	98,180	2,281	2.32%
TOTAL UTILIDAD O PERDIDA BRUTA		\$ 22,542	\$ 16,397	6,145	37.47%
51	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	17,300	13,569	3,732	27.50%
53	PROVISIÓN AGOTAMIENTO Y DEPRECIACIÓN Y A	17,438	15,553	1,885	12.12%
	DEPRECIACION	16,765	15,332	1,433	9.34%
	PROVISIONES	673	221	452	204.34%
TOTAL COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS		\$ 34,738	\$ 29,122	5,616	19.28%
TOTAL UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL		\$ -12,196	\$ -12,725	529	4.15%
INGRESOS Y EGRESOS NO OPERACIONALES					
48	OTROS INGRESOS	14,651	3,044	11,607	381.30%
58	OTROS GASTOS	1,468	2,305	(836)	-36.29%
TOTAL UTILIDAD O PERDIDA NO OPERACIONAL		\$ 13,182	\$ 739	12,443	1683.34%
UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMPUESTO DE RENTA		\$ 986	\$ -11,985	12,971	108.23%
53	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN IMPUESTO DE RENTA	1,358	1,141	217	19.05%
UTILIDAD O PERDIDA DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA FINANCIERA Y SOCIAL DEL PERIODO DESPUES DE IMPUESTO DE RENTA		\$ -372	\$ -13,126	12,754	97.17%
EBITDA		18,424	3,568		

Fuente: Coordinación de Contabilidad

La cuenta **Venta de Servicios** presentó una disminución del 18% por valor de \$ 5.584 millones. Esto corresponde a la reducción en la suscripción de contratos interadministrativos con respecto al 2015, entre otras por la Directiva Presidencial del 10 de Febrero de 2016, en la cual establece el “*Deber de presentar para su estudio y aprobación ante el Despacho de la Ministra Consejera para las Comunicaciones de la Presidencia de la República, antes de iniciar los procesos de contratación y producción*”, lo que ha demorado la firma de contratos.

Por su parte, la cuenta **Transferencias** presentó un aumento del 12% por valor \$12.101 millones, lo cual corresponde a la utilización de los recursos por concepto de transferencias de la ANTV y el FONTIC, dando cumplimiento a la Resolución No. 499 de la CGN, los incrementos más significativos en utilización fueron Operación ANTV en \$ 10.157 millones y Funcionamiento \$ 1.261 millones.

Se presentó una disminución del 12% en la cuenta **Costo de Producción**, por valor de \$ 2.208 millones, como resultado de la optimización de los recursos utilizando economías de escala en la adquisición de servicios, de igual manera los costos tienen relación de causalidad con las ventas, es por esto que los costos en su gran mayoría corresponden al Canal Institucional.

Los **Gastos de Operación** incrementaron el 2%, en sueldos y salarios del 18% correspondiente a los funcionarios que están en las áreas misionales, debido a que se realizó el incremento en los salarios del 7,77%, en concordancia con la directriz presidencial. A su vez se incrementó en un 22% en la ejecución del servicio de transporte de Segmento satelital, en el desarrollo propio de la entidad y soporte de las necesidades de los canales regionales. Adicionalmente se incrementaron las alianzas de Coproducción por parte del canal de manera significativa en un 28% con respecto al 2015.

Así mismo, la cuenta **Gastos de Administración** presentó un incremento del 28%, esto se debe a la contabilización de las licencias de software para la operación y funcionamiento de RTVC por el valor de \$ 1.967 millones y al incremento en la cuenta sueldos y salarios correspondiente a los funcionarios que están en las áreas administrativas, debido a que se realizó el incremento en los salarios del 7,77% de acuerdo a la directriz presidencial, adicionalmente se ocuparon las vacantes en la planta de personal.

La cuenta **Gasto de Depreciación y Provisiones** presentó un aumento del 12% por valor de \$ 1.885 millones, debido a la depreciación de los nuevos equipos adquiridos para la Red Análoga y para TDT, dando cumplimiento a la Resolución No. 499 de la CGN, el valor de la depreciación mensual de los activos adquiridos con recursos de la ANTV (ejemplo TDT) se registra de manera simultánea en el ingreso por transferencia, por lo cual su efecto es cero en el resultado del ejercicio. La provisión del impuesto de Renta y el impuesto a la equidad Cree, se ha incrementado en un 19% por valor de \$ 217 millones, debido al incremento de propiedad, planta y equipo de RTVC, razón por lo que la liquidación se realiza por renta presuntiva y en el impuesto al Cree se provisiona la sobretasa. De otro lado, se presenta una disminución del 36% por valor de \$ 78 millones en la provisión para contingencias de los procesos judiciales a cargo de la empresa, eventos que pueden afectar la situación financiera de acuerdo a los lineamientos fijados por la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado.

La cuenta **Otros Ingresos** aumentó un 381%, por valor de \$11.607 millones, corresponde a la donación recibida del FONTIC de 830 bienes muebles, según convenio interadministrativo No. 0001235 de diciembre 19 de 2016 y escritura pública No. 5595 del 27 de diciembre de 2016 por valor de \$11.099 millones. Así mismo, a raíz de la liquidación de los Comodatos 001 y 002 de 2006 suscritos con MINTIC, fueron contabilizados como ingreso a RTVC los recursos recibidos por siniestros de estos bienes por valor de \$1.763 millones. La cuenta **Otros Gastos** presentó una disminución del 36% por valor de \$ 836 millones.

7. GERENCIA GENERAL

7.1. COMUNICACIONES

7.1.1. Comunicaciones Externas

Objetivos

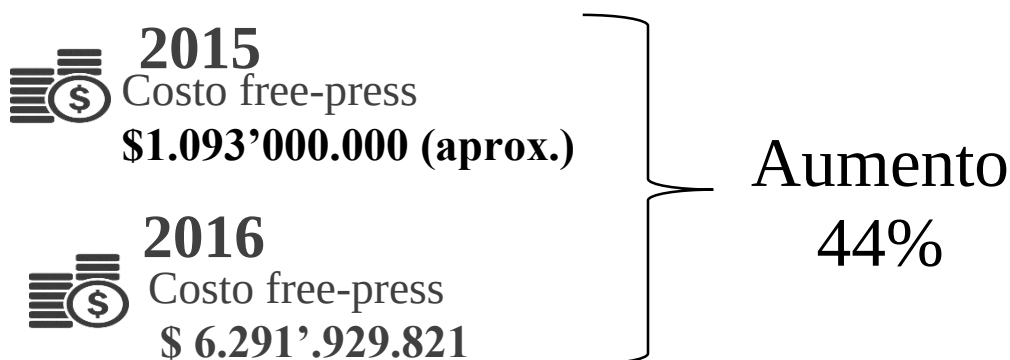
- Lograr ser más mediáticos con todas las marcas de RTVC Sistema de Medios Públicos, sus proyectos, contenidos y producciones que interesan al público colombiano.
- Ampliar el espectro informativo que nace de cada una de las marcas, comunicarlo y acercar estos contenidos con los medios de comunicación y periodistas especializados.
- Crear alianzas informativas que catapulten la reputación de cada una de los medios que pertenecen al Sistema y fidelicen las relaciones con los medios de comunicación clave.
- Acercarnos a otro tipo de medios de tipo regional, digital e internacional que sirvan de oportunidades para nuevos tipos de contenidos.

Logros

- ***Crecimiento en prominencia***

La prominencia dicta un impacto mayor en la audiencia o público en general. Estos espacios permiten describir de una manera más específica cada uno de los contenidos y un mensaje de importancia en los colombianos sobre los proyectos, producciones y noticias que en RTVC se desarrolla. Este año crecimos:

Figura 4. Crecimiento en Prominencia



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

- **Diario ADN**

Después del descubrimiento de las cintas de la película “Dos ángeles y medio” por parte de Señal memoria, la oficina de Comunicaciones creó una estrategia de comunicación en torno a su trabajo de salvaguarda y toda la coyuntura que enmarcaba ese encuentro incluyendo el aporte que tuvo el actor

Gustavo Corredor en la producción aún muy joven. Uno de los importantes resultados fue la publicación del Diario ADN con una doble página sobre la noticia.

Figura 5. Nota Periodística “Dos Ángeles y Medio”

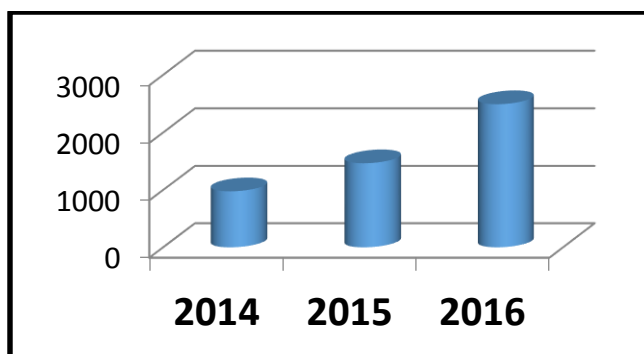


Fuente: Diario ADN

- **Aumento en publicaciones**

Desde el 2014 se ha realizado un trabajo de comunicaciones externas estratégicas 360 con las marcas que mantuviera un equilibrio informativo entre las mismas y poder visibilizar cada uno de sus contenidos, logros y proyecciones. Esto ha influido en un crecimiento considerable de número de impactos en medios de comunicación. La tendencia muestra nos muestra un crecimiento del 19 % del 2014 al 2015 y un crecimiento del 44% del 2015 al 2016. En el 2014 se obtuvieron 977 publicaciones y en el 2015 se lograron 1467, con un incremento de 490 impactos. El crecimiento a 2016 fue de 1.279 notas en comparación a 2015 y 1.627 con 2014.

Grafico 15. Comparativo Publicaciones desde 2014



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

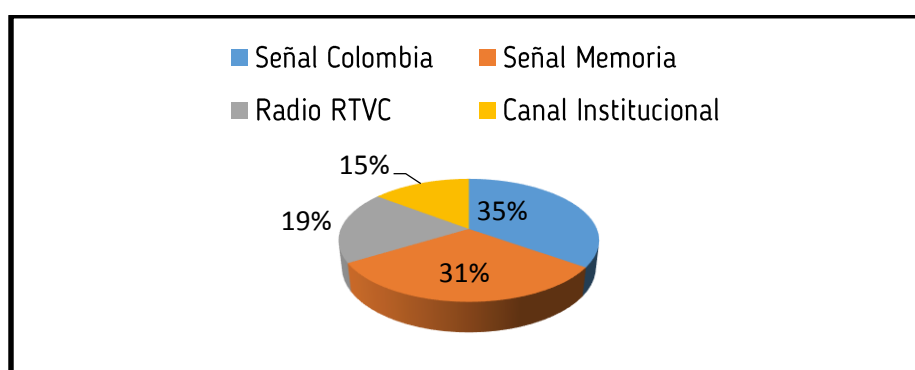
- **Crecimiento en presencia en medios regionales e internacionales**

Gracias al esfuerzo en localizar los contenidos por regiones y enfocar la información hacia un interés local, RTVC Sistema de Medios Públicos ha crecido fuertemente en espacios editoriales de los principales medios de comunicación de cada Departamento.

- **Más presencia de las marcas en medios**

A través de las novedosas producciones, programas que generan opinión y las transmisiones de eventos especiales, las marcas como Canal Institucional se han logrado consolidar como aliado con los diferentes medios de comunicación por medio de contenidos periodísticos y ha posicionado su marca con las transmisiones oficiales.

Grafico 16. Porcentaje por Áreas de RTVC



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

Un ejemplo de posicionamiento de marca con Canal Institucional fue lograr tener una alianza con los principales medios de comunicación con la transmisión de la firma de los Acuerdos de Paz en Cartagena, la cual tuvo presencia en los portales de los medios como:

AGENCIA EFE (ESPAÑA), AGENCIA EFE (COLOMBIA), EL NUEVO DÍA, EL UNIVERSAL, LA OPINIÓN LA REPÚBLICA, PORTAFOLIO, PUBLIMETRO, NUEVO SIGLO, REVISTA SEMANA, LA PATRIA, VANGUARDIA LIBERAL, EL PAIS

Además, se obtuvo un total de 36 publicaciones en medios nacionales e internacionales relacionadas con nuestra transmisión que nacieron del comunicado liberado desde el área.

RTVC Sistema de Medios Públicos en Semana de la Comunicación Universidad de la Sabana

En 2016 se logró la primera participación de RTVC como sistema integrado en una institución universitaria con el fin de compartir la fortaleza de nuestro sistema con la comunidad educativa.

Formato novedoso en la Audiencia de Rendición de Cuentas

La Oficina de Comunicaciones realizó un plan para la Audiencia de Rendición de Cuentas que permitiera acercar de una manera más sencilla a los colombianos con los logros obtenidos en el 2015. Este plan tuvo un formato, que, por medio de videos animados y didácticos, el país lograra entender los objetivos alcanzados por cada una de las áreas misionales de la Entidad. Además, se diseñó un escenario más fresco para llevar a la audiencia hacia un magazín ágil.

7.1.2. Comunicaciones Internas

Objetivos

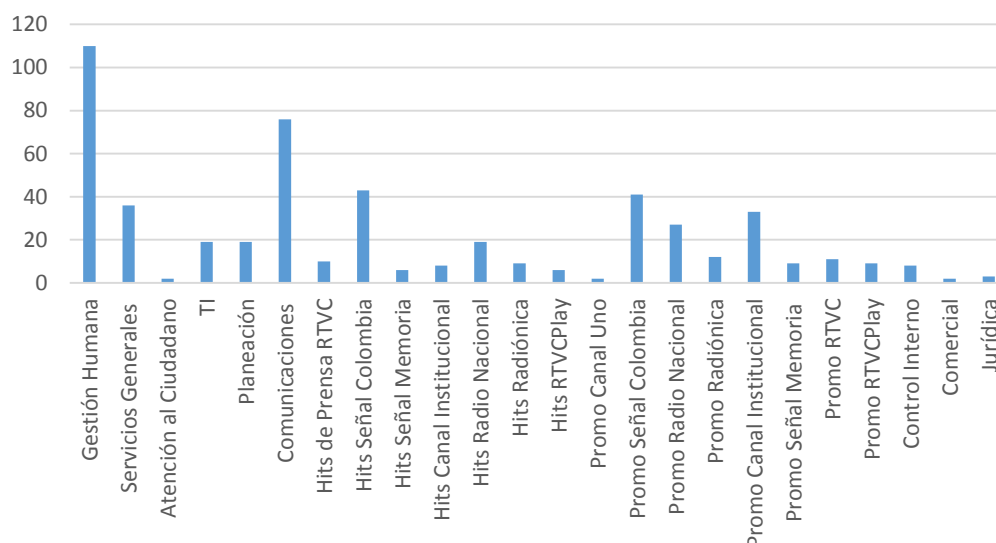
- Lograr el posicionamiento de la Oficina de Comunicaciones como un área que facilita y sirve de puente para informar a los colaboradores sobre las actividades, acciones, logros y nuevas propuestas de las diferentes áreas misionales y de soporte.
- Apoyar a la Gerencia General en todos los requerimientos en los cuales se hace indispensable la acción de comunicaciones.
- Consolidar nuevos medios de comunicación interna para llevar de manera más efectiva los diferentes mensajes de interés para los colaboradores.
- Afianzar el trabajo con el área de Gestión Humana para aumentar la participación de los colaboradores en las diversas actividades en beneficio de su crecimiento personal y profesional.
- Aumentar el número de asistentes en las visitas guiadas.

Logros

- Lanzamiento y puesta en marcha de 5 monitores o carteleras digitales como medio de comunicación para público interno y. Por medio de piezas gráficas llamativas se comparte información sobre la programación y actividades correspondientes tanto a las áreas misionales como las de soporte de la entidad.

En total se compartieron **584** piezas por este medio, distribuidas de la siguiente manera entre las diferentes áreas:

Grafico 17. Piezas por Áreas de RTVC



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

- En el 2016 se publicaron 4 ediciones de la **Revista Pública** que tiene como objetivo socializar temas de interés de RTVC con artículos realizados en un lenguaje fresco, diagramados y a full color que permiten profundizar en la información y presentar cada edición de una manera diferente y llamativa al público interno.



- Se realizaron cambios en la Intranet que permiten visualizar de mejor manera contenido de interés para todos los colaboradores.
- Los Boletines Institucionales es otra herramienta que se usó para que semanalmente los colaboradores estén al tanto de las noticias más importantes que se producen desde las diferentes áreas misionales de la entidad. En el 2016 se publicaron 180 notas distribuidas en 45 boletines semanales cada uno con 4 noticias.
- Se presentó un aumento significativo de las visitas guiadas a RTVC por parte de las instituciones educativas con un total de 134 visitas, 115 instituciones educativas, con un total de 2.527 visitantes.

- Desde comunicaciones internas se trabajó de la mano con las diferentes áreas en aras de ser un apoyo con respecto a la información que quieren a dar a conocer a todos los colaboradores de RTVC. Entre estas se destacan las siguientes campañas:
 - Campaña 'Apagar Paga'
 - Día de la Tierra
 - Día de la madre
 - Valores RTVC
 - Concurso El Valor de Cantar
 - Concurso Arte por la Paz

7.1.3. Comunicación digital

En el Sistema de Medios Públicos entendemos a los medios digitales como un elemento fundamental en la estrategia de comunicación, debido a que en los últimos años han favorecido el acercamiento directo, sencillo y eficaz entre la entidad, sus plataformas y la población colombiana, que cada día aumenta su actividad y uso de los canales 2.0.

En ese sentido, el propósito principal de los canales 2.0 se basa en la premisa de asegurar la difusión a diario de los hechos que son relevantes para RTVC Sistema de Medios Públicos. Así mismo, con la participación de los usuarios, hemos podido conocer de primera mano las expectativas de nuestro público objetivo y sus necesidades en el consumo de medios. Esto es un ejercicio con el que entregamos al ciudadano la información de nuestras acciones y, por ende, facilitamos el control que la ciudadanía puede ejercer sobre nuestra entidad.

Los logros que se obtuvieron en el 2016 en el ámbito de la comunicación digital de RTVC (corporativo) fueron los siguientes:

- Se rediseñó la página de inicio del sitio web (RTVC 2.0): en trabajo mancomunado con la Coordinación de T.I., se cambió la visualización y distribución de secciones en la portada del sitio www.rtv.gov.co con el fin de brindar una mejor experiencia a los usuarios y resaltar los contenidos noticiosos, en línea con las tendencias de diseño para medios digitales.
- Innovación en los formatos de contenido: gracias a las nuevas posibilidades del gestor de contenidos del sitio web, se enriquecieron los contenidos con videos, publicaciones en redes sociales, listados, líneas de tiempo y otros formatos como Storify.
- Se utilizó la técnica basada en *storytelling* para preparar contenidos corporativos que fueran de interés para los usuarios.
- Se contribuyó al cumplimiento en excelencia de las exigencias para entidades públicas en el plano digital: Ley de Transparencia, Gobierno en Línea, datos abiertos y servicios ciudadanos. Así mismo, en redes sociales se cumplió con la difusión de las Sinergias de Gobierno.
- Se realizó el especial "Así construimos paz en la pública": se construyó un especial web en el sitio corporativo en el que se reunieron todos los contenidos de los medios públicos que hacen referencia a temas de paz, perdón y reconciliación en el país.

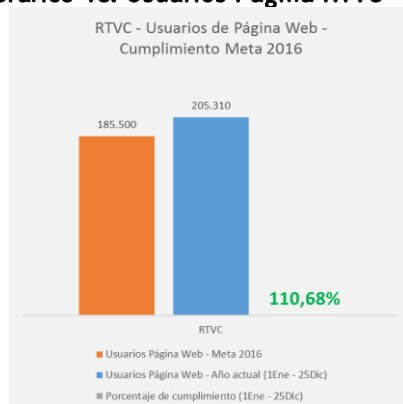
- Cubrimiento activo en los grandes eventos y transmisiones de las plataformas: desde las cuentas corporativas de RTVC se apoyó en la difusión de las transmisiones de gran importancia para el país y se generaron contenidos propios en diversos formatos que alimentaban el cubrimiento minuto a minuto de estas.
- Se logró ser tendencia en las redes sociales en dos ocasiones de gran relevancia para la entidad. En primer lugar, la etiqueta #RTVCcuenta se posicionó en el listado de tendencias durante la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas. Así mismo ocurrió con el usuario @RTVCco durante la entrega del Premio Nobel al Presidente Juan Manuel Santos, debido a la cobertura que alcanzó un buen nivel de viralización durante dicha transmisión.
- Se logró la verificación de la cuenta de Twitter @RTVCco, la cual recibió la insignia azul que la identifica como cuenta oficial de la entidad.
- Se resalta el excelente crecimiento orgánico de acciones y seguidores en la cuenta de Instagram @rtvcco. Gracias a la publicación de contenidos visuales de calidad se ha podido expandir esta comunidad de usuarios y apoyar la difusión de información a través de este medio.
- En cuanto a la gestión y organización del área, se convocó una reunión semanal con los equipos digitales de todas las plataformas de RTVC para articular y compartir los contenidos web, con el fin de consolidar la estrategia de comunicación.

Todo esto ha permitido obtener resultados positivos en las cifras de analítica digital. A continuación, se muestran las gráficas con el comportamiento de estos criterios:

Sitio web www.rtv.gov.co

Al inicio del año se trazó la meta de incrementar en un 12% el número de usuarios únicos en el sitio web, respecto a la vigencia anterior (2015). Este objetivo se cumplió y se superó. En total, se alcanzó un total de 205.310 usuarios únicos en la web de RTVC, lo que representa un 110% de cumplimiento de la meta.

Gráfico 18. Usuarios Página RTVC

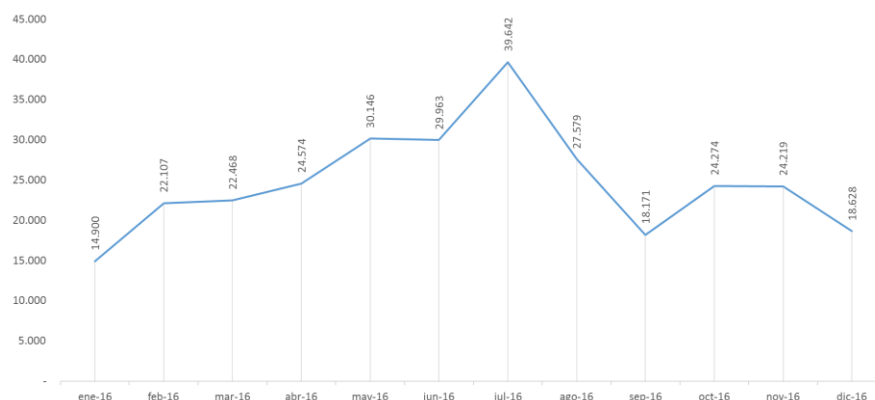


Los usuarios son el número de IPS (Navegadores) que ingresan a una página web.
Ejemplo: La IP 410 ingresó ayer a la página de Señal Colombia 10 veces, en este caso nuestra plataforma de analítica solo va a contar una IP.

Fuente: Coordinación de Comunicaciones

En la siguiente gráfica se puede apreciar el comportamiento mensual que tuvo el parámetro de usuarios en nuestro sitio web:

Gráfico 19. Comportamiento de Usuarios en la Página Web de RTVC



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

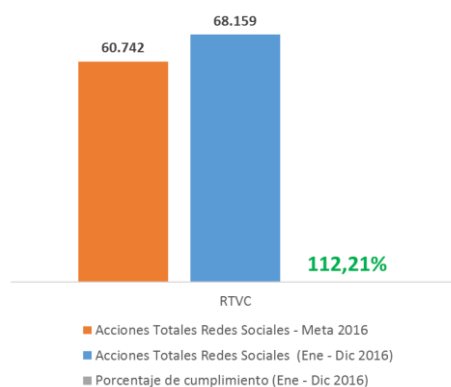
Acciones totales en redes sociales corporativas de RTVC

Entendemos por acciones totales la sumatoria de las acciones en Facebook (Me gusta + comentarios + compartidos); acciones en Twitter (Retweets + Favoritos) y las acciones en Instagram (Me gusta + comentarios). Para el 2016 se fijó la meta de incrementar en un 42% el número de acciones totales que se generaron en el año inmediatamente anterior (2015).

Esta meta no solo se cumplió, sino que se superó alcanzando un 112% de cumplimiento, representado en 68.159 acciones totales en las tres principales redes sociales, tal como se evidencia en este diagrama:

Gráfico 20. Acciones en Redes Sociales

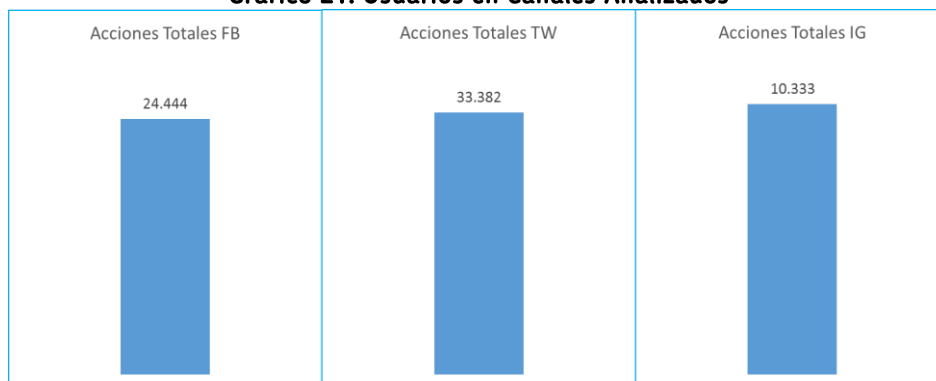
RTVC- Acciones de Redes Sociales - Cumplimiento
Meta 2016



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

Esta cifra se repartió de la siguiente manera en los tres canales analizados: Facebook, Twitter e Instagram:

Gráfico 21. Usuarios en Canales Analizados



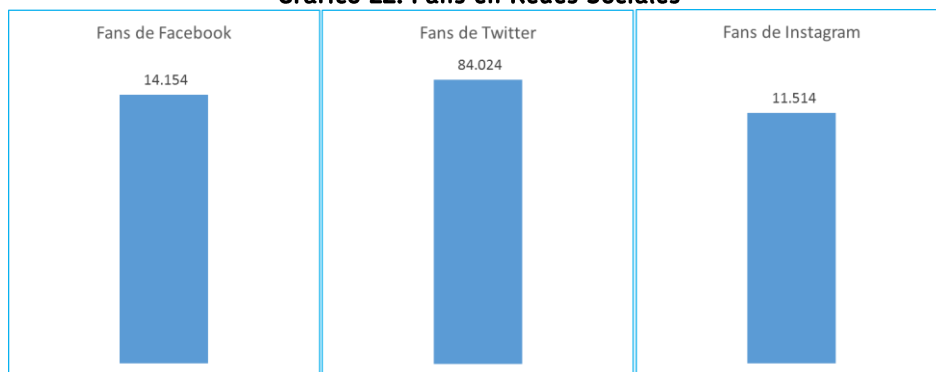
Fuente: Coordinación de Comunicaciones

Crecimiento en la comunidad de seguidores:

Aunque para RTVC el principal indicador de redes sociales es el que hace referencia a las interacciones con la comunidad y se describió en el punto anterior, medimos el aumento en el número de seguidores que se unen a nuestras principales redes sociales.

En ese sentido, la meta en el 2016 consistía en incrementar el 20% de seguidores respecto a la cifra registrada en el año anterior (2015). También en ese punto se cumplió la meta y se alcanzó un total del 28% de crecimiento en la comunidad de seguidores sumando aquellos de Facebook, Twitter e Instagram. A continuación, se muestra el número total de usuarios en cada red social con corte a 31 de diciembre:

Gráfico 22. Fans en Redes Sociales



Fuente: Coordinación de Comunicaciones

7.2. OFICINA ASESORA JURÍDICA

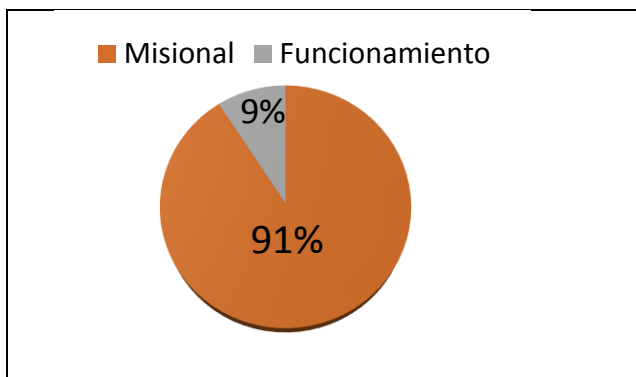
7.2.1. Gestión Contractual

Para la OAJ, resulta importante resaltar dentro del proceso relacionado con la Gestión Contractual de la entidad las siguientes actividades:

- Se realizó la unificación de criterios con el área de Televisión para el desarrollo de los procesos de selección lo que permite dar claridad a los proveedores al momento de componer sus ofertas.
- Se adelantaron las acciones pertinentes con el fin de implementar el sistema SEVEN módulo de contratación.
- Se capacitó a los supervisores con el fin de dar claridad sobre sus funciones y responsabilidades en el proceso de contratación con el fin de minimizar riesgos en la ejecución contractual.
- Se han requerido y recibido capacitaciones pertinentes para la implementación del SECOP II
- Se realizó el ajuste de la lista de chequeo de documentos contractuales con el fin de realizar control en el cumplimiento de requisitos legales para la suscripción de contratos.
- Se realizaron los trámites pertinentes para la contratación por medio de fiducia lo que ha permitido tener un mayor control del gasto para el área de televisión principalmente.
- Se realizó la revisión de las obligaciones generales de contratación y la unificación de las mismas, con el propósito de que la contratación responda a la necesidad de la entidad y de nuestros clientes, respetando los principios que la enmarcan.

Cuadro 27. Procesos de Selección

Procesos Adelantados																									
Persona Natural	Procesos de Selección																								
▪ Misional: <table> <tr> <th>Cantidad</th><th>Valor</th></tr> <tr> <td>274</td><td>\$14.727.161.679</td></tr> </table> ▪ Funcionamiento <table> <tr> <th>Cantidad</th><th>Valor</th></tr> <tr> <td>25</td><td>\$ 1.286.638.658</td></tr> </table> ■ Misional ■ Funcionamiento A pie chart with two segments: a large orange segment representing 92% (Misional) and a small grey segment representing 8% (Funcionamiento).	Cantidad	Valor	274	\$14.727.161.679	Cantidad	Valor	25	\$ 1.286.638.658	▪ Misional <table> <tr> <td>Invitación Abierta</td><td>21</td></tr> <tr> <td>Invitación Cerrada</td><td>7</td></tr> <tr> <td>Subasta Inversa</td><td>1</td></tr> <tr> <td>TOTAL</td><td>29</td></tr> </table> ▪ Funcionamiento <table> <tr> <td>Concurso Méritos</td><td>2</td></tr> <tr> <td>Licitación Pública</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Selección Abreviada</td><td>8</td></tr> <tr> <td>TOTAL</td><td>13</td></tr> </table> ■ Misional ■ Funcionamiento A pie chart with two segments: a large orange segment representing 69% (Misional) and a grey segment representing 31% (Funcionamiento).	Invitación Abierta	21	Invitación Cerrada	7	Subasta Inversa	1	TOTAL	29	Concurso Méritos	2	Licitación Pública	3	Selección Abreviada	8	TOTAL	13
Cantidad	Valor																								
274	\$14.727.161.679																								
Cantidad	Valor																								
25	\$ 1.286.638.658																								
Invitación Abierta	21																								
Invitación Cerrada	7																								
Subasta Inversa	1																								
TOTAL	29																								
Concurso Méritos	2																								
Licitación Pública	3																								
Selección Abreviada	8																								
TOTAL	13																								
Persona Jurídica																									
▪ Misional <table> <tr> <th>Cantidad</th><th>Valor</th></tr> <tr> <td>198</td><td>\$ 112.048.169.599</td></tr> </table> ▪ Funcionamiento <table> <tr> <th>Cantidad</th><th>Valor</th></tr> <tr> <td>20</td><td>\$ 3.268.833.800</td></tr> </table>	Cantidad	Valor	198	\$ 112.048.169.599	Cantidad	Valor	20	\$ 3.268.833.800	A pie chart with two segments: a large orange segment representing 69% (Misional) and a grey segment representing 31% (Funcionamiento).																
Cantidad	Valor																								
198	\$ 112.048.169.599																								
Cantidad	Valor																								
20	\$ 3.268.833.800																								



Destacados:

- FIDUCIARIA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A. -FIDUCOLDEX S.A.
Contrato realizado por \$ 1.837.335.877
Se adjudicó por Contratación Directa.
- UNION TEMPORAL NEC TDT - RTVC 2016
Contrato realizado por \$ 24.565.864.900
Se adjudicó el día 09 de septiembre de 2016 según Resolución 313 del 2016

Fuente: Oficina Asesora Jurídica RTVC

Cuadro 28. Proyectos Oficina Asesora Jurídica

Proyectos Adelantados		
Formatos y Manual de Contratación	Plataforma SEVEN ERP	Plataforma SECOP II
▪ Implementación del formato de aceptación de condiciones contractuales, con el que se pretende generar mayor responsabilidad del contratista al momento de suscribir contrato. ▪ Se realizaron ajustes al manual de contratación al inicio del año con el fin de actualizar y ajustar nuestros lineamientos contractuales ▪ Implementación del formato de solicitud de modificaciones contractuales con el que se da uniformidad y claridad a las solicitud de modificación adición y prorroga	▪ Se unifico el formato de estudios previos, con el fin de evitar confusiones en la generación de los mismos y de que sean adaptables al sistema Seven. ▪ Se realizaron las capacitaciones solicitadas con el fin de dar a conocer a los colaboradores, el funcionamiento de la plataforma. ▪ Se tramita la interacción entre la plataforma Seven ERP y SECOP II	▪ Se realizaron las capacitaciones solicitadas con el fin de dar a conocer a los colaboradores, la forma en la que se deben inscribir en la plataforma como Proveedores, para poder adelantar la contratación. ▪ Se realiza la parametrización de los diferentes usuarios dentro de la plataforma.

Fuente: Oficina Asesora Jurídica RTVC

7.2.2. Gestión Jurídica

La oficina Asesora Jurídica, dentro de sus funciones tiene a cargo la defensa jurídica de la entidad y el lineamiento jurídico de conformidad con la normatividad vigente, es así como en el año 2016 la Oficina Asesora Jurídica formulo la política daño antijurídico para nuestra entidad, documento aprobado por la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado, siendo una de las pocas entidades a nivel nacional que cumple con estos estándares establecidos para este propósito por el Ministerio de Justicia.

De igual manera, dentro de los aspectos importantes a destacar en nuestra gestión jurídica encontramos la creación del proceso de notificaciones a cargo de la profesional universitaria, con la finalidad de centralizar y controlar el debido procedimiento que debe adelantar la entidad para que sus actos administrativos produzcan efectos jurídicos.

Nuestra gestión se orientó durante el año 2016 en temas relacionados con Derechos de Autor es así como se realizaron las siguientes actividades:

Cuadro 29. Gestión Jurídica

CONCEPTO	ACCIÓN	PROCESO
CAPACITACIONES	CAPACITACIONES DERECHO DE AUTOR	Se adelantaron capacitaciones a las área misionales de la entidad, en fase uno “socialización Derecho de Autor, conceptos generales y acercamiento a los riesgos legales por realizar usos no consentidos”
DOCUMENTOS	KIT DERECHOS DE AUTOR	Se realizaron entrevistas con las áreas misionales para identificar necesidades propias de autorización para las situaciones del diario proceder, así como para casos especiales que presentan dificultades, se desarrollaron documentos de fácil uso y entendimiento.
LOS PUROS CRIOLLOS	SOLUCIÓN USO LOS PUROS CRIOLLOS	Se gestionó la transacción mediante la cual las partes titulares del fonograma Madera Urbana viabilizan el uso sin restricciones de la obra dentro de la producción “Los Puros Criollos”.
CANAL UNO	MEJORAMIENTO PRODUCCIÓN CONTENIDOS CANAL UNO	Se realizó capacitación de panorama del uso de contenidos. Se identificaron las dificultades uso de contenidos de terceros. Se propuso modelos de documentos de autorización de contenidos. Se ayudó a realizar seguimiento para el debido uso de contenidos de terceros, en especial plataformas en línea.
OFICINA ASESORA JURÍDICA	CAPACITACIÓN OFICINA ASESORA JURÍDICA	Se presentó el proyecto de Derechos de autor de la entidad. Se verificaron los contenidos de las cláusulas usuales dentro de los procesos de contratación y se propusieron mejoras al mismo. Se instruyó al equipo legal para la identificación de necesidades asociadas a los buenos usos y la amplia administración de Derechos para incluirse a favor de RTVC.

CONCEPTO	ACCIÓN	PROCESO
SEÑAL MEMORIA-VIDEOTECA	IMPLIMENTACIÓN SISTEMA DE LICENCIAS VIDEOTECA	En constante desarrollo se generó protocolo de archivo y de control de licenciamiento de las obras que solicitan a la videoteca.
POLÍTICA DERECHOS DE AUTOR	POLÍTICA DERECHOS DE AUTOR	Fue emitida la Política de Derechos de Autor

Fuente: Oficina Asesora Jurídica RTVC

Se emitieron a través de la Resolución No. 209-2016 las directrices para la regularización de los predios en que se encuentran ubicadas las estaciones de radio y televisión pública a cargo de RTVC, estableciendo como estrategia reuniones periódicas efectuadas por la mesa de trabajo, en las que se han discutido las acciones a seguir, se ha realizado el seguimiento de las actividades propuestas y, en general, se ha efectuado la verificación del avance del proceso de saneamiento predial. Como consecuencia del seguimiento realizado se han gestionado los siguientes asuntos:

- Se celebró convenio con el IGAC con la finalidad de obtener de manera expedita los registros uno (01) y dos (02) en medio magnético y certificados catastrales correspondientes a predios ubicados en su jurisdicción.
- Luego de obtener concepto favorable por parte de la Autoridad de Licencia ambiental - ANLA, se solicitó a la Agencia Nacional de Tierras - ANT la adjudicación de los predios en donde se encuentran ubicadas las estaciones de Saboya, La Rusia, Montería, Cerro Oriente, Jurisdicciones, Buena Vista.
- Estación Alguacil: En cumplimiento de lo ordenado en la Sentencia T-005 de 19 de enero de 2016, RTVC se encuentra adelantando el trámite de consulta previa con la comunidad Arhuaca, para tal efecto, celebró convenio con la finalidad de aunar esfuerzos técnicos, administrativos, financieros y humanos.
- Estación Tiribita: Se instauró demanda de prescripción extraordinaria adquisitiva de dominio con la finalidad de lograr la titularidad del inmueble.
- Representación judicial y cobro coactivo a la gestión de cobro realizado por la OAJ en la vigencia 2016 se recaudaron alrededor doscientos cincuenta y tres millones de pesos, por concepto de la ley 14 de 1991.

Igualmente, es importante resaltar que RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA al 31 de diciembre de 2016 se encuentra cumpliendo en forma adecuada, con lo dispuesto en la ley 603 de 2000 sobre propiedad intelectual y derechos de autor, para lo cual se formuló e implementó una Política de Derechos de Autor.

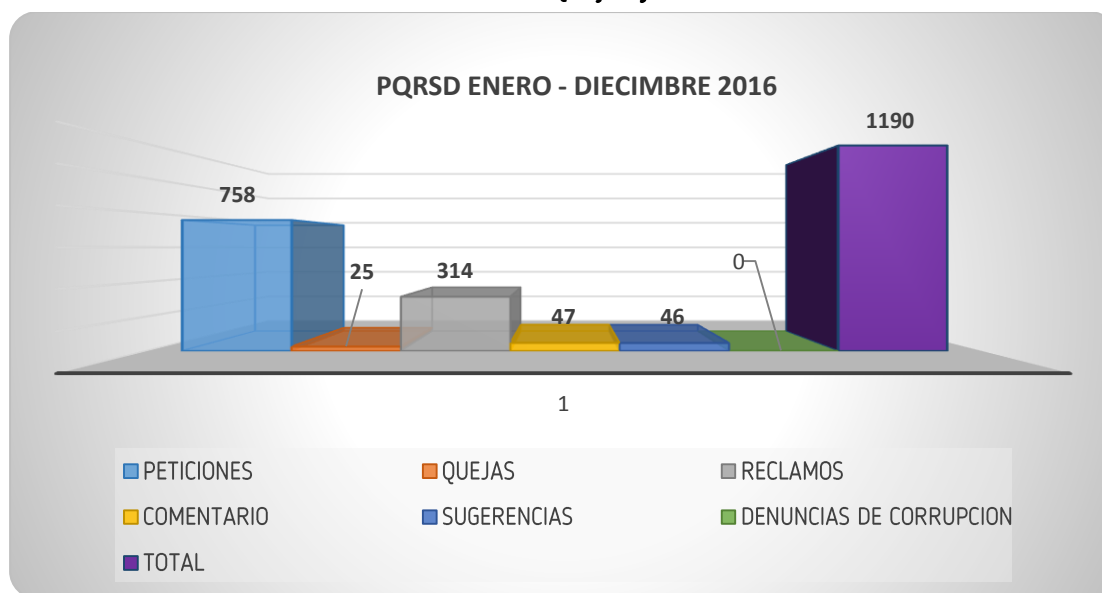
7.2.3. ATENCIÓN AL CIUDADANO INFORME PQRS

Durante la vigencia 2016 recibieron 1.190 requerimientos por parte de la ciudadanía, entidades públicas y privadas, a través de los distintos canales de participación (chat, línea gratuita, formulario vía Web y atención verbal) puestos al servicio de toda la ciudadana colombiana.

Las PQRS'D recibidas fueron ingresadas al sistema Documental Orfeo, asignando un número único de radicado, que permitió al ciudadano realizar un seguimiento del expediente virtual.

En la siguiente grafica se relacionan el total de solicitudes recibidas según su tipología:

Grafico 23. Peticiones Quejas y Reclamos 2016



Fuente: Oficina Asesora Jurídica RTVC

Cuadro 30. Peticiones Quejas y Reclamos por Áreas

PQRS'D 2016 POR ÁREAS EN RTVC						
DEPENDENCIA	PETICIONES	QUEJAS	RECLAMOS	SUGERNCIAS	COMENTARIOS	TOTAL
Canal Institucional	68	0	0	1	1	70
Canal Señal Colombia	351	14	1	42	43	451
Contratación Mínima Cuantía	4	0	0	0	0	4
Coordinación de Contabilidad	4	0	0	0	0	4
Coordinación de Gestión Humana	11	0	0	0	0	11
Coordinación de Planeación	1	0	0	0	0	1
Coordinación de Procesos de Selección	8	0	0	0	0	8
Coordinación de Servicios Generales	1	0	0	0	0	1
Coordinación de las Tecnología de la Información	1	0	0	0	0	1

PQRS'D 2016 POR ÁREAS EN RTVC						
DEPENDENCIA	PETICIONES	QUEJAS	RECLAMOS	SUGERENCIAS	COMENTARIOS	TOTAL
Coordinación Emisión de Radio	0	0	1	0	0	1
Coordinación Ingeniería de Red	14	0	115	0	0	129
Dirección Tecnologías convergentes	48	0	192	0	0	240
Oficina Asesora Jurídica	16	0	0	0	0	16
PQRSD	5	5	3	1	0	14
Señal Memoria - Archivo Audiovisual	102	0	0	0	0	102
Señal Memoria - Archivo Sonoro	1	0	0	0	0	1
Subgerencia de Radio	104	4	1	2	3	114
Subgerencia de Televisión	19	2	1	0	0	22
TOTAL GENERAL	758	25	314	46	47	1190

Fuente: Oficina Asesora Jurídica RTVC

Dentro de la gestión adelantada para la vigencia 2016 se destacan las siguientes actividades:

- Implementación del registro automático de las PQRS'D en el sistema de gestión documental Orfeo, a fin de realizar asignación de estas a las áreas responsables, asignación de número de radicado el cual permite al ciudadano consultar el estado de su PQRS'D ingresando a la página web de RTVC en el link : <https://www.rtv.co/seguimiento-de-pqrsd>
- Campañas de sensibilización a los colaboradores sobre el buen uso al expediente virtual de PQRS'D creado desde inicio del año, en el cual se archivan las solicitudes de información y sus respectivas respuestas.
- Se incluyó en el formulario de registro de PQRS'D vía web, la solicitud de autorización para realizar el tratamiento de datos personales, de conformidad a la política de protección de datos para que la persona natural, jurídica y apoderado autorice el uso de la información que registra.
- De igual manera, durante la vigencia 2016 el área de PQRS'D, recibió por parte del Asesor del Equipo de Lenguaje e Interoperabilidad del Ministerio de Tecnologías de la Información, la certificación al cumplimiento de nivel 1 del dominio semántico - lenguaje común de

intercambio de información, del marco de interoperabilidad para el formulario en línea de solicitud los servicios de grabación de archivo histórico, visitas guiadas y certificado de emisión de comerciales.

- Por otra parte, se realizó un ejercicio de concientización a los funcionarios sobre la importancia de atender las peticiones en el término establecidos en la ley y se emitió la resolución 343 del 3 de octubre de 2016 y que se a su vez, se debe citar el radicado de entrada en la respuesta de cada PQRS'D.



7.3. ÁREA DE CONTROL INTERNO

7.3.1. Informes de los entes de Control

El área de Control Interno es un componente dinamizador del Sistema de Control Interno, es quien facilita los requerimientos de los organismos de control externos, la coordinación y reporte de los informes de ley a cargo de Radio Televisión Nacional de Colombia – Sistema de Medios Públicos.

Cuadro 31. Informes enviados a entes de control 2016

INFORMES ENTES DE CONTROL 2016 – CONTROL INTERNO			
INFORME	FRECUENCIA	ENTE DE CONTROL	No REPORTES
Informe Ejecutivo Anual de Control Interno	Anual	DAFP	1
Informe Control Interno Contable	Anual	CGN	1
Informe Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	Cuatrimstral	DAFP	3
Informe Avance Plan de Mejoramiento Institucional SIRECI	Semestral	CGR	2
Informe Verificación Obligaciones LITIGOB – EKOGUI	Semestral	ANDJ	2
Informe de Personal y Costos SIRECI	Anual	CGR	1
Informe Anual Consolidado SIRECI	Anual	CGR	1
Informe Gestión contractual SIRECI	Trimestral	CGR	4
Informe Pormenorizado de Control Interno	Cuatrimstral	DAFP	3
Informe Austeridad Eficiencia Gasto Publico	Trimestral	REP LEG	4
Informe Derechos de Autor Software	Anual	DNDA	1

INFORMES ENTES DE CONTROL 2016 - CONTROL INTERNO			
INFORME	FRECUENCIA	ENTE DE CONTROL	No REPORTES
Informe sobre posibles actos de corrupción	Permanente	PRESID	0
Informe Sobre Sugerencias Quejas y Reclamos	Trimestral	DAFP	2
Informe para el Fenecimiento de la cuenta general del presupuesto y del tesoro	Anual	CLG - CR	1
Seguimiento a los Mapas de Riesgos de Corrupción	Cuatrimestral	DAFP	3
Seguimiento a los contratos colgados en el SECOP	Permanente	REP - LEG	1
Seguimiento al Sistema de Gestión de la Calidad	Permanente	REP - LEG	1
Seguimiento al Sistema de Indicadores	Permanente	REP - LEG	1
Seguimiento Ejecución Presupuestal	Semestral	REP - LEG	2
Seguimiento a la Relación de Acreencias a Favor de la Entidad Pendientes de Pago - Boletín Deudores Morosos	Semestral	CGN	2
Seguimiento al Modelo Integrado de Planeación y Gestión FURAG	Semestral	DAFP	2
Seguimiento SIGEP	Permanente	DAFP	1

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

Cuadro 32. Cumplimiento Informes de Ley

INDICADOR DE CUMPLIMIENTO INFORMES DE LEY				
No. INFORMES PROGRAMADOS	META 2016	CUMPLIMIENTO	VENCIDOS	%
38	38	38	0	100%

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

7.3.2. Acciones y Planes de mejoramiento de la entidad

La Oficina de Control Interno realizó a través de su equipo de profesionales la evaluación y cierre a las oportunidades y acciones de mejora, que cumplieron eficaz, eficiente y efectivamente, con los planes de acción propuestos, y son producto de la auditoria interna de gestión, y se encuentran establecidas en el Sistema de Planeación y Gestión - Kawak.

Cuadro 33. Acciones y Planes de Mejora

No. OP MEJORA	ESTADO	TIPO ACCION	PROCESO	FUENTE
14	Cerradas	- Correctiva - Mejora	- Emisión y Transmisión - Gestión Financiera - Facturación y gestión de Cartera	Auditoria Interna de Gestión

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

El Equipo de la Oficina de Control Interno, determino la adecuación, eficacia y oportunidad de las actividades y acciones tomadas por la entidad, para subsanar los hallazgos producto de los resultados de la Auditoria Externa realizada por la Contraloría General de la Republica a la Vigencia 2014 y que se ven reflejadas en el cumplimiento al Plan de Mejoramiento ejecutado en el año 2016.

Cuadro 34. Resultados de la Auditoria CGR Vigencia 2014

Vigencia Auditada	Numero Hallazgos	Hallazgos Administ.	Hallazgos Presunta Incidencia Disciplinaria	Hallazgos Presunta Incidencia Fiscal	Hallazgos Presunta Incidencia Penal	Cal. Final de la Gestión
2014	32	24	7	1	0	73.7

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

Cuadro 35. Seguimiento Plan de Mejoramiento Institucional

Vigencia Auditada	Numero Hallazgos	Acciones Pactadas	Actividades Planteadas	Actividades Desarrolladas	Acciones Vencidas	Hallazgos Finalizados	% Avance
2014	32	43	63	63	0	32	100%

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

7.3.3. Auditorías

El Equipo multidisciplinario de la Oficina de Control Interno, cumpliendo con su programa anual de auditoria aprobado para la vigencia 2016, realizó un examen sistemático, objetivo e independiente de los procesos, actividades, operaciones y resultados de RTVC. Así mismo emitió juicios basados en evidencias sobre los aspectos más importantes de la gestión de la entidad.

Cuadro 36. Resultados ejercicio de auditoria interna de gestión

AUDITORIAS PROGRAMADAS	AUDITORIAS REALIZADAS	AUDITORIAS POR EJECUTAR	% CUMPLIMIENTO
7	7	0	100%

PROCESOS AUDITADOS	NO CONFORMIDAD	OBS	REC
Emisión y Transmisión	9	2	0
Facturación y Gestión de Cartera	0	1	3
Gestión Financiera	0	0	4
Archivo Audiovisual	1	0	2
TOTAL	10	3	9

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

Cuadro 37. Resultados ejercicio de Auditorías Especiales

AUDITORIAS ESPECIALES	NC	OBS	REC
Estudio Descentralizado de Radio - Manizales	4	0	1
Estudio Descentralizado de Radio - Bucaramanga	4	0	0
MIPG - Gobierno en Línea	23	0	0
TOTAL	31	0	1

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

7.3.4. Asesoría y Acompañamiento

La Oficina de Control Interno en cumplimiento a su rol de **Acompañamiento y Asesoría**, asesora a la alta dirección en cumplimiento de los objetivos institucionales.

Cuadro 38. Asesoría y Acompañamiento Oficina Control Interno

PROCESO		ASESORIA Y ACOMPAÑAMIENTO
Soporte Interno	Cliente	• Diagnostico frente al estado de los inventarios actuales de la entidad, en los cuales se verifico; Relación de activos, usuarios identificados, usuarios no identificados, usuarios duplicados, faltantes de inventario, activos sin placa.
Gestión Jurídica – Gestión de Proveedores		• Acompañamiento en la identificación y actualización de los procesos judiciales y conciliaciones con información incompleta, que se encuentran registrados en Colombia Sistema Único de Gestión e Información Litigiosa del Estado, aplicativo de la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado. • Asesoría en la actualización del módulo de mejoramiento continuo, en el cual se encuentran las oportunidades de mejora abiertas y planes de acción, producto de las auditorías internas de gestión, calidad, riesgos y autocontrol. • Realización de verificación de la información contractual como (Adiciones, anticipos, modificaciones, plazos, supervisión, valores) suministrada para el reporte de los informes emitidos por la entidad, a los entes de control. • Verificación y actualización de la documentación que hace parte de carpetas contractuales (Foliación, anticipos, cuentas de cobro, actas de inicio, actas de terminación, modificaciones, liquidaciones....etc)
Emisión y Transmisión	y	• Revisión, verificación y ajustes al contrato suscrito entre la ACADEMIA DE HISTORIA y BTESA – BROAD TELECOM, cuyo objeto es “contratar la instalación y puesta en marcha de equipamiento del nuevo estudio descentralizado de radio de la ciudad de Bucaramanga.
Facturación y Gestión de Cartera	y de	• Asesoría en la actualización del módulo de mejoramiento continuo, en el cual se encuentran las oportunidades de mejora abiertas y planes de acción, producto de las auditorías internas de gestión, calidad, riesgos y autocontrol. • Se identificó la necesidad de implementar y estandarizar un formato único de solicitud de facturación para las áreas que hacen parte del proceso
Gestión Financiera		• Acompañamiento en la revisión y evaluación de los controles existentes del mapa de riesgos del proceso y riesgos de corrupción. • Ajustes a la normatividad vigente para la conformación de la caja menor para la vigencia fiscal 2016 – resolución 025/2016 • Recomendó la adquisición de una nueva caja fuerte, que tuviera como finalidad salvaguardar objetos e información privada y confidencial de la Coordinación de servicios generales. • Organización e implementación (Listas asistencia) de toda la información, comprobantes y facturas que hace parte de la carpeta de legalización de gastos. • Divulgación y conocimiento de la encuesta que hace parte del informe de control interno contable a todos los colaboradores de las coordinaciones de presupuesto, contabilidad y tesorería.

Fuente: Oficina Asesora de Control Interno RTVC

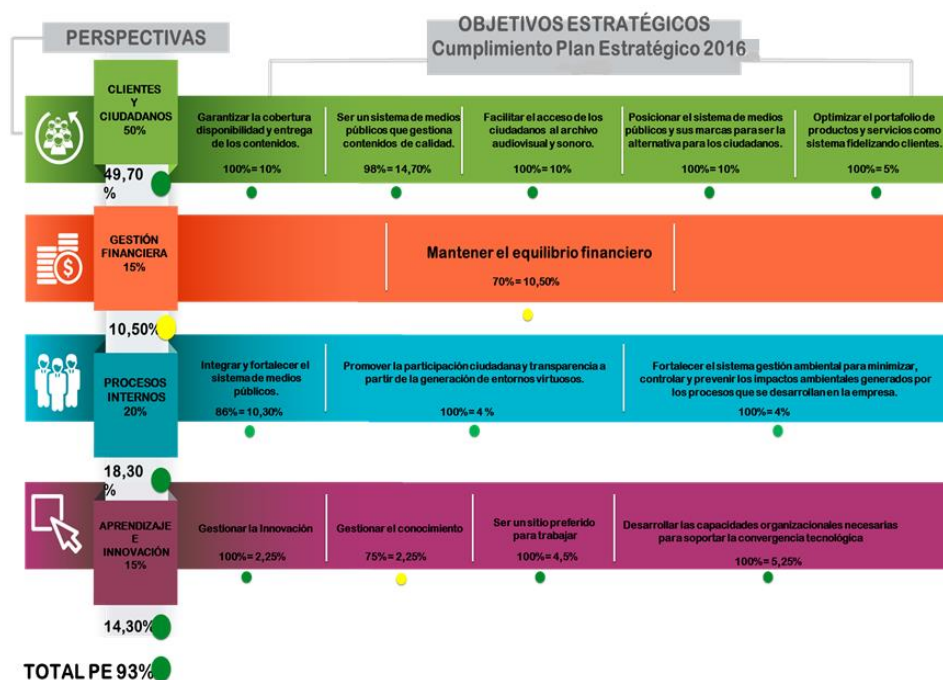
7.4. ÁREA DE PLANEACIÓN

7.4.1. Planeación Estratégica – Plan de Acción

En la vigencia 2016, la Coordinación de Planeación realizó esfuerzos importantes para dar cumplimiento al Plan Estratégico de RTVC 2014-2018 “Crecer desde nuestras fortalezas”, para lo cual se continuó con el seguimiento al Plan Estratégico y Plan de Acción, mediante la metodología de Balanced Scorecard (BSC), emitiendo el informe mensual de acuerdo con las políticas establecidas para la medición de la gestión en la empresa, garantizando la alineación de la planeación institucional, planeación operativa (planes de acción y proyectos) y el Sistema Integrado de Gestión. En este punto cabe recordar que en el tercer trimestre de 2015 se realizó un ajuste al Plan Estratégico, que permitió fortalecer sus metas e indicadores, alineándolos con lo establecido en la ley 1753 de 2015 del Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un nuevo país” y el Plan Vive Digital 2015-2018 del MinTIC. Por otra parte, se reformuló y socializó la política de seguimiento a la planeación estratégica con el fin de afianzar la cultura de medición en cada una de las áreas, procesos y proyectos de la entidad.

En otro frente de la gestión realizada por la Coordinación de Planeación, se finalizó la migración de los indicadores al Sistema de Planeación y Gestión KAWAK, como parte del proceso de implementación del software para la administración de la planeación estratégica, desde donde se realizó el registro, seguimiento y ajustes correspondientes de la información de la planeación en el software durante el periodo de ejecución. De igual manera, se realizó la medición de los indicadores durante el año, los cuales arrojan como resultado un cumplimiento del 93% en el indicador general de Plan Estratégico de acuerdo con las metas trazadas para la vigencia 2016, tal como lo muestra la siguiente figura.

Figura 7. Cumplimiento Plan Estratégico 2016



Fuente: Área de Planeación

Este indicador se obtiene de ponderar los resultados de cada perspectiva de acuerdo a la ponderación o peso asignado a cada uno de ellas, a su vez este cálculo se realiza de manera detallada para cada objetivo y para las acciones tácticas y operativas.

La medición de indicadores, en este caso del Plan de Acción, muestra que este tuvo un cumplimiento del 97% como puede observarse en la Figura 8.

Figura 8. Cumplimiento Plan de Acción 2016



Fuente: Área de Planeación

Informe De Cumplimiento Del Plan Estratégico 2016

Como se mencionó anteriormente, RTVC redefinió su plan estratégico “Crecer desde nuestras fortalezas” para el 2014-2018, fijándose trece objetivos estratégicos, clasificados y ponderados en cuatro perspectivas, plan que para el 2016 alcanzó el cumplimiento de sus objetivos en un 93%.

En la perspectiva denominada **Clientes y Ciudadanos**, se alcanzó un 99% de cumplimiento. Aquí se agrupan los objetivos estratégicos relacionados con la obligación de garantizar la cobertura y entrega de los contenidos, el acceso a los archivos sonoros y audiovisuales, posicionar a RTVC como una alternativa para los ciudadanos, optimizar el portafolio de productos y servicios, y lograr mayor fidelización de los ciudadanos con base en productos novedosos y de calidad:

Ser un sistema de medios públicos que gestiona contenidos de calidad, con un logro del 98% en el cálculo de los indicadores Horas de radio pública en vivo, Horas en vivo desde las regiones, Producción de contenidos convergentes, Títulos que contemplan contenido convergente, y Número de contenidos propios circulados. Resultado que muestra los grandes avances en el proceso de

descentralización de la radio pública nacional y en la apuesta por llevar contenidos multiplataforma a audiencias cada vez más grandes.

Posicionar el sistema de medios públicos y sus marcas para ser la alternativa para los ciudadanos, con un logro del 100% en el cálculo de los indicadores Alianzas internacionales ejecutadas para la promoción de la TV, Impacto en medios, Presencia o participación del canal Señal Colombia en mercados o eventos especializados de la industria de contenidos, y Presencia o participación del canal Institucional en mercados o eventos especializados de la industria de contenidos. Resultado que refleja los enormes esfuerzos que RTVC ha realizado para lograr un mayor reconocimiento a nivel nacional y en el concierto internacional de medios radio-televisivos.

Garantizar la cobertura, disponibilidad y entrega de los contenidos, con un logro del 100% en el cálculo de los indicadores Estudios de radio descentralizados, Gestión en la reformulación o puesta en marcha del proyecto TDS, Cobertura poblacional de la red analógica de TV, Cobertura de la red de radio, Disponibilidad mínima del servicio, Disponibilidad virtual de infraestructura convergente, Disponibilidad local de infraestructura convergente, y Cobertura de red digital de TV – TDT. El porcentaje de cumplimiento de este objetivo es fruto de las acciones en infraestructura como el mantenimiento y operación de estaciones, que permitieron el logro de las metas de cobertura en radio y televisión.

Facilitar el acceso de los ciudadanos al archivo audiovisual y sonoro, con un logro del 100% en el cálculo de los indicadores Registros de archivo sonoro recuperados, Implementación estrategia Señal Memoria, Usuarios atendidos en espacios virtuales y físicos, Archivos audiovisuales limpios y digitalizados, y Archivos audiovisuales catalogados, gracias al alto posicionamiento de la estrategia Señal Memoria.

Optimizar el portafolio de productos y servicios como sistema fidelizando clientes, con un logro del 100% en el cálculo de los indicadores Diseñar y consolidar la Estrategia Comercial del SMP y Cumplimiento de la estrategia para aumentar el nivel de satisfacción del cliente. Con este resultado se muestra claramente la intención de RTVC de fortalecer su área comercial, con el objetivo de ampliar la fuente de ingresos, siempre pensando en la satisfacción de los clientes.

La perspectiva denominada **Gestión Financiera**, con un logro del 70%, se centra en la búsqueda del equilibrio financiero:

Mantener el equilibrio financiero. Este objetivo alcanzó el 70% de cumplimiento, con el cálculo de los indicadores Utilidad neta y Gestionar recursos con oportunidad. Se realizó una gestión completa y eficaz de los recursos para el desarrollo de los diferentes proyectos de la empresa. Sin embargo, el resultado del ejercicio es negativo por el impacto que tiene la depreciación y la disminución en las ventas por factores como la Directiva Presidencial del 10 de Febrero de 2016 de austeridad en el gasto, que redujo los gastos de la entidades estatales en comunicaciones, aspecto que golpeó fuertemente los ingresos de RTVC, debido a que uno de los principales servicios de la empresa es vender espacios de divulgación a las instituciones públicas.

Desde la perspectiva denominada **Procesos Internos**, se logró un cumplimiento del 92%. Esta perspectiva agrupa los objetivos estratégicos relacionados con la integración y el fortalecimiento del Sistema de Medios Públicos, para que en RTVC se trabaje en equipo, se promueva la participación ciudadana y la transparencia a través de entornos virtuosos. Hace referencia al capital social de la empresa:

Promover la participación ciudadana y transparencia a partir de la generación de entornos virtuosos. Se cumplió este objetivo estratégico en un 100% con el cálculo del indicador Índice de sostenibilidad del entorno virtuoso a partir de la implementación del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano. En el contexto de este indicador se realizó la Audiencia Pública de rendición de cuentas 2015.

Integrar y fortalecer el sistema de medios públicos, presenta un cumplimiento del 86% con el cálculo de los indicadores Implementación estrategia TI, Automatización de procesos, Diseño e implementación de la estrategia de gestión de proyectos para la empresa, Nuevo modelo de operación implementado para la empresa, e Índice de Gobierno en Línea, indicadores relacionados con el seguimiento e implementación de Gobierno en Línea y gestión por procesos con el enfoque eTOM.

Fortalecer el sistema gestión ambiental para minimizar, controlar y prevenir los impactos ambientales generados por los procesos que se desarrollan en la empresa, presenta un cumplimiento del 100% con el cálculo de los indicadores Implementación del Sistema de generación de energías alternativas, e Implementación del Sistema de Gestión Ambiental en la Sede CAN. Aquí se enmarcan las acciones realizadas para la gestión integral de residuos sólidos, el fomento de la cultura ambiental y la producción y consumo responsable, y los programas uso eficiente del recurso hídrico, y uso eficiente del recurso energético.

Desde la perspectiva denominada **Aprendizaje e Innovación** se logró un cumplimiento del 95%, y está relacionada con el grupo de objetivos estratégico orientados a gestionar la innovación y el conocimiento, mejorando procesos, generando contenidos atractivos, para que RTVC pueda seguir ofreciendo productos diferentes y con calidad.

Desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para soportar la convergencia tecnológica. Se dio cumplimiento al 100% con el cálculo del indicador Implementación de la fábrica de software. Aquí se crearon ocho productos digitales, entre los cuales encontramos el sitio Web 2.0 de Canal Uno, la app RTVC, la app Radiónica y RTVC 2.0.

Gestionar la Innovación, este objetivo presentó un cumplimiento del 100% con el cálculo de indicador Formulación del plan para la gestión de la innovación en la empresa, el cual pretende fomentar en los colaboradores este principio institucional y su incorporación en la labor a través de los procesos y dinámica organizacional.

Ser un sitio preferido para trabajar, tuvo un cumplimiento del 100% gracias al desarrollo de las actividades de bienestar, capacitación, seguridad, salud en el trabajo y cultura organizacional.

Gestionar el conocimiento con un cumplimiento del 75% con el cálculo de indicador Formulación e implementación de una estrategia de gestión del conocimiento.

7.4.2. Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG

Durante la vigencia 2016, la Coordinación de Planeación realizó acompañamiento, asesoría y coordinación en la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, a partir de las actividades correspondientes a la preparación del reporte del avance del MIPG en el Formulario Único de Reporte de Avances en la Gestión – FURAG para el Departamento Administrativo de la Función Pública: revisión de las preguntas para la asignación de responsables por cada una de los componentes del aplicativo en línea de reporte de Avances en la Gestión – FURAG, de la misma manera y a partir del trabajo realizado conjuntamente con las áreas de RTVC, se realizó el acompañamiento a los responsables en el reporte en el aplicativo FURAG, la identificación de soportes de cumplimiento, la consolidación, revisión y reporte final en el aplicativo del MIPG dentro de las fechas establecidas en la página web del Departamento Administrativo de la Función Pública.

Se realizó el levantamiento de la matriz del plan de mejoramiento FURAG – GEL a partir de los resultados oficiales entregados por el DAFP; igualmente, se realizó a lo largo del año seguimiento al cumplimiento de las actividades identificadas como no cumplidas, actualizando trimestralmente la matriz de acuerdo a los reportes trimestrales entregados por el Comité Sectorial de Desarrollo Administrativo del MINTIC.

Se realizaron mesas de trabajo con cada una de las áreas responsables del reporte de los avances en la gestión de las políticas de desarrollo Administrativo de la vigencia 2015 para el reporte ante el Comité Sectorial de Desarrollo Administrativo, así mismo para los reportes trimestrales de la vigencia 2016. Se realizó revisión de los reportes del cumplimiento sectorial del MIPG entregado por parte del MinTIC y se presentaron las observaciones pertinentes; de la misma manera se llevaron a cabo reuniones con la Oficina de Planeación del MinTIC, a fin de establecer la metodología de acompañamiento y seguimiento a los reportes FURAG MinTIC para la Vigencia 2016, formulando para ello el plan de mejoramiento GEL – FURAG 2016.

En cuanto a las actividades relacionadas con el desarrollo del Comité Institucional de Desarrollo Administrativo, se realizó la consolidación de las presentaciones de los avances en la gestión de las políticas de desarrollo administrativo, correspondientes al cierre 2015 y a los tres primeros trimestres del año 2016, de los componentes del Sistema de Gestión de Calidad, los documentos para aprobación y los compromisos establecidos en cada uno de ellos. Se llevó a cabo la revisión normativa decreto 1083 de 2015 y demás normatividad para la modificación y elaboración del proyecto de resolución de modificación del Comité Institucional de Desarrollo Administrativo, en el que se incluyó la formalización del Comité de Seguridad de la Información.

Cumplimiento Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Nacional

Durante los primeros meses del año 2016 se inició la revisión al cumplimiento de la publicación en la página web de RTVC de los documentos requeridos por la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, a partir de la matriz de autoevaluación, se identificó la documentación a ser actualizada o publicada, trabajo que fue realizado conjuntamente con cada uno de los responsables de la información. Posteriormente a este trabajo realizado, en el mes de abril, se atendió la auditoría adelantada por la Procuraduría General de la Nación, como entidad responsable de la verificación del cumplimiento normativo, trabajo que permitió a RTVC obtener un **nivel de cumplimiento de la Ley de Transparencia cercano al 94%**. Una vez formulado el plan de mejoramiento a partir de las observaciones de la auditoría, se adelantaron las actividades y publicaciones en la web de RTVC para su total cumplimiento.

Se adelantaron capacitaciones con los colaboradores de RTVC, incluidas en el Plan de Capacitaciones de la Coordinación de Gestión Humana y la Procuraduría General de la Nación. Igualmente se realizó acompañamiento en el diseño del nuevo espacio en la página web de RTVC del Componente de Ley de Transparencia: <http://www.rtv.gov.co/quienes-somos/ley-de-transparencia>, al cual se realizó monitoreo continuo en el transcurso de la vigencia 2016.

Estrategia de Rendición de Cuentas

Se continuó con el cumplimiento de las actividades del Proceso de Rendición de Cuentas, iniciativa del plan de mejoramiento, que surgió a partir del ejercicio de años anteriores y que en conjunto con la Coordinación de Comunicaciones se implementó al o largo de la vigencia 2016.

Se formuló conjuntamente la Estrategia de Rendición de Cuentas atendiendo a los componentes de Información, diálogo y evaluación, la cual incluyó la preparación de las actividades para el desarrollo de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, RTVC Cuenta 2015, la cual fue presentada a los ciudadanos en el mes de julio, elaborando y consolidando del informe final de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas 2015, el cual se encuentra publicado en la WEB de RTVC: <https://www.rtv.gov.co/quienes-somos/rendicion-2016>

7.4.3. Transparencia, Participación y Atención al Ciudadano

Durante la vigencia 2016 se realizó un especial énfasis en el seguimiento periódico a las actividades formuladas en cumplimiento del Plan Anticorrupción y Atención al ciudadano, las cuales se plantearon siguiendo los lineamientos de la Guía Metodológica: Estrategias para la Construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, de la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República, el Departamento Administrativo de la Función Pública y el Departamento Nacional de Planeación. Alineado igualmente con la perspectiva de Procesos Internos del Plan Estratégico Institucional en su el objetivo: **Promover la participación ciudadana y transparencia a partir de la generación de entornos virtuosos**, se trabajó de manera transversal logrando un cumplimiento del 100% de las actividades de cada uno de sus componentes, Riesgos de Corrupción, Rendición de cuentas, Racionalización de trámites, Servicio al Ciudadano, Transparencia y entorno virtuoso que encierra las actividades de fortalecimiento de los principios y valores, del el código de ética de RTVC y la firma de pacto de ética con los colaboradores de la empresa.

En el mes de mayo de 2016 se recibió el reporte de revisión de la formulación del Plan Anticorrupción y Atención al ciudadano, por parte del Departamento Administrativo de la Función Pública, el cual fue calificado positivamente y se presentó una observación al componente de Transparencia, a fin de incluir el seguimiento a la publicación al 100% de las hojas de vida de los servidores públicos al SIGEP, actividad que fue incluida en la versión II del Plan Anticorrupción y Atención al ciudadano y publicada en la página web de RTVC.

7.4.4. Gobierno en Línea

Es de resaltar que, gracias al trabajo realizado por cada una de las áreas responsables de la ejecución de la Estrategia Gobierno en Línea, RTVC Sistema de Medios Públicos **subió al primer lugar en el ranking de las entidades del sector, obteniendo un cumplimiento del 73.3%**, basado en la medición realizada por el Departamento Administrativo de la Función Pública en el Formulario Único de Reporte de Avances en la Gestión – FURAG de la vigencia 2015.

Como parte de las actividades de acompañamiento establecidas por la Dirección de Gobierno en Línea del MinTIC a las entidades del sector para incrementar el nivel de cumplimiento de la estrategia GEL, se adelantó la formulación del Plan Gel RTVC 2016, estableciendo las actividades y realizando el seguimiento a su correcta ejecución, con el fin de mejorar el índice de cumplimiento GEL del año 2016. RTVC Sistema de medios públicos participó activamente en las capacitaciones tanto presenciales como en la plataforma virtual y en las Mesas Sectoriales GEL, disponiendo un equipo de trabajo conformado por colaboradores de la Coordinación de Tecnologías y la Coordinación de Planeación, en el que se adelantó el diagnóstico del componente de Seguridad de la información y acompañamiento específico al componente de Arquitectura Empresarial y Gobierno de TI.

De este trabajo adelantado se realizó la formulación y puesta en marcha del proyecto Arquitectura Empresarial y Seguridad y privacidad de la información, liderado por la Dirección de Tecnologías Convergentes de RTVC y acompañado por la Coordinación de Planeación y con la participación de cada una de las áreas de la empresa en las que se desarrollaron talleres de diagnóstico del cumplimiento de los lineamientos de la estrategia GEL relacionadas con Tecnologías de la Información.

7.4.5. Sistema Integrado de Gestión

Contexto

RTVC estableció dentro de su Plan estratégico “Crecer desde nuestras fortalezas 2014-2018”, dentro del cual se establecieron dos ejes estratégicos asignados al área de Planeación cinco ejes estratégicos descritos en el Cuadro de Mando Integral; asociado a estas directrices el Coordinador de Planeación y su equipo de colaboradores han sido asignados, entre otros, a gestionar y contribuir al logro de las perspectivas *PROCESOS INTERNOS* con su objetivo estratégico *Implementar la gestión por procesos transversales y automatizados*. Y *APRENDIZAJE E INNOVACIÓN* con su objetivo estratégico Gestionar la innovación.

En este apartado del informe de gestión 2016 de RTVC, se describen las acciones planificadas y ejecutadas durante la vigencia en lo que respecta a estos temas y los principales resultados alcanzados.

El SIG se ha estructurado al interior de RTVC, con el objeto de mejorar la gestión y ha acogido la recomendación emitida por el Departamento de la Gestión Pública en materia de articulación del SGC con el MECI, de ahí la denominación de Sistema Integrado de Gestión – SIG. Así mismo RTVC ha adoptado la normatividad vigente que contribuye al cumplimiento de las perspectivas *PROCESOS INTERNOS* y *APRENDIZAJE E INNOVACIÓN*, las cuales se citan a continuación:

Ley 872 de 2003. “Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios”. Congreso de Colombia.

Decreto 943 de 2014. Se adopta la [actualización del Modelo Estándar de Control Interno –MECI](#). Presidencia de la Republica de Colombia.

Manual técnico del MECI (Modelo Estándar de Control Interno). Departamento de la Función Pública.

Decreto 1151 de 2008. Por la cual se establecen lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea de la Republica de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005 y se dictan

otras disposiciones. Presidencia de la Republica de Colombia. Componente de democracia en línea - abrir espacios de innovación abierta.

Glosario

A continuación, se listan algunas definiciones establecidas al interior de RTVC para la administración del Sistema Integrado de Gestión y la gestión de la innovación y que permitirán establecer mayor claridad en los resultados presentados:

- **Proceso de Nivel 1:** Conjunto de actividades relacionadas mutuamente o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados¹. Los procesos de nivel 1 en RTVC hacen parte del Mapa de Procesos.
- **Proceso de Nivel 2:** También llamado procedimiento, es la descripción con mayor nivel de detalle de cómo realizar un proceso de nivel 1.
- **Sistema de Planeación y Gestión - KAWAK:** Es una solución tecnológica para la administración y el mantenimiento del sistema de gestión basado en los estándares ISO 9001, GP1000 y MECI. Esta solución está diseñada para generar un cambio en la cultura de la gestión y para hacer más sencillo el manejo de los sistemas de gestión².
- **Bizagi:** Es un software gratuito utilizado para diagramar los flujogramas, documentar las actividades y simular los procesos de nivel 2 usando una notación estándar.
- **Sistema Integrado de Gestión - SIG:** La sigla S.I.G corresponde a las palabras, Sistema Integrado de Gestión es la armonización de los elementos del sistema de gestión de calidad y el MECI (Modelo Estándar de Control Interno) dirigido a una efectiva gestión, control, seguimiento y evaluación. Todo lo anterior en el cumplimiento de la misión, objetivos y funciones de RTVC.

Contexto General Del Sistema Integrado De Gestión

RTVC cuenta con un Sistema Integrado de Gestión – SIG maduro y en proceso de mejoramiento, el cual está compuesto por dos (2) sistemas de gestión principalmente:

- Sistema de Gestión de Calidad bajo el estándar NTCGP 1000
- Modelo Estándar de Control Interno bajo el estándar MECI 1000

Para ello ha alineado e incorporado modelos de operación, metodologías, instrumentos, requisitos y definiciones establecidos en las normas citadas.

El SIG, tiene un enfoque basado en procesos, el cual consiste en identificar y gestionar, de manera eficaz, numerosas actividades relacionadas entre sí, proporcionado estandarización y facilidad sobre el desempeño de los procesos. Al interior del RTVC fue formalizada la integración de los Sistemas de Gestión y las instancias que los componen a través de la Resolución 144 de abril 26 de 2016 "Por la cual se adopta el SIG en RTVC".

¹ Tomado de la NTC ISO 9000 versión 2005.p 9

² Tomado de www.kawak.net

A partir del 2014, el SIG de RTVC inicia una etapa de mejoramiento continuo que se dividió en tres (3) fases:

- **Fase I:** Documentación o estandarización documental con base en el modelo de operación por procesos eTOM. Esta fase se ejecutó a lo largo del 2014 con el acompañamiento de la firma Nae Lavenir.
- **Fase II:** Implementación de 34 procesos de segundo nivel, documentados con base en el modelo de operación por procesos eTOM y su alineación al SIG. Esta fase se ejecutó a lo largo del 2015 en una gestión compartida entre los profesionales de la firma Nae Lavenir y los profesionales de planeación asignados al SIG.
- **Fase III:** Se establece como meta de implementación 31 procesos de segundo nivel, documentados con base en el modelo de operación por procesos eTOM y su alineación al SIG. Esta fase se ejecutó a lo largo de la vigencia 2016.

Resultados Sistema Integrado de Gestión

Como se comentaba en el punto anterior, durante el año 2016, se da curso a la fase III de la implementación del modelo de operación por procesos eTOM, para lo cual se realizaron actividades, principalmente de actualización y alineación de los procesos de nivel 1 y 2 a los lineamientos propuestos por la Firma Nae Lavenir en el 2014 y a la dinámica actual de RTVC. Paralelamente se programaron y ejecutaron acciones de mantenimiento y/o mejoramiento continuo de los procesos que fueron implementados durante el 2015, en el marco de la Fase II de la implementación del modelo de referencia en mención.

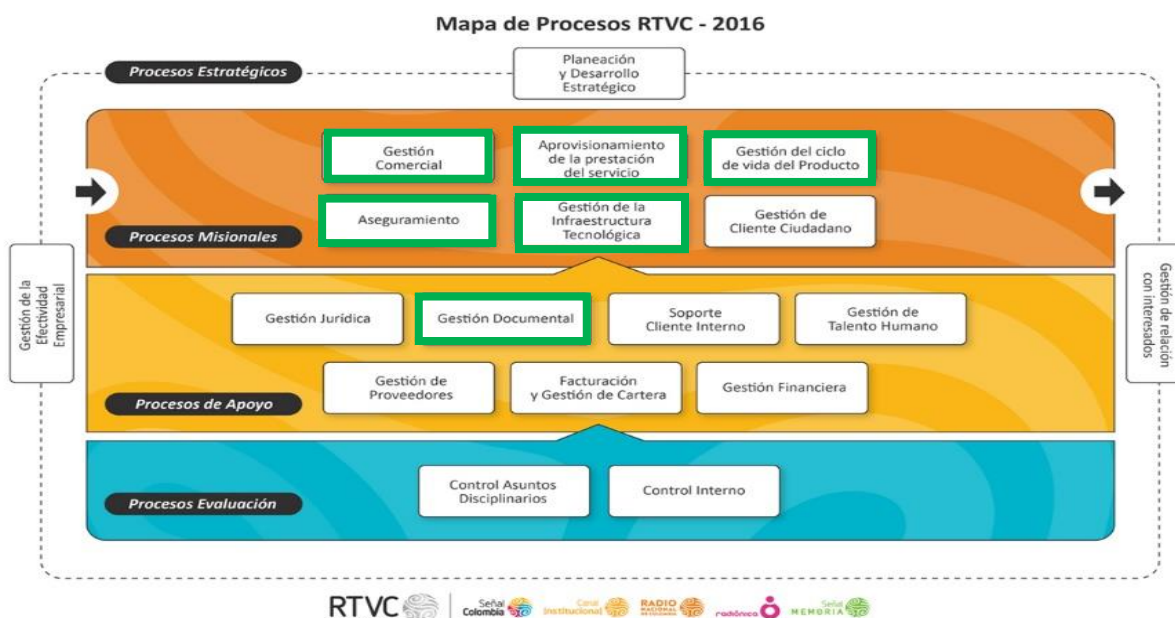
Resultados asociados a la implementación de procesos nuevos

Como resultado de esta gestión realizada en el 2016 se obtuvieron los siguientes resultados en materia de implementación de nuevos procesos, principalmente:

- Actualización de la Resolución del SIG en el mes de abril.
- Presentación de propuesta y gestión de aprobación del nuevo Mapa de procesos de RTVC, en el cual se incluyen nuevos procesos de primer nivel y se realizan ajustes gráficos al documento. En total se realiza la inclusión de seis (6) procesos de primer nivel.
- Se realizó el 100% de implementación de 25 procesos de segundo nivel suministrados por la Firma Nae Lavenir, para esto se diseñó y validó la metodología de implementación de procesos y herramienta para la correspondiente medición del avance; se diseñó material didáctico para la preservación de la técnica y mejoramientos posteriores.

A continuación, se resaltan los procesos nuevos incorporados:

Figura 9. Mapa de Procesos RTVC 2016



Fuente: Área de Planeación

Esta implementación representa la revisión de diagramas de flujo contruidos en el programa bizagi, se realiza la revisión de roles o cargos allí incluidos, se revisan actividades propuestas, artefactos e interrelación con otros procesos, de igual manera se realiza la alineación con el SIG en aspectos generales tales como caracterización, política operacional, indicadores de gestión, matriz de riesgos de procesos y de corrupción, entre otros.

Derivado de esta intervención se lograron los siguientes resultados:

Implementación de 25 procesos de segundo nivel, lo que, sumado a la implementación lograda durante el 2015, permite reflejar un avance global durante estas dos (2) vigencias del 93% del total de documentos suministrados por la firma Nae Lavenir en el 2014.

- Definición y documentación de la caracterización de seis (6) procesos nuevos.
- Definición y documentación de políticas operacionales relacionadas a los nuevos procesos.

Resultados asociados al mantenimiento y/o mejoramiento de procesos implementados en 2015

Como producto de la puesta en marcha de la estrategia de mantenimiento o mejoramiento del SIG se realizan las siguientes acciones:

- Alineación de los procesos de segundo nivel que, describían actividades de procesos misionales y que no se encontraban ajustados a la nueva estrategia de documentación y creación de nuevos procesos que se consideran clave para la gestión de la empresa. **En total se obtuvo de esta gestión la creación de once (11) procesos de segundo nivel y se alinearon y potencializaron seis (6)** que se encontraban vigentes desde años anteriores, lo anterior para un total de 17 procesos de segundo nivel intervenidos.

- Revisión y **actualización del Manual del SIG**, Guía para el control de documentos y registros y Guía de administración de riesgos.
- Edición y puesta en marcha de cambios en la estructura de los formatos y codificación de los mismos.
- Programación y ejecución de los talleres SIG, los cuales se desarrollan bimestralmente; este es un espacio informativo del Sistema Integrado de Gestión, dirigido a los nuevos contratistas de RTVC, donde se brinda información relacionada a los modelos de gestión u operación implementados, tales como ISO 9001, GP 1000, MECL, eTOM e ITIL, sus diferencias y similitudes, definición de procesos y mapa de procesos de la empresa, generalidades de la documentación de procesos a través de bizagi (definición, principales elementos para diagramar un proceso, ejemplo práctico) y descripción general, ubicación de la plataforma tecnológica que soporta el sistema de planeación y gestión – Kawak y lugares de publicación de matrices de riesgos de procesos y corrupción 2016.
- Diseño y publicación de comunicados sobre aspectos clave de la gestión del SIG. Estas publicaciones se realizan en los monitores de la empresa, boletines y pagina web.
- **Programación y ejecución de las auditorías internas de calidad**, se decide realizar el ejercicio a todos los procesos implementados a la fecha, para validar la pertinencia de la información oficializada durante la vigencia 2015 y 2016.
- Para la vigencia en mención, se efectuaron las auditorías internas de calidad de manera escalonada, se dio inicio a esta actividad desde el mes de junio de 2016. Fue necesario crear un método diferente para realizar el ejercicio, esto con el fin de no generar sobre carga en el desarrollo de la misma, para dar cubrimiento con los auditores con que cuenta la empresa y para realizar la revisión detallada de algunos procesos de segundo nivel que por su importancia requería una evaluación individual.
- Programación y ejecución de la revisión por la dirección durante el mes de octubre de 2016.
- **Programación y ejecución de la auditoria externa de calidad**, con la colaboración de la empresa BVQI. De este ejercicio de evaluación **se tiene como resultado un logro de cero (0) no conformidades y cero (0) observaciones**.
- Adopción de los lineamientos de la Secretaria de Transparencia de la Presidencia y el Departamento de la Función Pública, en la construcción de las matrices de riesgos de corrupción.
- Identificación de un total de 235 Riesgos de proceso, a los cuales se les realizó el Análisis, valoración y determinación de controles y planes de tratamiento de acuerdo los lineamientos del Departamento Administrativo de la Función Pública.
- Acompañamiento a los líderes de los procesos, en el monitoreo de planes de tratamiento y controles de los riesgos consignados en las matrices de riesgos de proceso y de corrupción. Esto en concordancia con el plan anticorrupción 2016.
- Definición del plan de trabajo para gestionar y elaborar documentos “memorias” de cada uno de los componentes del MECL que debían vincularse en el módulo de MECL del sistema de planeación y gestión – Kawak.
- Elaboración y publicación de las memorias en el módulo de MECL del sistema de planeación y gestión Kawak con base en la información suministrada por los responsables de cada una de las actividades.
- Consolidación y presentación de las políticas operacionales de los procesos ante el Comité de Desarrollo Administrativo.

A partir de los resultados mencionados, se realiza la medición mensual, trimestral, semestral o anual, de acuerdo a la periodicidad definida en el plan de acción 2016 y plan estratégico de RTVC, y se obtienen los resultados que a continuación se describen:

Cuadro 39. Resultados de la medición de indicadores relacionados con el SIG respecto al plan de acción de RTVC para la vigencia 2016.³

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES PLAN DE ACCIÓN 2016	RESULTADOS (DIC 2016)
Procesos internos	Implementar la gestión por procesos transversales y automatizados.	Avance en la implementación de un nuevo modelo de gestión para la empresa.	88%
Procesos internos	Implementar la gestión por procesos transversales y automatizados.	Diagnóstico para la automatización de procesos convergentes.	100 %
		Concepto favorable del sistema integrado de gestión	100 %

Fuente: Área de Planeación

Cuadro 38. Resultados de la medición de indicadores relacionados con el SIG respecto al plan de estratégico de RTVC para la vigencia 2016.⁴

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES PLAN ESTRATÉGICO	RESULTADOS (DIC 2016)
Procesos internos	Implementar la gestión por procesos transversales y automatizados.	Automatización de procesos.	100%
		Nuevo modelo de operación implementado para la empresa.	81%

Fuente: Área de Planeación

Innovación

La innovación es un componente nuevo en la gestión de RTVC y ha sido incorporada como variable de carácter estratégico que contribuirá al fortalecimiento de la empresa y a todas las actividades que en ella se desarrolla.

Para ello RTVC, adoptó la innovación como el proceso bajo el cual se implementan herramientas de innovación, a través del uso de nuevos conocimientos y/o combinación de ellos, se identifican buenas prácticas y su correspondiente adaptación al quehacer cotidiano, se desarrollarán proyectos para garantizar la convergencia, siempre con el riguroso cumplimiento de la legislación vigente, así como de otros compromisos suscritos por RTVC.

En RTVC la innovación se entiende como un proceso descentralizado y abierto. Descentralizado porque se lleva a cabo de forma independiente en cada unidad de negocio o en cada tipo de proceso, pero con el apoyo y lineamientos del área de planeación y demás áreas que puedan verse beneficiadas. Abierto, porque para su desarrollo se involucrará en el proceso de innovación a los grupos interés

³ Tomado del plan estratégico de RTVC “Crecer desde nuestras fortalezas 2014 – 2018”

⁴ Tomado del plan estratégico de RTVC “Crecer desde nuestras fortalezas 2014 – 2018”

tales como el Estado, universidades, centros educativos, el sector de tecnología y a la Ciudadanía, principalmente”⁵.

Para dar continuidad a la estrategia construida durante la vigencia 2015 con el acompañamiento de la Cámara de Comercio de Bogotá, se realizan algunas acciones encaminadas a implementar la gestión de la innovación en la Empresa:

- Definición y gestión de aprobación a la política de innovación para RTVC y otras políticas relacionadas a la innovación que nacen de la gestión de otros procesos.
- Definición de un proceso de innovación (en proceso de aprobación).
- Definición y medición de indicadores para la gestión de innovación.
- Definición de un plan de innovación con base en los aspectos monitoreados y ejecutados durante la vigencia.
- Selección de herramientas de innovación (construcción de manual de herramientas de innovación- en construcción).
- Edición de la estrategia de comunicaciones para la gestión de innovación (en construcción).
- Edición del inventario de proyectos de innovación.
- Seguimiento al inventario de proyectos de innovación.
- Participación en eventos del Min TIC, Veeduría Distrital, Cámara de Comercio de Bogotá entre otros, relacionada con el intercambio de conocimiento en materia de innovación para la adopción de buenas prácticas y su inclusión en el plan de innovación de RTVC.
- Monitoreo y reporte de acciones en innovación abierta a través del FURAG.
- Identificación de incentivos de innovación a través del área de talento humano.

Identificación de talleres de capacitación y definición del plan de capacitación de RTVC. Este documento fue comunicado al Coordinador de talento humano para ser incluido en el plan institucional de capacitación de RTVC. Se incluyeron temáticas dispuestas por la Cámara de Comercio de Bogotá quienes a través de la ruta de innovación permiten que los colaboradores de RTVC participen en dichos eventos de manera gratuita.

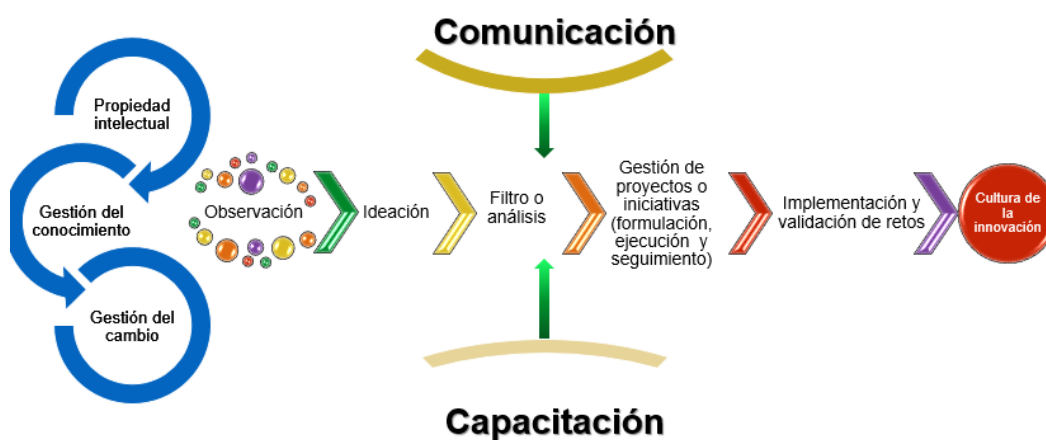
⁵ Tomado de la política operacional de innovación de RTVC 2016

Figura 10. Etapas para la gestión de la innovación en RTVC



Fuente: Área de Planeación

Figura 11. Ruta de Innovación RTVC



Fuente: Área de Planeación

Derivado de los resultados mencionados, se realiza la medición mensual, trimestral, semestral o anual, de acuerdo a la periodicidad definida en el plan de acción 2016 y plan estratégico de RTVC, y se obteniendo como resultado un cumplimiento del 100% de los indicadores asociados a la Gestión de la Innovación.