

INFORME DE GESTIÓN

2017

Canal Trece

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. NIVEL ESTRATÉGICO.....	5
1.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	5
1.2. MEJORAMIENTO CONTÍNUO.....	6
1.3. GESTIÓN DE COMUNICACIONES.....	7
1.4. GESTIÓN COMERCIAL Y DE PROYECTOS.....	9
1.5. GESTIÓN DE MERCADEO.....	12
2. NIVEL MISIONAL.....	16
2.1. GESTIÓN DE CONTENIDOS.....	16
2.1.1. TELEVISIÓN.....	16
2.1.2. PROMOCIÓN.....	21
2.1.3. DIGITAL.....	25
2.2. GESTIÓN DE PROGRAMACIÓN.....	28
2.2.1. PARRILLA DE PROGRAMACIÓN.....	28
2.2.2. AUDIENCIAS.....	29
2.3. GESTIÓN DE PRODUCCIÓN.....	32
2.4. EMISIÓN Y TRANSMISIÓN.....	34
3. NIVEL DE APOYO.....	37
3.1. GESTIÓN DE TIC.....	37
3.2. GESTIÓN DE RECURSOS FÍSICOS.....	38
3.3. GESTIÓN JURÍDICA.....	39
3.4. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	40
3.5. GESTIÓN FINANCIERA.....	41
3.5.1. ESTADOS FINANCIEROS.....	41
3.5.2. INFORME PRESUPUESTAL.....	45
3.6. GESTIÓN CONTRACTUAL.....	47
3.7. PARTICIPACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO.....	48
3.8. GESTIÓN DOCUMENTAL.....	49
4. NIVEL DE EVALUACIÓN.....	51
4.1. GESTIÓN DE EVALUACIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	51

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como propósito informar sobre la gestión desarrollada por TEVEANDINA Ltda. – Canal Trece, durante la vigencia 2017, a partir de la información disponible en los diferentes procesos que la componen.

TEVEANDINA LTDA. - Canal Trece, sociedad entre entidades públicas organizada como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, descentralizada indirecta del orden nacional, tiene como objeto social la prestación del servicio público de televisión regional para la difusión de contenidos educativos, culturales y recreativos, igualmente para la divulgación de valores asociados a los territorios en el ámbito nacional, regional y local.

Durante la vigencia 2017, Canal Trece desarrolló un sinnúmero de actividades asociadas a su plataforma estratégica actual, aprobada en julio de 2017. En este documento se refleja de manera general información relacionada con el presupuesto de la entidad y la gestión adelantada por cada uno de sus procesos.

1.

NIVEL ESTRATÉGICO

1. NIVEL ESTRATÉGICO

1.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Se adoptó la nueva plataforma estratégica, que tiene como propósito trazar las líneas generales de la gestión a realizar por parte de TEVEANDINA Ltda. – Canal Trece, durante la vigencia 2017, 2018 y 2019 a partir de la realización de un ejercicio diagnóstico que condensó aspectos fundamentales para la operación de un canal de televisión pública regional y que fueron considerados para realizar un ejercicio honesto frente a las realidades del funcionamiento del Canal.

Los enfoques de desarrollo de Canal Trece contemplan una mirada de corte gerencial, que permita no solo fortalecer su capacidad interna, sino también, aumentar las posibilidades de relacionamiento con el medio y las audiencias. En este Plan Estratégico se contemplaron aspectos como el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, el vínculo con MinTIC a través de la estrategia Gobierno en Línea y en general los aspectos misionales que deben fortalecerse para garantizar mejores resultados en el horizonte de tiempo trazado.

En esta nueva plataforma se modificó la misión, visión, el mapa de procesos y teniendo en cuenta las perspectivas: financiera, clientes y territorios, innovación y desarrollo y eficiencia administrativa, se establecieron cinco objetivos estratégicos que se muestran a continuación:

Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el margen de ventas y de utilidades, para la generación de recursos suficientes con el fin de crear más y mejores contenidos.
Clientes y Territorios	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la cifra de negocios mejorando la participación en el mercado. • Aumentar el nivel de usuarios de las plataformas de Canal Trece.
Innovación y Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un Canal más creativo, competitivo y con un alto estándar de calidad.
Eficiencia Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos del Canal.

Se formuló los planes de acción 2017 con metas e indicadores para las iniciativas estratégicas asociadas a los cinco objetivos estratégicos, se realizó dos seguimientos con fechas de corte a 30 de septiembre y 31 de diciembre, verificando así el cumplimiento del Plan Estratégico 2016-2019.

Estos seguimientos se realizaron con el acompañamiento a cada uno de los procesos en la revisión y el cumplimiento de las metas.

1.2 MEJORAMIENTO CONTÍNUO

Se modificó el mapa de procesos el cual hace parte de la nueva plataforma estratégica del canal que fue aprobada por la JAR según acta No.191 de 2017.

Tr-ce

MAPA DE PROCESOS



Aprobado en Comité Institucional de Desarrollo Administrativo en sesión del 18 de mayo de 2017.

· [f](#) [t](#) [i](#) [@CanalTreceCO](#) · www.canaltrece.com.co ·

Con esta modificación se tienen un total de 18 procesos distribuidos así:

- Estratégicos: 5
- Misionales: 4
- Apoyo: 8
- De Evaluación: 1

El Sistema de Gestión de Calidad de TV ANDINA LTDA, cuenta con las certificaciones ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009.

Durante el 2017 fue adelantada por Bureau Veritas que es la empresa certificadora, la auditoría de seguimiento que se desarrolló los días 22 y 23 de agosto, como resultado se mantuvo la certificación.

Esta auditoría tuvo como objetivos:

- Determinar la conformidad del sistema de gestión, con los criterios de auditoría.
- Evaluar la capacidad del sistema de gestión para asegurar el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y contractuales asociados al sistema de gestión.
- Evaluar la eficacia del sistema de gestión para asegurar que la organización es capaz de cumplir los objetivos especificados del sistema de gestión.

- Identificar las áreas en las que la organización puede tener mejoras potenciales del sistema de gestión.

De los 18 procesos que tiene el canal, se tomó una muestra de 8 procesos para ser auditados que corresponden a: Gestión Contractual, Gestión Jurídica, Gestión del Talento Humano, Gestión Informática, Evaluación Control y Seguimiento, Planeación Estratégica y Mejoramiento Continuo.

En la auditoría se identificaron tres no conformidades, para su respectivo cierre se elaboró el reporte de no conformidad el cual fue aprobado por Bureau Veritas.

Se elaboro diagnóstico para hacer la transición a la Norma ISO 9001:2015, se dio inicio a la actualización de la documentación de los 18 procesos. Los documentos vigentes se encuentran en la plataforma Share-point de acceso interno del Canal Trece para uso y consulta cuando se requiera.

1.3 GESTIÓN DE COMUNICACIONES

La gestión de la *comunicación externa* ha sido fundamental para mostrar a los grupos interés los hitos, avances y hechos de coyuntura del Canal. En ese sentido, se fortaleció la relación con los medios de comunicación de nuestra región de influencia, esto con el fin obtener una mayor visibilidad del Canal en los nueve departamentos de cobertura y también con medios especializados en temas musicales y culturales, ya que son clave para alcanzar a los líderes de opinión en estos ámbitos.

Entre febrero y diciembre se difundieron 40 boletines de prensa, los cuales dieron lugar a 182 publicaciones efectivas en medios de comunicación nacionales, regionales y especializados sobre los hitos del Canal.

Los temas que mayor repercusión generaron en medios de comunicaciones fueron la transmisión del Festival Estéreo Picnic, las visitas del programa *Somos Región* a los departamentos, las convocatorias regionales para producción de contenidos, *Cronografía* y *Somos Música*.

La valorización del total de impactos en medios de comunicación durante el año 2017 fue de \$1.356.426.040.

- **Afianzamiento con otros grupos de interés:** Desde la Coordinación de Comunicaciones también se afianzó la relación con otros stakeholders del Canal. Un ejemplo de esto fue la participación activa en los retos del Concurso Máxima Velocidad promovido por Gobierno Digital, con el fin de presentar avances en esta estrategia y consolidar la relación con el sector gubernamental. Por otra parte, se enviaron piezas a personas de la industria musical invitando a los estrenos de *Somos Música*.
- **Lanzamiento nueva marca Canal Trece:** Se resalta que durante el período se trabajó en conjunto con la Gerencia, Mercadeo, Autopromos, Contenidos y Digital en la conceptualización y desarrollo de la nueva imagen de la marca Canal Trece, incluyendo los lineamientos sobre el uso de esta en todas las piezas de comunicación de la entidad.

A continuación, se relacionan los logros de la gestión de *comunicación interna*:

- ✓ Levantamiento de información sobre acceso a los medios internos por parte de los colaboradores.

- ✓ Se estableció el correo de comunicaciones@canaltrece.com.co como medio de envío de correos masivos y se designó un cabezote de diferenciación por colores según el área que solicite el envío de la información.

	<p>Se actualizó y realizó mantenimiento a las carteleras informativas del Canal en las que se ha publicado información relacionada con nuestros propios programas, campaña de Control Interno y demás información de interés para los colaboradores.</p>
	<p>Contenidos: se compartieron boletines y piezas informativas sobre los estrenos y novedades en los contenidos y en la parrilla de programación del Canal.</p>
	<p>Mercadeo: se trabajaron actividades sobre conocimiento del Canal, sus contenidos en pantalla y digital con el fin de entregar incentivos que se obtienen a través de las alianzas del Canal para asistir a eventos culturales.</p>
	<p>T.I.: se apoyó en el proceso de gestión del cambio concerniente a la migración de la plataforma de correo y nuevos servicios tecnológicos del Canal.</p>

Las actividades que se realizaron en cuanto a comunicación interna son las siguientes:

	<p>Dirección Administrativa: se desarrollaron piezas y campañas correspondientes al bienestar de los colaboradores.</p>
---	--

	<p>Control Interno: se ejecutó una campaña para concientizar sobre el “Autocontrol”, creando el personaje “Controlito”.</p>
	<p>Planeación: se socializaron los lineamientos y avances sobre el Sistema de Gestión de Calidad.</p>
	<p>Jurídica: se difundieron las circulares y directrices que se han publicado sobre los asuntos jurídicos del canal.</p>

1.4 GESTIÓN COMERCIAL Y DE PROYECTOS

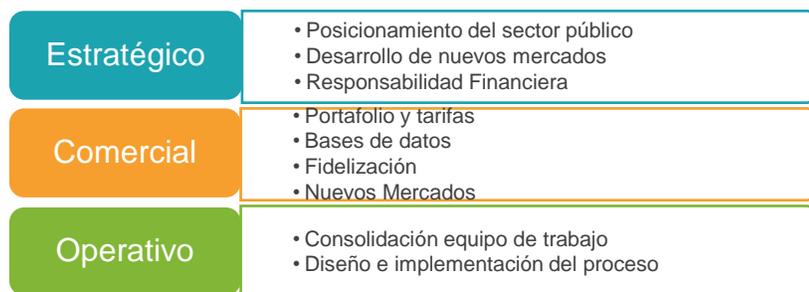
Para el año 2017 se identifica un proceso comercial en el mercado, incipiente, por lo que la gestión comercial se encamina a:

- Posicionamiento de portafolio de servicios del Canal en el sector público principalmente, teniendo en cuenta que no se conoce la integralidad de nuestros servicios.
- Recuperación de imagen de la Entidad, la cual está debilitada, por incumplimientos en ejecución y pagos a proveedores.
- Generar identidad ante los clientes como proveedor de una Estrategia Integral de Comunicaciones.
- Mejoramiento en proceso de supervisión de contratos actuales, que repercuten en la satisfacción del cliente, por ende, en nuestro posicionamiento en el mercado.

Por la cercanía a la Ley de Garantías, se determina el esfuerzo comercial, al Sector Público teniendo en cuenta que el mercado no conoce el portafolio de servicios.



Para la vigencia reportada, el proceso de ejecución tiene varias ópticas de impacto:



• ESTRATÉGICO

- ✓ **Posicionamiento sector público:** Se consolidó la imagen del Canal en los diferentes entes territoriales, municipales y de nivel central, como mercado objetivo principal, por la facilidad de realizar contratación directa debido a nuestra naturaleza jurídica.
- ✓ **Desarrollo de Nuevos Mercados:** Como mercado secundario encontramos al sector privado, al cual debemos llegar luego de haber abordado la totalidad del sector público, o, en la entrada de la Ley de Garantías para el año 2018.
- ✓ **Responsabilidad Financiera:** Concentrar los esfuerzos en mantener la utilidad proyectada desde el comienzo de un proyecto, teniendo en cuenta que la falta de seguimientos, informes y procesos no permite visualizar la rentabilidad de los contratos interadministrativos ejecutados.

• COMERCIAL

- ✓ **Portafolio y Tarifas:** Se definió el portafolio integral de servicios que Canal Trece tiene para ofrecer a sus clientes. El equipo comercial se apoya en el reel de servicios y el portafolio en PDF que concreta los mismos. Las tarifas de emisión y pauta se siguen cotizando basados en el tarifario entregado por Mercadeo. No obstante, se proyectan cambios en el mismo, para la vigencia 2018.
- ✓ **Base de Datos:** Se fortaleció el proceso de creación de la base de datos, que es el activo más importante para el Canal. Se realizó el mantenimiento y adecuada retroalimentación de la herramienta CRM.
- ✓ **Fidelización:** El equipo comercial junto con las relaciones publicas en apoyo a la gestión, trabajaron diligentemente en la consecución de clientes, pero más aún en el mantenimiento de los clientes actuales, identificando debilidades en el proceso y fortaleciendo las estrategias al interior de la Agencia, con la finalidad de generar fidelización de garantizar las ventas para la próxima vigencia.

- **OPERATIVO**

✓ **Consolidar Equipo de Trabajo:** Para la vigencia 2017 se tuvo un nivel de rotación elevado, no obstante, se consolidó la operación en la medida de las necesidades de la Agencia BTL.

✓ **Diseño e Implementación del proceso:** Por la necesidad de la Agencia, se identificaron los diferentes procesos desde la óptica comercial y la operación de la supervisión.

Teniendo en cuenta la gestión comercial, para el mes de diciembre de 2017, el resultado es el siguiente:

Gestión	Cantidad	Participación
Clientes contactados	374	100%
Clientes visitados	180	48%
Clientes con oferta comercial	104	28%

- **Ventas 2017**

Mes	Valor Ventas	% Participación
Enero	\$8.369.285.425	28,94%
Febrero	\$369.054.339	1,28%
Marzo	\$9.974.714.000	34,49%
Abril	\$997.553.099	3,45%
Mayo	\$325.132.106	1,12%
Junio	\$3.852.322.721	13,32%
Julio	\$188.880.182	0,65%
Agosto	\$2.159.681.119	7,47%
Septiembre	\$153.000.000	0,53%
Octubre	\$57.608.920	0,20%
Noviembre	\$1.599.760.984	5,53%
Diciembre	\$873.734.622	3,02%
Total	\$28.920.727.517	100%



1.5 GESTIÓN DE MERCADEO

En el transcurso del año 2017, Mercadeo se enfocó en el posicionamiento y reconocimiento de la nueva imagen de Canal Trece, la cual se dio a conocer al público y a la audiencia en el marco del Festival Estéreo Picnic 2017, el día 19 de marzo.

Por medio de la gestión de mercadeo y la estrategia planteada para este año, se logró contar con un impacto de exposición y visibilidad de la marca en un 70% de las actividades culturales y musicales más destacadas de Bogotá y las regiones de influencia del Canal.

La estrategia para el año 2017, estaba enfocada a realizar alianzas con socios categorizados de la siguiente manera:

- **Socios Institucionales:** Entidades públicas, distritales que cuentan con una programación cultural la cual es importante incluir dentro de nuestros contenidos audiovisuales, con el fin de promover e incentivar la participación de la ciudadanía en las diferentes plataformas.
- **Socios Mediáticos:** Todos aquellos medios impresos, digitales, de TV y Radio los cuales tienen un interés por hacer un intercambio de pauta a costo \$0 para la promoción de su marca y contenidos.
- **Socios o Promotores de Eventos:** Son todos aquellos promotores de eventos musicales y artísticos de Bogotá y las demás regiones de influencia del Canal.
- **Festivales Culturales:** La propuesta fue hacer mucha presencia de marca de Canal Trece en las regiones de influencia del Canal por medio de la gestión de alianzas con los Festivales Culturales más representativos de la región.

Se hizo efectivas las siguientes alianzas: 30 institucionales, 5 con socios mediáticos, 38 con promotores y también para películas de cine y con 7 festivales culturales que representó un valor de \$4.489.992.408 de aportes en canje.

Se logró un promedio de asistencia de 11.000 mil personas en 27 eventos musicales, principalmente en Bogotá y uno en Villavicencio.

Se hizo presencia de marca en:

- Eventos masivos realizados con nuestros socios institucionales aliados como: Mambo Evento Alive, Banco de la Republica, Feria de Arte Contemporáneo de Odeón, Cámara comercio de Bogotá (Bam, Bomm, Artbo), Teatro Nacional.
- Estrenos de películas comerciales e independientes: Cine Colombia, Century Fox, Tonalá, Laboratorios Black Velvet, Cineplex, Sony Pictures.

Canal Trece realizó el cubrimiento de 8 festivales culturales representativos de la región de cobertura entre los que se encuentran: Chicora Fest en Garzón Huila, Festival folclórico y Reinado Internacional del Bambuco - Neiva – Huila, Festival del Piedemonte amazónico - Florencia – Caquetá, Concurso 13 regional del burro Moniquirá – Boyacá, Festival del Burro - Moniquirá – Boyacá, Festival Internacional de la cultura - Boyacá , Festival folclórico y cultural Río grande Magdalena - Suárez - Tolima , Festival de la Tomatina – Sutamarchan, Festival Pirarucú – Amazonas

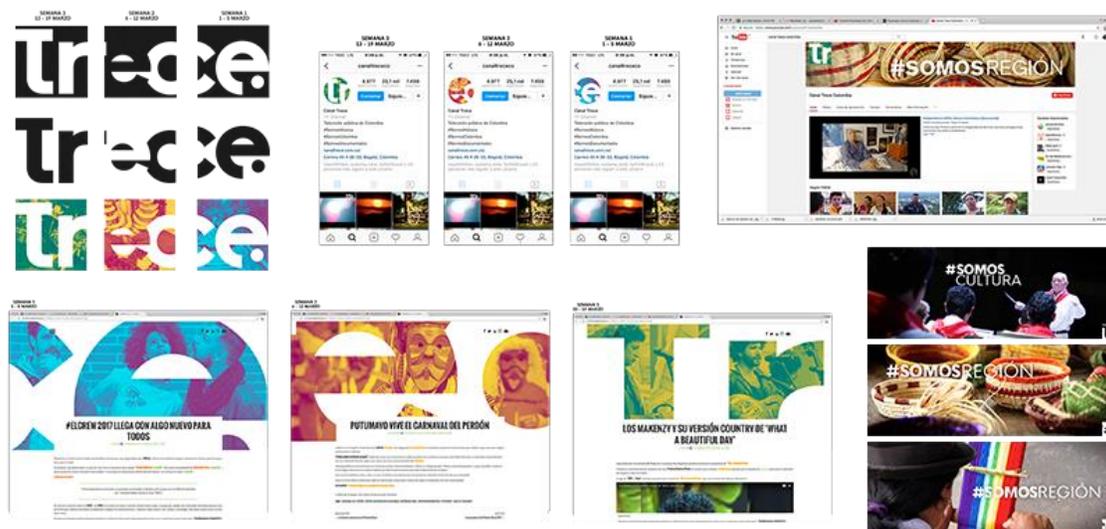
- **Posicionamiento y recordación de la marca Canal Trece:** Circuló en diferentes plataformas y medios de comunicación cuya política editorial de contenidos es afín a la del Canal. Estos medios de comunicación fueron nuestros aliados a la hora de hacer estrategias de promoción de las actividades de promoción y posicionamiento que se realizaba desde el Canal.

Estos fueron: Radiónica y Radio Nacional de Colombia, Revista Rolling Stone, Revista DC, Revista El Mal pensante, Music Machine, Shock.

- **Imagen de Marca Canal Trece:** Junto con Autopromos se aplicó en marzo del 2017 la nueva imagen, se desarrolló en Mercadeo un manual de marca compuesto así:



- ✓ **Desarrollo de Línea Gráfica:** Con un plan de expectativa interna y externa, que comprendieron tres semanas se mostraba el logo por segmentos hasta su revelación final una semana antes de Estéreo Pinic 2017(19 de marzo). Este plan comprendió avatars, headers para redes sociales (facebook, twitter, youtube y página web del canal) además de piezas internas.



✓ Paquete gráfico: El nuevo logo del canal en diferentes formatos(pdf/png) según la necesidad, con ejemplos de uso según aplicación.



Con la entrega de incentivos a nuestros usuarios por medio de los programas y las redes sociales, se logra consolidar una base de datos de 294 usuarios.

Con el posicionamiento y la recordación de la marca mediante la presencia de esta en diferentes espacios y plataformas de exposición en eventos masivos, medios de comunicación y manifestaciones artísticas acordes a la política editorial del Canal, logramos conseguir con nuestros socios y aliados incentivos para acercar a nuestras audiencias y a nuestros usuarios a los eventos musicales más importantes de la ciudad, los llevamos a cine, a teatro, a exposiciones artísticas en galerías de arte, buscamos incentivar la lectura por medio de la entrega de libros.

Descripción	Valor
Eventos musicales	\$ 113.655.000 millones en boletería
Funciones de cine	\$ 3.200.000
Libros Editoriales	\$ 10.000.000
Teatro y Ferias de Arte	\$ 6.060.000

2.

NIVEL MISIONAL

2. NIVEL MISIONAL

2.1. GESTIÓN DE CONTENIDOS

2.1.1. TELEVISIÓN

- ✓ **Definición Política Editorial**
- **Estrategia de Contenidos:**

La Estrategia de Contenidos anual es la base para establecer procedimientos precisos, estables y comunes que guíen el accionar del canal en la siguiente vigencia y a mediano y largo plazo, por esto es necesario que desde la vigencia anterior se plantee una Estrategia de contenidos que cruce variables que se complementen para responder a los principios de diversidad, cobertura e inclusión.

Desde la formulación de dicha Estrategia debe visualizarse no sólo el resultado particular de cada programa, sino su diálogo horizontal y vertical con el resto.

Se definen objetivos, principios, líneas editoriales y ejes temáticos, así como una premisa general de contenidos como punto de partida para generar una Estrategia de contenidos viable, coherente y sólida que a su vez permitiera plantear una identificación de las necesidades y criterios de producción y gestión de contenidos incorporando nuevos procedimientos para el diseño y selección de programas viables que cuenten con calidad temática, narrativa y visual y, que atiendan las necesidades misionales respecto a las audiencias.

Esta estrategia da un valor estructural que atraviesa los temas, formatos, estéticas y enfoques buscando que los contenidos a su vez le den valor a la marca.

- **Conformación del comité editorial de Contenidos:**

Conformado por los líderes de las áreas misionales, cubre las diferentes perspectivas (promoción, comunicación, producción, investigación, realización, digital, mercadeo y programación). Garantizando una interlocución más cercana y amplia entre áreas, permitiendo un conocimiento de las audiencias desde diferentes canales y haciendo viable la definición de manera concertada de las políticas editoriales del canal.

- **Definición de principios editoriales para establecer la pertinencia de contenidos existentes y su permanencia de acuerdo a la nueva estrategia**

La política definida está articulada con los criterios de la televisión pública de universalidad, diversidad, independencia y singularidad, para producir y emitir contenidos de interés y alta calidad basados en el respeto por los televidentes y usuarios, como ciudadanos críticos.

Dado que el canal debe respetar a su público y a la ciudadanía, así como la dignidad de todas las personas y comunidades, sus manifestaciones, sus creencias, sus modos de ver el mundo y los oficios que ejercen, se plantea la no pertinencia de contenidos que sugieran cualquier tipo de discriminación de sexo, raza, origen, religión y discapacidad, así como la exageración y la burla que afecten la honra y personalidad de los individuos y las comunidades.

También se evitan apologías de los delitos y prácticas ofensivas para con los sujetos: apologías de la piratería, la drogadicción, el alcoholismo, el sexo irresponsable, etc.

La curaduría de contenidos velará porque los contenidos emitidos no sean racistas, ni sexistas, ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con género, raza, orientación sexual política o grupo étnico alguno.

✓ **Definición de metodologías para alinear y reorientar los contenidos de Canal Trece con los principios de la Televisión pública y su misión (cambio de pantalla)**

- **Introducción a la proyección de formatos de ficción e infantiles.**

Se explora e implementa la modalidad de coproducción con el fin de desarrollar contenidos de Ficción e Infantiles, formatos en los que el Canal Trece no ha incursionado. según las nuevas consideraciones de asignación de recursos de la ANTV.

En un futuro próximo desarrollar propuestas de contenidos de ficción e infantiles 'inhouse'

A través de la ficción, la animación y la música es posible crear contenidos innovadores y pertinentes para varias audiencias, en el que converja el entretenimiento y la educación, a través de personajes e historias que relaten nuestra cultura o representen la realidad a través de enseñanzas y mensajes que se transmiten a través de metáforas.

- **Contenidos desde la región.**

Un canal regional no tiene solo la obligación de representar a su región, darla a conocer sino también busca el desarrollo de la industria audiovisual local.

Al Canal le interesa reflejar en su programación una amplia gama de posibilidades que incluye perspectivas de diversidad cultural, diversidad geográfica, diversidad étnica, y lingüística, biodiversidad, así como la diversidad de género en sus regiones de influencia. Así mismo, puntos de vista plurales y la comprensión de lo diferente como una riqueza y una oportunidad; todo esto representado desde una mirada verdadera, no exotista ni centralista.

Es por esto, que el Canal inicia un plan para contar con realizadores audiovisuales con origen y residencia en cada uno de los nueve departamentos de influencia para que como corresponsales, nos aporten contenidos detallados desde las regiones aportando al fortalecimiento de la industria.

- **Definición política musical:**

El promover la difusión de los diferentes géneros musicales es una contribución a los procesos de convivencia y reconocimiento del otro.

En Canal Trece debe darse prioridad, particularmente, a la música de la región, de carácter independiente, que contribuya a que la audiencia amplíe sus fronteras locales y a valorar los exponentes nuevos, así como reforzar el trabajo que se realiza en el ámbito del fortalecimiento cultural. Por lo tanto se promoverá la música local y se procurará realizar grabaciones de los músicos regionales.

- **Fortalecimiento de la calidad.**

Se introduce programación con énfasis temático, con el fin de ofrecer y comunicar a los usuarios una programación más ordenada y clara.

Respecto a los contenidos se logran propuestas mejor pensadas desde lo conceptual y respecto a su espacio de emisión.

Se definen formatos viables que representan mejor los objetivos e intereses del canal atados a los ejes temáticos y relacionados con su función dentro de la programación.

Se piensa en contenidos perdurables que aporten a la producción de programas que queden como documentos de memoria para el país.

Se considera la coproducción, la producción asociada y las alianzas estratégicas como una alternativa de optimizar recursos y conseguir contenidos afines para la parrilla del Canal.

Se gestionaron alianzas para tener contenidos de pantalla producidos para emitirse en la pantalla de Canal Trece.

Se diseñó la programación de los contenidos financiados con los recursos de la ANTV, seis programas estaban al aire: Sistema Sonoro, Directo Cultura, Cronografía, Somos Región, El Crew, Toma el Control.



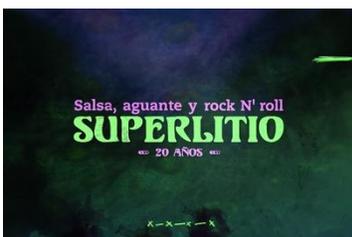
- **Sistema Sonoro:** es un viaje sin límites ni fronteras en el cual todos los días recorreremos latitudes y universos musicales que van escribiendo a diario una historia en la que recordamos la herencia, pero en la que también descubrimos el talento. Una cita en la que hablamos de actualidad, pero también recordamos el legado de los grandes. Una conversación musical en la que creamos memoria, pero también damos a conocer lo nuevo y más relevante.
- **El Crew:** es el programa editorial de Canal Trece en la que se visibiliza la cultura, el arte, la música y los temas de actualidad que marcan la agenda nacional y que brinda la posibilidad de contacto con las audiencias. Es un contenido en formato magazín convertido en la voz oficial de Canal Trece y que se presenta en directo de lunes a viernes con invitados en estudio.
- **Directo Cultura:** se convierte en un contenido cultural por excelencia en el que se destaca la actualidad, los eventos, las tendencias, pero también las tradiciones y expresiones artísticas que, junto con las historias, dan muestra de la diversidad nacional y sobre todo de los departamentos que hacen parte de la región de influencia de Canal Trece.
- **Somos Región** es una serie documental que registra los viajes de César “el de Tabio”, quien recorre los 9 departamentos que hacen parte de la región de Canal Trece (Cundinamarca, Boyacá, Huila, Tolima, Putumayo, Meta, Caquetá, Casanare y Guaviare), destacando los valores culturales, las costumbres e idiosincrasia de estas regiones y su aporte en la construcción de una sociedad multicultural. Es la posibilidad de diálogo y de participación de las regiones que hacen parte de Canal Trece. En el programa se destaca

la cotidianidad de sus gentes y a partir de allí sus lugares, folclor, gastronomía, artes y modos de ver la vida. Es un encuentro con nuestros territorios y un viaje que pretende descubrir las realidades y maravillas de nuestra región.



- **Toma el Control:** es el espacio de la defensoría del televidente que pretende reflexionar sobre los temas de interés para los públicos de Canal Trece. Es mediante el diálogo y el debate que se busca analizar los diversos asuntos que importan a las audiencias y hacen parte del diario vivir como consumidores de contenidos educativos y culturales. En el programa se busca involucrar de manera permanente a las audiencias en tornos a sus inquietudes y puntos de vista. Toma el Control es un contenido pedagógico e incluyente para la formación de televidentes críticos.
- **Cronografía:** Es una serie de microprogramas que relaciona los hechos históricos de Colombia y el mundo con diferentes expresiones culturales a través de pequeñas historias aún no contadas. Valiéndonos de la herramienta gráfica y de técnica mixta, creamos un universo ilustrado sobre grandes hitos de la historia colombiana construyendo memoria de una manera entretenida.

Durante el año 2017 se avanzó en la producción de contenidos especiales los siguientes llegaron a su respectiva emisión:



- **El Circo de Cónsul:** Reportaje audiovisual de 1 hora de duración. Idea central o storyline: El Canal Trece acompaña a Consulado Popular en un ejercicio de memoria y de celebración de la música hecha en Colombia. Con el especial “El circo del cónsul” se visibiliza el camino de las producciones discográficas de Consulado Popular, sus giras, su estética, sus conciertos y su apuesta por la autogestión mediante su web show, su estación de radio independiente y su Festival ambulante que ha partido de Bogotá y ha llegado a diferentes plazas de todo el país.
- **Salsa, aguante y Rock N´Roll - Superlitio 20 años:** Documental de 70 minutos de duración. Idea central o storyline: A 20 años del lanzamiento del primer disco de Superlitio, “Marciana”, se celebran dos décadas de la música de Superlitio. El Canal Trece los acompaña en un ejercicio de memoria y de celebración de la música hecha en Colombia. En el especial “Salsa, aguante y Rock N´Roll - Superlitio 20 años” se cuenta parte de su historia, el camino de las producciones discográficas de Superlitio, sus giras y la experiencia rockera universal de Cali para el mundo.

- **Systema Solar, una década de fiesta Bebenáutika:** Documental de 1 hora de duración. Idea central o storyline: En el marco de #SomosMusica y 10 años de los inicios del colectivo Systema Solar, el Canal Trece presenta el especial “Systema Solar, una década de fiesta Bebenáutika” que busca mostrar el camino de las producciones discográficas de Systema Solar, sus giras, su estética, sus conciertos y todo aquello que ha hecho que el universo afrocaribeño se expanda a millones de galaxias, desde la mística de la Sierra Nevada hasta las calles grises de la ciudad, inundadas por la electrónica y el hip hop.

A través de contratos interadministrativos por encargo de MinTic se realizaron las siguientes producciones:



- **Link:** Es un magazín que explora la ciencia y tecnología como un elemento social que define al individuo y su entorno, analizando su relación y las experiencias y situaciones que en ella se dan.

Es necesario entender dónde, cómo y porqué de esta vida conectada que es mucho más que redes sociales, cómo nos protegemos, quién es dueño de la información, ¿hay redes que no conocemos?, pero también cómo nos divertimos y cómo nos enfrentamos a estar conectados y para donde vamos (o para dónde nos llevan). Estamos conectados con el mundo y no nos podemos quedar atrás.

- **Mundo Hacker:** Es un programa realizado por hackers profesionales (no actores) de reconocido prestigio internacional y/o nacional busca como objetivo principal explicar a la audiencia como el crimen organizado alrededor de internet opera, demostrar a los ciudadanos como actúan estos criminales y prevenir mediante consejos a la audiencia para evitar o impedir en la medida de lo posible que ellos sean la futura víctima.

Tiene una finalidad muy concreta: mostrar sobre una temática concreta los peligros digitales existentes, de manos de profesionales en la materia, para el conocimiento de los ciudadanos y mediante consejos y buenas prácticas ayudar a prevenirlos y a protegerlos.

- **Kids Choice Awards:** Es un formato de Nickelodeon, el canal infantil de Viacom. Es la única premiación donde el jurado son los niños y jóvenes, quienes premian el mundo que los divierte y se pronuncian a cerca de quienes reconocen como sus referentes, fue la cuarta edición del show en Colombia.

Este programa conllevó al canal a recibir conocimientos nuevos y emprendedores sobre cómo hacer eventos de premiación, cómo generar mayor participación de su audiencia y como promover un programa de este formato que enriquece la parrilla desde su propuesta innovadora y entretenida con un componente transmidiático que aportó a visibilizar al Canal en un entorno integral o 360 que redundó en oportunidades de posicionamiento de marca.

El Canal Trece también ve el evento como una oportunidad para fortalecer su compromiso social, a través de iniciativas públicas de uso responsable del internet adhiriéndose a las campañas que a este

respecto tiene el MinTIC, aprovechando este tipo de espacios para hablarle de manera cercana a audiencias específicas y visibilizando este interés de responsabilidad social que además tiene alcance a otros escenarios afines como Colombia 4.0.

Se diseñaron, publicaron y adjudicaron 3 convocatorias regionales sobre Costumbres poco convencionales de la Región, Expedición Botánica en tiempos de Posconflicto (Series) y un documental unitario sobre La Música en la Región de Canal Trece.

No.	Fecha		Medios de divulgación	Programa convocado	Proponentes	Ganador	No. Contrato
	Apertura	Cierre					
002-2017- proyecto 1	18-may- 17	9-jun-17	Página web Canal Trece Promo Canal Trece	El productor se obliga con Teveandina Ltda., a realizar el diseño, investigación, producción , y postproducción de una serie documental con el tema " Diario de viajes - Expedición botánica en tiempos de posconflicto	Virtual Tv comunicaciones La Red Ilm Miranda Producciones Tayfer de colombia Ltda Pedro Pablo Tatty Bolaños	TAYFER DE COLOMBIA	342-2017
003-2017- Proyecto 1	19-jul-17	4-ago-17	Página web canal trece SECOP I Promo Canal Trece	Serie documental., Tema: costumbres y practicas pocos convencionales de la región	Dieciséis 9 films SAS	Dieciséis 9 films SAS	418-2017
004-2017	27-oct-17	13-oct-17	Página web canal trece	Diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de un documental regional bajo la modalidad de producción por encargo	BLUEMOON FILMS S.A. S	VIRTUAL TELEVISION LTDA	504-2017

En la edición número 34 de los premios India Catalina se obtuvo dos nominaciones en las categorías:

- Mejor Director Musical: Documental "Salsa, aguante y rock and roll Superlitio 20 años"
- Mejor Fotógrafo: Mundo Hacker

2.1.2. PROMOCIÓN

Se realizó la producción de piezas publicitarias para la aplicación, visibilización y posicionamiento de la evolución de la marca.

Durante todo el año se crearon IDS y piezas temáticas distribuidas así:

- 1 ID revelación de marca
- Por cada mes una pieza temática

FEBRERO: CULTURA

Se desarrolló una pieza en torno a la cultura con imágenes de algunos eventos o sitios a los que hemos asistido ejemplo: museos, calles, artbo, feria del libro, BAM, BOmm, entre otros.

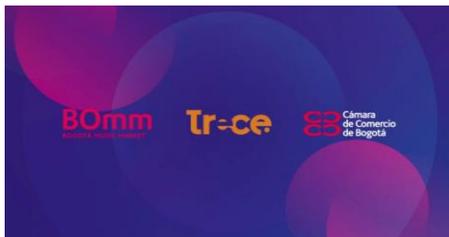


MARZO: ESTIVAL ESTÉREO PICNIC

Se desarrolló una pieza mostrando que somos un canal musical y que los acompañamos a todos en los mejores eventos de la ciudad.

MAYO: SOMOS

Se desarrolló una pieza mostrando todo lo que somos como Canal Trece, mostramos un viaje a través de nuestra región, la Música y la cultura.



JUNIO: MÚSICA

Se desarrolló una pieza mostrando todos los eventos musicales a los que Canal Trece ha asistido, Estéreo picnic, Bomm, consulado popular, especiales de somos música.

JULIO: MEMORIA

Se desarrolló una pieza con apoyos de museos, historia y lugares relevantes de nuestra región.



	<p>SEPTIEMBRE: PATRIMONIO Se desarrolló una pieza mostrando la arquitectura y los lugares emblemáticos de la región.</p>
<p>OCTUBRE: ARTE Se desarrollo una pieza mostrando los eventos y lugares en los que Canal Trece estuvo presente que mostraban que el arte y el Canal estaban ligados.</p>	
	<p>NOVIEMBRE: MÚSICA Se desarrollaron piezas musicales mostrando que durante noviembre y diciembre iba a estar el canal ligado a la música con el especial de Superlitio, Consulado popular, Ultrágeno y Systema Solar.</p>
<p>DICIEMBRE: TECNOLOGÍA Se desarrolló una pieza mostrando los programas tecnológicos de nuestro canal como Link y Mundo Hacker.</p>	

Se produjeron 3 piezas de promoción para apoyar la estrategia de consolidación y reconocimiento del carácter regional del Canal Trece

<p>FEBRERO: SOMOS REGIONES Se realizó una pieza de región donde mostrábamos un viaje a través de los 9 departamentos a los que llega Canal Trece.</p>	
--	--

	<p>Junio: Somos Llano Se realizó una pieza con la música de Iván Benavides donde mostrábamos lo mejor del llano y por qué nos sentíamos parte de ese departamento.</p>
<p>Noviembre: Somos Cultura Se realizó una pieza donde mostrábamos como se visibilizaba la cultura a través de todos los departamentos.</p>	

Para promocionar se realizaron piezas y se diseñó estrategias de promoción por cada uno de estos eventos que se dieron alrededor de todo 2017:

<p>FESTIVAL ESTÉREO PICNIC: Promos de expectativa y lanzamiento llamando a los fanáticos de la música a no perderse la transmisión del evento más importante de la música en general.</p>	
<p>ROCK AL PARQUE Promos de expectativa y lanzamiento llamando a ver el evento gratuito más grande del país.</p>	
<p>BATALLA DE GALLOS Promos de expectativa y lanzamiento de la transmisión del evento de Hip Hop más grande de Colombia.</p>	
<p>AL PELUCHE Promos de lanzamiento invitando al evento al peluche donde uno de los protagonistas iba a ser nuestro programa infantil "Un bosque encantado".</p>	

Se realizó la producción de piezas de micro contenidos formativos que puedan interesar a potenciales aliados o patrocinadores como producto o como formato adaptado a la medida.

<p>Se realizó una promo para personas sordas e hipoacúsicas. Cápsulas para tv de 2 a 5 minutos Recortes 1, Recortes 2 y Recortes 3 piezas individuales mostrando personas emblemáticas del arte y la música.</p>	
---	--

Se realizó propuestas con un componente altamente creativo según las solicitudes de la Agencia BTL.

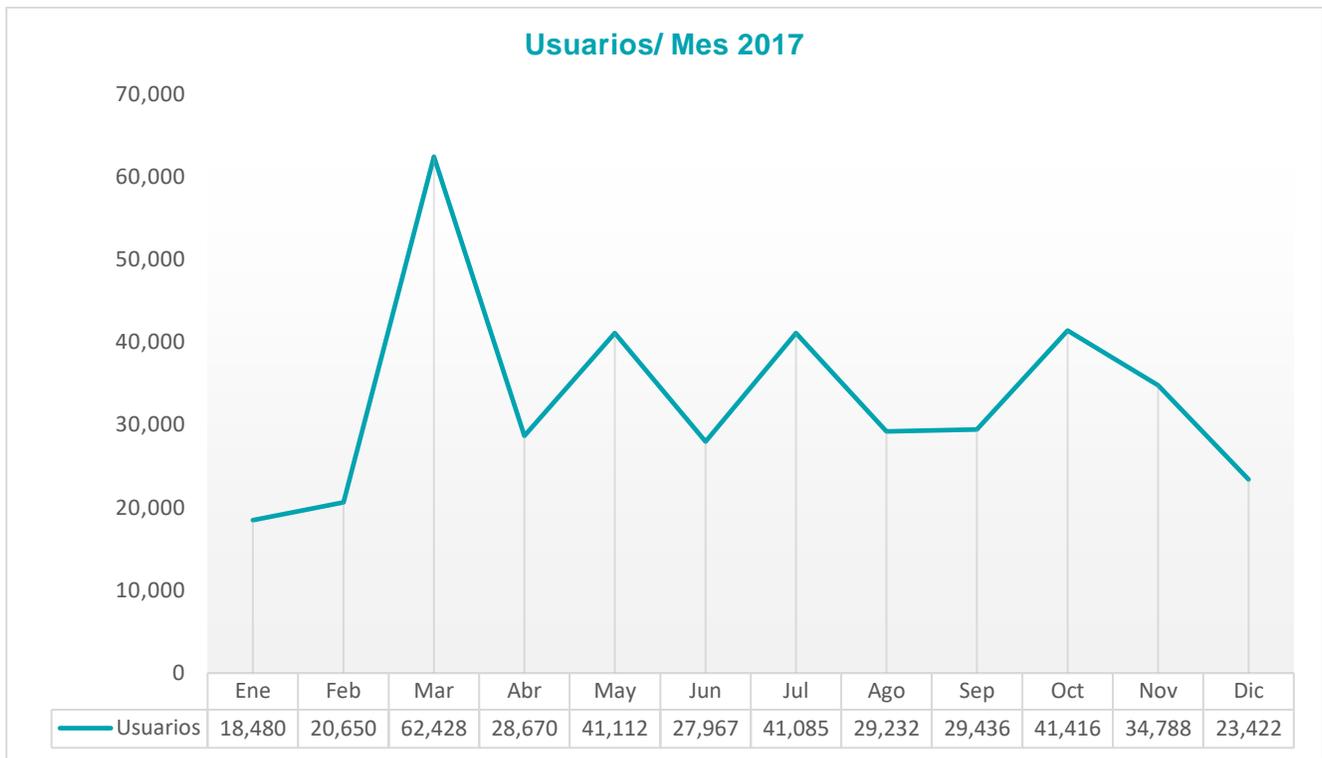
<p>Reel de venta para BTL Se realizó un reel de venta donde se mostraba los logros del Canal, su filosofía lo que hemos logrado y su visión.</p>	
<p>Reel de Canal Se realizó un reel de canal para mostrar los 9 departamentos a los que llegamos y lo que hemos logrado con nuestros contenidos.</p>	

2.1.3. DIGITAL

Durante 2017 se usó la plataforma antigua (www.canaltr3ce.co) sin optimización de desarrollo sobre la misma, con dos periodistas multimedia creando contenido y moviéndolo en redes sociales. El posicionamiento fue netamente orgánico con un tráfico diario de 100 usuarios promedio día hábil laboral y 50 usuarios para fin de semana.

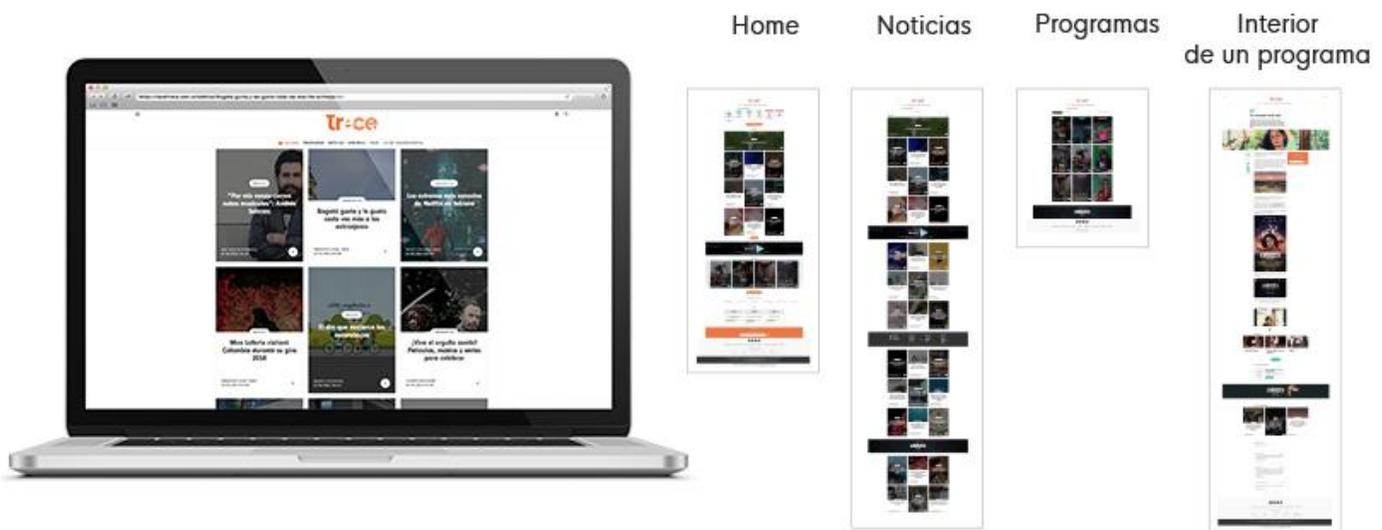
El documento control de estos datos sale de Google Analytics. Debido al cambio de marca en la cual no se usa más el número tres (3) dentro del logotipo del canal, el posicionamiento orgánico de la nueva marca se ve afectado "castigando" las búsquedas que de la marca se hacen.

El mes de marzo se muestra un aumento significativo de usuarios debido a la estrategia SEM (Search Engine Marketing) de la Transmisión del Festival Estéreo Picnic.



- **Sitio Web**

Canal Trece debe adaptarse a los consumos actuales y venideros de contenidos, debe modernizar su comunicación de cara a las audiencias y debe entender la forma en la cual dichos contenidos se consumen, por tal motivo se desarrolla el proyecto de creación de un sitio web robusto que sirva a la entidad como puerta de entrada y de salida de la creación de contenidos propios.



La solución web del canal cumple con los siguientes objetivos:

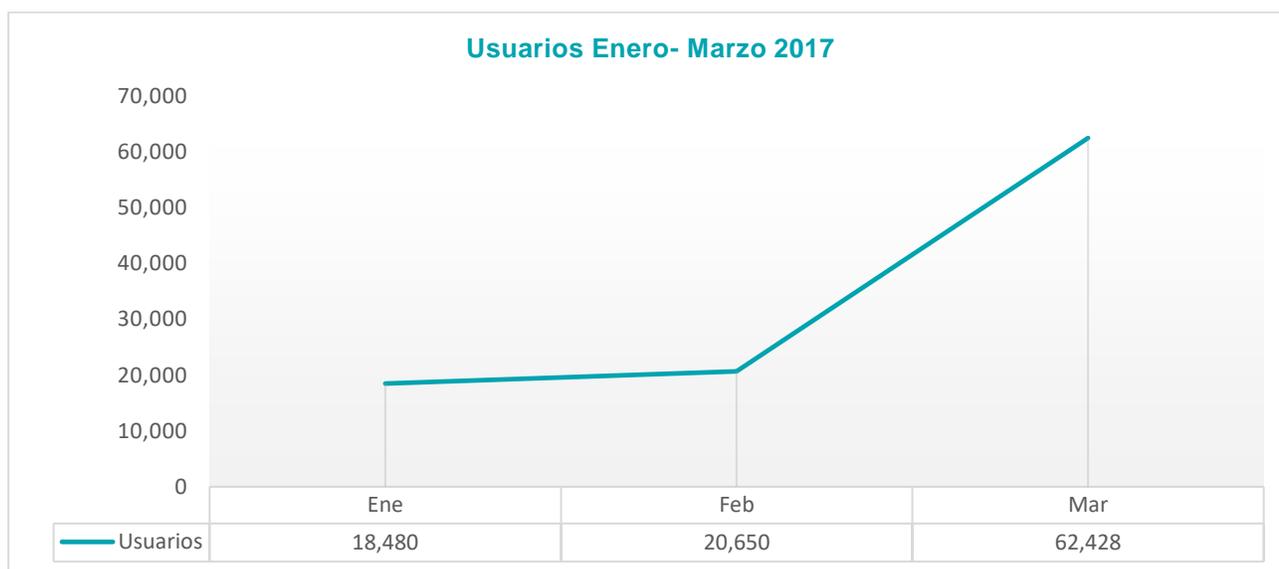
- ✓ Ser medio de comunicación digital con la posibilidad de creación de contenidos independientes de la pantalla, artículos, especiales, columnas con estilos definidos y con la posibilidad de manejar recursos multimedia a discreción.
- ✓ Reflejar la parrilla de programación de tv en la web con una grilla administrable, apartados especiales para los programas y repositorio de consumos de video por demanda embebido de plataformas externas emulando así un servicio OTT.
- ✓ Brindar solución a los requerimientos de ley de transparencia en la cual los archivos de la entidad deben ser de libre acceso a la ciudadanía. La plataforma debe garantizar este acceso a los usuarios finales y para ello debe cumplir con la creación de usuarios staff (según organigrama) que subirán estos documentos a una plataforma que cumpla con estándares de seguridad.
- ✓ Visibilizar los hitos y tarifas de la agencia BTL en un apartado especial administrable de la plataforma.

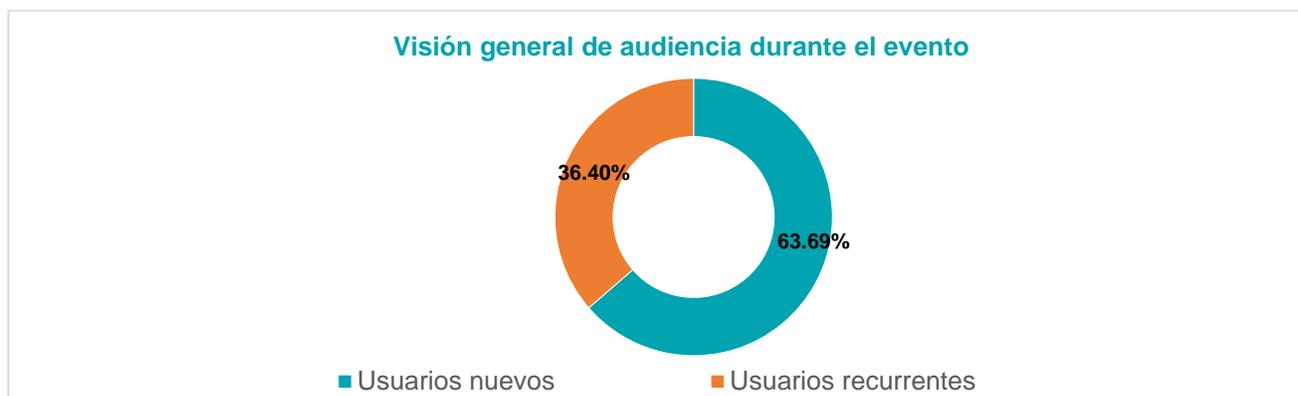
En el desarrollo de la solución web del canal se tuvieron en cuenta los aspectos de carga rápida que asegure la permanencia de los usuarios en la plataforma; esta carga eficiente se da gracias a muchos factores: imágenes bajas de peso, el uso racional de embebidos y un buen uso de las bases de datos, entre otros, obteniendo un 100% de flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades del canal y mayor seguridad y rapidez en la carga sea cual sea el contenido.

Para el desarrollo de la solución web se creó el mapa del sitio web sobre el cual se crearon las páginas y secciones de este, además un manual de uso del sitio.

- **Posicionamiento en motores de búsqueda**

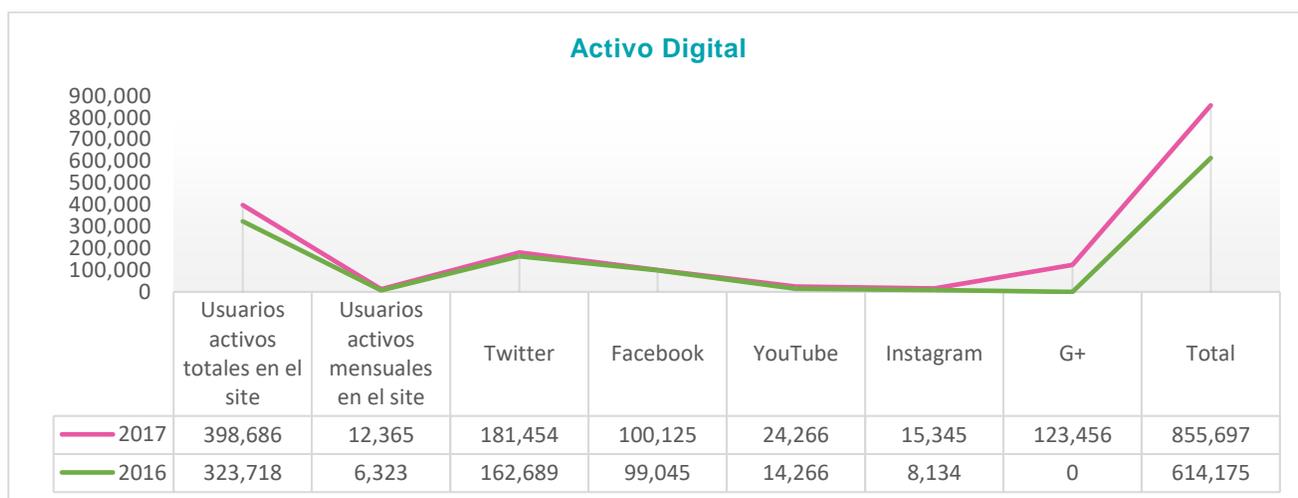
Es la aplicación de una estrategia técnica y de comunicación que lleve el mensaje a más personas en la red, para ello durante la transmisión del Festival Estéreo Picnic 2017 se implantó la estrategia de posicionamiento con los siguientes resultados:





Activo Digital

Durante el 2017 se logró incrementar el activo digital del canal en un 39% como se muestra a continuación:



Se presentó un incremento en: Usuarios activos mensuales en el site 96%, Instagram 89%, YouTube 70%.

2.2. GESTIÓN DE PROGRAMACIÓN.

2.2.1. PARRILLA DE PROGRAMACIÓN.

La parrilla de programación del Canal Trece refleja al aire la política editorial de un Canal más creativo, competitivo y con un alto estándar de calidad.

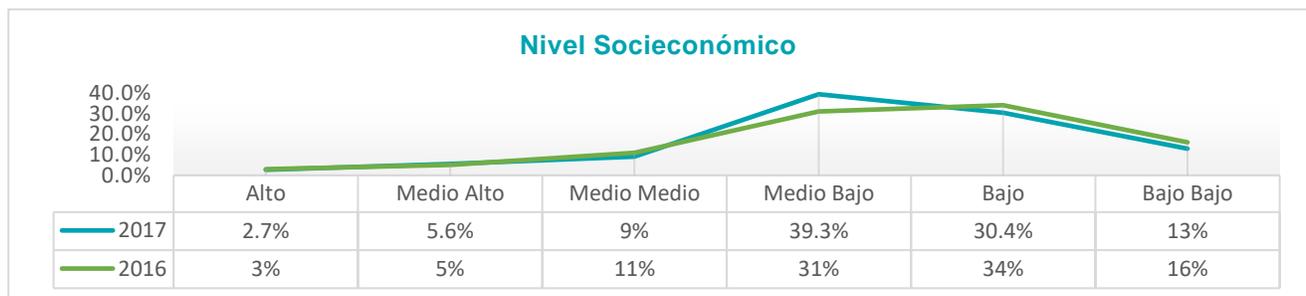
Gestión de la Programación coordina la continuidad de emisión de los contenidos del servicio de televisión de Canal Trece, velando porque todos los productos audiovisuales que se difundan estén alineados a los criterios de calidad y de la normatividad para la generación y producción audiovisual. En promedio mensual se emiten 720 horas de programación, Cada semana 35 horas promedio de programación nueva en genero magazín, animación, y documental con emisión diaria o semanal en horario habitual, principalmente en la franja prime time y 95 horas de contenido musical a lo largo de la parrilla semanal.

El 100 % de la parrilla entre las 6am y las 10pm son contenidos para toda la familia y cuentan con sistemas de acceso a la población con discapacidad auditiva. El 11% está dedicada a la audiencia infantil, 5% a las minorías étnicas y el 10% a los jóvenes y adolescentes.

De la totalidad de la parrilla, el 95% de contenidos que emite el canal son de origen nacional y un 5% de internacional. La composición de las temáticas de los programas es de pertinencia regional por producción propia, vinculada (licenciamientos), terceros (venta de espacios) y retransmisión (transmisión de eventos culturales producidos por otros canales públicos) que comunican la vida social, formación ciudadana, diversidad cultural, identidad nacional, regional o local y preservación del patrimonio.

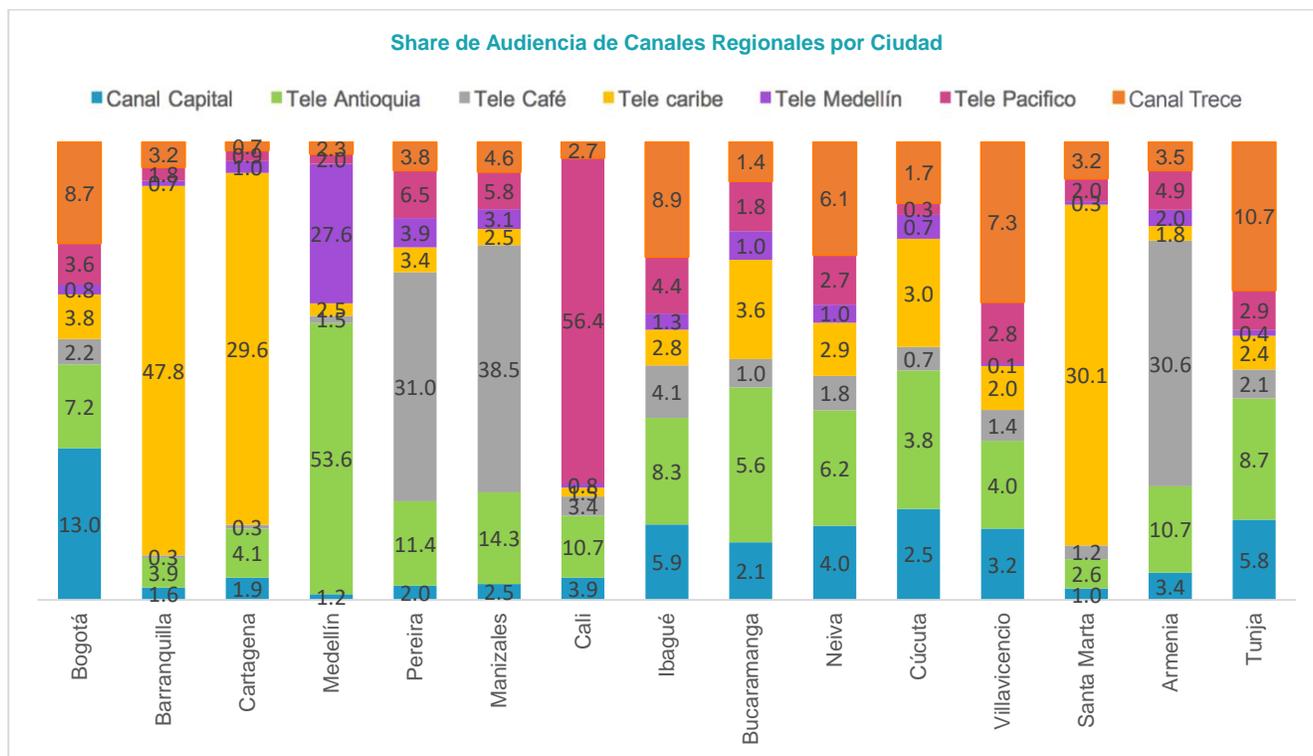
2.2.2. AUDIENCIAS

Para Teveandina Ltda. – Canal Trece es fundamental la población en la cual se enfoca la parrilla de programación. Según la medición de la audiencia, se evidenció que esta se sitúa principalmente en los estratos medios y bajos, como se presenta a continuación:

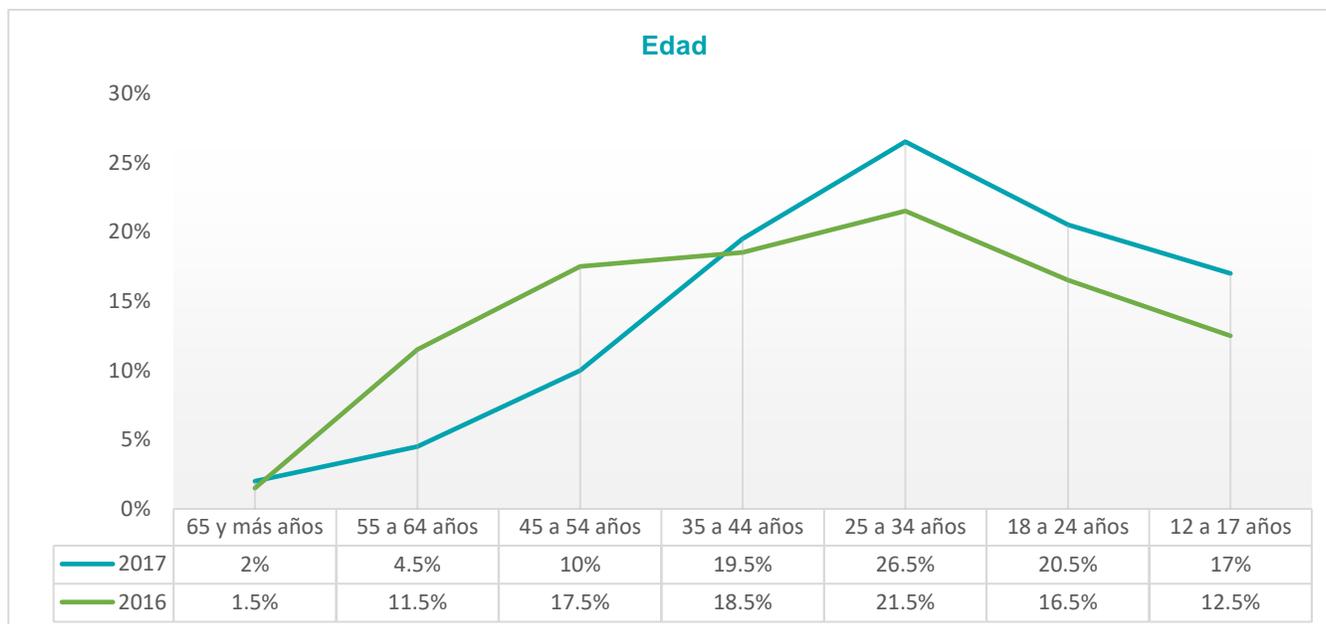


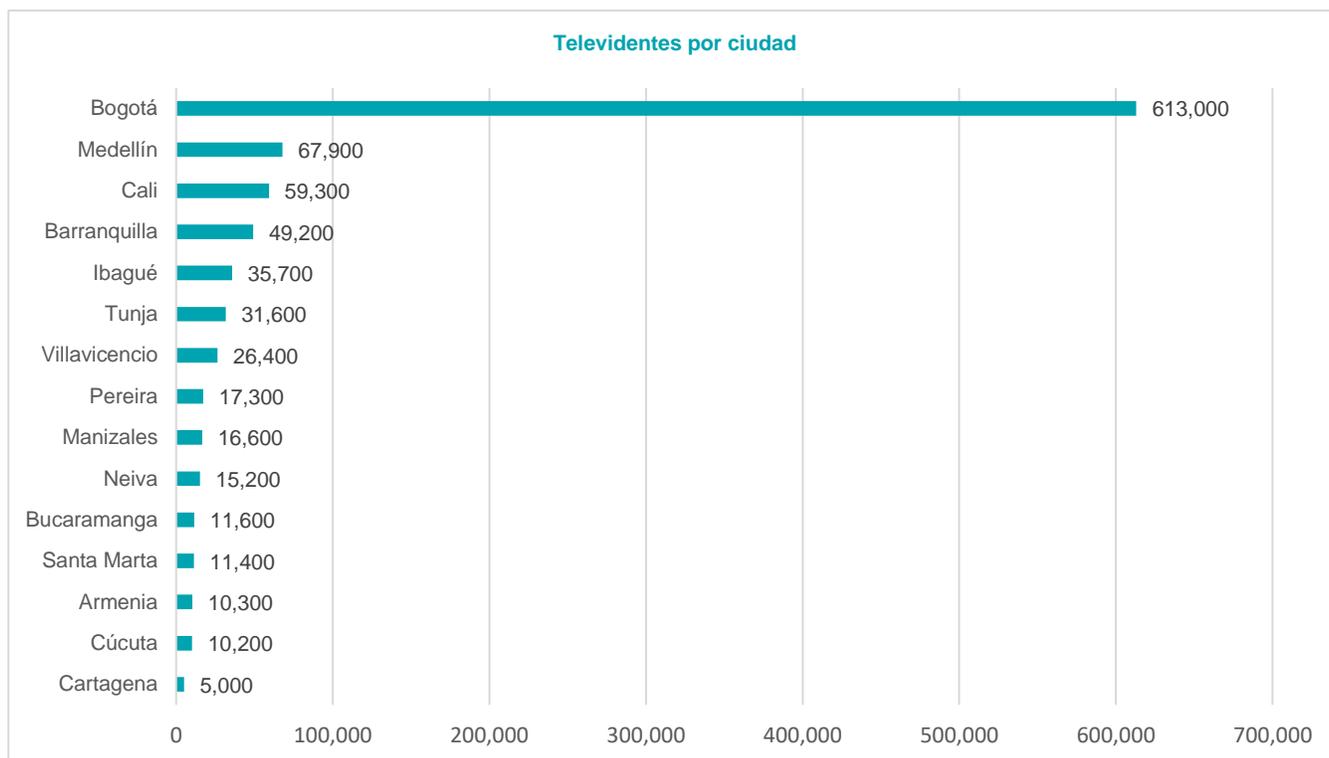
Para valorar las mediciones de la audiencia, la fuente central de información es el Estudio General de Medios realizado por la ACIM, el cual tiene como grupo objetivo a los hombres y mujeres entre 12 años y 69 años, de los estratos 1 al 6 de las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Ibagué, Neiva, Santa Marta, Armenia, Cúcuta, Manizales, Villavicencio y Tunja, incluyendo sus áreas metropolitanas, para un total de 50 municipios y estima a 18,4 millones de personas en 2017. En relación con la audiencia de la televisión pública en Colombia, según las mediciones realizadas en tres momentos o cortes del año 2017 (denominados olas), se puede apreciar el comparativo entre todos los

canales regionales en las diferentes zonas del país, como se ilustra a continuación desde el Estudio General de Medios:

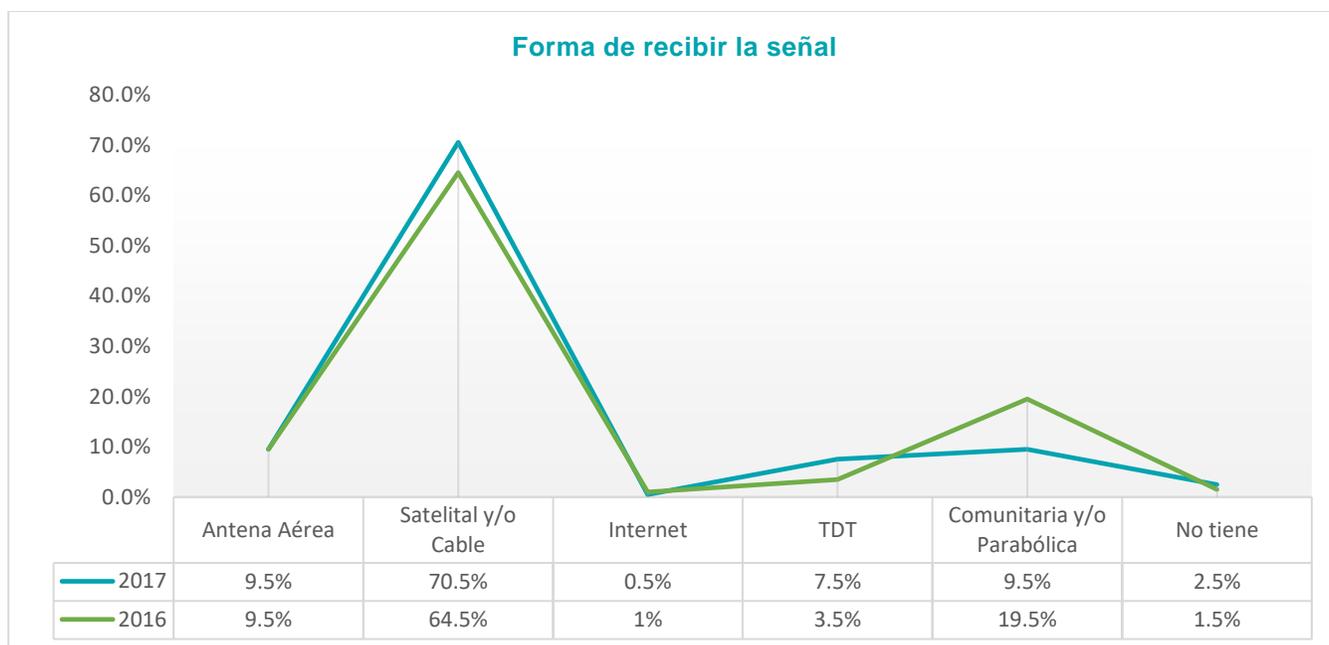


En cuanto a grupos etarios, la audiencia de Canal Trece se sitúa con mayor participación en edades comprendidas entre los 25 a 34 años y los 18 a 24. Sin embargo, también cuenta, en menor proporción, con audiencia en edades superiores a los 45 años de edad. Esta información se puede apreciar en la siguiente gráfica:

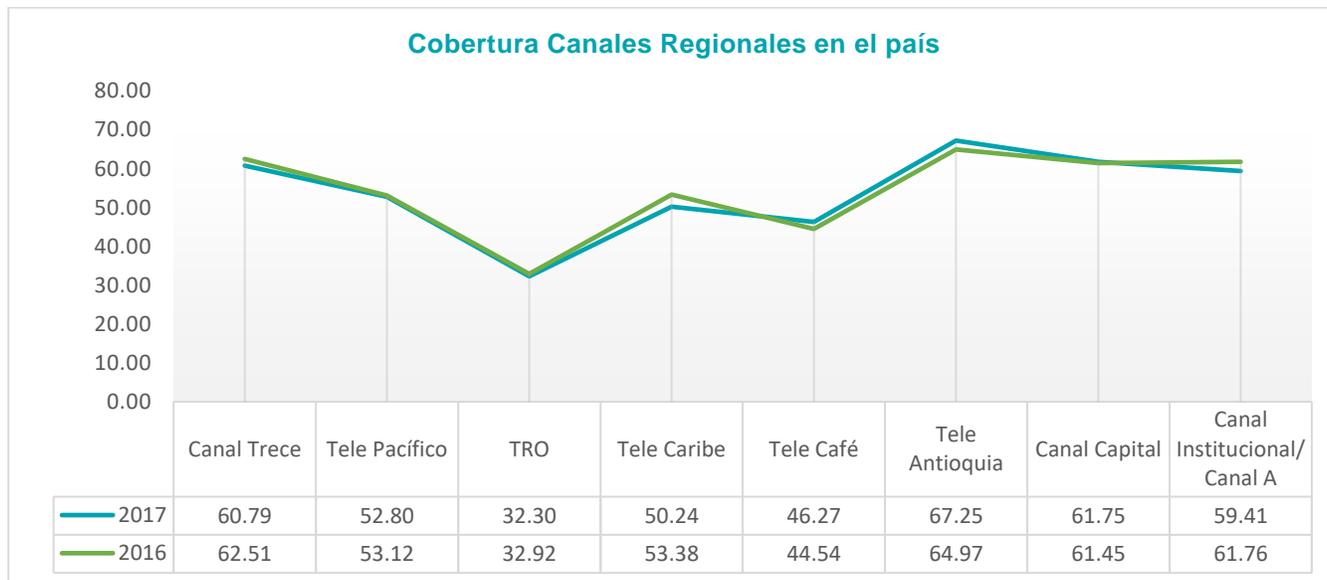




En cuanto a la forma en como las personas que tienen entre la oferta de canales a CANAL TRECE, la audiencia se sitúa con mayor forma de recepción en señal vía cable y comunitaria y/o parabólica. Sin embargo, también cuenta, en menor proporción, internet, antena aérea y TDT. Esta información se puede apreciar en la siguiente gráfica:



En cuanto la cobertura de los canales regionales colombianos que reciben las personas en su hogar, Canal Trece se sitúa como el tercer canal con mayor cobertura según declaran los colombianos ponderados en este estudio. Esta información se puede apreciar en la siguiente gráfica:



2.3. GESTIÓN DE PRODUCCIÓN

Se ejecutaron 6 programas con los recursos asignados de la ANTV según Resolución No.005 de 2017.

Nombre actual	Recursos ANTV
Sistema Sonoro	\$ 693.224.109
El Crew	\$ 643.367.282
Directo Cultura	\$ 918.216.583
Somos Región	\$ 316.983.528
Toma el Control	\$ 532.890.939
Cronografía	\$ 214.107.911
Total	\$ 3.318.790.352

Se cumplió con el número comprometido de capítulos por cada programa desde la producción y la emisión. Cada proyecto entrega los capítulos a programación con las especificaciones técnicas del caso para que sean revisados y garantizar su emisión al aire.

Los programas son entregados en los tiempos sugeridos y de esta manera cumplir con la parrilla y los horarios del canal.

En lo que respecta a las grabaciones con equipos de cámara portátil, se debe primero indicar que obedecen a una programación diaria de acuerdo con las solicitudes de los productores de cada programa y según las propuestas en el contenido de estos. De esta manera se hace eficiente el recurso al tener el control de los turnos por cada proyecto y para establecer las necesidades requeridas en cada caso.

El registro del número de horas para cada programa según sus necesidades y solicitudes se realiza mensualmente y se consolida trimestralmente.

En lo que tiene que ver con la postproducción de los proyectos se debe destacar lo relacionado a los procesos de edición, considerado uno de los más importantes momentos dentro de la producción de contenidos y en donde se ejecuta el montaje de los diversos elementos que componen el producto audiovisual.

En cada proyecto se elaboró la respectiva planeación mediante la solicitud de turnos de acuerdo con sus necesidades de ejecución. De esta forma se gestiona, primero el equipo de visualización para construir la sabana o guía de edición y a partir de allí se asigna la sala de edición con su respectivo operador o editor para que se propicie el trabajo creativo y procedimental y de esta manera sacar adelante el contenido con las características técnicas y narrativas que se requieren.

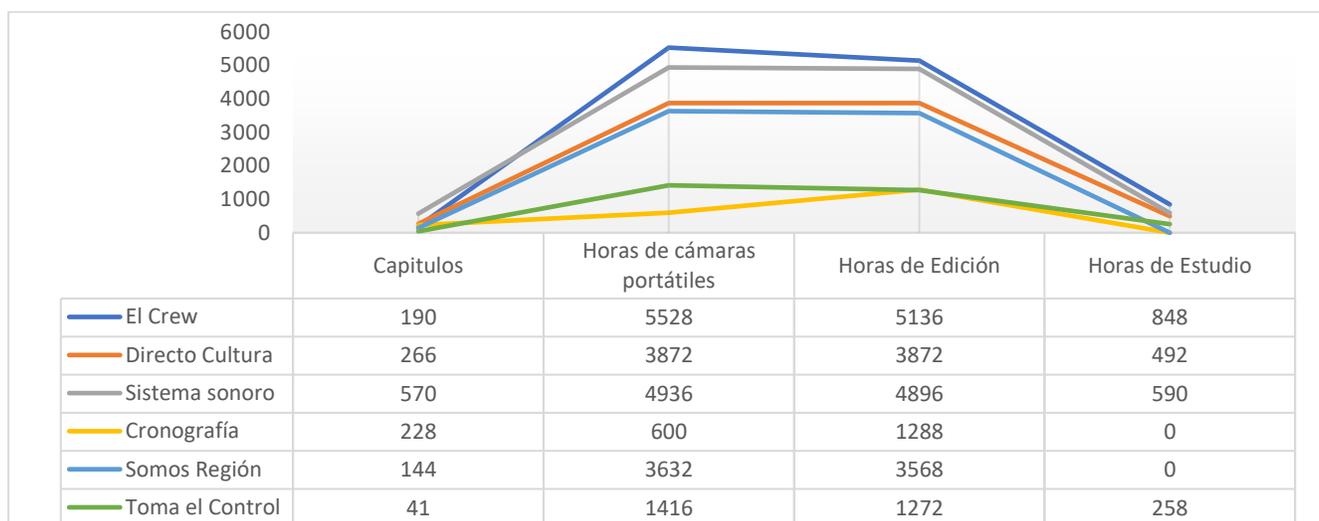
Cada caso se ejecutó con el rigor para ser eficientes en el proceso y elaborar los contenidos en las condiciones más favorables.

En el tema del estudio es importante indicar que Canal Trece cuenta con un espacio de 144 M2 adaptado profesionalmente y que incluye un máster de producción con switcher, 3 cámaras HD, micrófonos inalámbricos duros, micrófonos inalámbricos solapa, consola de sonido, parrilla de luces, intercom, generador de caracteres y VTR.

Durante el 2017 se generaron múltiples y diversos contenidos que contaban con el personal idóneo para su ejecución entre los que se cuentan: ingeniero de soporte, director de cámaras, camarógrafos, asistentes de cámara, sonidista, auxiliar de sonido, operador de VTR, generador de caracteres y asistentes de escenografía.

Cada programa contaba con su turno o espacio de estudio para las diferentes necesidades de grabación, el cual estaba soportado con condiciones de uso y disponibilidad de espacios para lo cual se acudió a elaborar una distribución en días y horarios y de esta forma garantizar su usabilidad y eficiencia en el recurso.

A continuación, se muestra el consolidado por programa de los capítulos producidos y horas de cámara, edición y estudio usadas en el 2017:



Desde el estudio se organizó al equipo humano para ejecutar las grabaciones, las cuales se fueron satisfaciendo en orden y control. Desde los reportes, controles y diseños de producción se elaboraron esquemas y procesos para garantizar la óptima elaboración de los contenidos, prestar servicios a terceros o transmitir eventos o especiales con la móvil en diversos lugares de la ciudad. Algunos ejemplos son: Red Bull Batalla de Los Gallos o el Informativo del Bogotá Music Market (BOmm) los cuales se desarrollaron con los insumos, equipos y personal del canal sin afectar de forma drástica con el normal funcionamiento de los demás programas.

2.4. EMISIÓN Y TRANSMISIÓN

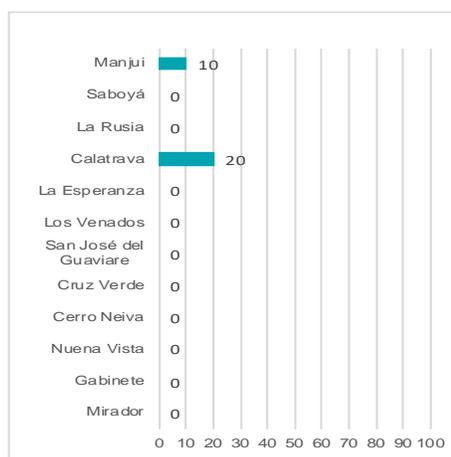
Para el cumplimiento de los mantenimientos preventivos y correctivos de los equipos que hacen parte del Centro de Emisión del Canal, se generó un cronograma en el cual se tienen estipuladas las fechas para llevar el seguimiento y control de las diferentes actividades que se le realizan a los equipos, por el flujo de trabajo que realizan estos equipos los mantenimientos se realizan cada tres meses los cuales han consistido por el momento en limpieza interna y externa.

El seguimiento y control que se hace al estado de las estaciones que hacen parte de la Red Analógica, se realizó a través de las visitas de supervisión con el fin de verificar y corroborar la información entregada por el proveedor en los informes mensuales anteriormente mencionados y de esta manera garantizar el mantenimiento de acuerdo a las necesidades técnicas que requieran cada una de las estaciones que hacen parte de la Red Análoga de televisión para su correcto funcionamiento y cobertura de la señal.

En donde una vez realizada la visita de supervisión a cada una de las estaciones por parte del supervisor de apoyo del contrato del mantenimiento de las estaciones, este realizó un informe de comisión el cual tiene relacionadas cada una de las actividades que se desarrollaron en la visita de supervisión el cual es entregado y socializado con la Gerente de Teveandina Ltda, de esta manera se confirman las actividades reportadas en los informes mensuales entregados por el proveedor y el seguimiento oportuno de las mismas.

A continuación, se puede evidenciar el estado en el que se encontraban las estaciones que conforman la Red Análoga de Teveandina Canal Trece a comienzos del año 2017, luego de que realizar un diagnóstico por parte del proveedor contratado para el mantenimiento de las estaciones en el mes de abril de 2017, el cual arrojo el siguiente resultado:

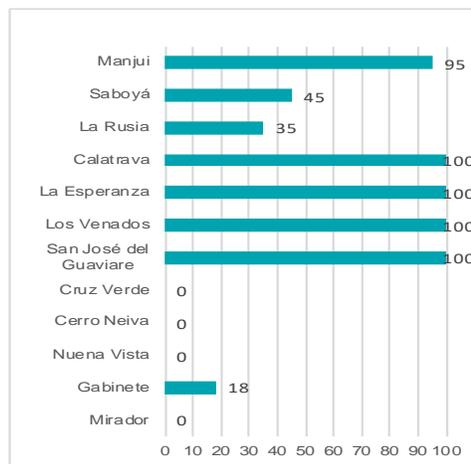
Nombre de la Estación	Municipio	Departamento	Potencia (W)	Potencia Real (W)	Al Aire	Fuera del Aire
Manjui	Zipacón	Cundinamarca	10.000	1.000	X	
Saboyá	Saboyá	Boyacá	1.000	0	X	
La Rusia	Duitama	Boyacá	2.000	0	X	
Calatrava	Bogotá D.C	Cundinamarca	500	100	X	
La Esperanza	Centro urbano de Villavicencio	Meta	200	0	X	
Los Venados	Yopal	Casanare	500	0	X	
San José del Guaviare	Centro urbano de San José del Guaviare	Guaviare	50	0	X	
Cruz Verde	Bogotá D.C	Cundinamarca	1.000	0		X
Cerro Neiva	Neiva	Huila	5.000	0		X
Buena Vista	Agrado	Huila	500	0		X
Gabinete	Guadalupe	Caquetá	5.000	0		X
Mirador	Mocoa	Putumayo	5.000	0		X



De las 12 estaciones operativas se encontraban solo 2 al aire, las cuales corresponden a la estación de Calatrava ubicada en el municipio de Bogotá D.C y Manjui ubicada en el municipio de Zipacón departamento de Cundinamarca.

Para el mes de diciembre en el informe entregado por la empresa que realizó el mantenimiento de las estaciones que hacen parte de la Red Análoga de televisión de Teveandina Ltda, se evidenciaron los siguientes avances, frente al estado en que se encontraron inicialmente las estaciones, que hacen parte de la Red Análoga de Teveandina Canal Trece.

Nombre de la Estación	Municipio	Departamento	Potencia (W)	Potencia Real (W)	Al Aire	Fuera del Aire
Manjui	Zipacón	Cundinamarca	10.000	9.500	X	
Saboyá	Saboyá	Boyacá	1.000	450	X	
La Rusia	Duitama	Boyacá	2.000	700	X	
Calatrava	Bogotá D.C	Cundinamarca	500	500	X	
La Esperanza	Centro urbano de Villavicencio	Meta	200	200	X	
Los Venados	Yopal	Casanare	500	500	X	
San José del Guaviare	Centro urbano de San José del Guaviare	Guaviare	50	50	X	
Cruz Verde	Bogotá D.C	Cundinamarca	1.000	0		X
Cerro Neiva	Neiva	Huila	5.000	0		X
Buena Vista	Agrado	Huila	500	0		X
Gabinete	Guadalupe	Caquetá	5.000	900	X	
Mirador	Mococa	Putumayo	5.000	0		X



En 8 meses se logró pasar del 16% del funcionamiento de las estaciones al 67% y en cuanto a la potencia nominal pasamos de estar en un 13% a un 74%.

- Equipos Adquiridos

Con recursos de la ANTV se hizo la adquisición de los siguientes equipos:

No. Cto.	Contratista	Descripción	Cantidad	Valor	Sitio instalación
307	NYL Electrónica S. A	Instalación, integración y puesta en funcionamiento de un sistema Backup de automatización para el centro de emisión del Canal, compatible con la infraestructura ya existente, así como la integración y articulación de procesos con las demás áreas.	1	\$ 511.444.218	Cuarto de equipos del máster de emisión
336	NYL Electrónica S. A	Instalación, integración y puesta en funcionamiento de dos (2) salas closed caption para TEVEANDINA LTDA.	2	\$124.618.591	Primer piso de RTVC en las salas asignadas.
568	NYL Electrónica S. A	Proveer equipos y cintas LTO para las necesidades de Teveandina Ltda.	(3) equipos (60) cintas LTO	\$53.423.034	Máster de emisión y área de programación.

NIVEL DE APOYO

3. NIVEL DE APOYO

3.1. GESTIÓN DE TIC

Se generó la versión 1.0 del PETIC (Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y la Comunicación), en el cual se abordaron las primeras etapas que conforman el desarrollo de este documento, las cuales son las siguientes:

- **Introducción:** En el Plan Estratégico de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (PETIC) se convierte en instrumento para generar valor a las estrategias impulsadas por el Canal, a través de estrategias de las fases de diagnóstico, formulación de la arquitectura empresarial y visión estratégica, descripción de componentes y planificación de proyectos para la modernización tecnológica del Canal.
- **Estructura del PETIC canal trece**
 - ✓ Estrategias TI Propuestas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos
 - ✓ Diagnostico Estado Actual TIC'S (Componentes, Servicios, Sistemas de Hardware y Software)
 - ✓ Estado TIC'S deseado por la Entidad
 - ✓ Arquitectura Empresarial Objetivo (Dominio estratégico, de Gobierno, de Información, de Sistemas de Información, de Servicios Tecnológicos, de Uso y Apropiación)
 - ✓ Mapa de Ruta y Portafolio de Proyectos
- **Estrategias TI propuestas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos:** Este componente reúne los objetivos estratégicos y las tácticas propuestas por la oficina de TI para su desarrollo como parte de la primera versión del PETIC para Canal Trece.
- **Diagnostico estado actual TIC's (componentes, servicios, sistemas de hardware y software):** El siguiente aspecto hace referencia al estado actual de los componentes de hardware, software y comunicaciones con el fin de conocer las principales necesidades en cada uno de estos.
- **Clasificación Tecnológica de acuerdo con el Ciclo de Vida – Equipos:** Los equipos tecnológicos como computadores, impresoras, switches, Ups, entre otros, tienen un ciclo de vida útil de acuerdo con el uso y actividad que respaldan, por ello, en este plan se relacionan los equipos de acuerdo con la antigüedad con el fin de tener un estimado del estado para plantear y plantear una renovación.

Estos son algunos de los componentes que hacen parte del PETIC en la versión 1.0 que es la actual, elaborada por el equipo de TI, la cual para la vigencia 2018 se irá actualizando de manera progresiva y de esta manera obtener la versión final.

Con relación a la formulación de estudios de conveniencia y oportunidad que permitan agrupar bienes tecnológicos en grandes grupos, se está validando la posibilidad de encontrar un proveedor que supla varias de estas necesidades con el fin de posibilitar adquisiciones con precios favorables; hasta el momento no se ha llevado ninguna contratación con estas características.

A través del seguimiento y control a la herramienta Osticket se ha venido garantizando el soporte técnico para los diferentes servicios como lo son: (La creación de usuarios, correo electrónico corporativo, extensiones telefónicas, soporte técnico a equipos de cómputo, actualización de software,

entre otros), y de esta manera se da soporte y cumplimiento a cada uno de los requerimientos que realizan los clientes internos dentro de los ANS (acuerdos de niveles de servicio) estipulados para generar las respuestas oportunas a dichos requerimientos.

Se están implementando encuestas trimestrales para recibir la retroalimentación de nuestros clientes internos de cada uno de los proyectos que se llevaron a cabo como por ejemplo (La implementación de la plataforma Office 365 Business Premium, Osticket y Moodle), y de esta manera analizar la información resultante y monitorear el funcionamiento de las herramientas implementadas.

- **Equipos Adquiridos**

Con recursos de la ANTV se hizo la adquisición de los siguientes equipos:

No. Cto.	Contratista	Descripción	Cantidad	Valor	Sitio instalación
241	ERA ELECTRONICA S.A	Equipos de audio, video – fotografía y accesorios para las necesidades de producción del programa región trece	1	\$17.843.000	Técnica y producción
421	ISTRONYC COMUNICACIONES S.A.S	Equipo tipo servidor play out para las necesidades de producción de Teveandina Ltda.,	1	\$102.236.351	Técnica y producción

3.2. GESTIÓN DE RECURSOS FÍSICOS

Dentro de la proyección realizada durante la vigencia 2017 se tuvieron previstas las siguientes acciones:

- Mantener y conservar las instalaciones y bienes del canal supervisando la operatividad, el uso y el estado de conservación, limpieza y cuidado de los ambientes, equipos, mobiliario y enseres.
- Garantizar la actualización en tiempo real de los inventarios.
- Actualizar la documentación del proceso de Gestión de Recursos Físicos de acuerdo con solicitud.
- Contratar la adquisición de bienes para suministrar los elementos, insumos y mobiliarios de acuerdo con las necesidades del canal.

Para el cumplimiento de las acciones relacionadas, durante la vigencia se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- El cumplimiento de las actividades se realizó de acuerdo con la necesidad que se iba presentando, dentro de lo cual, para el seguimiento y control tanto de los requerimientos de temas varios como de la atención de estos, como herramienta se implementó el uso de la herramienta de OSTICKET, adicionalmente, respecto de los servicios de aseo y mensajería se llevó a cabo la contratación de la empresa ASECOLBAS LTDA.
- Durante la vigencia se hizo el levantamiento y actualización de los inventarios de la entidad incluyendo escenografía, quedando pendiente realizar el cruce contable de estos, así como la actualización en SYSMAN de los mismo, lo cual se tiene proyectado adelantar durante la vigencia 2018.

Adicionalmente, se dio trámite al procedimiento para la asignación de elementos de conformidad con las necesidades de las áreas manteniendo actualizados los mismos en tiempo real.

- Se adelanto el proceso durante el segundo semestre de la mano con Planeación para llevar a cabo la actualización de la documentación del proceso de Gestión de Recursos Físicos de la entidad, actividad que se prevé continuar hasta su aprobación y migración correspondiente al SGC durante la vigencia 2018, toda vez que no se cuenta con el recurso humano suficiente para la labor completa relacionada con la Gestión documental.
- Fue realizada la contratación para la adquisición de bienes de consumo, tales como elementos de ferretería, aseo y cafetería, papelería y oficina.

3.3. GESTIÓN JURÍDICA

Teveandina Ltda. desde el inicio de la vigencia propendió por la disminución y mejoramiento de la defensa judicial, de esta manera organizo un equipo de abogados internos para adelantar y hacer el seguimiento a los procesos judiciales que cursaran contra del Canal, así como la revisión y análisis de aquellos asuntos internos que requieran adelantar la defensa jurídica para la protección y salvaguarda de los recursos de la Entidad.

Así mismo, se tiene el seguimiento de aquellos procesos judiciales que por su especialidad requieren de abogados externos.

De esta manera, la representación judicial del Canal para la vigencia 2017, fue:

Tipo de proceso	Cant. De procesos	Parte procesal	Representación judicial	Estado	Sentido del fallo	
					F	D
Acciones de Tutela	4	Accionado	Interna	Terminado	3	1
Ejecutivos	2	Demandante	Interna	Vigente	-	-

Nota: F= Favorable, D:Desfavorable

Si bien se tiene algunas acciones judiciales que tuvieron su inicio antes de la entrada de la vigencia 2017, la Entidad ha realizado la defensa jurídica de las mismas, algunas de estas continuando con sus apoderados externos fijados desde vigencias anteriores, así:

Tipo de proceso	Cant. De procesos	Parte procesal	Representación judicial	Estado	Sentido del Fallo	
					F	D
Acción de Nulidad y Restablecimiento del Derecho	1	Demandado	Externa	Vigente para fallo	-	-
Acción de Repetición	1	Demandante	Externa	Vigente para fallo	-	-
Ejecutivo	2	Demandante	Interna / Externa	Vigente	-	-
Laboral	1	Demandado	Externa	Vigente	-	-

Nota: F= Favorable, D:Desfavorable

De acuerdo con el análisis que antecede, la entidad tiene como propósito para el año 2018 implementar nuevas políticas de prevención del daño antijurídico con el fin de mejorar en la prevención y disminución de la litigiosidad en contra del Canal.

3.4. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Dentro de la proyección realizada durante la vigencia 2017 se tuvieron previstas las siguientes acciones:

- Realizar un Plan Institucional de Capacitación del Canal Trece.
- Realizar Planes de Bienestar Social e Incentivos donde se determinen espacios de diálogo y confianza de saberes entre los diferentes colaboradores y contratistas, entre otras posibles acciones.
- Realizar las actividades relacionadas con la gestión del talento humano
- Diagnosticar, Implementar, administrar y ejecutar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.

Que, en desarrollo de lo anterior, fue elaborado un plan de bienestar que incluía en la proyección de las actividades a ejecutar, entre otros aspectos, las formas de capacitación a las que se podía acceder durante la vigencia. A continuación se relaciona cada uno de los temas a los cuales se hizo alcance:

- **Cumpleaños:** Se lleva a cabo periódicamente el envío de tarjeta de felicitación vía correo electrónico y se publica en cartelera de manera mensual el listado de las personas que cumplen años.
- **Día de la Familia Trece:** Se llevó a cabo en el mes de diciembre reunión, involucrando el personal del planta y contratistas de la entidad, con el propósito de llevar a cabo el cierre del año, muestra de resultados, proyección de metas y objetivos para el 2018 y planeación estratégica de la entidad. Dentro de lo cual, se logró la interacción entre las áreas de la entidad por medio de dinámicas y actividades enfatizadas en el buen clima laboral de la entidad.
- **Juegos Deportivos de integración de la Función Pública:** Se realizó en el mes de julio la inscripción de las personas (trabajadores oficiales y contratistas) que participarían en las diferentes disciplinas ofrecidas en los juegos en mención, dichos juegos por temas internos de la función pública se ejecutaron parcialmente desde el mes de noviembre quedando pendiente la culminación en la vigencia 2018.
- **Brigadas de Salud:** Se llevaron a cabo actividades como donación de sangre (marzo) y jornada de salud que incluye optometría, riesgo cardiovascular por tamizaje y masaje de relajación cosmética (julio).
- **Vacaciones recreativas:** El día 12 de octubre durante la semana de receso de los niños se llevaron al parque Smaarti, en el que realizaron actividades enfocadas al buen uso de las tecnologías y a la construcción de elementos.
- **Celebración de Halloween:** Para el día 24 de octubre se realizó la celebración con los niños, en la cual las áreas del Canal decoraron por temáticas sobre las regiones de cobertura de la entidad, posteriormente se dio un recorrido por la entidad con funcionarios y niños pidiendo dulces, interactuando y aprendiendo sobre las regiones, lográndose con esta actividad que los padres tuvieran un espacio para compartir con sus hijos. Para finalizar se llevó a cabo una actividad en el hangar como momento de esparcimiento por medio de actividades lúdicas y recreación.

- **Actividades de Capacitación no formal:** Durante la vigencia por temas presupuestales, únicamente se realizó capacitación para el riesgo en alturas del trabajador oficial encargado de las labores de mantenimiento en la entidad.
- **Novenas comunitarias:** En el mes de diciembre fue decorada la entidad y se elaboró un pesebre en el Hangar, adicionalmente se organizó cronograma por áreas para la realización de las novenas en la semana del 18 al 22, en las cuales se dio por día refrigerios compartidos.

3.5. GESTIÓN FINANCIERA

3.5.1. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros de Teveandina Ltda., han sido preparados de acuerdo con el Marco Normativo para empresas que no cotizan en el mercado de valores, y que no captan ni administran ahorro del público establecido en la Resolución 414 del 8 de septiembre del 2014 emitida por la Contaduría General de la Nación. El Marco Técnico Normativo de la resolución 414 del 2014 tiene como referencia las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF/NIC) emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (International Accounting Standard Board - IASB, por sus siglas en Ingles).

A continuación, se presentan las cifras más relevantes del año 2017, las cuales para facilitar su lectura serán expresadas en miles de pesos.

- **Estado de la Situación Financiera**

 Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda. Valores en Pesos Colombianos Expresado en miles de Pesos		31 Dic 2017	31 Dic 2016	Variación Absoluta	Variación Relativa
Activos					
Activos Corrientes	14.773.218	15.335.906	(562.688)	-3,7%	
Activos No Corrientes	95.877.180	103.497.133	(7.619.953)	-7,4%	
Total Activo	110.650.398	118.833.039	(8.182.642)	-11%	
Pasivos					
Pasivos Corrientes	16.863.929	24.679.556	(7.815.627)	-46%	
Pasivos no Corrientes	26.977.467	23.595.533	3.381.934	13%	
Total Pasivo	43.841.396	48.275.089	(4.433.693)	-34%	
Patrimonio					
Patrimonio	66.809.002	70.557.950	(3.748.948)	-5,3%	
Total Pasivo y Patrimonio	110.650.398	118.833.039	(8.182.641)	-6,9%	

Los activos totales de TEVEANDINA están compuestos tanto por el saldo del efectivo como de los depósitos bancarios, los equivalentes al efectivo corresponden a las inversiones de corto plazo con gran liquidez.

Los activos totales a 31 de diciembre de 2017 ascienden a \$110.650.398 presentando una disminución del 11% frente a diciembre de 2016, las principales variaciones se presentan por:

- ✓ Los desembolsos de Recursos de ANTV y contratos interadministrativos firmados con el FonTic, Agencia Nacional del Espectro ANE, CRC, Computadores para Educar entre otros la suma de \$5.119.879 aumentando el saldo en un 134%.
- ✓ Las Transferencias y subvenciones por cobrar de los recursos de la ANTV se originan con la expedición de las Resoluciones No.1348-1573 y 1990 de 2017 que ascienden a la suma de \$1.788.421.
- ✓ Las inversiones asociadas con un saldo a 31 de diciembre por \$52.632.708 presenta una disminución del 13% respecto a diciembre de 2016 que estaba por \$60.567.684, esto debido a la participación patrimonial del 70% que TEVEANDINA tiene con RTVC, lo cual impacta significativamente.
- ✓ La obligación financiera con el banco de occidente tuvo una disminución del 80% dado que se ha cumplido con el pago oportuno de las cuotas, se estima que, para el primer trimestre del año 2019, dicha obligación quede cancelada en su totalidad.

Obligación Financiera	Año 2017	Año 2016	Variación Absoluta	%
Banco de Occidente	937,500,000	1,687,500.000	(750,000,000)	-80,0%

Miles de pesos

- ✓ Las cuentas por pagar por la suma de \$14.445.960 tuvieron una disminución del 31% respecto a diciembre de 2016, las cuales están representadas en adquisición de bienes y servicios, Impuestos, convenios interadministrativos, beneficios a empleados entre otros.
- ✓ El patrimonio tuvo un incremento del 66% en los aportes sociales debido a la capitalización que realizara el MinTic, según acto administrativo expedido bajo resolución No.3503 del 29 de diciembre de 2017.

Capitalización	Año 2017	Año 2016	Variación Absoluta	%
Aportes Sociales	9,444,400	5,700,000	3,744,400	66,0%

Miles de pesos

• Ingresos

Teveandina Ltda percibe sus ingresos principalmente de la prestación de servicios de desarrollo de programas de televisión, comercialización y mercadeo de espacios en medios de comunicación como Pautas Publicitarias, servicios de producción, emisión de programas entre otros.

A diciembre 31 de 2017 los ingresos por ventas de servicios por valor de \$26.049.157 teniendo una disminución del 19%.



• Estado de Resultado Integral



Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda.
Estado de Resultado Integral Individual
Por los periodos contables terminados en 2017 y 2016

Expresado en miles de Pesos

	Nota	a Dic 2017	a Dic 2016	VARIACION ABSOLUTA	%
Ingresos de actividades ordinarias	23	26.049.158	31.077.524	(5.028.366)	-16%
Costo de Ventas	25	<u>20.010.772</u>	<u>26.516.318</u>	(6.505.546)	-25%
Utilidad bruta		6.038.386	4.561.206	1.477.180	32%
Transferencias y Subvenciones recibidas	20	5.659.821	5.526.482	133.339	2%
Otros ingresos	23	90.557	247.077	(156.520)	-63%
Costo transferencias y Subvenciones recibidas	25	5.659.821	5.526.482	133.339	2%
Gastos de Ventas	27	460.059	505.690	(45.631)	-9%
Gastos de administración y Operación	26-28	3.038.895	2.894.320	144.575	5%
Otros gastos	29	1.719.155	1.374.255	344.900	25%
Resultados de actividades de la operación		910.833	34.017	876.816	2578%
Ingresos financieros	24	17.647	19.327	(1.680)	-9%
Costos financieros	24	<u>137.692</u>	<u>222.591</u>	(84.899)	-38%
Costo Financiero Neto		(120.045)	(203.264)	83.219	-41%
Participación en las ganancias/perdidas (inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación)	7	3.098.177	3.090.665	7.512	0%
Utilidad antes de impuestos		3.888.965	2.921.418	967.547	33%
Impuesto a las Ganancias	14	<u>349.160</u>	<u>65.702</u>	283.458	431%
Resultado del Periodo		<u>3.539.805</u>	<u>2.987.120</u>	552.685	19%
Otro Resultado Integral					
Ganancias o pérdidas por la aplicación del método de participación patrimonial de inversiones en asociadas		(11.033.153)	(113.774)		
Total Otro Resultado Integral		(11.033.153)	(113.774)		
Resultado Integral Total del Periodo		<u>(7.493.348)</u>	<u>2.873.346</u>		

• **Costos**

Costos	Dic-2017	Dic- 2016	Variación	%
Honorarios	\$7.501.864	\$12.617.745	(\$5.115.881)	-68%
Comisiones	\$112.273	\$732.248	(619.975)	-55%
Servicios	\$10.037.815	\$8.012.660	\$2.025.155	20%
Arrendamientos	\$422.781	\$17.895	\$404.887	96%
Compras	\$857.732	\$1.089.006	(\$231.274)	-27%
Alquileres	\$168.385	\$3.177.905	(\$3.009.520)	-178%
Transporte	\$209.592	\$355.110	(\$145.518)	-69%
Servicio de Cafetería y restaurante	\$31.611	\$42.602	(10.991)	-35%
Parqueadero	-	-	-	0%
Gastos de viaje	\$168.471	\$70.562	\$97.910	58%
Seguros	\$35.107	\$82.477	(\$47.370)	-135%
Sericios Públicos	\$43.467	\$47.857	(\$4.390)	-10%
Derechos de Autor	\$198.062	\$107.535	\$90.528	46%
Impuestosde consumo	\$16.768	\$652	\$16.116	96%
Comunicaciones, correos, pas	\$1.279	\$263	\$1.016	79%
Impuestos y vehículos	\$483	\$334	\$149	31%
Combustibles y lubricantes	\$5.986	\$7.860	(\$1.875)	-31%
Vigilancia y seguridad	\$199.019	\$153.511	\$45.508	23%
Peajes	\$76	\$96	(\$20)	-26%
Generales	-	\$1	(\$1)	0%
Depreciación y amortización	-	-	-	0%
Total de servicios de comunicación	\$20.010.772	\$26.516.318	(\$6.505.546)	-33%

Miles de pesos

• **Resultado del ejercicio**

El resultado del periodo cerró con un valor de \$3.539.805 teniendo un aumento del 18.5% respecto a diciembre de 2016.

Descripción	2017	2016	Variación Absoluta	%
Resultado del ejercicio	\$3.539.805	\$2.987.120	\$552.685	18,5%

Miles de pesos

• **Manejo del déficit**

A diciembre 31 de 2016 el capital de trabajo de la entidad mostraba una cifra negativa de -9.343 MM afectado principalmente por unas cuentas por pagar que ascendían a los 17.076 MM.

Se gestionó desde la gerencia del Canal la firma de contratos interadministrativos que generaron un margen de utilidad suficiente para enfrentar la situación de déficit, esto permitió suscribir compromisos de pago con aproximadamente 76 acreedores desde el segundo semestre de 2017 y remediar en gran parte las obligaciones atrasadas desde el año 2016.

Durante la gestión 2017 se logró aumentar al capital de trabajo en 7.253 MM respecto al 2016, situándose este en -2.090 MM y las cuentas por pagar disminuyeron en un 30%.

Capital de Trabajo	Capital de Trabajo
2017	-\$2.090.711
2016	-\$9.343.650

Miles de pesos

- Cumplimiento de Normatividad**

En virtud con lo establecido en el artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, TEVEANDINA LTDA., deja constancia que ha cumplido con los deberes que le asisten para la recepción y pago de las facturas emitidas a su cargo.

3.5.2. INFORME PRESUPUESTAL

Mediante Resolución No.001 de 2017 la Gerente de TEVEANDINA Ltda., desagregó el presupuesto aprobado por el CONFIS con la Resolución No.002 de 2016 y refrendado por la Junta Administradora Regional mediante Acuerdo de Junta No.001 de 2017.

Debido a que la proyección de ingresos para la vigencia 2017 se realizó basada en el comportamiento comercial durante la vigencia 2016, en donde se suscribieron contratos que en la vigencia 2017 no tuvieron continuidad, puntualmente el contrato 229 de 2016 con el Ministerio de Educación por la suma de \$36.272 MM y en vista que no se alcanzaría la meta comercial del presupuesto aprobado, TEVEANDINA Ltda. solicitó una reducción presupuestal por la suma de \$10.516 MM, la cual fue aprobada por el Ministerio de Hacienda mediante resolución 0057 de 2017.

Teniendo en cuenta lo expuesto, a continuación, se presenta la ejecución presupuestal con corte al 31 de diciembre de 2017:

Concepto	Presupuesto Inicial	Presupuesto Definitivo	Recaudo Acumulado	% Recaudo
Disponibilidad Inicial	\$2.897.414.719	\$2.897.419.719	-	0%
Ingresos Corrientes	\$87.135.286.233	\$76.618.876.442	\$57.733.997.675	75%
Ingresos de Explotación	\$81.486.670.993	\$69.182.757.332	\$52.083.463.837	75%
Aportes	\$5.648.615.240	\$7.436.119.110	\$5.650.533.838	76%
Establec. Públicos y Nacionales	\$5.564.815.240	\$7.352.319.110	\$5.564.815.240	76%
Otras Empresas	\$83.800.000	\$83.800.000	\$85.718.598	102%
Ingresos de Capital	\$18.000.000	\$18.000.000	\$135.019.563	750%
Total Ingresos	\$90.050.705.952	\$79.534.296.161	\$57.869.017.238	73%

El recaudo efectivo de la vigencia 2017 fue del 73% respecto al presupuesto definitivo, en el rubro de ingresos de explotación el recaudo alcanzó el 75%. Pasaron para la vigencia 2018 cuentas por cobrar por valor de 6.154 MM de la vigencia 2017.

Ejecución de Ingresos	Presupuesto Inicial	Presupuesto Definitivo	Recaudos Acumulados	%Recaudo
2017	\$90.050.705.952	\$79.534.296.161	\$57.869.017.238	73%
2016	\$56.889.500.000	\$97.996.706.574	\$68.293.218.730	70%

En el año 2017, el recaudo en razón al presupuesto definitivo aumentó un 3% respecto al año 2018.

- Gastos**

Descripción	Apropiado	Apropiación Definitiva	Compromisos	Obligaciones	Pagos Acumulados	% Compr.
Gastos de funcionamiento	\$2.245.845.096	\$2.186.363.841	\$2.028.973.993	\$1.964.847.427	\$1.730.050.785	93%
Servicio a la Deuda Interna	\$902.584.658	\$902.584.658	\$884.833.167	\$884.833.167	\$884.833.167	98%
Gastos de Producción	\$83.736.856.479	\$73.434.209.708	\$67.233.102.307	\$61.918.707.105	\$49.219.195.302	92%
Programas de Inversión	\$250.000.000	\$95.718.235	\$95.718.235	\$95.718.235	\$95.718.235	100%
Disponibilidad Final	\$2.915.419.719	\$2.915.419.719	-	-	-	
Gastos	\$90.050.705.952	\$79.534.296.161	\$70.242.627.702	\$64.864.105.934	\$51.929.797.489	88%

Los pagos al final de la vigencia corresponden al 74% de la apropiación definitiva y se comprometió el 88% del presupuesto definitivo. Para la vigencia 2018 pasaron cuentas por pagar por la suma de 18.312 MM.

Durante el año 2017 se comprometió un 10% menos el presupuesto definitivo de gastos respecto al año 2018.

Ejecución de Gastos	Apropiado	Apropiación Definitiva	Compromisos	Obligaciones	Pagos Acumulados	% Compr.
2017	\$90.050.705.952	\$79.534.296.161	\$70.242.627.702	\$64.864.105.934	\$51.929.797.489	88%
2016	\$56.889.500.000	\$97.996.706.574	\$95.757.928.034	\$85.537.816.623	\$65.503.626.171	98%

3.6. GESTIÓN CONTRACTUAL

Con la finalidad de ajustar los conceptos y principios y determinar con mayor claridad las actividades generales, jurídicas, técnicas, financieras, presupuestales y administrativas de la actividad que desarrollan los supervisores e interventores, TEVEANDINA LTDA. a través de la Resolución 062 del 7 de julio de 2017, expidió el Manual de Supervisión e Interventoría.

De acuerdo con la revisión integral de las modalidades de contratación, cuantías y procedimientos que operaban en la vigencia 2017, se identificaron asuntos susceptibles de ajustes, para orientarlos al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la actual gerencia. De esta manera y como resultado de un trabajo en equipo del área jurídica del Canal, los miembros y asesores de la Junta Administradora Regional, se expidió el Acuerdo No. 008 del 29 de diciembre de 2017, por medio del cual se crea el nuevo Manual de Contratación de TEVEANDINA LTDA.

Durante el año 2017, el área jurídica, brindó el apoyo y acompañamiento a la gerencia en el desarrollo de los siguientes procesos de selección, adelantados bajo la modalidad de Ofertas por invitación, así:

No.	Objeto	Fecha		Resultados	Proponente seleccionado	No. Contrato adjudicado
		Apertura	Cierre			
001-2017	Prestación de servicio de transporte de equipos y personal, en el perímetro de Bogotá, municipios aledaños a Bogotá y a otros destinos nacionales para la realización de los proyectos a cargo de TEVEANDINA LTDA.	14-mar-17	10-abr-17	Adjudicado	TRANSPORTES ESPECIALES ALIADOS SAS	274-2017
002-2017	Diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de tres (3) proyectos televisivos de contenido regional bajo la modalidad de producción por encargo	18-may-17	09-jun-17	Se adjudicó el proyecto No. 1, se declaró desierto el proyecto No. 2 y 3	TAYFER DE COLOMBIA	342-2017
003-2017	Diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de dos (2) proyectos televisivos de contenido regional bajo la modalidad de producción por encargo	19-jul-17	04-ago-17	Serie documental, Tema: costumbres y practicas pocos convencionales de la región	DIECISEIS 9 FILMS SAS	418-2017
004-2017	Diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de un documental de contenido regional bajo la modalidad de producción por encargo	27-oct-17	13-oct-17	Diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de un documental regional bajo la modalidad de producción por encargo	VIRTUAL TELEVISION LTDA	504-2017

De igual forma, el área Jurídica del Canal, de acuerdo con las necesidades de las diferentes áreas misionales y de apoyo de la Entidad, se llevó a cabo la suscripción de los siguientes contratos u órdenes de compra y/o servicio:

Modalidad	No.	Valor Total
Contratos	597	\$ 28.338.390.166
Órdenes de compra y/o servicio	101	\$ 9.914.140.549
Emisión	12	\$ 241.233.851

En la vigencia 2017, TEVEANDINA LTDA. suscribió los siguientes contratos/convenios interadministrativos:

Modalidad	No.
Convenios interadministrativos	4
Contratos interadministrativos	24

3.7. PARTICIPACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

Para la atención de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias TEVEANDINA LTDA – CANALTRECE, se creó una herramienta en la página web que permite a la entidad conocer las solicitudes, quejas, reclamos, peticiones, y denuncias de personas en general con la finalidad de contar con la oportunidad de fortalecer el servicio apuntando a la mejora continua de la entidad.

En esta herramienta se canaliza la información mediante el diligenciamiento de un formato en línea, la presentación por parte del usuario o del ciudadano de una petición, queja, reclamo, sugerencia o denuncia, permite interactuar desde cualquier lugar de la geografía colombiana con la entidad.

Las solicitudes que ingresen por este canal se procesan para su registro y asignación a la dependencia o funcionario responsable quien se encargará de dar trámite y respuesta a la misma a través de la herramienta OS TICKET, el cual facilita que el ciudadano pueda hacer seguimiento a su solicitud a través de la página WEB con el número de radicado correspondiente y el código de verificación asignado a la comunicación.

Además, la respuesta se podrá realizar por correo electrónico o por correo postal en los casos en los que los ciudadanos hayan consignado en la solicitud alguna dirección de respuesta.

El chat de la página web es un instrumento que se habilitó de lunes a viernes de 8:30 am y 5:30 pm, permitiendo a los usuarios que visitan la página web del canal, presentar inquietudes sobre la normatividad vigente, rendición de cuentas, documentos del sistema integrado de calidad, programación, noticias, horarios, PQRS.

Atención PQRD

Descripción	Cantidad
Derechos de petición	6
Solicitudes de información	21
Total	27

3.8. GESTIÓN DOCUMENTAL

Respecto de la Gestión documental y administración del archivo general de la Entidad, teniendo en cuenta que son pocos los recursos asignados para el desarrollo de las múltiples actividades necesarias para la organización del mismo, se contrató una persona como apoyo quien, de la mano con la persona asignada como Administrador de Almacén y Archivo, adelantaron los procesos técnicos y brindaron oportunamente la información necesaria al personal que lo requirió para dar trámite a traslados, préstamo de documentos y solicitudes de información, entre otros, dentro de lo cual se tiene previsto dar continuidad a la labor y actualización de los documentos procesos y procedimientos de la Gestión Documental de tal manera sean aprobados por el comité administrativo institucional de la entidad, durante la vigencia 2018.

4.

NIVEL DE EVALUACIÓN

4. NIVEL DE EVALUACIÓN

4.1 GESTIÓN DE EVALUACIÓN, CONTROL Y SEGUIMIENTO

Se fortaleció la Oficina de Control Interno con la contratación de un abogado por seis meses y un apoyo por 3 meses para el cumplimiento del programa anual de auditorías y seguimientos.

Se fortaleció el seguimiento a la ejecución de las acciones del plan de mejoramiento suscritas con la Contraloría General de la República.

Se fortaleció el acompañamiento a los líderes de los procesos (Dirección Jurídica y Administrativa, Líder de Jurídica, Líder de Planeación) a fin de formular acciones de mejora para fortalecer los procesos.

En relación con los roles de la oficina de control interno se ha realizado la siguiente gestión, que fue previamente planeada de acuerdo con el programa anual de Auditorías y seguimientos aprobada en comité virtual 001, de acuerdo con el acta 001 del 14 de febrero de 2017, adicionalmente se trabajó con planeación, donde se armonizó este programa con el Plan de Acción Anual de la oficina dando cumplimiento a los cinco roles, así:

- **Liderazgo Estratégico.**

Se presentaron los 19 informes a entidades como Contaduría General de la Nación, Dirección Nacional de derechos de autor, Contraloría General de la República, Congreso de la República en los tiempos requeridos.

Los informes que han sido generados por la oficina se han publicado en el sitio WEB de la entidad y se encuentran custodiados en el archivo de gestión de la oficina de control Interno.

Adicional a lo anterior, la oficina de control interno gestionó con planeación un procedimiento para el manejo de los planes de mejoramiento y un modelo de matriz, que fueron enviadas a planeación para su revisión, codificación e implementación dentro del proceso mejoramiento continuo.

- **Enfoque hacía la prevención:**

Con el apoyo de la Coordinación de Comunicaciones se planeó una campaña de difusión para fortalecer la cultura del autocontrol en la entidad y se creó el personaje de “controlito”.

La gestión de la campaña de autocontrol se adelantó con la difusión de 7 piezas a través del correo electrónico y carteleras institucionales.

Se fortaleció el trabajo conjunto con los líderes de los procesos, por lo que realizó 8 reuniones con los diferentes responsables para tratar temas importantes para la gestión institucional como consta en actas y correos.

- **Evaluación de la Gestión del riesgo**

Durante la vigencia 2017 la oficina de control interno adelantó seguimiento al lineamiento 1, mapas de riesgos de corrupción, del Plan Anticorrupción y de atención al ciudadano, allí se consideraron actividades como la revisión de la política de riesgos institucionales, aprobación en comité, la identificación de riesgos por procesos, socialización y establecimiento de controles.

Sin embargo, planeación en el último trimestre de 2017 realizó seguimiento a los controles de los riesgos identificados en la matriz de riesgos en 2015, con el fin de realizar el diagnóstico, el cual servirá como referente para la administración de riesgos en 2018.

- **Evaluación y Seguimiento**

La Oficina de control Interno puso a consideración de los miembros del comité MECI- Calidad el programa anual de auditorías y seguimientos de la vigencia 2017, el cual fue aprobado por comité virtual el 14 de febrero de 2017.

La meta fue realizar nueve (9) auditorías internas y una (1) auditoría interna de calidad a los procesos de la entidad, de acuerdo con el programa anual de auditorías y seguimientos así:

Proceso	Vigencia 2017
Auditoría Interna presupuesto*	No se realizó
Auditoría Gestión financiera (contabilidad, tesorería, facturación)	Realizada
Auditoría Interna proceso de Gestión de Contratación	Realizada
Auditoría Interna proceso de Gestión Jurídica	Realizada
Auditoría Interna Nomina	Realizada
Auditoría Interna el proceso Gestión de Recursos Físicos (inventarios)* (visitas cerros)	Realizada
Auditoría Interna de Gestión de programación	Realizada
Auditoría Interna de Gestión de producción- BTL	Realizada
Auditoría Interna de Gestión TIC's	No se realizó
Auditorías internas de calidad a los 14 procesos*	No se realizó

✓ La Auditoría al proceso presupuestal no se realizó toda vez que, de acuerdo con lo concertado en reunión de tráfico del 15 de mayo de 2017, la líder del proceso formularía un plan de mejoramiento producto de la Auditoría realizada en 2016, y se cambiaría la auditoría por el seguimiento a este plan, en pro de la mejora del proceso, sin embargo, no se formuló el plan de mejoramiento.

✓ La Auditoría del proceso Tic., no se llevó a cabo toda vez que la oficina de control interno no contó en 2017 con un profesional competente para realizarla, como un ingeniero, ya que la entidad no contaba con los recursos para esta contratación.

✓ La auditoría interna de Calidad, no se realizó ya que dada la actualización de la ISO 9001, la administración inició la actualización del sistema de gestión de la entidad, por ende y de acuerdo con la reunión de tráfico del pasado 8 de agosto de 2017, se decidió aplazar las auditorías, hasta tanto el área de planeación hiciera un diagnóstico sobre el estado de los procesos para iniciar la actualización a la ISO 9001:2015. Sin embargo, cabe anotar que Bureau Veritas realizó la auditoría de recertificación, la cual fue concedida.

Se programó realizar 30 seguimientos de acuerdo con el programa anual de auditorías y seguimientos así:

Nombre seguimiento	Cantidad	Vigencia 2017
Informe de austeridad en el gasto-trimestral	4	Realizado
Seguimiento a Indicadores de Gestión	1	No realizado
Seguimiento cumplimiento sesiones comités	2	Realizado
Arqueo a Cajas Menores- sorpresivas sin aviso	9	Realizado
Seguimiento al plan de mejoramiento Institucional (entes externos, revisión por la dirección y por procesos)	1	Realizado
Seguimiento al Sistema de Información y Gestión del Empleo Público SIGEP y SECOP	2	Realizado
Líneas de inversión ANTV	4	Realizado
Seguimiento plan anual de adquisiciones	2	Realizado
Seguimiento al Plan Anticorrupción y atención al ciudadano	3	Realizado
Seguimiento Índices de transparencia	1	Realizado
Seguimiento componentes gobierno en Línea	1	Realizado

De los 30 seguimientos, se llevaron a cabo 29, toda vez que para 2017 se encontraba en proceso de actualización la plataforma estratégica de la entidad, y planeación no había culminado la labor de formulación de los indicadores de gestión con los procesos, para hacer seguimiento a su medición.

- **Relación con entes externos.**

En este sentido la oficina de control Interno ha estado en permanente contacto con el Departamento Administrativo de la función pública, en las capacitaciones, seminarios y jornadas de actualización que han ofrecido en el marco de la actualización del sistema de control interno y del nuevo modelo integrado de planeación y gestión, con el fin de llevar esta información a la entidad.

Adicionalmente, ha participado en las actividades de actualización y reuniones con el Ministerio de tecnologías de la información y comunicaciones en todo lo referente a Gobierno digital.