

CANAL REGIONAL TEVEANDINA S.A.S. – CANAL TRECE

**INFORME DE GESTIÓN
2025**

ACCIONISTAS

| ACCIONISTAS | NIT. |
|--|-------------|
| MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES | 899.999.053 |
| GOBERNACIÓN DEL TOLIMA | 800.113.672 |
| GOBERNACIÓN DEL META | 892.000.148 |
| GOBERNACIÓN DE BOYACÁ | 891.800.498 |
| GOBERNACIÓN DEL HUILA | 800.103.913 |
| GOBERNACIÓN DEL CAQUETÁ | 800.091.594 |
| GOBERNACIÓN DEL CASANARE | 892.000.138 |
| GOBERNACIÓN DEL PUTUMAYO | 800.094.164 |
| GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA | 899.999.114 |
| GOBERNACIÓN DE GUAVIARE | 800.103.196 |

JUNTA DIRECTIVA (a 31 de diciembre 2025)

DELEGADOS

CARINA MURCIA YELA
Ministro MinTIC

GLORIA PATRICIA PERDOMO RANGEL
Viceministro de Conectividad

MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Delegada MinTIC

LILIANA MERCEDES VASQUEZ SANDOVAL
Delegado Gobernación Huila

LUZ ALEJANDRA RODRIGUEZ PRIETO
Delegada Gobernación de
Cundinamarca

DIEGO FELIPE PINTO DIAZ
Delegado Gobernación Caquetá

DIRECTORES

ELIANA SANABRIA

Coordinación de presupuesto y contabilidad

GINA ROCIO SÁNCHEZ PÁEZ

Coordinación de Tesorería y Facturación

DIEGO FERNANDO MONROY

Gestión de la Comunicación y la difusión

LUISA FERNANDA RAMÍREZ NARANJO

Gestión de Contenidos

GERMAN JULA

Gestión de Producción

NATALIA MONTEALEGRE TRIANA

Gestión de Programación

CAMILO ANRES BELTRAN

Gestión de Tecnología Convergente

ANDRÉS FELIPE CAÑÓN OLIVARES

Comprensión Aumento y Fidelización de Audiencias

JEIMY JULIETH BULA TURIZO

Digital y publicación

CAMILO ANDRES BELTRAN (E)

Emisión e Infraestructura de Televisión

CINDY JOHANNA ARIZA AHUMADA

Gestión Comercial y Mercadeo

GLADYS YULIETH ROJAS TRUJILLO

Planeación Estratégica

MARYSOL BOVELO

Gestión Contractual

CONTENIDO

| | | |
|-------|---|-----|
| 1. | PRESENTACIÓN..... | 6 |
| 2. | PLAN ESTRATÉGICO | 7 |
| 2.1. | INDICADORES DE LA GESTIÓN 2025..... | 7 |
| 2.2. | MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN – MIPG | 20 |
| 2.3. | SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD..... | 23 |
| 2.4. | ÍNDICE DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (ITA) | 24 |
| 2.5. | RENDICIÓN DE CUENTAS..... | 24 |
| 2.6. | GESTIÓN DEL RIESGO | 27 |
| 3. | SOSTENIBILIDAD FINANCIERA | 28 |
| 3.1. | EJECUCIÓN PRESUPUESTAL | 28 |
| 3.2. | ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA | 29 |
| 3.3. | ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL..... | 30 |
| 3.4. | INDICADORES FINANCIEROS..... | 31 |
| 4. | OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS SOCIOS | 32 |
| 5. | ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES 2025 | 33 |
| 6. | NUESTRA PROGRAMACIÓN | 47 |
| 7. | GESTIÓN TECNOLOGÍAS CONVERGENTES | 54 |
| 8. | ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES | 62 |
| 8.1. | GESTIÓN DE MERCADEO..... | 62 |
| 9. | GESTIÓN ADMINISTRATIVA..... | 74 |
| 9.1. | SUMINISTROS, RECURSOS FÍSICOS Y MANTENIMIENTO | 74 |
| 9.2. | GESTIÓN DOCUMENTAL Y ARCHIVO | 76 |
| 9.3. | TALENTO HUMANO | 79 |
| 10. | CONTRATACIÓN | 91 |
| 11. | GESTIÓN JURÍDICA | 91 |
| 12. | GESTIÓN DE COMUNICACIONES..... | 93 |
| 12.1. | COMUNICACIÓN INTERNA 2025 | 93 |
| 12.2. | COMUNICACIÓN EXTERNA 2025 | 96 |
| 13. | AUDIENCIAS | 98 |
| 14. | POSICIONAMIENTO DIGITAL DEL CANAL..... | 116 |
| 15. | CREACIÓN QUE TRANSFORMA FORMATOS | 129 |
| 16. | PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y CONEXOS..... | 133 |

| | |
|---|-----|
| SOCIEDADES DE GESTIÓN COLECTIVA, AGREMIACIONES INDIVIDUALES Y OTRAS | 133 |
| GESTIÓN DE DOCUMENTOS PRECONTRACTUALES, CONTRACTUALES COMO LICENCIAS Y CESIONES . | 134 |
| CONCEPTOS JURÍDICOS EMITIDOS | 135 |
| CAPACITACIÓN INTERNA..... | 135 |
| ALIANZAS 2025..... | 135 |
| OTRAS GESTIONES EN EL CANAL | 138 |
| CONCLUSIONES | 138 |
| 17. ATENCIÓN AL CIUDADANO Y PQRSD. | 139 |
| 18. GESTIÓN DE CONTROL INTERNO | 141 |

1. PRESENTACIÓN

Durante la vigencia 2025, Canal Trece consolidó su posicionamiento como medio público regional líder en la zona centro del país, mediante una gestión estratégica orientada al fortalecimiento de audiencias, la articulación integral de sus plataformas de televisión y digitales, y el posicionamiento de contenidos culturales, territoriales y juveniles. En un contexto nacional por la disminución del consumo de televisión abierta, el canal registró un desempeño positivo, cerrando el año con un promedio de **423.000 televidentes diarios** y un **crecimiento del 0,7 %**, resultado que ratifica la solidez de su propuesta editorial y programática.

En el ecosistema digital, Canal Trece evidenció un crecimiento sostenido y significativo en todas sus plataformas digitales. Plataformas estratégicas como **Instagram y TikTok** lideraron el crecimiento, ambas con incrementos del **40 %**, mientras que **YouTube** se consolidó como un canal de alto impacto, al cerrar la vigencia con cerca de **499.000 suscriptores**, más de **7,2 millones de visualizaciones** y un aumento del **66 % en el tiempo de visualización**, evidenciando una mejora en la profundidad, calidad, y permanencia del consumo de contenidos digitales. Adicionalmente, el canal fue incluido en el **ranking de consumo general de información digital de Comscore**, publicado por *La República*, como el **único medio regional del país** presente en dicho listado.

Desde la perspectiva de gestión institucional, las áreas de audiencias, digital y comunicaciones se consolidaron como ejes estratégicos para la toma de decisiones y el cumplimiento del plan estratégico **Más Conectados**, fortaleciendo la coherencia institucional y la comunicación pública. Mediante estrategias basadas en datos, alianzas estratégicas, coberturas territoriales y el desarrollo de contenidos identitarios y transmedia, así como el uso progresivo de herramientas de análisis de información e inteligencia artificial, Canal Trece avanzó de manera significativa en la comprensión, ampliación y fidelización de sus audiencias, reafirmando su compromiso con la transparencia, la mejora continua y el fortalecimiento de su rol como medio público cultural, joven y conectado con los territorios.

Así mismo, el canal también obtuvo importantes premios y reconocimientos en escenarios nacionales e internacionales, destacándose en certámenes como India Catalina, Pantalla de Cristal, Fecisor y We Cam Fest, Produ, TAL y Príncipe de los páramos con 69 nominaciones y 10 premios obtenidos. Producciones como el colombiano de Keko, Vibrar el arte de sentir y La Banda de Andy fueron galardonadas por su innovación y enfoque inclusivo.

2. PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Indicadores de la gestión 2025

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados y en atención a los lineamientos establecidos en el Plan de Acción 2025, el área de planeación realizó el seguimiento a la ejecución de las metas, con el propósito de conocer el estado real de avance de la gestión, evaluar el nivel de cumplimiento de cada uno de los indicadores que lo componen y fortalecer la toma de decisiones.

Este ejercicio constituye una herramienta de control y mejora continua que permite fortalecer el desempeño institucional y adoptar de manera preventiva y según corresponda, acciones de fortalecimiento o mejora orientadas a garantizar una gestión transparente, eficiente y enfocada en la transformación institucional.

A continuación, se presentan los resultados del cumplimiento de los indicadores de resultado correspondientes a la vigencia 2025, organizados por cada una de las perspectivas del Plan de Acción Anual:

| PERSPECTIVA | META | CUMPLIMIENTO EN EL TRIMESTRE | | | |
|-----------------------------------|-------------|------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | I | II | III | IV |
| 1) Más innovadores | 25% | 28,5% | 50,5% | 82,4% | 98,8% |
| 2) Más Conectados | 25% | 41,7% | 54,5% | 55,25% | 87,57% |
| 3) Más Productivos | 25% | 26,4% | 51,4% | 63,9% | 91,09% |
| 4) Más Sostenibles | 25% | 21,7% | 31,69% | 52,1% | 94,70% |
| TOTAL AVANCE POR TRIMESTRE | 100% | 29,6% | 47,0% | 63,4% | 93,0% |

Resultados de los indicadores de gestión por cada una de las iniciativas estratégicas del Plan de Acción Anual 2025

En el marco del Plan Estratégico Institucional, se desarrollaron 21 perspectivas estratégicas distribuidas en cuatro (4) áreas, alineadas con los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y de evaluación, permitiendo una gestión integral y articulada de la entidad.

Estas perspectivas se operacionalizan a través de cuatro líneas estratégicas, las cuales están agrupadas por metas orientadas al cumplimiento de la misión institucional.

- I. **Línea estratégica Más Innovadores:** Esta línea integra los procesos de producción, contenidos, programación, digital y emisión, y tiene como objetivo desarrollar contenidos transmedia que fortalezcan la experiencia de las audiencias, posicionando a Canal Trece como un canal público regional innovador y referente a nivel nacional e internacional. Está conformada por 4 iniciativas y 10 metas.
- II. **Línea estratégica Más Conectados:** Compuesta por 4 iniciativas y 7 metas, esta línea busca conectar a Canal Trece con las regiones y su público objetivo, mediante la comprensión, el crecimiento y la fidelización de una audiencia global, promoviendo un diálogo de doble vía a través del posicionamiento estratégico de los productos y servicios del canal.
- III. **Línea estratégica Más Productivos:** Esta línea comprende 9 iniciativas y 22 metas, y tiene como propósito fortalecer las capacidades internas de la entidad, con el fin de mejorar los resultados institucionales, en coherencia con la misión y la normativa vigente.
- IV. **Línea estratégica Más Sostenibles:** Conformada por 4 iniciativas y 10 metas, esta línea tiene como objetivo posicionar a Canal Trece como el Canal Público Regional líder en la prestación de servicios asociados a la producción audiovisual transmedia, el desarrollo de tecnologías de la información y las comunicaciones, ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) y la operación logística del sector, contribuyendo a la financiación de las obligaciones institucionales, la autosostenibilidad y el cumplimiento de la misión institucional.

A continuación, se presentan una a una las acciones, los indicadores de la acción, la meta de acción, los resultados de la meta, el porcentaje promedio y la variación de cada meta.

| INICIATIVA ESTRÁTÉGICA | ACCIONES | INDICADOR ACCIÓN | META ACCIÓN | RESULTADOS DE LA META | PORCENTAJE EJECUTADO 2025 |
|------------------------|----------------------------------|-------------------|---|---|---------------------------|
| MAS INNOVADORES | Fortalecer contenidos regionales | Contenido InHouse | Aumentar en 5 % las horas de contenido de las regiones más apartadas y aumentar las transmisiones que reflejen las acciones autóctonas expresadas desde el territorio | 1215 (Total horas realizadas/ total horas proyectadas) *100 | 88% |

| | | | | | |
|------------------------|---|--|---|---|------|
| MAS INNOVADORES | Fortalecer contenidos regionales | Laboratorio de contenidos: Trecelab Meta:4 al final del periodo (1 por cada año) | 1 laboratorio | 1 (Nº de laboratorios ejecutados/ Laboratorios programados) *100 | 100% |
| MAS INNOVADORES | Fortalecer contenidos regionales | Convocatorias: crea con Trece Meta:12 al final del periodo (3 por cada año) | 3 convocatorias con Trece | 3 total, convocatorias realizadas/total convocatorias proyectadas | 100% |
| MAS INNOVADORES | Fortalecer contenidos regionales | Producción de contenidos a través de convenios, contratos o alianzas Meta:8 al final del periodo (2 por cada año). | 2 convenios o alianzas | 2 total, conv. ejecutadas/ total conv. proyectados *100 | 100% |
| MAS INNOVADORES | Innovar, mantener y ampliar la programación inclusiva de la parrilla de programación cultural y educativa | Programación educativa, cultural, infantil y científica Meta: Mantener 75% de la parrilla trimestral-indicador de mantenimiento | 75% programación educativa, cultural, infantil y científica | 75% (horas educativas, cultural, infantil y científica ejecutadas / horas totales de programación en periodo tiempo) / 0.75 | 100% |
| MAS INNOVADORES | Innovar, mantener y ampliar la programación inclusiva de la parrilla de programación cultural y educativa | Programación inclusiva Meta: 2% anual 8% al final del periodo del plan -indicador de mantenimiento | 2% programación inclusiva | 2,5% horas inclusión (horas programación inclusiva ejecutadas / horas totales de programación en periodo tiempo) / 0.02 | 100% |
| MAS INNOVADORES | Producir series para pantallas digitales | Producir series de animación. Meta 12. Programación anual 3 | 3 series animación | 3 (total productos ejecutados /total productos programados) *10 | 100% |
| MAS INNOVADORES | | Producir series web. Meta 12. Programación anual 3 | 3 series web anuales | 3 (total productos ejecutados /total productos programados) *100 | 100% |
| MAS INNOVADORES | | Producir series podcast. Meta 12 programación anual 3 | 3 series podcast anuales | 3 (total productos ejecutados /total productos programados) *100 | 100% |

| | | | | | |
|------------------------|---|--|-----------------------------|--|------|
| MAS INNOVADORES | Coproducir contenidos a nivel internacional | Coproducciones de Canal Trece realizados y emitidos en canales internacionales y OTT. Meta: 4 Contenidos de Canal Trece realizados y emitidos en canales internacionales y OTT, 1 cada año. | 1 coproducción anual | 1 Nº de coproducciones realizadas y emitidas en canales internacionales y OTT en el año | 100% |
| MAS CONECTADOS | comprensión y medición de las preferencias, características y comportamientos de los televidentes y audiencia digital | Medir la audiencia por medio de indicadores que contemplen variables de las diferentes pantallas revelando un panorama más completo de todas las plataformas en cohesión. Meta: 8 en el cuatrienio, 2 anuales (1 por semestre). | 2 anuales | 2 (total de mediciones realizadas / total de mediciones proyectadas) *100 | 100% |
| MAS CONECTADOS | comprensión y medición de las preferencias, características y comportamientos de los televidentes y audiencia digital | Realizar estudios Ad-hoc agregando información cualitativa en las regiones desde las que no se tiene mucha información de la audiencia. Meta: 16 en el cuatrienio, 4 anuales (1 por cada trimestre). | 4 estudios Ad-hoc en el año | 2 (total de estudios realizados / total de estudios proyectados) *100 | 50% |

| | | | | | |
|------------------------|---|--|--|---|------|
| MAS CONECTADOS | Aumentar el consumo del canal en sus diferentes pantallas con el incremento del alcance | <p>Aumentar el activo consumidor de los contenidos del canal, número de seguidores en plataformas digitales.</p> <p>Meta: 60% en el cuatrienio (15% anual)</p> | Aumentar a 1.004.293 a 31 de diciembre 2025 | 1392612 | 100% |
| | | | | (total de seguidores conseguidos en plataformas digitales / total de seguidores proyectados *0.15) | |
| MAS CONECTADOS | Aumentar el consumo del canal en sus diferentes pantallas con el incremento del alcance | Aumentar la interacción en redes sociales mediante nuestros contenidos digitales | Aumentar Mínimo 15% de interacción de los contenidos digitales | 19% % aumento interacción en redes sociales en el año | 100% |
| MAS CONECTADOS | Aumentar el consumo del canal en sus diferentes pantallas con el incremento del alcance | . Aumenta el tráfico a la página web Meta: 60% en el cuatrienio (15% anual) | Aumentar el 15% página web, es decir a 1610000 | 887000 N Total de usuarios que transitaron en la web durante el año / No total de usuarios proyectados en página web) *100 | 63% |
| MAS CONECTADOS | Aumentar el consumo del canal en sus diferentes pantallas con el incremento del alcance | Firma de convenios con aliados estratégicos en comunicaciones, programación anual 1 por año con una línea base de 8 | 9 alianzas | 10 N de convenios realizados / N° de convenios proyectados) *100 | 100% |
| MAS CONECTADOS | Formulación y ejecución del Plan Anual de Relaciones Públicas | Garantizar un cumplimiento mínimo del 80% de las actividades Programación anua | Cumplimiento mínimo 80% de las actividades programadas | 16 (total de las actividades realizadas/ total de actividades proyectadas) /0.8 | 100% |
| | | | | | |
| MAS PRODUCTIVOS | Mejoramiento del índice de desempeño a través | Aplicación y medición de políticas a través de | diligenciamiento formulario del | 92.6 | 100% |

| | | | | | |
|------------------------|---|---|---|--|------|
| | del mantenimiento de MIPG | autodiagnósticos Programación: Llegar al terminar el cuatrienio a 97%, 3% anual | autodiagnóstico FURAG 88.1 | puntuación obtenida/puntuación proyectada | |
| MAS PRODUCTIVOS | Mejoramiento del índice de desempeño a través del mantenimiento de MIPG | Ejecución Plan de acción de MIPG programación 100% anual | Elaboración y aprobación plan acción MIPG. | 1 (Nº actividades ejecutadas/ Nº actividades proyectadas) *100 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Mejoramiento de procesos para salida de productos de calidad. | Obtener la Certificación de calidad NTC- ISO9001. Meta: certificación de calidad implementación 100% | Actualización de las caracterizaciones de los procesos, indicadores y fichas de indicadores | 6 total actividades ejecutadas/total actividades proyectadas) *100 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Desarrollar plan de acción del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo | Desarrollar el plan de mejoramiento SGSSST correspondiente para mejorar los resultados. 100% cada año | 1 plan 100% ejecutado | 101 actividades de 113 porcentaje actividades realizadas / porcentaje de actividades proyectadas del plan *100 | 89% |
| MAS PRODUCTIVOS | Vincular a la actividad productiva del canal a talento humano regional | Incluir un mínimo del 5% de servidores públicos provenientes. 5% anual del total de vinculados a la productividad del canal | Incluir 5% de trabajadores oficiales | 21 trabajadores contratados de 22 (total de trabajadores oficiales contratados /total trabajadores oficiales) | 95% |
| MAS PRODUCTIVOS | Optimización de la productividad mediante fortalecimiento de la capacidad tecnológica | Ejecución del PETIC programación: Cumplimiento mínimo 80% de la programación anual | 80% cumplimiento PETIC | 2 proyecto (total de proyectos realizadas / total de proyectos programados) /0.8 | 100% |

| | | | | | |
|------------------------|---|--|--|---|------|
| MAS PRODUCTIVOS | Optimización de la productividad mediante fortalecimiento de la capacidad tecnológica | Ejecución Seguridad y privacidad de la información. Programación: Cumplimiento mínimo 80% de la programación anual | Ajuste, armonización y gestión de seguridad, privacidad y auditoría del SGSI | 3 actividades realizadas (total de actividades realizadas / total de actividades proyectadas) /0.8 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Optimización de la productividad mediante fortalecimiento de la capacidad tecnológica | Manejo de riesgos. Programación: Ejecución del plan de tratamiento de riesgo mínimo 100% | Análisis de riesgos, mejora de políticas, controles, pruebas, auditorías y cultura organizacional. | 1 (total de actividades realizadas/ total de actividades proyectadas) *100 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Optimización de la productividad mediante fortalecimiento de la capacidad tecnológica | Compra, mantenimiento y actualización de equipos y redes Programación: Proyectos programados 1 anualmente 4 al final periodo | 1 proyecto | 2 (número de proyectos ejecutados/número de proyectos programados) *100 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento al proceso contractual para la eficiencia administrativa | Optimizar tiempos de respuesta en contratación. Mínimo 90% | 90% de respuestas en tiempo a contrataciones | 630 solicitudes contestadas en término total contestaciones en término/ total de solicitudes) * 0.9 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento al proceso contractual para la eficiencia administrativa | Implementación SECOP transaccional. 100% implementado | Alistamiento | 1 (número de actividades ejecutadas /número de actividades proyectadas) *100 | 50% |
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento de la relación Estado-Ciudadanía | Botón de transparencia sede electrónica actualizado al 100% | 91% actualizado | 91% (número de ítems de la matriz ITA desarrollados /número total de ítems de la matriz ITA) *100 | 91% |
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento de la relación Estado-Ciudadanía | Secciones del menú participa con contenido actualizado por vigencia | Actualización secciones menú participa | (número de secciones desarrolladas / total de secciones del menú) *100 | 100% |

| | | | | | |
|------------------------|---|---|--|--|-------|
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento de la relación Estado-Ciudadanía | Respuestas oportunas de PQRSD y solicitudes de acceso a la información pública. medición: mínimo el 90% | mínimo el 90% de las respuestas en término | 330 de 345 solicitudes resueltas (total de solicitudes resueltas / total solicitudes PQRSD) | 96% |
| MAS PRODUCTIVOS | Fortalecimiento de la relación Estado-Ciudadanía | Cumplimiento Plan de acción de daño antijurídico: mínimo 90% | 2 capacitaciones en el año | 2 | 100% |
| | | | | (total de actividades realizadas / total de actividades proyectadas) /0.25 | |
| MAS PRODUCTIVOS | Conectar y fidelizar a los colaboradores con el Trece para que sean embajadores de marca mediante una estrategia de comunicaciones internas | Porcentaje del Plan de comunicación interna. Cumplimiento mínimo 80% de la programación anual | Mínimo el 80% de cumplimiento de la programación anual | 22 (total de actividades realizadas / total de actividades proyectadas) /0.8 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Mas conocimiento más productividad | Implementar centro de pensamiento de la industria | Formulación y aprobación documento | 2 (total actividades realizadas/ total actividades proyectadas) | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Mas conocimiento más productividad | Desarrollo y mantenimiento del modelo de liderazgo | 1 plan mínimo 90% ejecutado | 1 (total de actividades realizadas / total de actividades proyectadas) /0.9 | 100% |
| MAS PRODUCTIVOS | Mas conocimiento más productividad | Administración de documentos físicos y electrónicos. Meta: implementación y desarrollo política gestión documental 25% | 25% ejecutado política gestión documental | 2.5 (total actividades ejecutadas/total actividades programadas) | 83% |
| MAS PRODUCTIVOS | Evaluación y seguimiento | Cumplimiento plan de anual de auditorías. Cumplimiento mínimo 85 | mínimo 85% de la programación anual | 65 actividades ejecutadas de 76 (total actividades ejecutadas/ total actividades programadas) /0.85 | 86% |
| MAS PRODUCTIVOS | Evaluación y seguimiento | % avance MECI. Incremento 3% cada año | incremento 3% | porcentaje incrementado/100 | 94.5% |

| | | | | | |
|------------------------|--|---|---|---|------|
| MAS PRODUCTIVOS | Evaluación y seguimiento | Jornadas de planeación estratégica. 2 anualmente | 2 jornadas planeación | 2 (jornadas realizadas/jornadas proyectadas) *100 | 100% |
| MAS SOSTENIBLES | Administración y control de recursos financieros | Seguimiento a los gastos de administración Meta: <0=21% cada año | Máximo 21% Gastos Administración | Gastos de administración/Ingresos por proyectos) *100 Entonces se divide 21% sobre resultado, para sacar el porcentaje de ejecución meta | |
| MAS SOSTENIBLES | Administración y control de recursos financieros | Monitoreo al margen de contribución de los Proyectos Meta: Mínimo 22% (promedio anual) | Mínimo 22% | (total ingresos por proyecto- costos de operación)/ingreso total) *100, entonces se divide el resultado en 22% | |
| MAS SOSTENIBLES | Administración y control de recursos financieros | Control a la gestión de Cartera Meta: <0=5% cada año | Máximo 5% cartera vencida | (total cartera vencida/facturación total) *100 | |
| MAS SOSTENIBLES | Administración y control de recursos financieros | Mantener equilibrio financiero Meta: 100% anual | Ganancia mayor a 0 | (Utilidad de contratos/gastos de funcionamiento) *100 | |
| MAS SOSTENIBLES | Posicionamiento de marca | Diseñar un plan de mercadeo | 100% cumplimiento del plan anual mercadeo | 14 actividades ejecutadas (número de actividades ejecutadas /número de actividades proyectadas) *100 | 100% |
| MAS SOSTENIBLES | Autosostenibilidad y diversificación del portafolio de servicios | Canal Trece diversifica su oferta comercial Meta: 100% de Ingresos totales proyectados | 100% ventas proyectadas | 221480452459 total ventas realizadas en el año /total ventas proyectadas en el año *100 | 100% |
| MAS SOSTENIBLES | Autosostenibilidad y diversificación del portafolio de servicios | Canal Trece consolida su oferta comercial Meta: 90% mínimo del Número total de | mínimo 90% clientes proyectados | 18 total clientes durante el año/total clientes proyectados *0.9 | 100% |

| | | | | | |
|------------------------|--|---|---|---|------|
| | | clientes proyectados | | | |
| MAS SOSTENIBLES | Autosostenibilidad y diversificación del portafolio de servicios | Canal Trece fideliza sus clientes Meta: 90% de satisfacción del cliente en cada vigencia | mínimo 90% clientes satisfechos durante la vigencia | Promedio porcentual de la calificación de las encuestas de satisfacción realizadas * 0.9 | 87% |
| MAS SOSTENIBLES | Internacionalización de contenidos | Generar alianzas que contemplen la participación del canal en encuentros, festivales, concursos y alianzas internacionales 4 alianzas en el periodo. 1 alianza cada año | 1 alianza internacional | 1 alianzas realizadas/ alianzas proyectadas | 100% |
| MAS SOSTENIBLES | Internacionalización de contenidos | Cooperar internacionalmente para el intercambio y promoción de contenidos, 8 contenidos internacionales emitidos por Canal Trece en el periodo 2025 - 2028, 2 cada año. | 2 contenidos internacionales emitidos | 2 Número de contenidos internacionales emitidos por el Canal Trece/Número de contenidos internacionales proyectados para emitir por el Canal Trece en la vigencia | 100% |

El plan de acción correspondiente a la vigencia 2025 alcanzó un porcentaje de cumplimiento de 93%, evidenciando un alto nivel de ejecución institucional, especialmente en las metas misionales, las cuales registraron los mayores índices de avance. No obstante, se presentaron algunas metas que enfrentaron dificultades operativas, lo que incidió levemente en el índice global de cumplimiento.

De acuerdo con los resultados obtenidos en los indicadores de gestión de la vigencia 2025, a continuación, se relacionan aquellos que no lograron un cumplimiento del 100%: junto con el análisis de las causas asociadas.

I. Línea estratégica Más Innovadores: Fortalecer contenidos regionales

- **Meta 1: Aumentar en 5 %** las horas de contenido de las regiones más apartadas y aumentar las transmisiones que reflejen las acciones autóctonas expresadas desde el territorio.

Para esta meta se obtuvo un cumplimiento acumulado del 88%, correspondiente a la realización de 1216 horas de contenido, frente a una meta programada de 1387 horas, lo que representa una diferencia de 171 horas respecto al objetivo establecido.

El incumplimiento parcial de la meta obedece principalmente a la restructuración de la parrilla de programación, que incluyó la eliminación de algunos programas de la franja deportiva debido a sus bajos niveles de audiencia. Esta decisión estratégica permitió fortalecer la calidad y el impacto de los demás contenidos de producción IN HOUSE, priorizando aquellos con mayor alcance para las audiencias regionales:

- Contra golpe: 4:21:53
- Salió el sol: 89:38:20
- Enlace trece: 1:57:04
- Especiales Enlace trece: 3:12:36
- Music for life: 43:01:07
- El podcast: 13:13:50
- Toma el control: 04:21:30
- Magnifica región trece: 15:01:43
- Geekers: 77:06:12
- Proyectos especiales: 17:40:00

II. **Línea estratégica Más Conectados:** comprensión y medición de las preferencias, características y comportamientos de los televidentes y audiencia digital

- **Meta 12: Realizar 4 estudios Ad-hoc en el año**

Aunque se adelantó un trabajo significativo en el desarrollo de la meta citada, durante el cuarto trimestre se finalizaron dos estudios correspondientes a las regiones, alcanzando un porcentaje de cumplimiento del 50% al cierre de la vigencia. Si bien no se logró el cumplimiento total de la meta proyectada, el resultado obtenido se encuentra alineado con las capacidades técnicas y las condiciones reales de operación del año. Asimismo, se garantizó que los productos generados cumplieran con los estándares definidos. En este sentido, los avances alcanzados sientan una base sólida para la recuperación y optimización del indicador en futuras vigencias.

- **Meta 15: Aumenta el tráfico a la página web 60% en el cuatrienio (15% anual)**

Durante la vigencia evaluada, y pese a los esfuerzos adelantados por el equipo digital mediante la publicación permanente de contenidos en la página web, plataformas

digitales y redes sociales institucionales, no se alcanzó la meta proyectada de 1.610.000 usuarios al cierre del periodo. No obstante, se registró un total de 887.000 usuarios, lo que representa un nivel de cumplimiento del 63% de la meta establecida.

Este resultado estuvo influenciado entre otros factores, por los cambios en los hábitos de consumo digital de las audiencias y por un entorno altamente competitivo, en el cual el canal compite no solo con medios públicos y privados, sino también con una amplia oferta de contenidos digitales independientes e influencers, lo que ha generado una mayor fragmentación de la audiencia en la web.

En este contexto, se hace necesario fortalecer y optimizar las estrategias digitales durante la vigencia, con el fin de incrementar los niveles de interacción, alcance y avance de manera progresiva hacia el cumplimiento de las metas de interacción y audiencia digital del canal

III. Línea estratégica Más Productivos: Desarrollar plan de acción del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo

➤ Meta 21: 1 plan 100% ejecutado

Para el período evaluado se proyectaron 113 actividades, de las cuales se ejecutaron 101, lo que representa un nivel de cumplimiento del 89 % al cierre de la vigencia.

Las actividades no ejecutadas obedecen principalmente a ajustes en las prioridades institucionales, procesos de reorganización interna y a la transición en la conformación de la planta de personal durante gran parte del período. Si bien en el cuarto trimestre se logró completar el plan de personal, los tiempos requeridos para la inducción, adaptación y alineación de los nuevos funcionarios impactaron la capacidad operativa, lo que limitó la ejecución total de las actividades previstas dentro del semestre.

➤ Meta 22: Incluir mínimo 5% de trabajadores oficiales

Respecto a la meta proyectada, se alcanzó un porcentaje de cumplimiento del 95%, mediante la contratación de 21 trabajadores oficiales. Cabe resaltar que, durante el último trimestre, se adelantaron dos convocatorias para el cargo de Oficial de Control Interno. La primera fue declarada desierta debido al incumplimiento de los requisitos establecidos por parte de los aspirantes postulados. No obstante, la segunda convocatoria se desarrolló de manera satisfactoria, permitiendo la vinculación de la persona seleccionada y, en consecuencia, el cierre exitoso del proceso de conformación de la planta de personal.

➤ Meta 28: Implementación SECOP transaccional. 100%implementado

Respecto a la meta establecida, se alcanzó un nivel de cumplimiento del 50%. Durante la vigencia la entidad, adelanto cambios progresivos relacionados con la publicidad de los

procesos de contratación a través de la plataforma SECOP II. No obstante, es importante precisar, que, al tratarse de régimen especial, su obligatoriedad no se rige por las generalidades del estatuto de contratación pública.

Sin embargo y de acuerdo con las recomendaciones formuladas por la Contraloría General de la República (CGR) en el marco de auditoría realizada, el Canal, adelanto durante la vigencia algunas actividades encaminadas a la implementación de la transaccionalidad en SECOP II. En este sentido, la entidad se proyecta materializar dicha implementación antes de finalizar el mes de diciembre.

➤ **Meta 29: Botón de transparencia sede electrónica actualizado al 100%**

De conformidad con los resultados obtenidos en la auditoría realizada al reporte presentado por la entidad, sobre un total de 100 puntos se alcanzó un puntaje de 91, equivalente a un nivel de cumplimiento del 91%. Como parte del análisis del resultado, se corrigieron oportunamente los aspectos señalados dentro del término concedido (23 de diciembre). No obstante, quedan pendientes algunos desarrollos que serán abordados durante la vigencia 2026, especialmente en materia de accesibilidad.

➤ **Meta 31: Mínimo el 90% de las respuestas en término**

De un total de 345 solicitudes de PQRSD y de acceso a la información, fueron resueltas 330, lo que equivale a un porcentaje de cumplimiento del 96%. Durante la vigencia se adelantaron labores permanentes de control y seguimiento a las PQRSD y a las solicitudes de información, mediante la actualización continua de la base de datos y el envío diario de correos de alerta a las distintas áreas de la entidad.

Para la siguiente vigencia, se realizará un monitoreo periódico sistemático de las PQRSD y de las solicitudes acceso información, que incluirá revisión mensual de tiempos de respuestas, verificación del cierre efectivo de cada requerimiento y fortalecimiento de los mecanismos de alerta, con el fin de alcanzar el cumplimiento total de la meta establecida.

➤ **Meta 36: 25% ejecutado política gestión documental**

La entidad trabajo constantemente durante la vigencia evaluada, el indicador correspondiente a la meta de gestión archivística alcanzó un 83% de cumplimiento, como resultado del trabajo constante, planificado y articulado de la entidad orientado al fortalecimiento del Sistema de Gestión Documental.

Este avance se materializó principalmente en la actualización integral y completa de las Tablas de Retención Documental (TRD), proceso que incluyó la revisión de series y subseries documentales, la verificación de tiempos de retención, la adecuación a la estructura orgánica vigente y la alineación con la normatividad archivística aplicable. Dichas actividades permitieron consolidar instrumentos archivísticos técnicamente actualizados y coherentes con las funciones misionales y administrativas de la entidad.

El porcentaje pendiente para alcanzar el 100% obedece a que la implementación total de los instrumentos archivísticos requiere etapas adicionales, tales como su socialización institucional, aplicación progresiva en todas las dependencias y el seguimiento a su correcta adopción operativa, actividades que, por su naturaleza técnica y transversal, se ejecutan de manera gradual y continuarán desarrollándose en la siguiente vigencia.

En consecuencia, el resultado obtenido refleja un avance significativo y verificable, dejando como producto final instrumentos archivísticos actualizados y validados, lo que garantiza la mejora continua en la organización, conservación y acceso a la información institucional, y establece una base sólida para culminar la meta en las vigencias siguientes, en cumplimiento de los principios de eficiencia administrativa, transparencia y control documental.

➤ **Meta 47: Mínimo 90% clientes satisfechos durante la vigencia**

Durante la vigencia evaluada, el indicador alcanzó un nivel de cumplimiento del 87 % de la meta programada. El no logro del 100% se debe a factores externos a la gestión de la entidad, principalmente relacionados con la baja disposición de los clientes para participar en los instrumentos de medición establecidos (encuestas). Esta condición limitó la recolección del total de la información inicialmente prevista, pese a la implementación de acciones de socialización, seguimiento y flexibilización en los mecanismos de aplicación. No obstante, la entidad implementó acciones de socialización y seguimientos en los mecanismos de aplicación desarrollando el proceso conforme a los lineamientos metodológicos definidos.

La información efectivamente recopilada garantizó la validez de los resultados obtenidos y fue utilizada como insumo para el análisis institucional y la toma de decisiones, evidenciando un avance significativo y razonable en el cumplimiento del objetivo del indicador.

2.2. **Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG**

En el marco de la evaluación realizada a través del Formulario Único de Reporte de Avance de la Gestión – FURAG, el Canal obtuvo en la vigencia 2024 una calificación de 92,7 en el Índice de Desempeño Institucional, evidenciando un incremento de 7,6 puntos con respecto a la vigencia 2023. Este avance es resultado de las acciones implementadas para el fortalecimiento de las políticas institucionales que presentaban niveles de desempeño inferiores, así como de la consolidación de aquellas con mejores resultados.

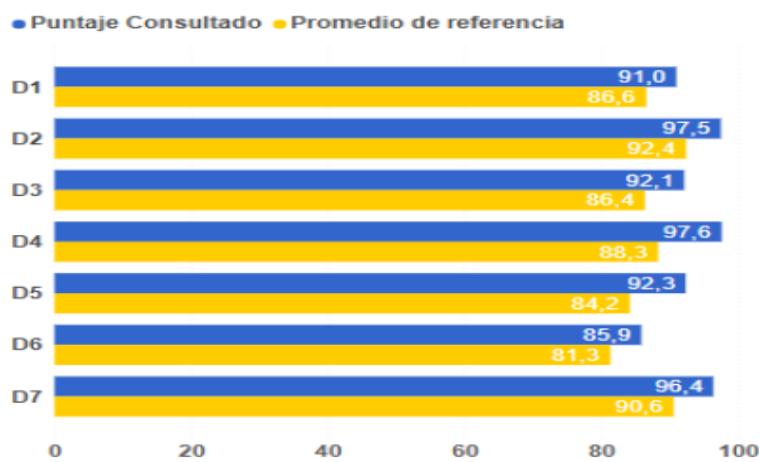
El puntaje alcanzado posiciona a la entidad por encima del promedio del grupo par, el cual se ubicó en 86,5, superándolo en 6,2 puntos. Este resultado representa una mejora sustancial frente a la vigencia anterior, en la que la diferencia con la media fue de 2,2

puntos, teniendo en cuenta que en 2023 el promedio del grupo par fue de 82,9 y el Canal obtuvo un puntaje de 85,1.



El resultado general por dimensión fue el siguiente:

| Dimensión | Puntaje Consultado |
|---|--------------------|
| D1: Talento Humano | 91,0 |
| D2: Direccionamiento Estratégico y Planeación | 97,5 |
| D3: Gestión con Valores para Resultados | 92,1 |
| D4: Evaluación de Resultados | 97,6 |
| D5: Información y Comunicación | 92,3 |
| D6: Gestión del Conocimiento | 85,9 |
| D7: Control Interno | 96,4 |



Se observa que supero la calificación en todas las dimensiones el promedio del grupo par (barra azul sobre barra amarilla) y el mayor resultado se encuentra en la dimensión 4, de Evaluación de resultados con 97.6, seguida de la 2, Direccionamiento estratégico y planeación con 97.5 y la 7 de Control interno con 96.4. Solamente la dimensión 6 de gestión de conocimiento obtuvo puntaje por debajo de 90, sin embargo, subió considerablemente respecto de 2023.

COMPARATIVO 2024 VS 2023

| MIPG | | | |
|--|------|------|-----------|
| DIMENSIONES | 2023 | 2024 | VARIACION |
| 1. TALENTO HUMANO | 87.1 | 91.0 | 3.9 |
| 2. DIRECCIONAMIENTO Y PLANEACION | 98.2 | 97.5 | -0.7 |
| 3. GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS | 85.9 | 92.1 | 6.2 |
| 4. EVALUACION DE RESULTADOS | 86.3 | 97.6 | 11.3 |
| 5. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | 86.5 | 92.3 | 5.8 |
| 6. GESTION DEL CONOCIMIENTO | 68.2 | 85.9 | 17.7 |
| 7. CONTROL INTERNO | 87.8 | 96.4 | 8.6 |

En términos generales el resultado obtenido en las políticas de desarrollo administrativo relacionadas con cada una de las dimensiones del MIPG, fue optimo, al Canal solo le aplica actualmente 13 de las 19 políticas, para 2024 se tuvo en cuenta de nuevo la política de compras y contratación pública, que en 2023 no fue evaluada.

COMPARATIVO DESEMPEÑO POLITICAS 2024 VS 2023

| MIPG | | | |
|--|------|------|-----------|
| POLITICAS | 2023 | 2024 | VARIACION |
| PLANEACIÓN INSTITUCIONAL (3) | 98.8 | 98.7 | = |
| PARTICIPACION CIUDADANA EN LA GESTIÓN PUBLICA (13) | 96 | 99.2 | 3.2 |
| INDICE DE COMPRAS Y CONTRATACION PÚBLICA | | 95.2 | N/A |
| FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS (6) | 95.5 | 100 | 4.5 |
| SERVICIO AL CIUDADANO (11) | 91.5 | 95.5 | 4 |
| TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (15) | 92.9 | 99.3 | 6.4 |
| CONTROL INTERNO (19) | 87.8 | 96.4 | 8.6 |
| INTEGRIDAD (2) | 87 | 89.6 | 2.6 |
| SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL (14) | 86.4 | 96.7 | 10.3 |
| SEGURIDAD DIGITAL (8) | 81.7 | 96.4 | 14.7 |
| GOBIERNO DIGITAL (7) | 75.9 | 88.6 | 12.7 |
| GESTION DOCUMENTAL (16) | 73.7 | 77.9 | 4.2 |
| GESTION DEL CONOCIMIENTO (18) | 68.2 | 85.9 | 17.7 |

En consecuencia, los resultados evidencian el fortalecimiento progresivo del desempeño institucional y el impacto positivo de las estrategias adoptadas para el mejoramiento continuo de la gestión, reflejándose en una mayor alineación con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG

➤ AUTODIAGNOSTICOS MIPG

Para la vigencia 2025, se diligenciaron los autodiagnósticos correspondientes a las políticas del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG que aplican al Canal, los cuales se encuentran disponibles en la página del Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP, a través del micrositio MIPG.

Como resultado de este ejercicio, se elaboraron los planes de acción orientados a implementar las políticas institucionales, los cuales fueron estructurados con enfoque en mejora continua

Los planes de acción fueron presentados y aprobados por el comité, garantizando su alineación con los objetivos estratégicos del canal y con los lineamientos del MIPG, así como su incorporación al seguimiento y evaluación permanente del desempeño institucional.

2.3. Sistema de Gestión de Calidad

Las actualizaciones caracterizaciones, ficha de indicadores, seguimiento riesgos, seguridad de la información, se hizo capacitación en riesgos con la última guía DAF versión o 7 para incluirlos los riesgos de lavados y activos para vigencia 2026

Durante la vigencia evaluada, el Canal Trece adelantó acciones orientadas al fortalecimiento y consolidación del Sistema de Gestión de la Calidad, enfocadas en la actualización y mejora de sus procesos institucionales. En este sentido, se realizó la actualización del Mapa de Procesos y del Organigrama Institucional, los cuales fueron presentados y aprobados por el Comité Institucional, garantizando su coherencia con la estructura organizacional y los objetivos estratégicos de la entidad.

Así mismo, se llevó a cabo un acompañamiento permanente a cada uno de los procesos de la entidad, lo que permitió la actualización de la totalidad de las caracterizaciones de procesos y de las fichas de indicadores institucionales, alcanzando un total de 21 actualizados. Estas actividades contribuyeron al fortalecimiento del enfoque por procesos, la medición del desempeño y la mejora continua del sistema.

Adicionalmente, se realizó capacitación en gestión de riesgos de seguridad de la información, de conformidad con los lineamientos establecidos en la Guía del Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP, versión 7, fortaleciendo la

cultura de gestión del riesgo y el cumplimiento de los estándares institucionales en materia de seguridad de la información.

2.4. Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública (ITA)

Según el informe de auditoría del Índice de Transparencia Activa (ITA) 2025, se presentan los argumentos que sustentan el cumplimiento institucional y las acciones correctivas proyectadas para alcanzar el 100% de transparencia:

La entidad cuenta con un cumplimiento sobresaliente evidenciado en la calificación de 91 sobre 100 puntos, logrando publicar exitosamente la información sobre sus Proyectos de Inversión y manteniendo la ubicación correcta de secciones estratégicas como el menú de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Asimismo, se resalta que la institución ya cuenta con un Certificado de Accesibilidad y ha estructurado un menú denominado "PARTICIPA" con secciones específicas para el Control Social. Para ajustar los puntos pendientes, el plan de mejora contempla:

- Optimizar la Accesibilidad Web mediante la reubicación visible del certificado, la implementación de textos alternativos en imágenes y la inclusión de subtítulos y audiodescripción en videos
- Corregir la navegabilidad técnica asegurando que la sección de normativa no redirija al menú principal (implementando el enlace al SUIN) y reubicando los mapas de procesos según el numeral 1.3 del Anexo 2 de la Resolución 1519 de 2020
- Fortalecer la transparencia operativa mediante la publicación trimestral de los avances de ejecución de proyectos y la actualización de los contenidos de Control Social, evaluando desde el área contractual qué contratos son sujetos de veeduría ciudadana para superar la actual respuesta de "no aplica".

2.5. Rendición de Cuentas

En cumplimiento de los principios de transparencia, participación ciudadana y control social, el Canal Teveandina S.A.S. – Canal Trece adelantó durante la vigencia 2025 el ejercicio de rendición de cuentas, el cual se llevó a cabo el día 19 de junio de 2025 a las 11:00 a. m., con transmisión en directo a través de la señal institucional y de todas las plataformas digitales y redes sociales del Canal.

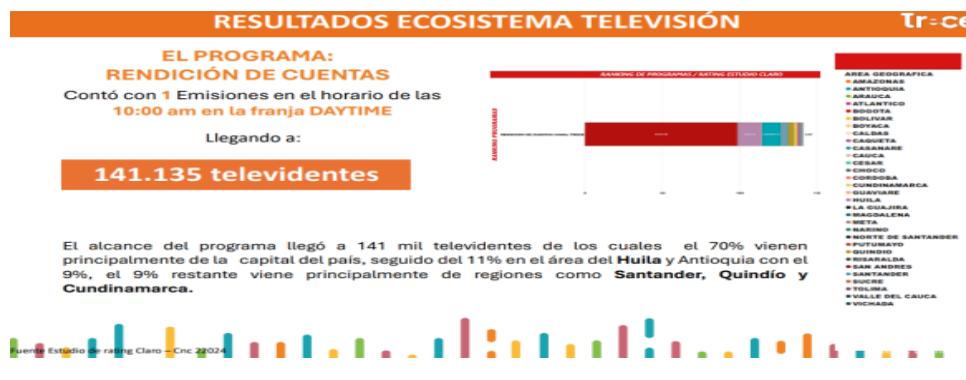
Este ejercicio constituyó un mecanismo fundamental para informar a la ciudadanía y a los grupos de valor sobre la gestión institucional, los resultados alcanzados y el uso de los recursos públicos. La jornada de rendición de cuentas



De conformidad con los temas priorizados por la ciudadanía, se presentaron los resultados de la gestión, destacándose que durante el año 2024 se alcanzaron cifras históricas de crecimiento en las diferentes pantallas, consolidando a Canal Trece como un medio público que ofrece contenidos de valor para la ciudadanía. En este sentido, el activo digital del Canal creció en aproximadamente 1.200.000 usuarios frente al año anterior.

| RED SOCIAL | SEGUIDORES | VARIACIÓN |
|---------------|------------------|-----------|
| YouTube | 372,000 | 21% ↑ |
| Instagram | 77,242 | 32% ↑ |
| TikTok | 162,700 | 572% ↑ |
| X | 187,537 | 1% ↑ |
| Facebook | 399,760 | 83% |
| TOTAL: | 1,200,000 | |

Así mismo, se realizaron importantes lanzamientos de producciones financiadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MinTIC, se apoyaron ejercicios de rendición de cuentas de otras entidades públicas, se cubrieron festivales musicales en ciudades como Ibagué y Neiva, y se transmitieron eventos de relevancia internacional como los Premios TAL, organizados por la red que une a las televisiones públicas de América Latina.



' en plataformas digitales, el resultado fue el siguiente:



Los resultados de la encuesta de evaluación de la rendición de cuentas 2024 evidenciaron una percepción ciudadana muy positiva, reflejando que la información suministrada fue clara, pertinente y de interés para los participantes. De igual manera, se destacó que la duración del evento fue adecuada y que este tipo de espacios contribuyen efectivamente a la rendición de cuentas ante la comunidad, registrándose una aceptación general y la disposición de los ciudadanos para participar en futuros ejercicios.

Durante el evento, el Gerente del Canal adquirió compromisos públicos para la vigencia 2025, los cuales serán evaluados en el próximo ejercicio de rendición de cuentas, entre los que se destacan:

- La realización de ejercicios de ciberseguridad orientados a la capacitación en los territorios.
 - El desarrollo de una producción enfocada en programación y tecnología, con fines educativos y formativos.
 - La ejecución de una coproducción de talla internacional, mediante alianzas con plataformas y productores extranjeros, que represente un hito para la televisión pública colombiana.

Se realizó verificación de los compromisos de la rendición de cuentas y a la fecha están cumplidos de la siguiente manera:

- Ejercicios importantes de ciberseguridad que sirvan para capacitar en esa materia en el territorio - proyecto ti: ética hacken
- Una producción sobre programación para que todos puedan aprender en el ámbito de la tecnología – producción: binarios (en ejecución)
- Una coproducción de talla internacional con aliados y plataformas y productores extranjeros - producción: manos al fuego (en ejecución)

El Canal Trece, bajo el lema “**EN LA RUTA HACIA UN FUTURO DIGITAL**”, reafirma su compromiso con la transparencia, la lucha contra la corrupción y el gobierno abierto, con el propósito de continuar llegando a todos los rincones del país a través de contenidos culturales, educativos, inclusivos, innovadores y de alto impacto, tanto en sus pantallas como en sus plataformas digitales.

2.6. Gestión del riesgo

Durante la vigencia 2025, la entidad contó con una matriz de riesgos integrada, la cual fue ajustada en abril de 2025, incorporando de manera específica los aspectos relacionados con la seguridad de la información. En el marco de esta matriz se realizaron seguimientos y monitoreos trimestrales por parte de la primera y segunda línea de defensa, evidenciando que ninguno de los riesgos se materializó durante la vigencia. Así mismo, las situaciones potenciales identificadas fueron gestionadas de manera oportuna y solucionadas, evitando impactos negativos para la entidad.

La matriz de riesgos 2025 está conformada por 45 riesgos, distribuidos de la siguiente manera: 1 riesgo de imagen/fiscal, 5 riesgos estratégicos, 2 riesgos financieros, 3 riesgos de seguridad de la información, 1 riesgo tecnológico, 17 riesgos operativos, 7 riesgos legales o de cumplimiento y 8 riesgos de corrupción. Esta distribución se encuentra reflejada en el mapa de calor, el cual permite visualizar el nivel de exposición y el tratamiento de cada riesgo.

Adicionalmente, durante el segundo trimestre de la vigencia, se adelantó la proyección de la matriz de riesgos para el año 2026, con base en la guía vigente y fortaleciendo los componentes relacionados con lavado de activos y financiación del terrorismo (LA/FT). Como resultado de este ejercicio, se incorporaron dos (2) nuevos riesgos, asociados a la gestión de la producción y a la gestión documental y seguridad de la información.

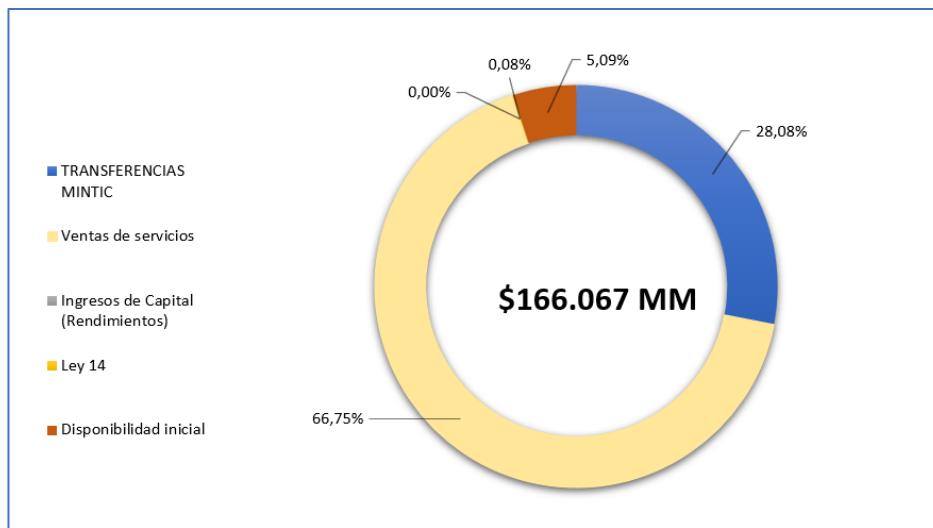
Esta matriz fue socializada y aprobada por el Comité el 30 de diciembre de 2025, quedando conformada por un total de 50 riesgos, sobre los cuales se realizará seguimiento permanente durante la siguiente 2026.

3. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

3.1. Ejecución presupuestal

➤ Presupuesto de ingresos:

El recaudo acumulado a diciembre de 2025 ascendió a la suma de \$166.067 MM, equivalente al 69% del total del presupuesto para la vigencia 2025.



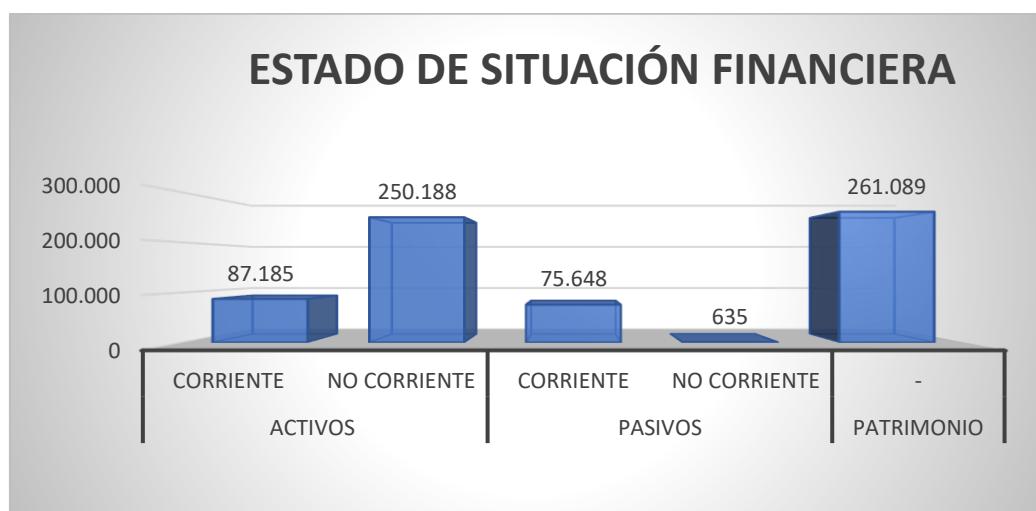
➤ Presupuesto de gastos:

A diciembre de 2025 el total de presupuesto apropiado se situó en \$242.362 MM, de los cuales se comprometió el 98% y se realizaron pagos equivalentes al 83% de las obligaciones registradas a diciembre de 2025.

| NOMBRE | TOTAL APROPIADO | DISPONIBILIDADES | COMPROMISOS | OBLIGACIONES | PAGOS |
|------------------------------|-----------------|------------------|-------------|--------------|------------|
| TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS | \$ 242.362 | \$ 238.524 | \$ 235.972 | \$ 190.010 | \$ 157.121 |
| GASTO DE FUNCIONAMIENTO | \$ 5.447 | \$ 4.947 | \$ 4.686 | \$ 4.679 | \$ 4.623 |
| GASTO DE OPERACIÓN COMERCIAL | \$ 236.916 | \$ 233.577 | \$ 231.286 | \$ 185.331 | \$ 152.498 |

3.2. Estado de situación financiera

Al cierre de la vigencia 2025, el activo total ascendía a la suma de \$337.373 MM, pasivos por valor de \$76.283 MM, y patrimonio por la suma de \$261.089 MM, como se muestra a continuación:



El activo se encuentra representado principalmente en Propiedad, Planta y Equipo e Inversiones en asociadas. Esta última, corresponde a la inversión que tiene Teveandina S.A.S., en Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC), y que equivale a la suma de \$172.170 MM.

En la vigencia 2025 se realizó seguimiento y cobro de cartera a todos los clientes, en consecuencia, se logró el recaudo eficiente de los recursos, se encuentra un saldo vencido menor a 60 días por valor de \$1.907 MM. Cifra que se estima recaudar dentro del primer bimestre de la vigencia 2026.

| DIAS | TOTAL | POR VENCER | <= 30 | DE 31 A 60 | DE 61 A 90 | 91 ==> |
|----------|--------|------------|-------|------------|------------|--------|
| VALOR MM | 30.119 | 28.212 | 1.902 | 5 | 0 | 0 |

Otro valor representativo e importante dentro del Activo, es el efectivo y equivalentes al efectivo, que al cierre de la vigencia 2025, refleja un saldo en sus cuentas bancarias por valor de \$9.573 MM.

A diciembre 31 de 2025 el Canal presentaba cuentas por pagar a proveedores por valor de \$31.181 MM, de los cuales \$28.063 MM corresponden a las facturas registradas en el mes de diciembre de 2025.

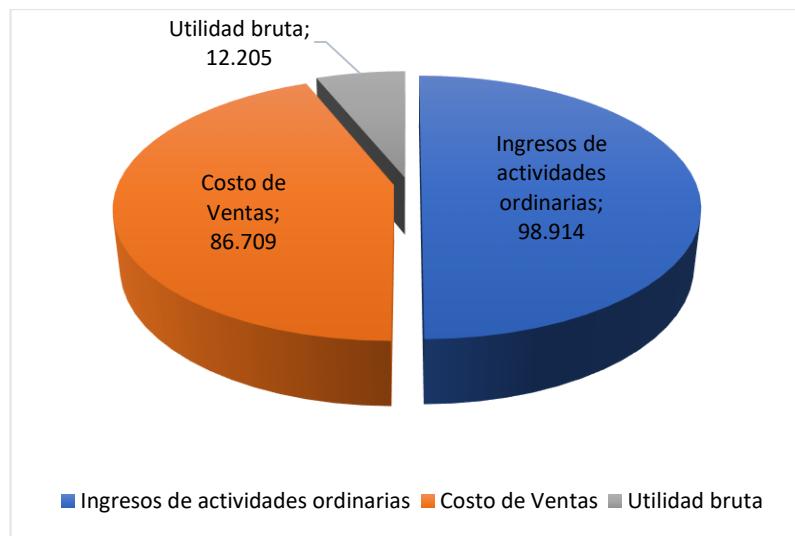
| DIAS | TOTAL | POR VENCER | <== 30 | DE 31 A 60 | DE 61 A 90 | 91 ==> |
|----------|--------|------------|--------|------------|------------|--------|
| VALOR MM | 31.181 | 28.063 | 2.718 | 241 | 46 | 113 |

El patrimonio se encuentra conformado, de la siguiente manera:

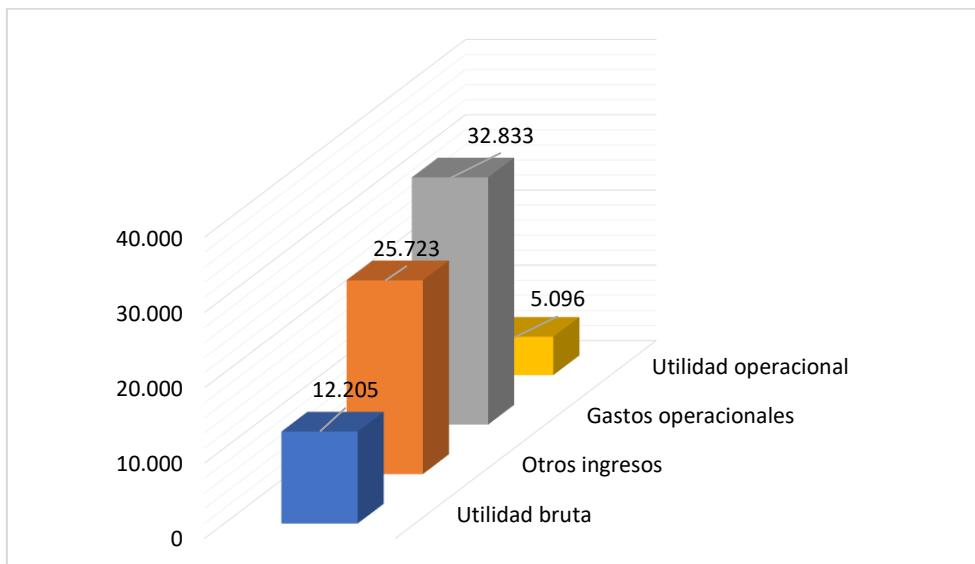
| ACCIONISTAS | NIT. | No. ACCIONES | % PARTICIPACIÓN | VALOR NOMINAL | VALOR PATRIMONIAL |
|--------------------------|-------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| MINTIC | 899.999.053 | 33.777,6 | 84,071% | 8.444.400 | 219.500.499 |
| DEPTO DEL TOLIMA | 800.113.672 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| DEPTO DEL META | 892.000.148 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| DEPTO DE BOYACA | 891.800.498 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| DEPTO DEL HUILA | 800.103.913 | 80 | 0,199% | 20.000 | 519.568 |
| DEPTO DEL CAQUETA | 800.091.594 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| DEPTO DEL CASANARE | 892.099.216 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| GOBERNACION DEL PUTUMAYO | 800.091.164 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| DEPTO DE CUNDINAMARCA | 899.999.114 | 6.040 | 15,03% | 1.510.000 | 39.241.742 |
| DEPTO DE GUAVIARE | 800.103.196 | 40 | 0,100% | 10.000 | 261.089 |
| TOTAL | | 40.177,60 | 100,000% | 10.044.400 | 261.089.436 |

3.3. Estado de resultado integral

Los ingresos percibidos por la venta de servicios ascendieron a la suma de \$98.914 MM, los costos asociados a dichas ventas suman \$86.709 MM, generando una utilidad bruta por valor de \$12.205 MM.



Así mismo, la utilidad operacional para la vigencia 2025, se situó en \$5.096 MM, favorecida principalmente por los ingresos por subvenciones registradas según legalización de los recursos entregados por parte del FUTIC, a los que se les resta los costos relacionados con dichas subvenciones y gastos de funcionamiento y operación del Canal.



3.4. Indicadores financieros

La gestión financiera se puede evidenciar fácilmente en los siguientes indicadores financieros, donde se muestra el histórico y el avance del Canal durante las últimas vigencias.

| Periodo/Indicador | Dic-22 | Dic-23 | Dic-24 | Dic-25 |
|---------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Capital de Trabajo | \$3.196 MM | \$13.062 MM | \$39.141 MM | \$11.537 MM |
| Liquidez Corriente | 1.66 | 1.59 | 1.74 | 1.15 |
| Margen Operacional | 14.3% | 9.41% | 11.47% | 12.34% |

Capital de trabajo: Al cierre de la vigencia 2025, el capital de trabajo de la entidad, (activo corriente – pasivo corriente), se ubica en la cifra de \$ 11.537 MM; corresponde principalmente al manejo contable de las Coproducciones las cuales a la fecha de cierre de la vigencia se encuentran en desarrollo.

Liquidez corriente: Este indicador demuestra la solidez económica de Teveandina y la capacidad de saldar la deuda de corto plazo, y que para el 2025 se ubicaba en 1.15

Margen operacional: Para la vigencia 2025 se logró mantener un margen de contribución positivo equivalente al 12.34%, garantizando cubrir así, las necesidades de operación y funcionamiento del Canal.

4. OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS SOCIOS

Para la vigencia 2025, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MINTIC, realizó operaciones con TEVEANDINA a través del Fondo Único de Tecnologías y las Comunicaciones FUTIC, por valor de \$50.871 MM, como se detalla a continuación:

| FUTIC 2025 | VALOR MM |
|--|---------------|
| Resolución No. 0008 Plan de inversión 2025 | 13.202 |
| Resolución No. 0024 Expresiones de la Región Trece | 5.000 |
| Resolución No. 0381 Voces del Senado: Legislatura en Acción | 345 |
| Resolución No. 0402 Encuentro Académico Medios SolidariosyComunitarios | 3.000 |
| Resolución No. 0449 Trece Conecta : Del Campo al Código | 5.000 |
| Convenio No. 1447 Colombia 4,0 | 10.000 |
| Convenio No. 1631 Digitalia | 8.700 |
| Contrato No. 693 Comunicaciones | 5.624 |
| TOTAL OPERACIONES FUTIC 2025 | 50.871 |

5. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES 2025

Para la vigencia 2025, se desarrollaron y produjeron todos los programas, contenidos y capítulos comprometidos en la resolución correspondiente del Fondo Único de las TIC, cumpliendo los objetivos establecidos para cada producción. En cuanto al uso de los recursos de inversión, se alcanzaron los resultados esperados en los programas In house, destacando el cumplimiento de indicadores tanto cuantitativos como el número de capítulos producidos y las audiencias alcanzadas, certificadas mediante estudios de monitoreo de CNC y datos digitales como cualitativos y la calidad de la producción.

El Canal Trece continuó fortaleciendo su apuesta digital, incorporando tecnologías de vanguardia y estrategias transmedia en sus producciones. Este enfoque permitió ampliar el alcance del canal y ofrecer experiencias más completas e interactivas a la audiencia, como se evidencia en la aplicación Trece Plus. Además, en cuanto al uso de los recursos de inversión, se cumplieron los indicadores establecidos para los programas In house, logrando los siguientes resultados:

| PROYECTO | CAPÍTULOS PRODUCIDOS | CAPÍTULOS COMPROMETIDOS POR FICHA DE INVERSIÓN |
|------------------------|----------------------|--|
| Magnifica región trece | 103 | 84 |
| Toma el control | 58 | 55 |
| Geekers | 239 | 198 |
| Music for life | 237 | 200 |
| El podcast | 55 | 48 |
| Enlace trece | 338 | 166 |

El enfoque estratégico de la línea editorial se centra en establecer una conexión cercana con la audiencia y generar sentido de pertenencia, abordando temas de interés local y sirviendo como plataforma para visibilizar talentos y emprendimientos de la región. Su eje central es la conectividad emocional, impulsada por procesos de cocreación y desarrollo, donde desde la gestión de contenidos prioriza el storytelling enfocado en las emociones, historias y mundo interior de los personajes. Este modelo garantiza la universalidad del mensaje y establece puntos en común entre las audiencias urbanas y rurales, mientras que su compromiso con los contenidos transmedia posiciona al canal como referente de proyectos convergentes en Colombia.

La flexibilidad de su oferta, que combina noticias, entretenimiento y cultura, junto con el uso de múltiples dispositivos más allá del televisor, ha permitido generar alianzas estratégicas y eficiencias durante el año, facilitando la creación de contenidos destacados, entre ellos:

- **Salió el sol:** 216 capítulos
- **Contra Golpe:** 41 capítulos
- **Documentales:**
 1. El puente de la vida: donde el silencio pesa
 2. Somos pantalla
 3. Armenia
 4. Las Selectoras
 5. Emito Garzón: el resultado de una lectura bien dirigida

Uno de los logros más significativos fue el fortalecimiento de la conexión con las comunidades locales. Como canal regional, Canal Trece extendió su programación más allá de las pantallas, creando espacios de encuentro, aprendizaje y participación tanto en ámbitos urbanos como regionales. Entre los momentos más destacados se incluyen los eventos culturales, deportivos, educativos y de inclusión.

I. Liderazgo en Innovación Audiovisual y Contenidos Educativos

- TV Morfosis Educativo y Cultural: Se lideró la producción audiovisual para la transmisión en vivo, garantizando la emisión de alta calidad de todos los paneles estratégicos. Esto consolidó la institución como referente en la discusión audiovisual nacional.
- Transmisión BAM - Gimnasio Moderno (Educativo/Cultural): El Canal demostró liderazgo en la producción de eventos convergentes, asegurando la cobertura de alta calidad de un encuentro centrado en proyectos transmedia.

- PREMIOS TAL: Se realizó el seguimiento detallado de la ceremonia, construyendo una narrativa representativa del aporte cultural, educativo y audiovisual de la televisión colombiana.

II. **Fomento y promoción de la cultura y el talento nacional**

- LANZAMIENTO VIBRAR: El éxito de este documental ha sido validado con la obtención de varios reconocimientos a nivel nacional.
- Premios Bravo: Se transmitieron los Premios Bravo de la Asociación Colombiana de Actores (ACA).
- Eventos Culturales Regionales: Se realizó el conversatorio "Infidelidad Financiera" en el Festival Cultural de Girardot. También se llevó a cabo el evento en Pacho, enfocado en visibilizar el talento artístico local.

III. **Contenido deportivo de valor e inclusión**

- Transmisión de Fútbol para Ciegos: Se realizó la cobertura completa del Torneo de Fútbol para Ciegos, posicionando al Canal como un referente nacional en la promoción de contenido deportivo inclusivo.
- Evento boxeo: Se transmitió un especial dedicado a exaltar el esfuerzo, la disciplina y logros de los deportistas colombianos.
- Clásica de Girardot: Se llevó a cabo con éxito la transmisión en vivo del lanzamiento y desarrollo del evento ciclístico.

IV. **Ejecución de Servicios de Producción para Clientes, Terceros y Aliados**

- Rendición de Cuentas Min deporte: Se realizó la producción y transmisión de la Rendición de Cuentas del Ministerio del Deporte, un espacio de transparencia y participación ciudadana donde se presentaron los principales logros, avances y resultados del periodo agosto 2024 – agosto 2025.

V. **Compromiso Social y Acercamiento Comunitario**

- Jornada Trece Pets y Bienestar Animal: La jornada Trece Pets en Pacho consolidó el apoyo a las causas animalistas. Además, el Conversatorio Expo Pets abordó temas claves de innovación y bienestar animal.
- Diálogo Ambiental: se transmitió en vivo un conversatorio que reunió a expertos y público interesado en los retos actuales del cuidado ambiental. El diálogo se centró en el equilibrio entre tecnología y protección del medio ambiente.
- Inclusión Social: Se realizó la emisión en vivo del She Is Global Fórum 2025, visibilizando la transformación social de mujeres y niñas.

- Acercamiento Territorial y Audiencia Infantil: La jornada "Andy en tu Colegio" realizado en Villa de Leyva fue una estrategia de acercamiento territorial. De igual forma, se desarrolló el conversatorio "Aquí hablan los niños" en el marco del Festival Internacional de Cine de Infancia y Adolescencia.

VI. Premios y Nominaciones a la Calidad Audiovisual

En 2025, el Canal Trece tuvo un año excepcional, consolidándose como un referente de calidad, innovación y diversidad cultural en la televisión pública colombiana. Sus producciones que abarcan contenidos infantiles, musicales, documentales y propuestas transmedia, obtuvieron una destacada presencia en los principales galardones del país y la región. El canal sobresalió en los Premios India Catalina y lideró los Premios TAL 2025.

VII. Premios.

| Festival | Programa o Talento | Categoría |
|----------------------------------|---------------------------|--|
| Premios Pantalla de Cristal 2025 | Juan Cruz | Mejor Actor |
| Premios Pantalla de Cristal 2025 | Guillermo Gómez | Mejor Fotografía |
| Premios India Catalina | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Producción de Inclusión Social |
| Premios India Catalina | Mi Primer Sencillo | Mejor Producción Musical |
| Premios India Catalina | Fanpesinos | Mejor Producción Juvenil |
| Premios India Catalina | La Banda de Andy | Mejor Producción Transmedia |
| Premios India Catalina | Mi Primer Sencillo | Mejor Musicalización de No Ficción |
| Premios India Catalina | Juan Camilo Ochoa | Mejor Diseño Sonoro de No Ficción |
| Premios India Catalina | Julián Pinilla | Mejor Creador de Contenido Digital |
| Premios Bravo | Diego Vélez | Actor de Voz |
| Premios Fecisor y We Cam Fest | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Largometraje |
| Premios Fecisor y We Cam Fest | Vibrar: El Arte de Sentir | Representatividad de la Comunidad con Discapacidad |
| Premios Produ | El colombiano de Keko | Mejor Serie de Drama Criminal/Carcelario |
| Premios Produ | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Contenido/Programa que Promueve la |

| | | |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| | | Diversidad y la Discapacidad |
| Premios Produ | Mi Primer Sencillo | Mejor Contenido de Concurso Original |
| Premios TAL | El colombiano de Keko | Ficción |
| Premios TAL | La Banda de Andy | Contenido Transmedia |
| Príncipe de los páramos | spot TDT | mejor spot publicitario |

VIII. Nominaciones

| Festival | Programa o Talento | Categoría |
|--------------------------|---------------------------|--|
| India Catalina – Ficción | El colombiano de Keko | Mejor Edición de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El colombiano de Keko | Mejor Dirección de Fotografía de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El colombiano de Keko | Mejor Diseño de Producción de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El colombiano de Keko | Mejor Musicalización de Ficción |
| India Catalina – Ficción | Very Well | Mejor Producción de Comedia |
| India Catalina – Ficción | Very Well | Producción de Ficción Favorita del Público |
| India Catalina – Ficción | El Prom | Mejor Musicalización de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El Prom | Mejor Diseño Sonoro de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El Prom | Mejor Actor Favorito del Público |
| India Catalina – Ficción | Mi Primer Sencillo | Mejor Diseño de Producción de No Ficción |
| India Catalina – Ficción | Mi Primer Sencillo | Mejor Musicalización de No Ficción |
| India Catalina – Ficción | Mi Primer Sencillo | Mejor Diseño Sonoro de Ficción |
| India Catalina – Ficción | El Son de Paz | Mejor Diseño Sonoro de No Ficción |
| India Catalina – Ficción | Magnífica Región Trece | Mejor Fotografía de No Ficción |
| India Catalina – Ficción | Entre la Tierra y el Agua | Mejor Fotografía de No Ficción |

| | | |
|-------------------------------------|----------------------------|---|
| India Catalina – Ficción | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Producción de Inclusión Social |
| India Catalina – Ficción | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Musicalización de No Ficción |
| India Catalina – Ficción | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Diseño Sonoro de No Ficción |
| India Catalina – Juvenil | Inbox Trece | Mejor Producción Juvenil |
| India Catalina – Juvenil | Se Busca Gamer | Mejor Producción Juvenil |
| India Catalina – Juvenil | Fanpesinos | Mejor Producción Juvenil |
| India Catalina – Deportes | Olímpicos.co | Mejor Producción Deportiva |
| India Catalina – Deportes | Contragolpe | Mejor Producción Deportiva |
| India Catalina – Creador Digital | Fanpesinos | Mejor Creador de Contenido Digital |
| India Catalina – Reality | Fanpesinos | Mejor Reality Concurso |
| India Catalina – Infantil/Animación | La Banda de Andy | Mejor Producción Infantil |
| India Catalina – Infantil/Animación | La Banda de Andy | Mejor Producción de Animación |
| India Catalina – Infantil/Animación | La Banda de Andy | Mejor Producción Transmedia |
| India Catalina – Infantil/Animación | La Banda de Andy | Mejor Actuación de Voz |
| India Catalina – Comunitario | La Otra Lección | Mejor Producción Canal Comunitario |
| India Catalina – Variedades | Salió el Sol | Mejor Producción de Variedades |
| India Catalina – Variedades | Music for Life – Con Julio | Producción de Variedades Favorita del Público |
| Príncipe de los Páramos | La Banda de Andy | Mejor Serie de Animación |
| Príncipe de los Páramos | El colombiano de Keko | Mejor Serie de Ficción |
| Príncipe de los Páramos | Vibrar: El Arte de Sentir | Mejor Documental |
| Premios Bravo | La Banda de Andy | Actor de Voz |

| | | |
|--------------------------|---------------------------|---|
| Premios Bravo | El colombiano de Keko | Elenco Audiovisual |
| Premios Bravo | Vibrar: El Arte de Sentir | Actor Protagónico – Artes Vivas |
| Premios Bravo | El Prom | Elenco Audiovisual |
| Premios Bravo | Digital-IA | Actor Serie Web |
| Premios TV Awards & Prix | En Son de Paz | Responsabilidad ESG |
| Premios TV Awards & Prix | Se Busca Gamer | Reality / Game Show |
| Premios TV Awards & Prix | La Banda de Andy | Digital – Multimedia |
| Premios Produ | El colombiano de Keko | Mejor Serie de Drama Criminal / Carcelario |
| Premios Produ | Vibrar: El Arte de Sentir | Diversidad y Discapacidad |
| Premios Produ | Mi Primer Sencillo | Mejor Contenido de Concurso Original |
| Premios TAL | Vibrar: El Arte de Sentir | Documental / Relevancia Social |
| Premios TAL | La Banda de Andy | Infantil / Juvenil / Educativo / Transmedia |
| Premios TAL | El colombiano de Keko | Ficción |
| Premios TAL | La Otra Lección | Derechos Humanos / Paz |
| Premios TAL | Más Allá del Make Up | Universo Sonoro – Gran Premio Colombia |
| Premios TAL – Ampliadas | Vibrar | Documental Unitario Regional / Identidades Colectivas |
| Premios TAL – Ampliadas | El Prom | Serie Ficción |
| Premios TAL – Ampliadas | La Banda de Andy | Animación / Infantil / Educativo Regional |
| Premios TAL – Ampliadas | Los 100 Días de Aleja | Microprograma / Perspectiva de Género |
| Premios TAL – Ampliadas | Music for Life | Musical |
| Premios TAL – Ampliadas | Con-Ciencia | Ciencia y Tecnología / Nuevas Miradas |

| | | |
|-------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| Premios TAL – Ampliadas | Contragolpe | Deportivo |
| Premios TAL – Ampliadas | Entre la Tierra y el Agua | Ambiente |
| Premios TAL – Ampliadas | Capacidades Diversas | Identidades Colectivas Regional |
| Premios TAL – Ampliadas | Mafe | Derechos Humanos |
| Premios TAL – Ampliadas | Especiales Enlace Trece | Programa de Entrevistas |
| Premios TAL – Ampliadas | Se Busca Gamer | Formato Innovador |
| Premios TAL – Ampliadas | En los Zapatos de | Detrás de Cámara – TV Parlamentaria |
| Premios Zoom & Fecisor | Los 100 Días de Aleja | Serie Ficción |
| Premios Zoom & Fecisor | Rally Steam | Infantil – Juvenil |
| Premios Zoom & Fecisor | Vibrar: El Arte de Sentir | Proyecciones |
| Festival Chulpicine | La Banda de Andy – T2 | Cortometrajes |
| Festival Calibélula | La Banda de Andy | Mejor Serie |

Acciones adelantadas y su impacto.

IX. Eficiencia Operacional y Articulación de Procesos

| Acción Adelantada | Impacto Clave |
|--|--|
| Optimización de la Ficha de Inversión 2025 | Superación de Metas Físicas y Financieras: Se logró una ejecución superior al 100% en la meta de capítulos comprometidos en producciones <i>in-house</i> . |

| | |
|--|--|
| <p>Alcance del Proceso de Producción en 3 Fases (Planeación, Gestión, Control)</p> | <p>Fortalecimiento de Estándares de Calidad y Confiabilidad: La implementación de rigurosos protocolos de Aseguramiento de Calidad (QA) y la correcta sincronización de las fases (Planeación, Gestión y Control) aseguraron la excelencia del producto final y el cumplimiento de plazos, fortaleciendo la percepción del canal como un productor eficiente y de alto nivel.</p> |
|--|--|

X. Impacto Social, Inclusión y Representación Regional

| Acción Adelantada | Impacto Clave |
|--|---|
| Expansión del Informativo "Enlace Trece" (Nuevos corresponsales) | Consolidación Territorial: Fortaleció el vínculo con la comunidad y consolidó al canal como referente de representación regional. |
| Inclusión Efectiva en "Toma el Control" (Incorporación de presentador sordo) | Acceso Universal y Diversidad: Promovió el uso de la lengua de señas y garantizó el acceso universal a la información, reafirmando el compromiso social. |
| Respuesta Comunitaria de "Enlace Trece" (PQRS) | Indicador de Cercanía: Las PQRS actúan como solicitudes activas de cobertura en territorios, demostrando que la audiencia valora y demanda la presencia del canal. |
| Diversificación de Contenido en "Enlace Trece" | Contenido de Valor Público: Ampliación a temas clave como economía ciudadana, memoria histórica y conservación ambiental, alineando el contenido con las inquietudes y aspiraciones de la audiencia. |

| Acción Adelantada | Impacto Clave |
|--|---|
| Fomento del Turismo en "Magnífica Región Trece" (Registro Visual del Patrimonio) | <p>Preservación de Tradiciones: El Registro Visual y Narrativo detallado de oficios, gastronomías y atractivos turísticos contribuye a la preservación de tradiciones orales y culturales y fortalece la identidad regional.</p> |
| Protagonismo Comunitario en "Magnífica Región Trece" | <p>Fortalecimiento del Tejido Social: La inclusión de las comunidades como narradoras y protagonistas de sus propias historias promueve la apropiación del territorio e impulsa directamente el Turismo Regional y la economía local.</p> |
| Temas Abordados en "Toma el Control" | <p>Educación Mediática: El abordaje de procesos editoriales en medios, impacto de la Inteligencia Artificial en la comunicación, legislación de Derechos de Autor y cubrimiento de las inquietudes de la audiencia y reafirma el compromiso del canal con la educación y la reflexión crítica.</p> |

XI. Economía y Visibilidad Artística

| Acción Adelantada | Impacto Clave |
|--|--|
| Plataformas de Difusión Musical (Music for Life) | <p>Conexión Emocional y Audiencias Diversas: Logró altos niveles de sintonía mediante la integración de una amplia gama de géneros (R&B, pop, flamenco, cumbia, rock, etc.) y la visibilización de artistas consagrados y emergentes, fortaleciendo la diversidad sonora y la circulación cultural.</p> |

| | |
|--|--|
| Cobertura y Alianzas de Music for Life | Autoridad y Presencia Cultural: Cobertura en festivales emblemáticos como Joropo al Parque, Estéreo Picnic y Rock al Parque. |
|--|--|

| Acción Adelantada | Impacto Clave |
|---|---|
| Plataforma Editorial Podcast de Alejandro Marín | Autoridad Editorial y Proyección Global: Entrevistó a figuras de alto perfil internacional y nacional (como Sebastián Yatra, Hozier, Dua Lipa, Pedro Aznar y Enrique Bunbury), fortaleciendo el vínculo con una audiencia contemporánea gracias a la generación de alto contenido reflexivo y emocional, donde los artistas compartieron visiones únicas sobre la creación musical y su conexión con temas sociales, espirituales y existenciales. |
| Estrategia Digital y Eventos con GEEKERS | Liderazgo en la Industria Geek: Consolidó su presencia digital (YouTube, TikTok) y forjó alianzas en eventos claves (Comic Con, BAM, Movistar Game). |
| Formato Innovador en GEEKERS | Interacción y Formación: Se agregó un concurso estudiantil semanal con retos y duelos relacionados con el universo geek, fomentando la participación de estudiantes de colegios y renovando el formato. |
| Visibilización del Patrimonio en Magnífica Región Trece | Impulso al Turismo Regional: El registro visual y narrativo de oficios y gastronomías promueve la apropiación del territorio y dinamiza la economía local. |

XII. Dificultades y oportunidades de mejora

XIII. Factores que afectaron el cumplimiento de la meta de horas de contenido 2025

El principal factor que dificultó el cumplimiento de la meta establecida en el Plan de Acción 2025 fue la ausencia de los programas deportivos que tradicionalmente aportaban un volumen significativo de horas a la parrilla, sumado al retraso en el inicio del programa Geekers, lo que redujo de manera considerable las horas de producción proyectadas.

XIV. Ausencia de contenidos estratégicos

En 2024, programas como Campo de Juego y Súper Hinchas aportaron un total de 247 horas. La decisión de no emitir estos contenidos durante 2025 generó un déficit importante, que hizo imposible alcanzar la meta de 1.387 horas de producción *in-house*.

XV. Priorización de calidad, mayor interacción con la audiencia y enfoque transmedial

La estrategia de 2025 se centró en elevar la calidad de los contenidos y fortalecer la interacción con la audiencia y para ello se trabajó en la mejora de los programas existentes e igualmente en el desarrollo de Geekers, con el fin de ofrecer contenidos con mayor potencial de engagement y alcance masivo.

Asimismo, se incorporó un enfoque transmedial, orientado a que los programas se expandan a múltiples plataformas y formatos, potenciando la participación del público. Estas acciones permitieron modernizar, renovar y enriquecer los contenidos *in-house*, aunque implicaron una reducción de horas.

XVI. Retraso en el estreno de la nueva franja juvenil

El lanzamiento del nuevo programa de la franja juvenil, Geekers, no se pudo iniciar según lo previsto en el diseño de producción, debido a la falta de elementos fundamentales como el paquete gráfico, la escenografía, las alianzas estratégicas y la definición completa de la estructura del programa. Esta situación retrasó la operación y redujo las horas de emisión inicialmente planificadas.

XVII. Incremento en la exigencia de horas

El incremento porcentual asignado para la meta de contenido *in-house* representó un volumen de horas superior a la capacidad operativa real del canal. Esta exigencia generó presiones sobre la producción que, de haberse intentado cumplir de manera estricta, habría comprometido la calidad de los contenidos.

Este aumento no solo afectaba la calidad, sino que también impactaba en:

- La audiencia debido a que contenidos de baja calidad disminuyen el interés y la interacción del público.
- La reputación del canal al priorizar cantidad sobre pertinencia, valor e impacto.
- Indicadores institucionales como la Ficha de Inversión del MinTIC, que evalúa calidad, pertinencia y resultados, además del cumplimiento numérico.

En consecuencia, el incremento de la meta de horas no solo dificultó su cumplimiento, sino que, de haberse intentado alcanzar de manera forzada, habría generado efectos contraproducentes para la operación, los resultados y el posicionamiento del canal.

XVIII. **Oportunidades de mejora / Acciones correctivas y preventivas**

Planificación integral de la parrilla de programación

- Incorporar desde el inicio todos los programas estratégicos que aporten un mayor número de horas.
- Alinear cronogramas entre áreas para asegurar la disponibilidad de contenidos clave.

XIX. **Balance entre calidad y cantidad**

- Diseñar estrategias que permitan mantener altos estándares de calidad sin sacrificar la producción requerida.
- Evaluar qué contenidos pueden ajustarse o renovarse sin afectar significativamente las horas de emisión.
- Asegurar que los indicadores reflejen producción real, pertinente y de calidad, evitando la simple ocupación de parrilla sin impacto en audiencia.

XX. **Gestión anticipada de recursos y elementos clave**

- Garantizar que paquetes gráficos, escenografías, alianzas estratégicas y demás insumos estén disponibles en las fechas proyectadas.
- Establecer cronogramas internos con tiempos de revisión, ajustes y contingencias para evitar retrasos en la puesta al aire.

XXI. **Diversificación de contenidos estratégicos**

- Incluir contenidos que aporten horas y a la vez, sean atractivos para la audiencia, manteniendo un equilibrio adecuado entre cantidad, calidad e impacto.
- Incorporar contenidos transmediales que fortalezcan el engagement y amplíen el alcance en otras plataformas.

XXII. Gestión documental y soportes



https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x/r/personal/dsegura_canaltrece_com_co/_layouts/15/doc2.aspx?sourceDoc=%7B3A01A66E-EEDB-4824-9022-2B0593890BF4%7D&file=Plan%20de%20acci%C3%B3n%202025.xlsx&action=default&mobileredirect=true&DefaultItemOpen=1

XXIII. Anexos

Se adjunta el enlace con el detalle de las horas correspondientes a los programas In house.

- https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x/r/personal/jforero_canaltrece_com_co/_layouts/15/Doc.aspx?sourceDoc=%7B5452D074-9F54-41CB-A4C3-37442AA1648F%7D&file=HV%20DE%20PROGRAMAS%20IN%20HOUSE%202025%201.xls&action=default&mobileredirect=true

6. NUESTRA PROGRAMACIÓN

I. Indicadores de gestión

- ✓ Medir las horas promedio trimestral de programación musical
- ✓ Medir las horas promedio trimestral de contenidos propios alojados en cintas LTO

| # | NOMBRE DEL INDICADOR | META | LÍMITE CRÍTICO | LÍMITE SATISFACTORIO | 2025 | | | | | | | | | | | | PROMEDIO ACUMULADO |
|---|----------------------------|------|----------------|-----------------------------|------|-----|------|-----|-----|---------|-----|-----|------|-----|-----|--|--------------------|
| | | | | | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | SEP | OCT | NOV | DIC | | |
| 1 | PROGRAMACIÓN MUSICAL | 50% | 30% | Mayor al 50% y Menor al 70% | | | 100% | | | 100,00% | | | 100% | | | | 100% |
| 2 | PROGRAMACIÓN EN CINTAS LTO | 100% | 50% | Mayor al 50% y Menor al 70% | | | 100% | | | 100% | | | 100% | | | | 100% |

| MES | META | % Cumplimiento de la Meta | ANÁLISIS DE CAUSAS | | | | | | | | | | | | | |
|------------|------|---------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marzo | 100% | 100,00% | El cumplimiento de este indicador se evidenció con la emisión de contenidos pregrabados, así como transmisiones de conciertos: Playlist, Resonantes, Music For Life Escenario, Vivir Cantando , Music For Life Hasta Las Trece, Music For Life Top Trece, Music For Life Presenta: Billie Eilish, Music For Life Resonantes , Music For Life El Portal , Resonantes El Toque , Music For Life Presenta: Black Pink, Flow Importad, Ritmo Pegado, Music For Life Con Julio, Así Suena La Comida, Salio El Sol, Music For Life Presenta: Shakira, Resonantes Presenta: Cimarrón , Music For Life El Top De Los Famosos, Music For Life Emergentes, Concierto De Inauguración Festival Nacional de La Música Colombiana, Concierto Nacional De La Música Colombiana, Resonantes Presenta: Alerciopelados. | | | | | | | | | | | | | |
| Junio | 100% | 100,00% | En este periodo se destacaron el ingreso del programa inhouse Music for life, con sus subcategorías de lunes a sábado, así como la emisión de las transmisiones musicales de semana santa y de festivales, algunos programas fueron: Playlist, Salio El Sol, Resonantes El Toque, Tu Corazón Será Mío, Music For Life Emergentes, Music For Life Resonantes , Music For Life Hasta Las Trece, Music For Life Escenario, Music For Life El Top De Los Famosos, Music For Life Presenta: Shakira, Music For Life Directo Al Corazón, Concierto De Música Sacra, Festival De Música Religiosa, Festival Música Del Pacífico Petronio Alvarez, Music For Life Presenta: Shakira, Transmisión Freestyle Master Series, Auténtica Llanera, Festival Mundial De Salsa, Documental Canta El Pueblo | | | | | | | | | | | | | |
| Septiembre | 100% | 100,00% | Este periodo se destacó por incluir otros géneros musicales del hip hop y rap, así como enlaces a transmisiones: Playlist, Salio El Sol, Music For Life Emergentes, Music For Life Resonantes, Music For Life Hasta Las Trece, Music For Life El Top De Los Famosos, Music For Life Escenario, Music For Life Directo Al Corazón , Music For Life Top Trece, Resonantes El Toque, Music For Life A Traves De La Música, Magnifica Región Trece Latidos, Festival De Música Del Pacífico Petronio Alvarez, Music For Life Presenta: Shakira, Transmisión Freestyle Master Series, Auténtica Llanera, Festival Mundial De Salsa, Documental Canta El Pueblo | | | | | | | | | | | | | |
| Diciembre | 100% | 100,00% | Este periodo se destacó por las transmisiones especial de la Feria de Cali, así como el fortalecimiento en las franjas de playlist navideño a propósito de las fechas decembrinas, así mismo se emitieron contenidos como Music for life Resonantes, Hasta las Trece, Top de los famosos, Music for life Escenario, Directo al corazón, Top Trece, Emergentes, Resonantes Presente, Toque, En Estudio y Tus favoritos | | | | | | | | | | | | | |

| MES | META | % Cumplimiento de la Meta | ANÁLISIS DE CAUSAS | | | | | | | | | | | | |
|----------------|-------------|---------------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marzo | 100% | 100,00% | Durante el periodo se garantizó la priorización de contenidos Inhouse para ser alojados en cinta LTO. Como resultado se obtuvo la copia en cinta LTO de 145 horas de contenidos audiovisuales | | | | | | | | | | | | |
| Junio | 100% | 100,00% | Al cierre del trimestre se alojaron en cinta LTO, 444 horas de contenidos audiovisuales pertenecientes a programas Inhouse. | | | | | | | | | | | | |
| Septiembre | 100% | 100,00% | Al cierre del trimestre se alojaron en cinta LTO, 748 horas de contenidos audiovisuales pertenecientes a programas Inhouse. | | | | | | | | | | | | |
| Diciembre | 100% | 100,00% | Para el último trimestre del año se alojaron en cinta LTO, 920 horas de contenidos audiovisuales pertenecientes a programas Inhouse. Ninguna requerida para el periodo | | | | | | | | | | | | |
| TOTALES | 100% | 100% | | | | | | | | | | | | | |

II. Plan de acción

Se cumplió con el objetivo de innovar, mantener y ampliar la programación inclusiva de la parrilla de programación cultural y educativa.

“Programación educativa, cultural, infantil y científica”

Meta: Mantener 75% de la parrilla trimestral-indicador de mantenimiento” Emitir programas educativos, culturales, científicos, infantiles. Gestionar intercambios con otros canales de contenidos relacionados.

"Programación inclusiva"

Meta: 2% anual 8% al final del periodo del plan -indicador de mantenimiento"
Emitir programas de contenidos inclusivos LGBTI, étnicos, discapacidad, género.

III. Principales logros alcanzados durante la vigencia.

- Control de calidad revisó en tiempo real más de 15.000 horas de programas que nutren la parrilla de programación tanto contenidos propios como externos. Un aumento con respecto a la vigencia anterior, por el ingreso de nuevas producciones propias y externas.
- Administración de emisión realizaron 365 continuidades, así como la realización del blocklist, basados en las 53 parrillas de programación.
- Se realizaron 546 certificados de emisión.
- Gestión de promoción y emisión de 39 producciones de Convocatorias de MINTIC Abre Cámara 2024 de formatos ficción, no ficción e infantil.
- Alianzas con otras entidades para recibir nuevos contenidos de Min Ciencias, IDARTES, películas para semana santa, Ceremonia del Papa Francisco, Universidad de Medellín, Fundación Imaginario y Citurna Producciones, Señal Memoria, Tukutoon.
- Se compartió contenidos con Red TAL y ATEI programas como Raíces y carreteras, Manos al fuego, Colombiar, Una app en mi cabeza, Guardianes salvavidas, La Banda de Andy, Aguáticos, Documental José María Melo, igualmente a canales regionales como Simona Amaya a Canal Tro.
- Se licencia la retransmisión de la señal a 14 cableoperadores.
- Inventario con la totalidad en videoteca de 547 discos duros registrados y custodiados por la Videoteca a la fecha, sobre los cuales se ha realizado una verificación general del disco, lo que permite ubicar fácilmente el soporte físico y además tener referencia adicional de los contenidos almacenados. Además de la centralización en un mismo espacio físico y en bases de datos de los soportes.
- Se enviaron a archivo profundo más de 1.093 capítulos de un total de más de 45 proyectos, correspondientes a más de 2.800 archivos y a más de 800 horas de video.
- Se aumentó en más del 50% los archivos y capítulos salvaguardados respecto a 2024, logrando una mejora en la eficiencia y eficacia en el proceso de almacenamiento en el archivo profundo.
- Se agregó la meta data de más de 1.795 archivos en el AVECO proporcionados en las fichas de programas In-House.
- Se realizaron 11 jornadas de limpieza (1 brigada mensual) y espacios más limpios, libres de agentes externos contaminantes que puedan acelerar el deterioro físico de los soportes.

- Se realizó la meta data básica de 2855 capítulos
- Se realizó la carga y meta data de los siguientes proyectos que se pueden verificar a través del siguiente enlace: <https://treceplus.canaltrece.com.co/en>
 - La banda de Andy
 - Entre la tierra y el agua
 - Andinozónicos
 - Exploradores
 - Zona Selfie
 - Resolvámoslo
 - Se busca gamer
 - La otra lección
 - Cuerpos que hablan
 - Fanpesinos
 - Invencibles
 - Cielo púrpura
 - 100 días de Aleja
 - Nada que curar
 - En son de paz
 - Ciencia y tecnología al descubierto
 - Entre la tierra y el agua
 - Andinozónicos
 - Exploradores
 - Aventura por Cundinamarca
 - Manos al fuego
 - Fábrica de ideas
 - Colombiar
- La franja de Playlist programada por el área, es el programa con mayor audiencia acumulada del año en canal trece, 45.978 hogares promedio por programa, los días de festividades aumenta el consumo, días festivos, coyunturas nacionales, el mayor consumo es del Valle del Cauca, Cundinamarca, Tolima y Boyacá.
- Se realizaron especiales musicales para la franja Playlist en conmemoración para los artistas:
 - Paquita la del barrio
 - Wilson Manyoma
 - Rubby Pérez

- Ozzy
- Se gestionó y se supervisó a las Sociedades de Gestión Colectiva:
- Directores Audiovisuales Sociedad Colombiana de Gestión – DASC
 - Red Colombiana de Escritores Audiovisuales – REDES
 - PROMÚSICA
 - SAYCO (contrato de comunicación pública)
 - ACINPRO
 - ACTORES
- ACODEM: se logró bajar el valor de las liquidaciones de ACODEM considerablemente, gracias al seguimiento y prevención en el equipo de producción y al seguimiento en las revisiones exhaustivas de pagos ya realizados y así como lograr la refutación por parte de Programación.

IV. Acciones adelantadas y su impacto.

6.1. Además de las acciones anteriores que evidencian la gestión de programación, es importante destacar el impacto del largometraje documental propuesto por el área de programación “Vibrar: el arte de sentir” dirigido por Nathalia Montealegre, producido con un equipo inhouse en el año 2024 de producción y programación, que inició la circulación y distribución durante todo el 2025 como estrategia transmedia del proyecto. El tema principal de este largometraje es la historia de Christian Briceño, quien además de presentador del Canal, es el primer bailarín sordo de danza contemporánea graduado en Colombia, destaca aspectos como la sordera, la inclusión, la danza, la música y la Lengua De Señas Colombiana, y ha generado reconocimiento a nivel nacional e internacional como el primer largometraje documental sobre danza inclusiva que realiza la televisión pública colombiana.

Además, en el 2025 ha sido proyectado veintiún (21) veces a nivel local, nacional e internacional en diferentes festivales y universidades de ciudades como una película destacable en Bogotá, Pereira, Yopal, Cali, Medellín, Necoclí, Argentina, Chile, Bolivia, Ecuador, España, Chile. Y se recibieron reconocimientos de gran impacto como 4 Premios, 9 selecciones oficiales y 7 nominaciones así:

- Premio India Catalina a Mejor producción de inclusión social
- Premio India Catalina a Mejor Diseño sonoro de no ficción
 - Premio a Mejor Largometraje en Festival Colombiano de Cine Sordo FECISOR
 - Premio a Mejor Representación en el cine Festival de Cine Inclusivo y Accesible We Cam Fest.

- Premio a Mejor Unitario Documental Regional en Premios TAL
- Premio a Mejor Programa de Identidades Colectivas Regionales en Premios TAL
- Selección oficial Festival Internacional de Cine Sordo FECISOR de Argentina
- Selección Oficial Festival Internacional de Cine Sordo FECISOR de Chile
- Selección Oficial Festival Cine en Femenino
- Selección Oficial Festival Internacional de Cine de Yopal
- Muestra Internacional de Cine “Canarias Documental” Islas Canarias
- Selección oficial Cinetiquetas México
- Selección oficial Accecine Perú
- Selección oficial Festival Bajo Nuestra de Bolivia y Ecuador
- -Selección Oficial Festival Cine Libre Internacional FECILI Necoclí, Antioquia
- -Nominación a Mejor Musicalización de no ficción – Premios India Catalina.
- Nominación a Mejor Documental en Premios Príncipe de los Páramos.
- -Nominación a Mejor Documental en Premios TAL Colombia.
- -Nominación a Mejor Relevancia Social en Premios TAL Colombia.
- -Nominación a Mejor Contenido que promueve la diversidad: discapacidad
- Premios PRODU México.

IV. Dificultades y oportunidades de mejora

7. 1. Con la Sociedad de Gestión Colectiva SAYCO en el 2025 hay contrato por derecho a la comunicación pública, pero en el 2025 solicitan el pago por derecho de sincronización desde el año 2020, un derecho que no había sido cobrado porque ellos solo representaban el derecho de comunicación pública y sin previo aviso llegan correos cobrando. Junto al abogado de derechos de autor de la Entidad, se intentó llegar a un acuerdo para que fueran claros en qué cobraban pero no ha sido así, y se les solicitó que enviaran el contrato de la actual vigencia pero no lo enviaron, por el contrario empezaron a enviar liquidaciones mes a mes desde el año 2024 hasta mayo de 2025, a las cuales se les hizo observaciones y se enviaron a la Representante Judicial de la Entidad para que este caso sea asumido por Conciliación al tratarse de vigencias anteriores.

7.2. Como propuestas de acciones de mejora que vinculan a otras áreas en nuestras labores están:

- Teniendo en cuenta los avances tecnológicos, mejorar los procesos para que las actividades de tráfico y alistamiento puedan realizarse de forma remota, como en otras Entidades.

- Para control de calidad mejorar los monitores de visualización de material aptos para el proceso.
- Teniendo en cuenta la inversión económica con respecto al almacenamiento en el archivo profundo en cintas LTO, se recomienda que la Entidad pueda contar con una custodia de back up en otra Entidad, para que en caso de siniestro se pueda tener el resguardo de estos activos intangibles del Canal.
- Pendiente proceso de back up de los discos duros externos que tiene la entidad de 2011 a 2018, es importante precisar, que este soporte presenta obsolescencia programada, lo cual podría significar perdida del material en el caso de que un disco duro se dañe por el uso o por el tiempo de existencia, siendo este el único lugar donde se encuentra este material histórico para el Canal.
- Adquisición de un sistema integrado de gestión de archivos que permita realizar la publicación a través de la web de nuestros registros catalogados, lo que posibilita al archivo para llegar a más usuarios que quieran conocer y acceder a nuestro acervo desde cualquier lugar del mundo.
- Adecuar un espacio físico con las condiciones medio ambientales requeridas para el almacenamiento de soportes audiovisuales, para así no continuar con el costo del servicio de arrendamiento de espacios de bóvedas especializadas para la conservación de los materiales audiovisuales.
- Si se cuenta con lo anterior, contar con la administración del espacio de emisión en el que se almacenan las cintas LTO en físico. Lo anterior, dado que se puede aprovechar para reorganizar y custodiar algunos de los soportes por los que actualmente se paga el servicio de arrendamiento y de esta manera reducir costos. Es importante mencionar que para el correcto almacenamiento de los soportes físicos se requiere de por lo menos un deshumidificador y de un sistema de aire acondicionado constante que permita mantener la temperatura en el espacio. También, se requiere de medidas de seguridad con cámaras, deshumidificador (1 o 2) para control los niveles de humedad en el espacio, extintor de agente limpio Solkaflam, administración (llave) para acceso únicamente por parte del equipo.
- Adquirir una solución tecnológica que permita la publicación de un catálogo en línea con los registros catalogados y disponibles en la Videoteca del canal.
- Definir una solución tecnológica para la migración y el almacenamiento de los archivos audiovisuales “en tráfico”.
- Definir, adquirir o repotenciar la herramienta actual (Aveco) para que funcione como un sistema de gestión de contenidos.
- Licencias de software: contar con disponibilidad de software de edición como: Final Cut y MPEG Streamclip. También, se requiere de licencias de Aveco en

todos los equipos de la oficina. Lo que permitiría no depender de una sola estación para que los procesos fluyan constantemente.

V. Gestión documental y soportes

La relación de los contenidos enviados a archivo profundo durante la vigencia, se encuentran relacionados en el siguiente documento: [Archivo Profundo 2025.xlsx](#)

[Bitácora seguimiento releases 2025.xlsx](#)

[Releases 2025 - OneDrive](#)

La relación de los contenidos enviados a archivo profundo durante la vigencia, se encuentran relacionados en el siguiente documento: https://canaltrece-my.sharepoint.com/:x/g/personal/videoteca_canaltrece_com_co/IQDJqZeRz6yIS7RBPZFCa7L4Aci9JFbBBsLho9rdhljba2Y?e=Xv82Mj

[Inventario de Videoteca MM-GPROG-F26.xlsx](#)

[Ficha de programas INHOUSE 2025.xlsx](#)

[Ficha de CONVOCATORIAS 2024.xlsx](#)

7. GESTIÓN TECNOLOGÍAS CONVERGENTES

El equipo de Tecnología Convergente está conformado por un grupo interdisciplinario de profesionales especializados en proyectos, implementación, infraestructura, seguridad de la información, servicios y soporte tecnológico, quienes articulan sus conocimientos para garantizar la operación, disponibilidad y evolución de la plataforma tecnológica de la entidad.

| Cargo | Nombre | Profesion |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| Ingeniero de Proyectos | Fabio Diaz Raigoso | MG. Ingeniero de Sistemas |
| Ingeniero de Implementacion | Fabian Andres Arias Segura | Ingeniero de Sistemas |
| Ingeniero de Infraestructura | Juan Pablo Garay Vivas | Ingeniero de Sistemas |
| Oficial de Seguridad | Wilmar Ferney Lopez Garzon | Esp. Ingeniero de Telecomunicaciones |
| Gestor de Servicios y Soporte | Juan Carlos Tarazona Benavides | Tecnologo en Sistemas |
| Tecnico de Soporte | Luiz Fernando Canizales Rodriguez | Tecnico |
| Gestor Administrativo y Contractual | Sandra Patricia Torres Garzon | Administradora de Empresas |

Este equipo es liderado por un responsable de Tecnología Convergente, quien orienta estratégicamente la gestión, define lineamientos técnicos y asegura la alineación de las soluciones tecnológicas con los objetivos institucionales y los principios de Gobierno Digital. Bajo su liderazgo, el equipo trabaja de manera coordinada en la planeación, implementación, administración y soporte de los servicios tecnológicos, asegurando la

continuidad operativa, la seguridad de la información y el fortalecimiento de los procesos misionales y de apoyo, en beneficio de los grupos de valor y usuarios.

Durante la vigencia 2025, la Gestión de Tecnologías de la Información presentó un avance significativo en el cumplimiento de las metas institucionales, evidenciado a través de indicadores cuantitativos y cualitativos definidos en la Ficha de Indicadores de Tecnologías de la Información, así como en los instrumentos de planeación y seguimiento del PETI 2025–2026.

La medición de los indicadores se soportó en los informes técnicos y operativos de infraestructura, soporte, implementación, seguridad de la información y seguimiento al PETI, lo que permitió contar con información verificable, trazable y consistente para la evaluación del desempeño del proceso.

INDICADORES INTERNOS DE TI

| Eje de gestión | Indicador | % |
|-----------------------------|---|--------|
| Infraestructura TI | Disponibilidad de servicios tecnológicos críticos | ≥ 99 % |
| Infraestructura TI | Operación continua de red, servidores y energía | 100 % |
| Soporte TI | Atención oportuna de requerimientos e incidentes | ≥ 90 % |
| Planeación TI | Avance de iniciativas PETI | ≥ 80 % |
| Proyectos TI | Ejecución de proyectos e implementaciones técnicas | ≥ 80 % |
| Seguridad de la Información | Implementación y operación del MSPI | 100 % |
| Seguridad de la Información | Ejecución del PESI | ≥ 80 % |
| Gestión documental | Actualización de documentación técnica y de gestión | 100 % |

De manera cualitativa, los resultados reflejan una gestión madura y articulada, en la que la operación de la infraestructura, el soporte a los usuarios, la ejecución de proyectos y la seguridad de la información se integraron de forma coherente con la planeación estratégica y los lineamientos de Gobierno Digital.

I. Principales logros alcanzados durante la vigencia.

Durante el año 2025 se alcanzaron los siguientes logros relevantes en la gestión de Tecnologías de la Información:

- Operación estable y continua de la infraestructura tecnológica, garantizando la disponibilidad de los servicios que soportan los procesos de emisión, producción, posproducción y gestión administrativa del canal, mediante el monitoreo permanente de redes, servidores, firewall, Access Points, enlaces de Internet y sistemas de energía.
- Culminación y estabilización del despliegue de IPv6, incluyendo la gestión y pago de los recursos de direccionamiento ante LACNIC, lo que modernizó la infraestructura de red y fortaleció la capacidad de crecimiento y conectividad de la entidad.
- Ejecución y seguimiento efectivo del PETI 2025–2026, evidenciando avances significativos en las iniciativas priorizadas y asegurando la articulación entre la planeación tecnológica y la gestión operativa diaria.
- Consolidación del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información (MSPI) como un modelo operativo, acompañado de la implementación y puesta en marcha del Plan Estratégico de Seguridad de la Información (PESI), la gestión de riesgos de seguridad digital y el cumplimiento de obligaciones regulatorias como el RNBD y los reportes ante la SIC.
- Soporte integral y oportuno a los usuarios internos, atendiendo requerimientos relacionados con conectividad, accesos remotos, aplicaciones, impresión y servicios críticos, contribuyendo a la continuidad de las operaciones y a la mejora de la experiencia de los usuarios.
- Desarrollo y acompañamiento de proyectos tecnológicos e implementaciones in-house, que permitieron optimizar procesos internos, ajustar plataformas tecnológicas y fortalecer la operación de los servicios de TI.

II. **Acciones adelantadas y su impacto.**

Las acciones adelantadas durante la vigencia 2025 tuvieron un impacto directo en toda la entidad incluyendo la operación institucional, la seguridad de la información y la eficiencia de los procesos, entre las cuales se pueden destacar:

| Acción adelantada | Impacto generado |
|--|---|
| Monitoreo permanente de infraestructura TI | Reducción de incidentes críticos y detección oportuna de fallas |

| Acción adelantada | Impacto generado |
|---|--|
| Administración de servidores y plataformas de red | Mayor estabilidad y disponibilidad de los servicios tecnológicos |
| Despliegue y estabilización de IPv6 | Modernización de la infraestructura y preparación para crecimiento futuro |
| Ejecución del PETI y seguimiento a proyectos TI | Mejor articulación entre planeación y operación tecnológica |
| Implementación del MSPI y del PESI | Fortalecimiento de la seguridad de la información y cumplimiento normativo |
| Atención de soporte a usuarios | Mejora en la continuidad operativa y en la experiencia de uso de las herramientas TI |
| Actualización de documentación técnica y de gestión | Mayor trazabilidad, soporte a auditorías y transparencia en la gestión |

En

conjunto, estas acciones permitieron garantizar la continuidad operativa del canal, fortalecer la seguridad de la información, mejorar la eficiencia de los servicios tecnológicos y avanzar de manera consistente en la transformación digital de TEVEANDINA S.A.S. – Canal Trece.

III. Dificultades y oportunidades de mejora

Durante la vigencia 2025, la gestión de Tecnologías de la Información presentó avances significativos; sin embargo, se identificaron algunos factores que incidieron en el ritmo de cumplimiento de determinadas metas, especialmente aquellas relacionadas con proyectos de fortalecimiento y renovación tecnológica:

- Limitaciones presupuestales específicas para el área de Tecnologías de la Información, las cuales condicionaron la ejecución total de algunas iniciativas previstas en el GESPROY, particularmente aquellas orientadas a la renovación de infraestructura, adquisición de nuevas herramientas tecnológicas y fortalecimiento de capacidades especializadas.
- Priorización del gasto hacia la operación y sostenimiento de la infraestructura existente, lo que implicó concentrar los recursos disponibles en garantizar la continuidad de los servicios críticos, la atención de soporte a usuarios y la estabilidad de los procesos misionales, en detrimento de proyectos de modernización de mayor alcance.

- Alta carga operativa del equipo de TI, derivada de la necesidad de mantener la operación continua, atender incidentes y requerimientos de soporte, y cumplir con obligaciones regulatorias y de seguridad de la información, limitando la disponibilidad de tiempo y recursos para iniciativas estratégicas adicionales.
- Dependencia de proveedores externos y procesos administrativos asociados, que, sumados a las restricciones presupuestales, generaron ajustes en los cronogramas de ejecución de algunos proyectos tecnológicos.
- Incremento en las exigencias normativas y de seguridad digital, que demandaron esfuerzos adicionales para la actualización de políticas, planes y documentación, priorizando el cumplimiento normativo sobre la ejecución de inversiones tecnológicas.
- Estos factores no comprometieron la continuidad operativa de los servicios, pero sí representaron retos en el ritmo de avance de algunas metas estratégicas.

IV. Riesgos identificados.

| Riesgo identificado | Descripción |
|---|--|
| Riesgo de obsolescencia tecnológica | Postergación de la renovación de infraestructura y herramientas por restricciones presupuestales |
| Riesgo operativo | Dependencia prolongada de infraestructura existente sin ampliaciones significativas |
| Riesgo de indisponibilidad de servicios | Mayor exposición ante fallas en componentes críticos no renovados |
| Riesgo de sobrecarga del equipo de TI | Concentración de funciones operativas y estratégicas con recursos limitados |
| Riesgo de seguridad de la información | Limitación para adquirir nuevas soluciones de ciberseguridad especializadas |
| Riesgo de dependencia de proveedores | Restricción para diversificar o mejorar contratos tecnológicos |

En el contexto de las limitaciones presupuestales y operativas, se identificaron los siguientes riesgos relevantes:

Estos riesgos fueron incorporados en los análisis de gestión de riesgos de TI y de seguridad de la información, y se mantuvieron bajo monitoreo permanente.

V. Acciones correctivas y preventivas implementadas.

Con el fin de mitigar los impactos derivados de las restricciones presupuestales y fortalecer la gestión de TI, se implementaron las siguientes acciones:

| Acción implementada | Tipo de acción | Impacto |
|--|----------------|--|
| Priorización de recursos hacia servicios críticos | Correctiva | Garantía de continuidad operativa y reducción de afectaciones misionales |
| Optimización del uso de la infraestructura existente | Preventiva | Extensión de la vida útil de los activos tecnológicos |
| Ejecución constante de backups y controles operativos | Preventiva | Mitigación del riesgo de pérdida de información |
| Ajuste y reprogramación de iniciativas del PETI | Correctiva | Planeación realista acorde a la disponibilidad presupuestal |
| Fortalecimiento del MSPI y controles de seguridad | Preventiva | Mitigación de riesgos de seguridad con recursos disponibles |
| Documentación y soporte técnico permanente | Preventiva | Mayor trazabilidad y respaldo ante auditorías |
| Gestión técnica con proveedores para optimización de servicios | Correctiva | Mejora en niveles de servicio sin incremento de costos |
| Identificación de necesidades para futuras inversiones | Preventiva | Insumo para planeación y presupuesto de vigencias siguientes |

Estas acciones permitieron mantener la operación tecnológica de la entidad, gestionar de manera responsable los riesgos asociados y generar insumos claros para la planificación de inversiones en Tecnologías de la Información en las vigencias futuras.

VI. Gestión documental y soportes

La gestión documental asociada al proceso de Tecnologías de la Información durante la vigencia 2025 se desarrolló de manera sistemática y organizada, garantizando la

trazabilidad, disponibilidad y veracidad de la información que soporta los resultados, avances e indicadores reportados en el presente Informe de Gestión.

La documentación generada y recopilada constituye la base de evidencia para la medición de los indicadores de Tecnologías de la Información, el seguimiento al PETI 2025–2026, la gestión de la infraestructura y el soporte tecnológico, así como para los procesos de control interno, auditoría y rendición de cuentas. Como soporte a la gestión de Tecnologías de la Información durante la vigencia 2025, se cuenta con las siguientes evidencias documentales, las cuales respaldan los resultados, indicadores y análisis presentados en este informe:

| Tipo de documento | Descripción |
|---|--|
| Informe de Gestión de Tecnología de la Información | Documento consolidado que resume la gestión estratégica y operativa del proceso |
| Seguimiento al Plan Estratégico de Tecnologías de la Información (PETI) | Evidencia del avance de iniciativas, proyectos, cronogramas y entregables |
| Ficha de Indicadores de Tecnologías de la Información 2025 | Instrumento de medición de indicadores cuantitativos y cualitativos |
| Informe del Ingeniero de Infraestructura TI | Evidencia de la operación, monitoreo y soporte de la infraestructura tecnológica |
| Informes Técnicos de Soporte TI | Registros de atención de incidentes, requerimientos y soporte a usuarios |
| Informe del Ingeniero de Implementación TI | Evidencia de implementaciones técnicas, proyectos e iniciativas tecnológicas |
| Informe de Gestión de Seguridad de la Información | Soporte de la implementación del MSPI, PESI, gestión de riesgos y cumplimiento normativo |
| Documentación técnica y procedimientos | Manuales, guías, políticas, matrices y procedimientos del proceso de TI |
| Actas, cronogramas y matrices de seguimiento | Soporte a la planeación, ejecución y control de actividades y proyectos |

| Tipo de documento | Descripción |
|--|---|
| Evidencias contractuales y administrativas | Cuentas de cobro, informes contractuales y soportes de cumplimiento |

VII. Reporte de actividades cargadas en el sistema de seguimiento.

Durante la vigencia 2025, las actividades asociadas a la gestión de Tecnologías de la Información fueron registradas y reportadas en los sistemas institucionales de seguimiento, en cumplimiento de los lineamientos de planeación, control y reporte establecidos para la entidad, así como de lo dispuesto en el Decreto 612 de 2018.

En particular, se realizó el cargue y actualización de información relacionada con las iniciativas, proyectos y acciones de Tecnologías de la Información en los instrumentos de seguimiento definidos por la entidad, los cuales permiten evidenciar:

- La articulación del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información (PETI 2025–2026) con los planes institucionales.
- El seguimiento a actividades, responsables, cronogramas y estados de avance.
- La información registrada en el seguimiento del Decreto 612 constituye un insumo relevante para la verificación del avance de la gestión tecnológica, complementando los informes técnicos, operativos y estratégicos del proceso de TI, y respaldando la medición de los indicadores definidos en la Ficha de Indicadores de Tecnologías de la Información 2025.
- Los reportes y archivos asociados al seguimiento se encuentran disponibles en los repositorios institucionales correspondientes y pueden ser consultados por las instancias de planeación, control interno, auditoría y supervisión, cuando así se requiera.

VIII. Anexos

Con el fin de respaldar la información presentada en el Informe de Gestión de Tecnologías de la Información correspondiente a la vigencia 2025, se relacionan a continuación los anexos que constituyen el soporte técnico, operativo, estratégico y normativo de la gestión desarrollada.

Los documentos anexos permiten evidenciar la trazabilidad entre la planeación, la ejecución, el seguimiento y la medición de los indicadores del proceso de Tecnologías de la Información, y se encuentran disponibles en los repositorios institucionales para consulta de las instancias de control, auditoría y supervisión.

IX. Relación de anexos

| Nº | Anexo | Descripción |
|---------|---|---|
| Anexo 1 | Seguimiento al Plan Estratégico de Tecnologías de la Información (PETI 2025–2026) | Documento que evidencia el avance de las iniciativas, proyectos, cronogramas y entregables del PETI |
| Anexo 2 | Ficha de Indicadores de Tecnologías de la Información 2025 | Instrumento de medición de indicadores cuantitativos y cualitativos del proceso de TI |
| Anexo 3 | Informe del Ingeniero de Infraestructura TI | Soporte de la operación, monitoreo y gestión de la infraestructura tecnológica |
| Anexo 4 | Informes Técnicos de Soporte TI | Evidencia de la atención de incidentes, requerimientos y soporte a usuarios internos |
| Anexo 5 | Informe del Ingeniero de Implementación TI | Soporte de implementaciones técnicas, proyectos e iniciativas tecnológicas |
| Anexo 6 | Informe de Gestión de Seguridad de la Información 2025 | Evidencia de la implementación del MSPI, PESI, gestión de riesgos y cumplimiento normativo |

8. ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES

8.1. Gestión De Mercadeo

8.1.1 Alianzas Estratégicas:

Para la vigencia 2025 se suscribieron 80 alianzas estratégicas agrupadas en gestión misional, institucionales, con medios de comunicación, musical y/o cultural y bienestar

y/o talento humano cumpliendo así la meta prevista e incrementando a su vez el total de alianzas suscritas en el 2024 Algunas de las alianzas suscritas son:

Algunas de las alianzas suscritas son:

- Institucionales:

Dentro de estas se encuentran entidades como; BAM (Bogotá Audiovisual Market), FICCI (Festival internacional de Cine de Cartagena de Indias), CORFERIAS, IDARTES, ANDESCO, entre otras, que permitieron fortalecer las relaciones institucionales con entidades del sector cultural y regional.

- Musicales y culturales:

Dentro de estos se resaltan **Ferias y fiestas de Huila**, **BIME**, **Media Maratón de Bogotá**, **Festival de Cine de Infancia y Adolescencia**, **Ferias y fiestas en Chaparral Tolima** y sus diferentes ferias que permitieron la transmisión de contenidos musicales y culturales de artistas emergentes y reconocidos en las pantallas digitales y TV de Canal Trece, generando posicionamiento de marca y un número importante de interacciones con nuestras audiencias en los 14 departamentos de cobertura.

- **Gestión Misional:**

Se resaltan alianzas marcas como Dreamer, Gran San, Janus, Cámara de Comercio de Bogotá para contar con la participación en Colombia 4.0, vestuario STOP, entre otras que permitieron fortalecer las producciones in house del canal mejorando su imagen, cambios de spot y mayor visibilidad.



- Medios:

Dentro de esto se resaltan las alianzas con nuevos medios de comunicación y de esta manera lograr fortalecer nuestra visibilidad, interacción, identidad y



posicionar la marca Trece como Canal regional en los 14 departamentos de Colombia. Medios de comunicación como: Pulzo y Canal 1.

Asimismo, teniendo en cuenta que durante la vigencia 2026 aplicará la Ley de Garantías (lo que restringirá la suscripción de nuevas alianzas entre febrero y junio), hemos adelantado las gestiones necesarias para asegurar la continuidad de nuestros procesos. En este sentido, tras evaluar la idoneidad y pertinencia de varias alianzas vigentes en 2025, se realizaron los ajustes y ampliaciones correspondientes, prorrogando su plazo de ejecución hasta el 2026.

8.1.2 Participación en Eventos:

Para la vigencia 2025 Canal Trece tuvo la oportunidad de participar en eventos del sector audiovisual de manera presencial.

Algunos de los eventos con presencia del Canal fueron:

- Festival de Cine de Cartagena FICCI
- BAM – Bogotá Audiovisual Market
- Colombia 4.





MEDIOS OFICIALES

RTVC | Surtel Colombia | Efecto TV | RTVCPay

red | Tr-ce | EL ESPECTADOR

MEDIOS OFICIALES

RTVC | Surtel Colombia | Efecto TV | RTVCPay

red | Tr-ce | EL ESPECTADOR



Adicional a estos eventos de sector, también se contó con la participación del Canal en las diferentes fiestas, festivales y ferias de los diferentes departamentos de Colombia.





Como parte de la presencia de marca Canal Trece creo eventos de lanzamientos de las diferentes producciones en algunas de las 14 regiones de cobertura:





8.1.3 Creación de Brochure programas In house:

Con el fin de contar con un documento de presentación que consolidará los diferentes contenidos propios de Canal Trece se creó el Brochure de Programas 2025.

8.1.4 Creación de plan estratégico 2025 y 2026:

Con el fin de garantizar una presencia de marca constante para Canal Trece se creó un plan estratégico para la vigencia 2025, así mismo se adelantó el proceso y con la intención de garantizar ejecución desde enero se crea propuesta para la vigencia 2026, la cual se encuentra alineado a las nuevas necesidades del canal, las oportunidades de mejora y el nuevo plan estratégico del Canal.

| ITEM | ACTIVIDAD A REALIZAR | CRONOGRAMA | | | | METAS PROGRAMADAS | RESULTADO DE LA GESTIÓN REALIZADA | META ALCANZADA | EVIDENCIA |
|--|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--|--|----------------|--|
| | | TRIMESTRE 1 | TRIMESTRE 2 | TRIMESTRE 3 | TRIMESTRE 4 | | | | |
| Revisión y análisis del Plan Estratégico de Mercadeo 2024 | | | | | | | | | |
| 1. | 1.1 Estrategia de merchandising y material POP. | X | | | | Documento de material POP | Elaboración de documento que detalla la estrategia de mercadeo relacionada con merchandising y material POP. | 100% | ESTRATEGIA DE MERCHANDISING Y MATERIAL PEDAGOGICO CANAL TRECE 2025.pdf |
| | 1.2 Creación de bases de datos de las fiestas y festividades de las regiones de Canal Trece | X | | | | Creación de Base de datos | Creación de base de datos que consolida fiestas y fiestas de las 14 regiones Trece. | 100% | Bases de datos Pretoos - Revisón Trece ultimadas |
| | 1.3 Creación de bases de datos de las gobernaciones y secretarías de cultura de las regiones de Canal Trece | X | | | | Creación de Base de datos | Creación de base de datos que consolida los datos de contacto de las gobernaciones, secretarías de cultura y jefes de prensa de las 14 regiones Trece. | 100% | BASE DE DATOS REGION TRECE.xlsx |
| | 1.4 Socialización de las coproducciones y contenidos a desarrollar en 2024 y planificación del calendario de lanzamientos de las coproducciones desarrolladas en el 2024. | X | | | | Socialización de coproducciones y lanzamientos | Se cuenta con el documento que relaciona ideas de lanzamientos para las coproducciones 2024 y los diferentes comités de programación se ha revisado lanzamientos a realizar para cada coproducción | 100% | COPRODUCCIONES FINAL.pdf |
| 2. | Establecer reuniones regulares entre el área de mercadeo y las demás áreas misionales del canal | | | | | | | | Memoria interna de Trece para el Comité de programación, en el cual se definen |
| | Producción | | | | | | | | |

8.1.5 Creación de comercial en plataformas digitales de canal trece

Como parte de una estrategia 360° orientada a fortalecer la presencia del Canal Trece en plataformas digitales, se identificó la necesidad de visibilizar de manera más amplia los servicios y capacidades que ofrece el canal. Este enfoque buscó consolidar nuestra posición en el entorno digital y mejorar la conexión con nuestras audiencias.

En coordinación con el equipo digital, se diseñó una estrategia integral de contenidos que garantizara publicaciones frecuentes y de alto valor durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2025. Esta planificación permitió establecer un flujo constante de información relevante y fortalecer la interacción con nuestras comunidades digitales



8.1.6 Acompañamiento de estrategia Se Escribe Trece

Junto con el equipo de Comunicaciones se desarrolló durante la vigencia 2025 una campaña que tenía como fin, educar a los colaboradores y audiencias sobre la forma correcta de escribir el nombre de Canal Trece. Para lo cual se creó una campaña denominada "Se Escribe Trece"



8.2 GESTIÓN COMERCIAL

| Fuente | Vr Ingreso Total 2025 | % |
|---|-----------------------|---------|
| Contratos Interadministrativos | \$ 138.792.991.047 | 62,67% |
| Convenios Interadministrativos | \$ 68.324.837.584 | 30,85% |
| Resoluciones | \$ 13.345.486.452 | 6,03% |
| Emisión Y/O Pauta Corte 31/12/2025 | \$ 1.017.137.377 | 0,45% |
| Total Suscrito 2025 Corte 31/12/2025 | \$ 221.480.452.45G | 100,00% |

Tabla 1. Proyectos suscritos durante la vigencia

Durante el 2025, se gestionó la consecución de recursos propios a través de la firma de contratos y/o convenios interadministrativos, fichas de inversión, órdenes de compra y/o emisión con entidades del Estado y empresas privadas, que a hoy han permitido fidelizar los clientes actuales y despertar el interés en clientes nuevos o desertores de años anteriores por ser parte de la familia y servicios Trece.

De igual manera, se firmaron contratos por valor más de 138 mil millones de pesos, la mayoría de ellos contratos interadministrativos con entidades del Estado, para la prestación de servicios de preproducción, producción, postproducción de contenidos multiplataforma, así como, transmisión de contenidos institucionales, servicios de ATL y BTL, desarrollo de escenarios de formación e inteligencia artificial según necesidades de cada cliente.

Ahora bien, con relación a las fuentes de ingresos de la suscripción, presentamos la siguiente tabla, que identifica la distribución entre la consecución de Recursos Propios y aquellos que se derivan del plan de Inversión del Ministerio de las TIC.

| | | |
|-----------------------------|--------------------|------------|
| Total Otros Ingresos | \$ 160.371.623.506 | 72% |
| Total Futic Ingresos | \$ 61.108.828.953 | 28% |

Tabla 2. Fuente de suscripciones

| | | |
|---------------------------|--------------------------|-------------|
| Contratos Futic | \$ 4.624.015.713 | 8% |
| Convenios Futic | \$ 43.139.326.788 | 71% |
| Resoluciones Futic | \$ 13.345.486.452 | 22% |
| Total, Futic | \$ 61.108.828.953 | 100% |

Tabla 3. Suscripciones FUTIC

Ahora bien, a continuación, se relacionan los resultados de la vigencia en asunto, conforme a las metas definidas por la Gerencia y la Coordinación de Presupuesto y Contabilidad para la presente vigencia:

| Meta En Ventas Enero 2025 | Vr Suscrito Contratos + Emisión |
|---|---|
| \$ 68.472.392.309,00 | \$ 139.810.128.423 |
| Cumplimiento | 205% |
| Meta En Transferencias Corrientes Enero 2025 | Vr Suscrito Convenios + Resoluciones |
| \$ 45.495.795.000,00 | \$ 81.670.324.036 |
| Cumplimiento | 180% |

Tabla 4. Metassuscripción proyectos 2025

8.2.1 Gestión de clientes nuevos

Dentro de los principales logros de la gestión comercial fue la vinculación de veinte (20) clientes nuevos como lo son:

- ✓ Agencia Nacional de Seguridad Vial
- ✓ FONTUR
- ✓ Agencia Nacional de Tierras - Oficina Comunicaciones
- ✓ Ministerio del Interior - Oficina Comunicaciones
- ✓ Superintendencia de Industria y Comercio
- ✓ Agencia Nacional de Tierras - Secretaría General
- ✓ Transmilenio - Metro
- ✓ Ministerio del Deporte
- ✓ Instituto Colombiano Agropecuario - ICA
- ✓ Agencia Nacional del Espectro
- ✓ Ministerio del Ambiente - FONAM
- ✓ Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá
- ✓ Registraduría Nacional del Estado Civil
- ✓ Unidad para las Victimas - UARIV
- ✓ Ministerio de Defensa
- ✓ Unidad Administrativa Especial Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado
- ✓ Canal Tro

- ✓ Fondo de Programas Especiales para la Paz – Alta Consejería
- ✓ Ministerio del Interior - Dirección para la democracia, participación ciudadana y acción comunal.

8.2.2 Gestión de Planeación

Se realizaron las siguientes solicitudes de actualización al área de planeación en relación con la actualización de los diferentes formatos y procedimientos a cargo del área de mercadeo:

- a) Actualización en el campo de procedimientos y caracterizaciones donde los únicos vigentes a la fecha son:

- ME-GCM-P04 Procedimiento para la gestión de proyectos V2 2025
- ME-GCM-P07 Procedimiento para la gestión de contratos derivados V1 2025
- ME-GCM-P05 Medición satisfacción del cliente V0 2018
- ME-GCM-P06 Procedimiento orden de pauta V2 2024
- ME-GMC-P01 Alianzas de mercadeo V1 2023
- MM-GCM-P03 Presentación de ofertas y cotizaciones V2 2025
- MM-GCM-C01 Caracterización Comercial y Mercadeo V1 2025

- b) Adicionalmente se solicitó eliminar del campo formatos por no uso, actualización o no funcionalidad en el proceso:

- MA-GCM-F08 Encuesta V0 (eliminar) el proceso no hace uso ni requiere de este.
- ME-GCM-F10 Solicitud ECO_v0 (eliminar) el proceso no hace uso ni requiere de este todo se realiza conforme a los lineamientos del área de contratación
- ME-GCM-F11 Simulación de Costos_v0 (eliminar) debido a la actualización del procedimiento de ofertas y cotizaciones en 2023 y 2025 ya no hace uso de dicho formato.
- ME-GCM-F12 Informe de Proyectos_v0 (eliminar) debido a la actualización del procedimiento de gestión de proyectos marco 2023 ya no hace uso de dicho formato, con la actualización del procedimiento de gestión de proyectos marco y derivados de 2025 se implementaron las matrices de ejecución, cartera y pagos y gestión documental. Así mismo, se reemplaza por el uso de informes de supervisión trimestral y supervisión

- final implementado por el área de contratación 2025.
- ME-GCM-F13 Evaluación de ofertas_v0 (eliminar) debido a que este proceso se realiza conforme los lineamientos del área de contratación y proceso de contratación en la entidad.
 - ME-GCM-F14 Acta entrega de material_v1 (eliminar) toda vez que a la fecha la entrega de material al contratante o contratista se realiza en el momento de proceder con alguno de los momentos citados a continuación según lo pactado en el contrato: presentación de última factura, presentación de informe final, momento de liquidación del contrato.
 - ME-GCM-F15 Solicitud de cotización_v0 (eliminar) ya que, a la fecha, las cotizaciones que se solicitan según el procedimiento y dinámica de cada proyecto refieren requerimientos, tipos de servicios, campos y descripciones distintas que no permiten la uniformidad de un único formato.
 - ME-GCM-F16 Entrega de documentos Comercial a Superv_v0 (eliminar) de acuerdo con el actual procedimiento de gestión de proyectos marco y derivados el supervisor asignado cuenta con la documentación requerida para tal fin, no se requiere el formato en mención.
 - ME-GCM-F17 ORDEN DE SERVICIO AGENCIAS V1 (eliminar) a la fecha las agencias o comercializadoras remiten las órdenes de pauta en sus formatos institucionales. Si fuese como documento para solicitar pauta o otro tipo de servicios a terceros, las órdenes de servicios fueron eliminadas del actual manual de contratación. Vigente únicamente ME-GCM-F18 y ME-GCM-F20
 - ME-GMC-F01 Orden de Distribución de Pauta_v2 (eliminar) según el LMD indica que la v3: 28/11/2016 cambio al proceso de mercadeo
 - ME-GMC-M01 Manual Brand Book v_3 actualizado por manual de marca en el 2024.
- c) Se realizó el registro de indicadores y evidencias correspondientes a las metas establecidas en el Plan de Acción Anual, matriz de riesgos, entre otros; según periodicidad de reporte.

9. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

9.1. Suministros, Recursos Físicos Y Mantenimiento

Durante la vigencia 2025, la Gestión de Recursos Físicos ha realizado diversas tareas con el fin de fortalecer el área y brindar pronta respuesta a los requerimientos que se realizan a diario. En el siguiente cuadro se detallan las adecuaciones locativas y mantenimientos realizados durante la vigencia.

Durante la vigencia 2025, la Gestión de Recursos Físicos planifico y realizó diversas actividades con relación al fortalecimiento del área con el fin de garantizar el adecuado funcionamiento de la entidad garantizando la atención oportuna los requerimientos que se presentan en el día a día derivados por la operación del canal. Esto ha permitido atender de forma oportuna las necesidades inmediatas y temprano un plan de acción de carácter preventivo con el fin de evitar afectaciones de mayor costo, lo anterior se ha logrado mediante la ejecución de mantenimientos preventivos y correctivos en los espacios físicos de la entidad contribuyendo a que los procesos misionales y administrativos se puedan efectuar con total normalidad.

A continuación, se presentan de forma más detallada las actividades de adecuaciones y mantenimientos locativos realizadas durante la vigencia en 2025

1. Se programó mantenimiento preventivo y pintura en las instalaciones de la entidad, esto consistió en revisar en qué condiciones físicas se encontraban los espacios con el fin de determinar qué acciones tomar dejando como resultado a pesar del desgaste normal por el uso las mismas las mismas se encontraban en condiciones aceptables y en casos extremos se requirió hacer reparaciones no tan complejas y de rápida ejecución, de igual forma se realizó mantenimiento en el área de archivo y se ajustaron las estanterías asignadas para el almacenamiento del material generado para archivar ya que con estos trabajos se logró tener un espacio más para y se aumentó la capacidad. Se relacionan imágenes como evidencia archivar.



2. En la misma vigencia se realizó el inventario total de activos fijos y elementos de control, esta tarea se llevó a cabo entre abril y julio de 2025 arrojando los siguientes resultados

TOMA FÍSICA

| CUENTA | CANTIDAD |
|--------------------------------|-------------|
| EQUIPO DE COMPUTACION | 424 |
| EQUIPOS DE COMUNICACIÓN | 2340 |
| MUEBLES Y ENSERES | 603 |
| OTRAS PLANTA, DUCTOS Y TUNELES | 64 |
| REDES DE AIRE | 70 |
| TERRESTRE | 3 |
| CONTENEDORES | 2 |
| TOTAL | 3506 |

RESULTADOS AVALÚO TÉCNICO

| CUENTA CONTABLE | DESCRIPCION CUENTA CONTABLE | VALOR RAZONABLE |
|--------------------|---------------------------------------|------------------|
| 164024 | CONTRUC. EDIFICACIONES -CONTENEDORES | 5,200,000.00 |
| 164501 | PLANTAS DE GENERACION | 205,124,000.00 |
| 165005 | AIRE ACONDICIONADO - REDES LINEAS | 227,855,916.00 |
| 165511 | MAQUINARIA Y EQUIPO | 398,781,478.00 |
| 166501 | EQUIPOS DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES | 279,277,463.00 |
| 167001 | EQUIPO DE COMPUTACION, COMUNICACIÓN | 7,072,610,403.00 |
| 167502 | FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE | 340,710,000.00 |
| | | 8,529,559,260.00 |

Como resultado del este ejercicio tenemos que se encontraron un total de 3506 elementos propiedad de Teveandina SAS y se evaluaron la misma cantidad, dicho trabajo se realizó por la firma PMA CONSULTORES S.A.S

9.2. Gestión Documental Y Archivo

Al inicio de la vigencia 2025 se hizo actualización de proceso de gestión documental a través del PINAR 2025 a 2027, acorde con el Plan Estratégico y la Política de Gestión Documental vigentes, así mismo, se formuló a comienzos del 2025 el Programa de Gestión Documental PGD, los cuales fueron aprobados por el Comité de Gestión y Desempeño en el mes de enero de 2025.

Durante la vigencia 2025 el equipo de Gestión Documental acompañó en representación del Canal Regional TEVEANDINA SAS el desarrollo de las mesas de trabajo que se agendaron por parte del Archivo General de la Nación, donde se acogieron las observaciones según las observaciones y recomendaciones, las cuales fueron subsanadas, hasta la culminación del proceso de convalidación de las tablas de retención documental TRD del Canal Trece.

Así mismo, las TRD del Canal Trece fueron aprobadas por el Comité Evaluador del Archivo General de la Nación, el cual sesionó el día 28 de marzo de 2025. En esta sesión se sustentaron las TRD, las cuales fueron aprobadas con recomendaciones. El compromiso fue realizar los ajustes respectivos y entregarlos para su validación y expedición del certificado de convalidación, de lo cual se suscribieron actas y documentos correspondientes.

Las cuales fueron convalidadas en el mes de agosto de 2025, mediante certificación recibida del Archivo General de la Nación, convalidando las Tablas de Retención Documental TRD Definitivas del Canal Regional TEVEANDINA SAS - Canal Trece; comunicado que fue radicada con el número AGN-2-2025-09964 de fecha 19 de agosto de 2025. En este correo se adjuntaron los soportes de la convalidación y la certificación No. 883 que mencionan "Que Se recibió respuesta del Archivo General de la Nación, convalidando las Tablas de Retención Documental TRD Definitivas del Canal Regional TEVEANDINA SAS - Canal Trece; comunicado que fue radicada con el número AGN-2-2025-09964 de fecha 19 de agosto de 2025.

En los soportes remiten certificación No. 883 de fecha 6 de agosto de 2025, en la cual certifican "Que el Canal Regional de Televisión TEVEANDINA S.A.S aprobó la primera versión de las Tablas de Retención Documental mediante la resolución 017 del 18 de enero de 2022 de conformidad con lo señalado en el artículo 5.1.1.7 del Acuerdo 001 de 2024.", además mencionan "Que en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5.1.3.1 del Acuerdo 001 de 2024, la primera versión de las Tablas de Retención Documental del Canal Regional de Televisión TEVEANDINA S.A.S reunía los requisitos de aprobación y convalidación y, por lo tanto, se realizó su inscripción en el Registro Único de Series Documentales bajo el número que se encuentra en la parte superior de este documento."; por lo anterior se cumplió con los requisitos y se entregan soportes de la convalidación de las Tablas de Retención Documental del Canal debidamente convalidadas.

Así mismo se coordinó el cargue en la página web del Canal, y se entregan todos los soportes relacionados con las tablas de retención documental TRD definitivas aprobadas y convalidadas, junto con las certificaciones expedidas por el Archivo General de la Nación, así mismo se envió copia de los documentos como adjuntos al proceso de convalidación de las TRD, los cuales se encuentran en el Share point y en la carpeta de las cuentas de supervisión, para el seguimiento respectivo.

Una vez convalidadas las Tablas de Retención Documental del Canal Trece por parte del Archivo General de la Nación, se iniciaron acciones correspondientes para continuar con la implementación de las TRD.

Además, se coordinó reunión para establecer acciones de implementación de las Tablas de Retención Documental TRD, con la Líder de Planeación, de Calidad y de comunicaciones, Angela Hoyos, Bárbara Raquel Díaz Rodríguez, Gladys Yulieth Rojas Trujillo, de lo cual anexo pantallazo de reunión, realizada el 13 de noviembre.

Una vez convalidadas las Tablas de Retención Documental del Canal Trece por parte del Archivo General de la Nación, se iniciaron acciones correspondientes para continuar con la siguiente etapa o fase por así decirlo, como es la implementación de las TRD. Para lo cual se inició un proceso de revisión y actualización de los procesos y procedimientos establecidos en el documento de la Caracterización del proceso de Gestión Documental, el cual fue puesto a consideración y aprobado el día 29 de septiembre de 2025, por parte del área de planeación, además se publicó en el share point de la entidad.

Con respecto a la Matriz de indicadores, se realizó el proceso de revisión y Actualización de la Ficha de indicadores de gestión documental, el cual fue ajustado y aprobado el día 8 de octubre de 2025, por parte del área de planeación, además se publicó en el share point de la entidad.

De la misma manera, se asistió al archivo central, ubicado en la sede de La Soledad, con el fin de organizar archivo correspondiente a contratos de prestación de servicios, además se rearmaron los estantes nuevos adquiridos en 2025, con las bandejas adicionales para optimizar el almacenamiento de las cajas, además que la estantería no puede quedar recostada a la pared, por lo que fue necesario armar torres o espalda con espalda.

Lo anterior con el fin de organizar la información que se encuentra almacenada en las cajas X-200 y lograr cumplir meta del plan de acción 2025 referida a la intervención del fondo documental acumulado, además que esta actividad se requiere con urgencia ya que el Archivo General de la Nación realiza auditorias y pues la situación puede llegar a generar un hallazgo para la entidad.

Se logró reubicar la serie contrato, correspondiente a los contratos de prestación de servicios de las vigencias 2015 a 2018. Lo anterior con el fin de cumplir meta del plan de acción 2025 referida a la intervención del fondo documental acumulado, además que esta actividad se requería con urgencia ya que el Archivo General de la Nación realiza auditorias y pues la situación puede llegar a generar un hallazgo para la entidad.

Cabe anotar que al inicio de la vigencia se realizó la transferencia documental de la serie contratos de la vigencia 2022, la cual fue ubicada en estantes en la sede La Soledad.



Durante la vigencia 20265, se realizaron las actividades establecidas en el Política de Gestión Documental, así como el reporte de la información trimestral de avance al plan de acción y matriz 612, además en el periodo se diligenció la matriz de autodiagnóstico de gestión documental en coordinación con el Área de Planeación y Gestión de Calidad.

➤ Retos 2026

- Dar continuidad a las directrices y metas establecidas en la Política de Gestión Documental y Archivo del Canal trece, así como en el PINAR.
- Implementar en su totalidad las TRD en la vigencia 2026.
- Implementar el FUID y de ser posible actualizar los formatos de documentos físicos y electrónicos acorde con al Acuerdo 001 de 2024 del Archivo General de la Nación
- Consolidar la formulación del Sistema de gestión de documentos electrónicos de archivo SGDEA, se debe coordinar con las dependencias de TI, Programación y Tecnologías Convergentes, para la consolidación de un documento preliminar, acorde con las normas del Archivo General de la Nación y la Política de Gestión Documental y archivo del Canal Trece.
- Realizar capacitación, socialización y sensibilización de los instrumentos archivísticos como TRD, FUID, Transferencias documentales, entre otros.
- Organizar y consolidar el inventario documental del archivo central como insumo para la formación de las Tablas de Valoración Documental TVD.
- Continuar con las transferencias documentales primarias, especialmente con las series de contratación que es la que más documentos produce al año.
- Estructurar el archivo digital o electrónico en la entidad con el apoyo de otras dependencias como T.I. entre otros.

9.3. Talento Humano

Durante la vigencia 2025, el proceso de Talento Humano continuó ejecutándose de manera articulada con el Plan Estratégico de Talento Humano, en concordancia con los lineamientos establecidos por el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, fortaleciendo así la gestión del recurso humano y el desarrollo organizacional de la entidad.

En este periodo se dio continuidad y fortalecimiento a los programas, planes y actividades orientados a la gestión integral del talento humano, incluyendo los procesos de planeación, provisión, capacitación, bienestar, evaluación del desempeño y Seguridad y Salud en el Trabajo, garantizando su alineación con los objetivos estratégicos institucionales y las metas definidas para la vigencia.



Asimismo, se mantuvo y amplió la suscripción de convenios con instituciones educativas, lo que permitió la vinculación de estudiantes en modalidad de prácticas académicas y pasantías, contribuyendo al fortalecimiento de los procesos internos y al desarrollo de competencias laborales en los futuros profesionales. De igual manera, se realizó el seguimiento permanente al desarrollo del aprendiz del SENA, verificando el cumplimiento de su plan de trabajo y el adecuado acompañamiento institucional.

Durante 2025 se continuó con la gestión, postulación y acompañamiento al programa **Prácticas Laborales en el Sector Público – Estado Joven**, promoviendo la participación de jóvenes en escenarios de formación práctica dentro de la entidad, en coherencia con las políticas de empleabilidad y el fortalecimiento del talento joven, así como con las diferentes instituciones educativas a las cuales se brindó acompañamiento y gestión para la vinculación de practicantes.

Adicionalmente, el proceso de Talento Humano brindó apoyo y seguimiento a los procesos de vinculación de personal de planta derivados de las diferentes convocatorias adelantadas durante la vigencia, garantizando el cumplimiento de la normatividad vigente, la transparencia en los procesos y la adecuada incorporación del talento requerido para el funcionamiento institucional. De esta manera, se dio cumplimiento al Plan Anual de Vacantes y a la meta de vincular como mínimo un cinco por ciento (5 %) de servidores oficiales provenientes de las regiones relacionadas con las actividades productivas del Canal, con el fin de apoyar el desarrollo económico y social de la industria local. Para la vigencia 2025 se adelantaron dos (2) convocatorias orientadas a completar las plazas vacantes existentes.

En conjunto, estas acciones permitieron consolidar una gestión del talento humano más eficiente, alineada con los principios de mérito, transparencia, desarrollo de competencias y mejoramiento continuo, contribuyendo al logro de los objetivos estratégicos de la entidad durante la vigencia 2025.

9.3.1. PLAN ESTRATÉGICO DE TALENTO HUMANO.

Durante la vigencia 2025, el Canal Regional de Televisión Teveandina S.A.S. dio cumplimiento integral al Plan Estratégico de Talento Humano, conforme a los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, la normatividad vigente y los objetivos institucionales definidos para la gestión del recurso humano.

Las acciones desarrolladas se evidencian en la ejecución de las estrategias, programas y actividades formuladas en el plan, las cuales permitieron fortalecer la gestión del talento humano, el bienestar laboral, el desempeño institucional y el cumplimiento normativo.

El objetivo general del Plan, orientado a desarrollar y fortalecer el capital humano de Teveandina S.A.S., fue atendido mediante:

- La ejecución de procesos de selección y vinculación de personal a través de dos (2) convocatorias públicas durante 2025, garantizando la provisión de cargos vacantes bajo criterios de mérito, transparencia y necesidades institucionales.
- La vinculación de talento regional, dando cumplimiento a la meta del 5 % mínimo de servidores oficiales provenientes de las regiones productivas del canal, fortaleciendo la inclusión territorial y el desarrollo económico local.
- La gestión de prácticas académicas, aprendiz SENA y el programa Estado Joven, permitiendo la atracción de nuevo talento y la formación de jóvenes en escenarios reales del sector público.

Estas acciones contribuyeron al fortalecimiento del capital humano, alineando las competencias del personal con la misión y visión institucional.

➤ **Cumplimiento de los Objetivos Específicos.**

| Objetivo del Plan | Evidencia de cumplimiento 2025 |
|--|--|
| Atraer y retener talento | convocatorias de vinculación, prácticas académicas y aprendices SENA |
| Mejorar la comunicación interna | Acompañamiento permanente a líderes, coordinación interáreas y procesos de inducción y reincidencia. |
| Cultura organizacional inclusiva | Vinculación de talento regional, jóvenes y estudiantes; promoción de diversidad generacional. |
| Evaluación del desempeño y reconocimiento | Implementación del modelo de competencias SER y SABER, seguimiento al desempeño y retroalimentación. |
| Desarrollo profesional continuo | Programas de capacitación, formación técnica y competencias blandas. |
| Bienestar integral | Ejecución del programa de bienestar, actividades de salud mental, pausas activas, rumboterapia, caminatas y programas psicosociales. |
| Fortalecimiento del liderazgo | Acompañamiento al desempeño y desarrollo de competencias de liderazgo. |

- **Desarrollo de competencias** Se ejecutó el **Plan de Capacitación y Formación**, fortaleciendo competencias del Ser, Saber y Hacer mediante programas técnicos, de habilidades blandas y formación continua.
- **Clima organizacional** Se programó y estructuró el estudio de clima organizacional 2025, estableciendo las bases para planes de intervención psicosocial alineados a liderazgo, motivación y participación.
- **Evaluación del desempeño** Se implementó el modelo de gestión por competencias, con seguimiento al desempeño individual y colectivo.
- **Bienestar integral y salud mental**

Se desarrollaron:

- Programas de bienestar
- Actividades de salud mental
- Aplicación programada de la batería de riesgo psicosocial
- Actividades de prevención del estrés
- En cumplimiento de las Resoluciones 2646 de 2008 y 2404 de 2019

➤ **Cumplimiento normativo**

Se dio cumplimiento a:

- Ley 909 de 2004
- Decreto 1083 de 2015
- Decreto 1567 de 1998
- Ley 1474 de 2011

Mediante procesos de selección, nómina, prestaciones sociales, bienestar y control interno.

➤ **Cumplimiento de las Estrategias del Plan.**

| Estrategia | Evidencia de cumplimiento |
|--------------------------------|--|
| Selección y vinculación | Convocatorias, banco de hojas de vida, vinculación regional, prácticas |
| Bienestar e incentivos | Programa de salario emocional, actividades de bienestar, salud mental, recreación y calidad de vida laboral. |

| | |
|---|--|
| SG-SST | Exámenes médicos, capacitaciones, plan anual, batería psicosocial y actividades de prevención. |
| Acompañamiento al desempeño | Evaluación por competencias SER y SABER. |
| Prestaciones económicas y sociales | Nómina, seguridad social, prestaciones, viáticos, informes presupuestales. |
| Gestión de la información | Actualización de bases de datos, carnetización, control de accesos, software de TH. |
| Bonos pensionales | Certificaciones, actos administrativos y trámites conforme a Min Hacienda. |

➤ **Conclusiones de cumplimiento.**

De acuerdo con la ejecución de las estrategias, programas y actividades establecidas en el Plan Estratégico de Talento Humano, se evidencia que durante la vigencia 2025 Teveandina S.A.S. dio cumplimiento efectivo, técnico y normativo a los objetivos del Plan, fortaleciendo el capital humano, el clima laboral, la productividad institucional y la sostenibilidad organizacional.

El Plan no solo fue implementado, sino que permitió generar impactos reales en la gestión del talento humano, alineados al MIPG y a los objetivos estratégicos del Canal.

9.3.2. Plan Institucional De Capacitaciones

En el marco del Plan Institucional de Capacitación – PIC y de conformidad con la normatividad vigente que regula el derecho a la capacitación de los servidores públicos, durante la vigencia 2025 Teveandina S.A.S. consolidó una estrategia formativa orientada al fortalecimiento de competencias técnicas, funcionales y comportamentales del talento humano, en coherencia con el Plan Nacional de Formación 2020–2030.

A partir del diagnóstico de necesidades de capacitación y del seguimiento permanente a la ejecución del cronograma, la entidad logró un nivel de cumplimiento del 98 % del PIC, garantizando que la oferta formativa respondiera de manera efectiva a las prioridades institucionales y a los requerimientos de los servidores. Las actividades inicialmente programadas que no contaron con la inscripción esperada fueron ajustadas

oportunamente por otras capacitaciones de mayor pertinencia, lo que permitió mantener la ejecución sin afectar los objetivos del plan.

Durante la vigencia, se fortalecieron de manera significativa las competencias en integridad pública, transparencia, participación ciudadana, conflictos de intereses y prevención de delitos en la administración pública, contribuyendo al desarrollo de una cultura organizacional basada en la ética, la responsabilidad y el servicio a la ciudadanía.

Así mismo, se incorporaron herramientas tecnológicas e innovadoras que impactaron positivamente los procesos internos, como la implementación de Engage, que mejoró los canales de comunicación institucional, y el taller de Dicapta, que promovió la accesibilidad y la inclusión en la producción de contenidos audiovisuales, ampliando el alcance social de la televisión pública.

Si bien algunas ofertas externas, como las de la ESAP y MINTIC, presentaron una baja participación, la entidad compensó esta situación mediante la reorientación de la oferta formativa hacia actividades internas y especializadas, asegurando que los servidores contaran con espacios de actualización y fortalecimiento de competencias alineados con las necesidades reales de la operación.

En consecuencia, el desarrollo del PIC durante la vigencia 2025 permitió no solo cumplir las metas establecidas, sino también generar un impacto positivo en el desempeño institucional, la calidad del servicio y el compromiso del talento humano de Teveandina S.A.S.

9.3.3. Plan De Incentivos Institucionales

Durante la vigencia 2025, Teveandina S.A.S. desarrolló e implementó de manera integral el Plan de Bienestar Social e Incentivos, orientado al fortalecimiento del desempeño, la motivación y el compromiso de los colaboradores, en coherencia con los objetivos estratégicos de la entidad y las mejores prácticas en gestión del talento humano.

En cumplimiento del objetivo general del plan, se consolidó un sistema de incentivos institucionales que permitió reconocer el desempeño destacado, promover el trabajo en equipo y alinear los esfuerzos individuales con los objetivos estratégicos de Teveandina S.A.S., contribuyendo al mejoramiento del clima organizacional, la productividad y la permanencia del talento humano.

A partir del diagnóstico inicial de necesidades y expectativas del personal, se diseñó e implementó una oferta diversificada de incentivos monetarios y no monetarios,



acompañada de estrategias de comunicación y sensibilización que permitieron una amplia apropiación del plan por parte de los colaboradores.

Resultados frente a los objetivos específicos

➤ Incremento del rendimiento laboral:

Se implementaron métricas de seguimiento al desempeño individual y grupal, lo que permitió evidenciar mejoras en la productividad y en el cumplimiento de metas institucionales, fortaleciendo la eficiencia operativa de la entidad.

➤ Retención del talento:

La aplicación de incentivos asociados al reconocimiento, el desarrollo profesional y el bienestar contribuyó a la estabilidad de la planta de personal, reduciendo la rotación y fortaleciendo el sentido de pertenencia hacia la organización.

➤ Fomento de la innovación:

Se promovió la participación de los colaboradores en la generación de ideas y propuestas de mejora, incentivando una cultura de innovación continua que impactó positivamente los procesos internos y la calidad de los servicios prestados.

➤ Mejoramiento del clima organizacional:

A través de encuestas de satisfacción y espacios de reconocimiento, se evidenció una percepción favorable del ambiente laboral, caracterizada por mayores niveles de colaboración, motivación y compromiso.

➤ Desarrollo profesional:

Durante la vigencia se facilitaron oportunidades de capacitación y fortalecimiento de competencias, incentivando la participación de los colaboradores y contribuyendo a su crecimiento personal y profesional.

➤ Reconocimiento del trabajo en equipo:

Se implementaron mecanismos de reconocimiento colectivo que visibilizaron los logros alcanzados por los equipos de trabajo, promoviendo una cultura de cooperación y corresponsabilidad.

➤ Alineación con los objetivos organizacionales:



Mediante jornadas de socialización, talleres y espacios informativos, se fortaleció la comprensión de los objetivos estratégicos de Teveandina S.A.S., logrando una mayor alineación entre las metas individuales y los propósitos institucionales.

9.3.4. Gestión, Seguimiento Y Mejora Continua

Durante 2025 se establecieron indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar el impacto del Plan de Bienestar e Incentivos en variables como productividad, satisfacción laboral y retención del talento. Así mismo, se desarrollaron procesos de seguimiento, retroalimentación y ajuste, que permitieron fortalecer la pertinencia y efectividad del plan.

Finalmente, se llevaron a cabo espacios de reconocimiento y celebración de logros, los cuales contribuyeron a consolidar una cultura organizacional basada en el mérito, el compromiso y el trabajo colaborativo.

En conclusión, el Plan de Bienestar Social e Incentivos cumplió satisfactoriamente su propósito durante la vigencia 2025, generando impactos positivos en el desempeño institucional, el clima laboral y la motivación del talento humano de Teveandina S.A.S., y sentando bases sólidas para su fortalecimiento en las siguientes vigencias.

9.3.5. Plan Anual de Seguridad y Salud En El Trabajo.

Durante la vigencia 2025, Teveandina S.A.S. desarrolló y ejecutó de manera integral el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SG-SST, en cumplimiento de lo dispuesto en la Resolución 0312 de 2019, el Decreto 1072 de 2015 y demás normatividad vigente, garantizando la protección de la salud, la seguridad y el bienestar de todos los servidores públicos, contratistas y demás partes interesadas.

9.3.6. Planeación y estructuración del SG-SST

En el primer trimestre de la vigencia se llevó a cabo la evaluación del SG-SST bajo los estándares mínimos de la Resolución 0312 de 2019, lo que permitió identificar el nivel de cumplimiento y definir las acciones de mejora para el periodo. Con base en estos resultados, se realizó la revisión y actualización de políticas, objetivos, responsabilidades y procedimientos del sistema, así como la elaboración y aprobación del Plan de Trabajo Anual en SST 2025, alineado con los riesgos, la operación y la planeación institucional.

Adicionalmente, se fortaleció el sistema de archivo y retención documental, la matriz de requisitos legales, la metodología de identificación de peligros y valoración de riesgos, y los programas transversales como Gestión del Cambio, Compras, Gestión de Contratistas y Estilos de Vida Saludable, asegurando la coherencia técnica y legal del sistema.

Durante la vigencia se realizó la actualización de la matriz de peligros y riesgos, apoyada en encuestas, inspecciones de puestos de trabajo, inspecciones locativas y revisión de procesos, lo que permitió identificar cambios en las condiciones de trabajo y definir medidas de intervención oportunas.

Se fortalecieron los Sistemas de Vigilancia Epidemiológica, particularmente para Riesgo Psicosocial y Desórdenes Musculoesqueléticos (DME), junto con la actualización del profesiograma, la aplicación de la batería de riesgo psicosocial y el seguimiento a condiciones de salud, permitiendo una gestión preventiva y basada en datos.

9.3.8. Gestión de la salud y vigilancia médica

Durante 2025 se ejecutaron de manera continua los exámenes médicos ocupacionales, el seguimiento a recomendaciones y restricciones médicas, la elaboración del informe de condiciones de salud y el análisis de la información sociodemográfica, lo que permitió orientar acciones de prevención y control de riesgos.

Así mismo, se garantizó la custodia de historias clínicas ocupacionales por parte de las IPS y la comunicación oportuna de los resultados que impactan las condiciones de trabajo de los colaboradores.

9.3.9. Prevención, promoción y bienestar

En cumplimiento del componente de promoción de la salud, se desarrollaron actividades permanentes de prevención y promoción, tales como rumbo terapian, nutrición y alimentación saludable, manejo del estrés, campañas de prevención de enfermedades respiratorias, alcoholismo, tabaquismo, riesgo cardiovascular, hipertensión, diabetes, consumo de sustancias psicoactivas, así como pausas activas, risoterapia y estilos de vida saludable.

Estas actividades contribuyeron al mejoramiento del bienestar físico y mental de los colaboradores y a la reducción de factores de riesgo asociados al ausentismo y a las enfermedades laborales y comunes.

9.3.10. Gestión de emergencias y preparación para eventos críticos



Durante la vigencia 2025 se ejecutó el Plan de Emergencias, que incluyó, planos de evacuación, señalización preventiva y la planeación y ejecución del simulacro de evacuación.

Así mismo, todo el personal recibió capacitación en primeros auxilios, control del fuego, evacuación y procedimientos operativos normalizados, garantizando una adecuada capacidad de respuesta ante situaciones de emergencia, or parte de la ARL POSITIVA.

9.3.11. Capacitación y fortalecimiento de competencias

Se desarrolló un amplio programa de formación en SST dirigido al personal en general, al COPASST y al Comité de Convivencia Laboral, abordando temas como investigación de accidentes, inspecciones de seguridad, identificación de peligros, EPP, acoso laboral, resolución de conflictos, comunicación asertiva, riesgo psicosocial, seguridad vial, riesgo público y riesgo mecánico.

Estas acciones fortalecieron la cultura de autocuidado, prevención y corresponsabilidad en seguridad y salud en el trabajo.

9.3.12. Gestión de accidentes, incidentes y mejora continua

Cuando se presentaron eventos, se realizó el registro, investigación y reporte de accidentes e incidentes, así como la divulgación de lecciones aprendidas, permitiendo la adopción de acciones correctivas y preventivas para evitar su recurrencia.

El sistema fue objeto de auditoría interna, con participación de Control Interno y el COPASST, y los resultados fueron analizados en la revisión por la dirección, dando lugar a la formulación, actualización y seguimiento del Plan de Mejoramiento del SG-SST.

9.3.13. Conclusión

En la vigencia 2025, Teveandina S.A.S. logró un alto nivel de ejecución del Plan de Trabajo del SG-SST, garantizando el cumplimiento de los estándares mínimos, la identificación y control de los riesgos, la protección de la salud de los trabajadores y el fortalecimiento de una cultura preventiva en la organización.

El SG-SST se consolidó como una herramienta estratégica de gestión, aportando a la continuidad operativa, al bienestar del talento humano y al cumplimiento de la responsabilidad legal y social de la entidad.

9.3.14. Prácticas profesionales.



Se identifican más de 55 practicantes vinculados entre marzo de 2024 y marzo de 2026, provenientes de más de 20 instituciones de educación superior y del SENA. Esto refleja que el Canal es un escenario de formación altamente atractivo para universidades y programas del sector audiovisual, comunicación y áreas administrativas.

➤ **Fortalezas del programa**

- ✓ Alta diversidad de universidades
- ✓ Amplia cobertura de áreas del Canal
- ✓ Flujo permanente de talento joven
- ✓ Vinculación continua sin interrupciones
- ✓ Alta alineación con el objeto misional del Canal Trece

➤ **Perfil académico.**

| Área de formación | Tendencia |
|------------------------------------|-----------|
| Comunicación Social / Periodismo | Muy alta |
| Cine y Televisión | Muy alta |
| Producción y Dirección Audiovisual | Alta |
| Medios Audiovisuales | Alta |
| Publicidad, Mercadeo, Diseño | Media |
| Ingeniería, Telemática, Ambiental | Baja |
| Administración y SST | Muy baja |

El 85 % de los practicantes están directamente alineados con la cadena de valor audiovisual y de contenidos, lo que evidencia una correcta focalización del programa de prácticas con las necesidades del Canal.

➤ **Cobertura por áreas internas.**

| Área | Impacto |
|-----------------------------|----------|
| Producción | Muy alto |
| Digital | Muy alto |
| Enlace Trece | Alto |
| Programación | Alto |
| Audiencias | Medio |
| SEO y Marketing Digital | Medio |
| Fotografía, Sonido, Edición | Medio |
| SST y Administrativo | Bajo |

Esto muestra que el programa no solo apoya la operación, sino que se ha convertido en un pilar del funcionamiento diario del Canal, especialmente en contenidos y plataformas.

➤ **Duración y continuidad.**

| Modalidad | Proporción |
|-----------------------|------------|
| 6 meses | ≈ 75 % |
| 5 meses | ≈ 10 % |
| 3–4 meses | ≈ 5 % |
| Por horas (320–550 h) | ≈ 10 % |

Modalidad predominante.

La modalidad predominante de prácticas de seis meses permite al Canal planear de manera estructurada las cargas de trabajo por semestre, integrar a los practicantes dentro de los cronogramas operativos y asignarles responsabilidades reales, facilitando una transferencia efectiva de conocimiento mediante procesos progresivos de inducción, acompañamiento y autonomía; además, favorece una curva de aprendizaje sólida que les permite comprender los flujos técnicos y operativos del ecosistema audiovisual, reducir errores y aumentar su productividad, lo que se traduce en un impacto tangible en los proyectos, ya que pueden participar en ciclos completos de producción, aportar entregables de calidad y generar resultados medibles que contribuyen directamente al cumplimiento de los objetivos institucionales.

9.3.15. Planeación y sostenibilidad del programa.

| Año | Practicantes |
|------|-----------------------------|
| 2024 | Alto volumen |
| 2025 | Muy alto volumen |
| 2026 | Flujo asegurado hasta marzo |

Esto significa que el Canal ha logrado una estabilidad operativa sostenida, al contar de manera permanente con practicantes activos que respaldan los procesos misionales; un relevo natural y planificado del talento en formación, dado que los ingresos y salidas se

superponen de forma ordenada evitando rupturas en los equipos de trabajo; y la eliminación de vacíos de apoyo, ya que la continuidad del programa garantiza que las áreas críticas como Producción, Digital, Programación y Audiencias mantengan siempre el nivel de soporte requerido para cumplir sus metas y cronogramas.

9.3.16. Valor estratégico de talento humano, en prácticas.

Este esquema de prácticas reduce los costos operativos al suplir parte de la carga laboral con talento en formación debidamente supervisado, fortalece la marca empleadora del Canal al posicionarlo como un escenario atractivo y formativo para las principales universidades del país, genera una cantera de futuros contratistas ya capacitados en los procesos, cultura y estándares institucionales, mejora los indicadores de productividad al incrementar la capacidad operativa de las áreas sin aumentar proporcionalmente la planta de personal, y apoya directamente el cumplimiento de las metas institucionales, al asegurar la continuidad y oportunidad en la ejecución de los proyectos, contenidos y servicios del Canal.

10. CONTRATACIÓN

Durante la vigencia 2025 el área de Gestión Contractual contó con un equipo profesional robusto a través del cual se logró garantizar que los procesos y contratos se gestionara en el menor tiempo posible, respetando los lineamientos dispuestos en el Manual de Contratación y Resolución de honorarios para contratistas.

Conforme a lo anterior, la entidad adelanto el trámite de 692 contratos, cuya cifra se talla a continuación:

| MODALIDAD DE CONTRATACION | CANTIDAD CONTRATOS POR MODALIDAD |
|---------------------------|----------------------------------|
| DIRECTA | 682 |
| INVITACION CERRADA | 5 |
| INVITACION ABIERTA | 5 |
| ANULADOS | 1 |
| TOTAL CONTRATOS | 693 |

11. GESTIÓN JURÍDICA



En el presente informe se presentan los logros de la gestión adelantada durante la vigencia 2025 a corte 31 de diciembre de la misma anualidad para el proceso de Gestión Jurídica. Estos resultados fueron obtenidos en desarrollo de las funciones institucionales asignadas por la Dirección Jurídica Administrativa durante la presente vigencia donde se realizó la implementación y el seguimiento a la Política Pública de Prevención del Daño Antijurídico, la cual estuvo encaminada a contrarrestar el aumento de la actividad litigiosa de la entidad en cumplimiento a los lineamientos de la Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado ANDJE.

La Dirección en el ámbito jurídico estuvo atenta para dar cumplimiento a la normatividad que rige el canal, a mantener el ámbito legal exigido y a su vez prestó acompañamiento jurídico a todas las áreas de la entidad, la atención y respuesta oportuna a los organismos de control y revisoría fiscal.

Asuntos de carácter jurídico legal donde se ejerció la representación judicial y extrajudicial de la entidad dentro de los diferentes procesos que cursan actualmente en favor y en contra del Canal.

| | |
|---|------|
| Total, procesos 5 Procesos en contra de la entidad activos | 3 |
| Procesos con Autos o sentencias favorables a la entidad terminados | 5 |
| Procesos a terceros de la entidad para recuperación de cartera | 2 |
| Tutelas a Favor | 3 |
| Demandas Nuevas admitidas 2025 | 0 |
| Disminución de la litigiosidad (Política Pública Daño Antijurídico) | 100% |
| Realización de 24 Comités de Conciliación | 100% |

Es preciso señalar que en la actualidad el Canal tiene una actividad litigiosa relativamente baja, y que durante el 2025 no hubo nuevas demandas, pero si hubo cinco (05) procesos terminados con sentencias favorables para la entidad,

A la fecha cuenta con los siguientes procesos:

| Resumen De Procesos En Contra De Teveandina S.A.S | | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------|------------|-------------------|------------------------------|--------------------|
| Nº. | No. DEL PROCESO | FECHA ADMISIÓN/NOTIFICACIÓN DEMANDA | DESPACHO ACTUAL PROCESO E INSTANCIA | ACCIÓN | DEMANDANTE | RIESGO DE PÉRDIDA | CUANTÍA ESTIMADA DEL PROCESO | SITUACION JURIDICA |
| | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---------------------------------|----------|---|-------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------|------------|
| 1 | 110013343 059202100 35501 | 07/04/22 | TRIBUNAL ADMINISTRATI VO - SECCIÓN TERCERA DE CUNDINAMA RCA SEGUNDA INSTANCIA | EJECUTIVO | DOUGLAS TRADE S.A.S. | MEDIA | \$450.000 .000 | Activ o |
| 2 | 110013105 037202200 04900 | 13/10/22 | JUZGADO 57 ADMINISTRATI VO DE BOTOTA | DECLARATI VO | MARIA CAMILA ROSERO | SIN CALIFI CACIO N | INDETER MINADA | Activ o |
| 3 | 050013333 014202000 28101 | 12/11/20 | TRIBUNAL ADMINISTRATI VO MEDELLIN | ACCIÓN DE REPARACIÓ N DIRECTA | WYF TELEVISIÓ N | MEDIA | \$130.900 .000 | Activ o |

La información litigiosa presentada se puede verificar en el siguiente enlace que conlleva al botón de Transparencia de la entidad donde se publican trimestralmente las actuaciones y avance de los procesos.

<https://www.teveandina.gov.co/planeacion/defensa-judicial/>.

12. GESTIÓN DE COMUNICACIONES

El año 2025 representó un punto de inflexión para Canal TRECE en materia de comunicación interna y externa. Bajo el plan estratégico Más Conectados, la gestión de comunicaciones se centró en fortalecer el vínculo entre el canal, sus colaboradores, las regiones y las audiencias, impulsando una relación más cercana, participativa y coherente con nuestra identidad como medio regional público.

El propósito fue claro: conectar, escuchar y posicionar. Esto se materializó a través de nuevas alianzas estratégicas, una gestión robusta de relaciones públicas, campañas internas de identidad y cultura organizacional y un uso más amplio de herramientas que promueven el diálogo continuo con los equipos y con el territorio.

Este informe presenta los avances, resultados, retos y oportunidades que marcaron la gestión de comunicaciones durante la vigencia 2025, evidenciando el compromiso del canal con el fortalecimiento institucional y la consolidación de una comunidad más informada, integrada y orgullosa de pertenecer al Trece.

12.1. Comunicación Interna 2025



Durante 2025, la comunicación interna se consolidó como un eje fundamental para fortalecer la cultura organizacional, dar visibilidad a los procesos institucionales y promover la participación de los colaboradores. Bajo el marco del plan Más Conectados, se avanzó en acciones orientadas a integrar, informar y fidelizar a los equipos. Se logró un cumplimiento del 95% del plan de comunicaciones Internas.

12.1.1. Estrategias implementadas

Conexión y fidelización de colaboradores

- Se desarrollaron campañas que reforzaron el ADN del canal y su identidad territorial, con especial atención en:
- **#ViveETRECE**: campaña central del año, enfocada en visibilizar misión, visión, valores, objetivos estratégicos y orgullo por el canal.
- **#SeEscribeTRECE**: estrategia pedagógica para la correcta aplicación del nombre institucional en letras.
- **#OrgulloTRECE** que se implementó durante los 25 años del canal, donde los colaboradores resaltaban porqué están orgullosos de ser parte de Canal TRECE
- **Campañas de bienestar y salud: apoyadas junto a Talento Humano**: Activaciones internas en fechas especiales: Día del Hombre, Día de la Mujer, cumpleaños del canal, celebraciones culturales, Semana de la Salud, Navidad, entre otras.

Estas actividades contribuyeron a fortalecer la cultura organizacional y a consolidar un ambiente más amigable y participativo.

12.1.2 Fortalecimiento de Viva Engage

En 2025, la plataforma se posicionó como el principal canal de comunicación interna. La estrategia se enfocó en:

- Envío de mensajes relevantes según el área, con su respectivo código de color.
- Publicación de contenidos interactivos y educativos.
- Reducción de correos masivos y trazabilidad de resultados

El cambio permitió mejorar los indicadores de impacto e interacción respecto al año anterior.

12.1.3 Articulación con Talento Humano

Se desarrollaron acciones mixtas que integraron comunicaciones y bienestar laboral:



- Capacitaciones internas con diseño y difusión de piezas informativas.
- Apoyo en campañas de clima laboral, seguridad digital, conciencia ambiental y seguridad y salud en el trabajo.
- Activaciones para fortalecer sentido de pertenencia institucional.

12.1.4 Resultados de la Encuesta de Comunicación Interna 2025

Durante el segundo semestre se aplicó una encuesta institucional para medir la percepción de los colaboradores sobre la comunicación interna, donde se obtuvo una calificación 4.75/5 destacando la labor y las iniciativas que se tuvieron este año. Entre los principales hallazgos se destacan:

Aspectos positivos

- Alta valoración de la claridad y pertinencia de la información.
- Diseño atractivo y coherente con la identidad Trece.
- Reconocimiento al trabajo del equipo de comunicaciones.
- Mayor apropiación de Viva Engage.
- Buena receptividad con campañas como #SeEscribeTRECE y TRECE Pets

Aspectos por mejorar

- Solicitud de mayor unificación de canales.
- Necesidad de más actividades presenciales para fortalecer vínculos.
- Requerimiento de reducir la saturación de mensajes en días críticos.
- Propuesta de más contenido formativo sobre el funcionamiento del canal.
- Accesibilidad para todos los colaboradores del canal no solo los que tienen correo con dominio institucional.

Estos resultados permitieron ajustar el cierre de la gestión y preparar recomendaciones para 2026.

12.1.5 Logros destacados en comunicación interna 2025

- Mayor alcance en Viva Engage: incremento en vistas e interacciones respecto a 2024.
- Éxito de campañas internas como #ViveETRECE y #SeEscribeTRECE, posicionadas como referentes de identidad.
- Comunicación institucional más ordenada, reduciendo correos masivos y consolidando la plataforma interna.



- Participación en actividades presenciales, fortaleciendo la cultura organizacional.
- Integración con otras áreas para acompañar eventos, convocatorias y estrategias transversales.

12.2. Comunicación Externa 2025

La comunicación externa estuvo orientada a posicionar a Canal TRECE como un medio regional conectado con los 14 departamentos de su cobertura, fortaleciendo la presencia territorial y ampliando la visibilidad del canal en medios de comunicación nacionales y regionales. Se logró un 90% de cumplimiento en el plan de relaciones públicas y un 100% en la meta de alianzas estratégicas.

1. Estrategias implementadas

1.1. Creación y gestión de alianzas estratégicas

Como parte de la iniciativa “Más Conectados”, durante 2025 se gestionaron alianzas con:

- Medios tradicionales y digitales
- Medios regionales
- Organizaciones culturales y sociales aliadas

Alianzas 2025

1. Pulzo
2. Claro**
3. Andesco
4. Noticias día a día**
5. Chivas del Llano**
6. Metrópoli**
7. Periódico Identidad
8. Jardín Botánico
9. Canal 1

Estas alianzas permitieron ampliar la presencia del canal.

1.2. Relaciones públicas y posicionamiento



Se ejecutó un plan anual de prensa estructurado con:

- Boletines de prensa para estrenos, proyectos, foros y eventos regionales.
- Acompañamiento comunicacional a cubrimientos en eventos.
- Activación de bases de datos de periodistas regionales y nacionales.
- Coordinación con digital y producción para estrenos, temporadas y eventos internos.

1.3. Participación en eventos regionales

Gracias a las alianzas y al plan de RRPP, se fortaleció la presencia en regiones como Cundinamarca, Boyacá, Meta, Huila y Putumayo.

También se acompañaron eventos de alto impacto cultural, social y académico que fortalecieron la identidad del canal como medio para el territorio.

2. Logros destacados de comunicación externa 2025

- Consolidación del plan anual de RRPP, con impacto sostenido en free press.
- Mayor alcance territorial por cubrimientos y alianzas con medios regionales.
- Posicionamiento de Canal TRECE como medio joven, cultural y descentralizado.
- Apertura de nuevas oportunidades de visibilidad en eventos como Expo Pet, Anato, Colombia es Región, Cundinamarca Fest, Congreso Andesco y Colombia 4.0.

RETOS Y OPORTUNIDADES

Retos

- Continuar fortaleciendo el uso de Viva Engage, especialmente con colaboradores que tienen menor manejo de herramientas digitales.
- Generar nuevas estrategias para envío de información
- Mejorar la fidelización de periodistas y medios regionales para aumentar free press.
- Evitar saturación informativa en picos de carga operativa.
- Fortalecer la presencia del canal en eventos descentralizados con más cobertura.

Oportunidades para 2026

- Implementar un programa de fidelización de periodistas con activaciones durante el año.
- Crear un calendario editorial interno por áreas para organizar mejor los flujos informativos.



- Ampliar campañas internas a formatos más interactivos (videos cortos, retos, activaciones presenciales).
- Incrementar eventos presenciales de integración para fortalecer el orgullo de marca.
- Seguir fortaleciendo las estrategias externas en conjunto del área digital.

CONCLUSIONES

El año 2025 fue un periodo de consolidación y avance para la gestión de comunicaciones del Canal TRECE. El plan Más Conectados permitió integrar de manera efectiva la comunicación interna y externa, fortaleciendo el vínculo con los colaboradores, las regiones, los medios aliados y las audiencias.

Se lograron avances significativos en posicionamiento, participación interna, visibilidad regional y ordenamiento estratégico de procesos de comunicación. Al mismo tiempo, los retos identificados abren oportunidades claves para continuar optimizando la gestión en 2026, asegurando que el canal mantenga una comunicación coherente, cercana y en sintonía con la identidad del Trece.

13. AUDIENCIAS

A continuación, se presenta un análisis integral del comportamiento y la evolución de las audiencias de Canal Trece durante la vigencia 2025, abordando de manera articulada los indicadores de consumo en televisión y plataformas digitales, la distribución territorial del público, los principales hitos de audiencia y el desempeño de los contenidos en las diferentes pantallas. El informe se apoya en datos de medición, estudios sectoriales y en los proyectos estratégicos desarrollados por el área de audiencias, orientados a la innovación, la centralización y el análisis avanzado de información mediante el uso de inteligencia artificial, tableros de datos y modelos semánticos. Estos desarrollos han permitido fortalecer la toma de decisiones editoriales, transmediales y comerciales, evidenciando el crecimiento sostenido del canal en un contexto de decrecimiento general de la televisión tradicional, así como la consolidación de su vocación regional y su capacidad de adaptación a los nuevos hábitos de consumo audiovisual.

Indicadores de audiencia de televisión:

- Somos el canal regional con mayor audiencia en la zona centro.
- Somos el canal colombiano con la proporción de audiencia más joven del mercado.

Incremento de audiencias: El consumo del Canal viene aumentando en ambas pantallas, si bien el consumo de televisión en Colombia cada vez es menor, hemos disminuido los decrecimientos tendencia en el mercado del sector de televisión, esto acudiendo cada vez más a estrategias que se enfoquen en el aprovechamiento de las audiencias que quedan libres al no encontrar una oferta atractiva en los canales de televisión nacional privada, logrando capturar en estos momentos de migración la mayor cantidad de audiencia que con el tiempo se fideliza y encuentra más recurrentemente contenido de valor en nuestra pantalla de televisión, contrario a la tendencia digital que cada vez más aumenta en el país debido a una mayor cobertura a nivel nacional de la red y planes por parte de los operadores de celular que democratizan mucho más el acceso a internet por medio de dispositivos móviles, y puntos de acceso fijo hogar,

Para este 2025, cerramos con una audiencia promedio de 423.000 televidentes diarios, esto representando un incremento del +0.7%, crecimiento adverso al decrecimiento de televisores prendidos en Colombia que se registró en un -4%, como lo indica la tabla 01 a continuación (alcance promedio anual 2021 – 2025):

| DATOS ENERO - DICIEMBRE 2019-2023 | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| año | Televidentes diarios promedio | Variación vs 2021 |
| 2021 | 370.000 | -11,9% |
| 2022 | 431.000 | +16,5% |
| 2023 | 433.000 | +0,46% |
| 2024 | 420.000 | -3% |
| 2025 | 423.000 | +0,7 |

Tabla 01 alcance promedio anual 2019 – 2025

Durante este periodo de tiempo, los horarios que más nos aportaron al incremento de este promedio fueron las Tardes de lunes a viernes con la franja regional en donde hemos emitido principalmente programas enfocados en la región canal trece, estos contenidos fueron los estrenos de este año como lo fueron somos región, Campesinos, logrando un promedio semanal de 68.747 promedio y ocupando el puesto número uno entre los canales regionales en la zona centro durante este periodo de tiempo de la franja regional, empieza a parecer en audiencia a nuestra franja Early que tiene su principal consumo con el magazín juvenil Geekers, espacio dedicado a conectar con los jóvenes de las regiones de influencia de nuestro canal, generando interacción en tiempo real con la audiencia que más consume digital en Colombia ya que se transmite en simultanea por nuestro canal de YouTube, dando paso a nuestra franja regional mencionada anteriormente, otro espacio



que sigue consolidándose y se debe mantener es nuestra franja de Cine en el prime time franja de Cine colombiano que se viene consolidando durante este año con diferentes títulos del cine nacional, en la siguiente tabla encontramos el mapa de Calor, una gráfica que muestra la intensidad de audiencia acumulada promedio a lo largo y ancho de nuestra parrilla:

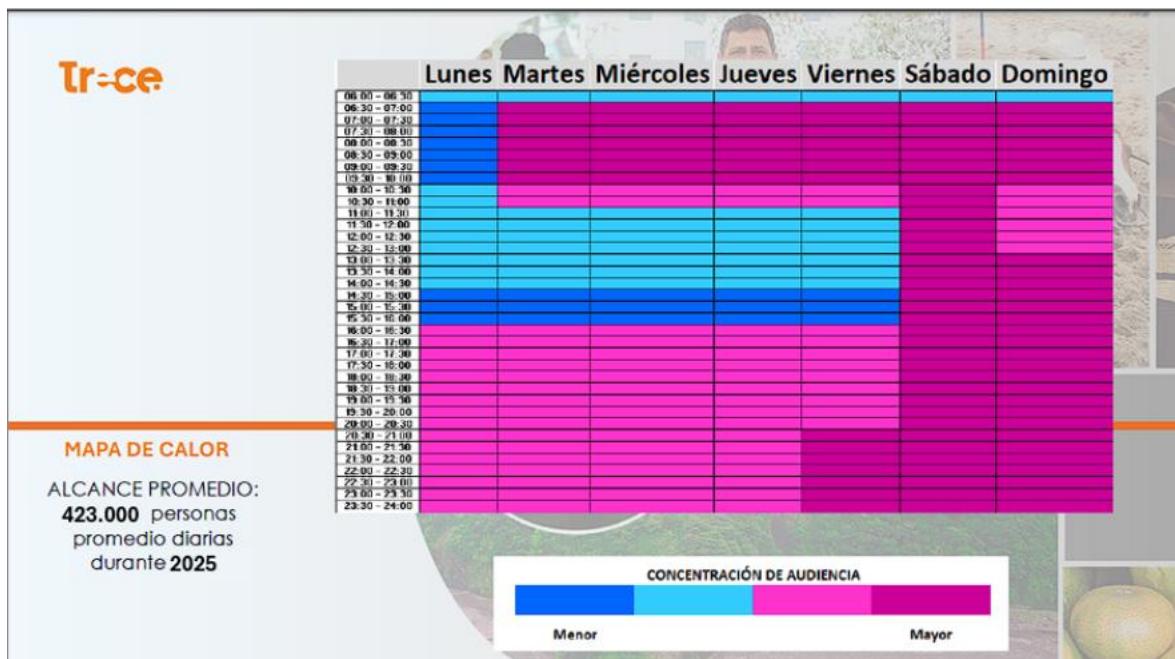


Tabla MAPA DE CALOR 2025

En cuanto a la participación que tiene Canal Trece en comparación con los demás canales regionales, en la actualidad nuestro canal es el canal regional público de la **zona centro** con mayor audiencia, representando el 18% de la audiencia promedio sobre el total de audiencia promedio de estos canales. Canal capital en un 20% y Teleantioquia en un 12%,

Porcentaje de alcance de audiencia de televisión regional por canal

¿DÓNDE ESTÁ UBICADO EL PÚBLICO DEL TRECE?

■ Cabecera ■ Capital ■ Rural:



Tabla 04 Porcentaje de distribución poblacional del público de Canal Trece 2023

Según la gran encuesta de consumo de medios regional realizada por Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia en 2022 (última actualizada por el MINISTERIO DE LAS TELECOMUNICACIONES) nos mostró en que zonas del país está distribuida nuestra audiencia, dando como resultado un público que se distribuye de manera equivalente en cada tipo de zona, siendo las zonas cabeceras y zonas rurales desde donde más se nos reporta audiencia, lamentosamente para el 2023 esta encuesta no fue realizada por el Ministerio de las telecomunicaciones para actualizar los datos a esta última vigencia.

Hitos Puntuales de Audiencia en Pantalla en Televisión a 2025





En este 2025 llegamos al pico más alto con una sola emisión alcanzando **287,144** con "EL FESTIVAL DEL BAMBUCO" seguido de "CONCIERTOS COMO EL DE SHAKIRA", alcanzando un total de 201,478 televidentes.

Varios de los eventos a continuación están por encima de los cien mil televidentes, cifra muy importante y por encima del promedio de la televisión regional como lo podemos ver en la siguiente tabla con los programas con mayor audiencia del 2025 que incluyen en su mayoría, transmisiones de eventos culturales como festivales, carnavales, nuestra franja de cine, y programas musicales, he incluso para nuestra fortuna, los programas comerciales como la lotería de Boyacá, están dentro de la tabla a continuación. todos logrando aumentar el número de televidentes y aportando al promedio general del consumo en Canal Trece, como lo vemos en la siguiente tabla con los resultados por emisión de los contenidos 2025 en Canal Trece:

| RESULTADOS | | | | |
|----------------|----------------------------------|----------|---|----------|
| DEPARTAMENTO | FECHA | HORA | PROGRAMA | CLARO |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 29 de junio de 2025 | 22:00:00 | CINEMATE TRECE | 8.600,34 |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 29 de junio de 2025 | 21:30:00 | ADIOS A LAS SIRENAS | 6.194,86 |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 29 de junio de 2025 | 23:30:00 | PLAYLIST | 5.420,35 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 06 de diciembre de 2025 | 18:30:00 | MUJERES DE MI TIERRA | 4.258,64 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 06 de diciembre de 2025 | 18:00:00 | PACIFICADORES | 3.432,32 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 01 de marzo de 2025 | 22:40:00 | LOTERIA DE BOYACA | 3.193,65 |
| BOGOTA | domingo, 29 de junio de 2025 | 22:00:00 | CINEMATE TRECE | 2.871,44 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 22 de febrero de 2025 | 22:40:00 | LOTERIA DE BOYACA | 2.863,40 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 19 de julio de 2025 | 22:40:00 | LOTERIA DE BOYACA | 2.840,07 |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 07 de diciembre de 2025 | 23:30:00 | PLAY LIST | 2.761,52 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 06 de diciembre de 2025 | 19:00:00 | RESONANTES | 2.705,62 |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 26 de octubre de 2025 | 23:30:00 | PLAYLIST | 2.689,29 |
| TOTAL NACIONAL | jueves, 20 de febrero de 2025 | 22:00:00 | SIN FILTROS | 2.688,77 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 08 de marzo de 2025 | 22:40:00 | LOTERIA DE BOYACA | 2.661,54 |
| TOTAL NACIONAL | sábado, 12 de julio de 2025 | 22:40:00 | LOTERIA DE BOYACA | 2.651,42 |
| TOTAL NACIONAL | domingo, 29 de junio de 2025 | 18:30:00 | VELADA DE ELECCION Y CORONACION DE LA REINA NACIONAL DEL BAMBUCO 2025 | 2.613,38 |

Tabla 05 Top de emisiones de Canal Trece en 2025 con mayor alcance

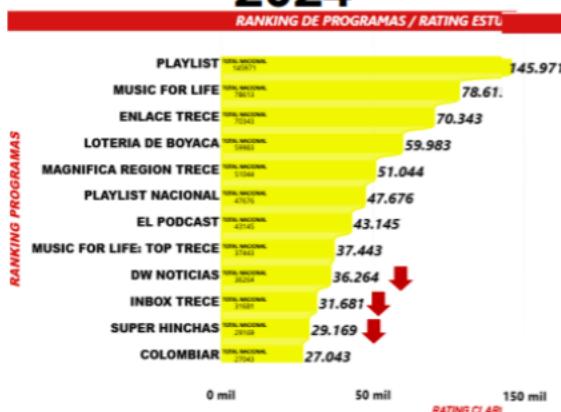
En relación con el alcance logrado por los programas Inhouse tenemos programas que sobresalen en relación con el promedio de audiencia como lo son el programa Inbox Trece con un alcance promedio de 56.019 televidentes o el programa music for life que tiene un alcance promedio de 49.831 televidentes, cabe resaltar la eficiencia de varios programas a tal punto de que con pocas emisiones logran promedios muy altos, este es el caso Contra golpe que con pocas horas de emisión logra una efectividad del 2197% o campo de juego y super hinchas ambos superando el 90% de efectividad y logrando estar por encima del promedio de audiencia, como lo vemos en la siguiente tabla que nos muestra el alcance promedio y la eficiencia por cada uno de los programas Inhouse.



Tabla 06 Alcance promedio y eficiencia por programa de los programas Inhouse 2025

En relación con el **alcance logrado por los contenidos digitales y formatos musicales del canal**, la gráfica evidencia una **concentración muy clara del consumo en playlists y marcas musicales**, destacándose ampliamente **Playlist** como el contenido con mayor alcance acumulado, alcanzando **301.477 reproducciones**, muy por encima del resto de la oferta. En un segundo nivel se posiciona **Magnífica Región Trece**, que logra un alcance de **69.220**, consolidándose como uno de los formatos más fuertes del ecosistema por fuera del consumo estrictamente musical y reafirmando el valor de los contenidos regionales curados. Le siguen **El Podcast** con **46.450** y **Play List** con **44.009**, ambos mostrando una alta eficiencia en términos de consumo sostenido y recurrencia, lo que evidencia una audiencia fiel a formatos conversacionales y musicales de larga duración. Dentro de la familia **Music For Life**, se observa un desempeño sólido y diversificado: **Music For Life con Julio** alcanza **41.205**, **Enlace Trece 41.148**, **Music For Life Top Trece 34.651**, y **Music For Life 33.292**, confirmando que esta marca funciona como un eje estructural del consumo digital del canal, con múltiples variantes que logran mantenerse por encima o muy cerca del promedio general. Programas como **Somos Región / Somos Región** con **30.066**, **Salió el Sol (25.153)** y **Playlist Esperanzador (24.435)** refuerzan la importancia de los contenidos identitarios y de acompañamiento cotidiano, mientras que formatos más segmentados como **Cinema Trece**, **Franja Trece Animada** y las diferentes líneas de **Music For Life Resonantes, Emergentes y Top de los Famosos** se ubican entre los **14.000 y 21.000** de alcance, mostrando un rendimiento estable y consistente. En conjunto, la gráfica evidencia que la **estrategia basada en playlists, música y contenidos regionales** no solo concentra los mayores volúmenes de audiencia, sino que además optimiza la relación entre frecuencia de publicación y resultados, consolidándose como uno de los pilares más eficientes y escalables del consumo digital de Canal Trece.

2024



2025



Audiencias en las Regiones

Por medio de otros estudios como lo son el estudio del Tiktok El slide evidencia un **crecimiento general del consumo de Canal Trece entre 2024 y 2025**, pasando de **1.614.685 impactos totales en 2024 a 1.898.650 en 2025**, lo que representa un **incremento del 18%** en el consumo agregado dentro de las regiones con influencia directa del canal. En ambos años, **Cundinamarca** se consolida como el principal territorio de consumo, aumentando de **179.754 impactos en 2024 a 213.471 en 2025**, reforzando su papel como eje central de la audiencia. **Tolima** mantiene un desempeño relevante, creciendo de **36.235 a 47.644**, y **Boyacá** también presenta un aumento significativo al pasar de **29.112 a 35.162**, lo que confirma una tendencia positiva en la región centro-oriente del país. Sin embargo, el análisis territorial también muestra **comportamientos dispares**, ya que algunas regiones presentan disminuciones: **Meta** pasa de **29.337 a 23.979**, **Huila** de **22.160 a 18.894**, y **Casanare** de **7.242 a 6.424**, evidenciando una contracción relativa del consumo en estos departamentos. En los territorios de menor volumen, como **Caquetá, Putumayo, Amazonas, Guaviare y Arauca**, el consumo se mantiene bajo y con variaciones marginales, sin incidir de forma significativa en el total. En conjunto, la gráfica muestra que, aunque el **balance general del canal es claramente positivo en 2025**, el crecimiento no es homogéneo y plantea el reto de **revisar estrategias de programación, distribución y contenidos regionalizados** para recuperar o fortalecer la presencia en aquellas zonas donde el consumo presenta señales de descenso.

IMPACTOS TOTALES 2024

1,614,685

IMPACTOS TOTALES 2025

1,898,650

18%

TOP CONSUMO SOLO EN LAS REGIONES TRECE

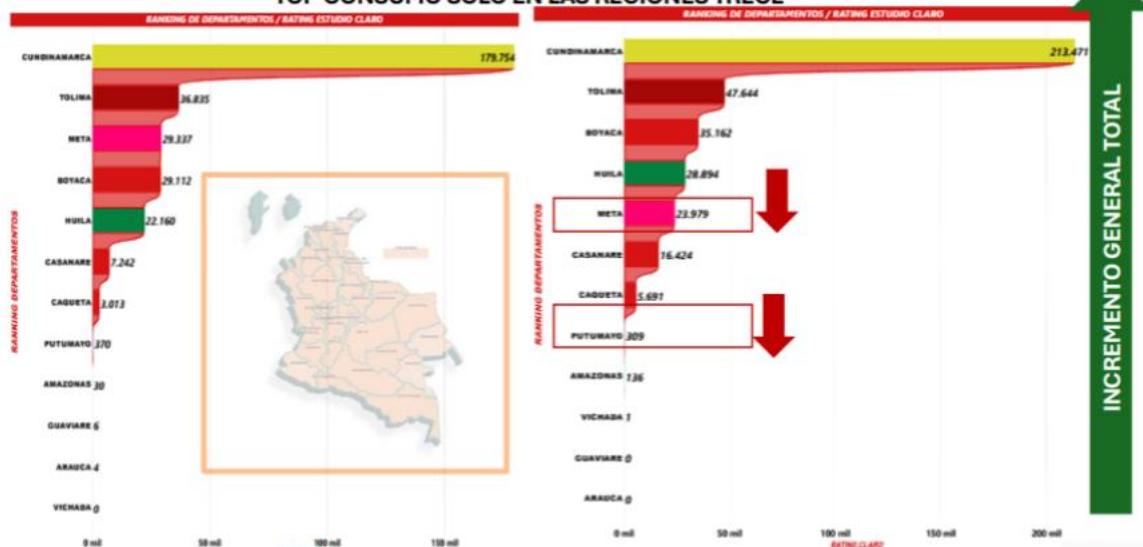


Tabla 07 distribución del público en las regiones en el estudio de Claro entre 2024 y 2025

Cifras Digitales

| Red social | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Variación (24-25) |
|--------------|----------------|----------------|------------------|------------------|-------------------|
| Facebook | 264.436 | 282.000 | 341.000 | 382.000 | 12% |
| Instagram | 49.455 | 58.300 | 77.332 | 108.381 | 40% |
| tiktok | - | 24.200 | 165.775 | 233.700 | 40% |
| Twitter | 190.545 | 187.517 | 185.478 | 166.777 | -10% |
| Youtube | 184.223 | 199.000 | 395.000 | 499.000 | 26% |
| TOTAL | 688.659 | 751.017 | 1.164.585 | 1.389.585 | 19% |

Tabla 09 Seguidores redes sociales

los **seguidores de Canal Trece en redes sociales** muestra un **crecimiento sostenido entre 2024 y 2025**, pasando de **1.164.585 a 1.389.585 seguidores totales**, lo que representa una **variación positiva del 19%**, confirmando una expansión orgánica relevante de la comunidad digital del canal. Al desagregar por plataforma, se evidencian **dinámicas diferenciadas de crecimiento**: **Instagram y TikTok** se consolidan como las redes con mayor aceleración relativa, ambas con un **incremento del 40%**, al pasar Instagram de **77.332 a 108.381 seguidores** y TikTok de **165.775 a 233.700**, lo que refleja un fuerte posicionamiento



del canal en audiencias jóvenes y en formatos audiovisuales cortos. **Facebook**, aunque presenta un crecimiento porcentual más moderado del **12%** (de **341.000 a 382.000**), continúa siendo la red con **mayor volumen absoluto de seguidores**, manteniendo su relevancia como canal de alcance masivo y estabilidad de comunidad. **YouTube** registra un crecimiento del **26%**, pasando de **395.000 a 499.000**, uno de los aumentos más significativos en términos absolutos, lo que evidencia una consolidación del consumo de video de larga duración y del ecosistema de contenidos audiovisuales del canal. En contraste, **X (Twitter)** presenta una **variación negativa del -10%**, disminuyendo de **185.478 a 166.777**, lo que sugiere una migración de audiencia o una menor tracción del contenido en esta plataforma frente a otras redes emergentes. En conjunto, la comparación **2024-2025** demuestra que el crecimiento de Canal Trece no solo es positivo en términos globales, sino que está **impulsado principalmente por plataformas visuales y de alto engagement**, mientras que el desempeño dispar entre redes plantea oportunidades estratégicas para reorientar esfuerzos y optimizar la presencia digital según los hábitos actuales de consumo.

Facebook: resultados en Facebook evidencia la alta capacidad del canal para **activar grandes volúmenes de alcance a partir de contenidos con fuerte carga cultural, emocional y coyuntural**, como se observa en las tres publicaciones con mayor desempeño del periodo. El post con mayor alcance corresponde al estreno de la **película colombiana La Ciénega**, que alcanza **2.940.066 personas**, consolidándose como un ejemplo claro de cómo el **cine nacional y los contenidos patrimoniales** generan un alto nivel de interés, conversación y compartidos dentro de la audiencia de la plataforma. En segundo lugar, la publicación relacionada con el **reconocimiento a Julián Andrés Pinilla en la categoría Mejor Creador de Contenido Digital** logra **1.984.884 personas alcanzadas**, demostrando que los contenidos de **premiación, reconocimiento y exaltación de talentos regionales** también tienen una alta tracción, especialmente cuando conectan con comunidades previamente consolidadas. Finalmente, el tercer post con mayor alcance corresponde a un contenido de **actualidad y memoria histórica**, relacionado con la coincidencia de la muerte de **Diana Turbay y su hijo Miguel Uribe**, que alcanza **1.270.458 personas**, confirmando que los temas de **agenda pública, contexto histórico y narrativa informativa** continúan siendo altamente relevantes para la audiencia de Facebook. En conjunto, estos resultados reflejan que el desempeño del canal en esta red se apoya en una **estrategia editorial equilibrada** entre cultura, reconocimiento social y coyuntura noticiosa, logrando impactos masivos y

reafirmando a Facebook como una plataforma clave para amplificar contenidos de alto valor simbólico y emocional.

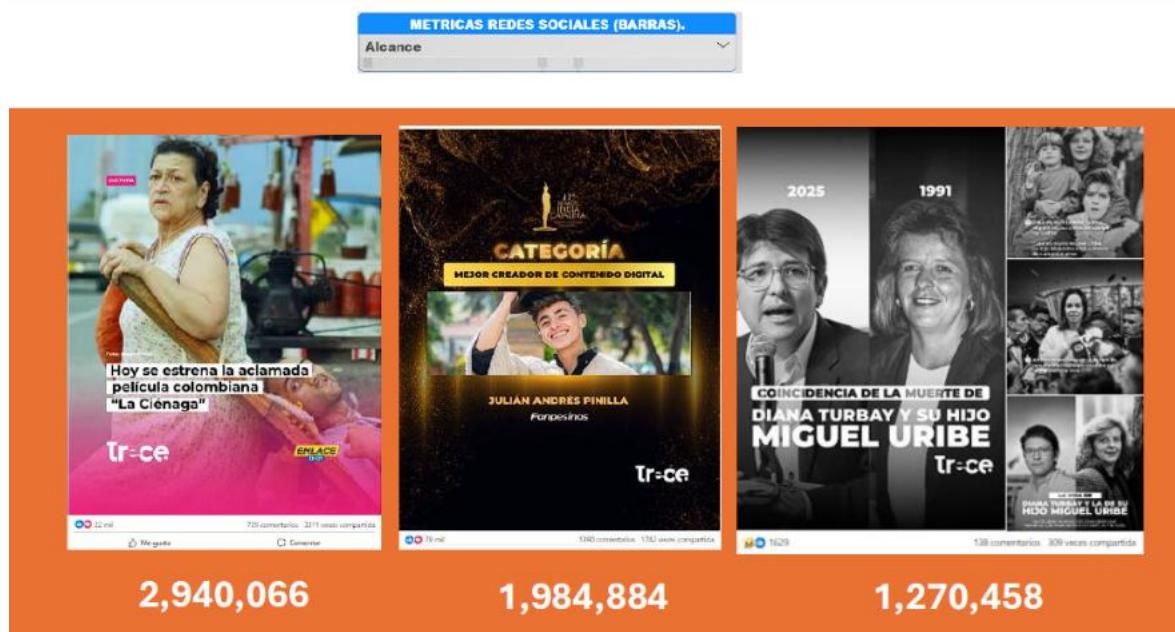


Tabla 08

Publicaciones de Facebook con mayor número de alcance e interacciones

YouTube: YouTube de Canal Trece registra un desempeño relevante en términos de consumo y consolidación de audiencia, alcanzando un total de **7.252.374 visualizaciones** en el año. Este volumen equivale a **7,3 millones de vistas**, lo que representa una **disminución del 15% frente al mismo periodo de 2024**, sin embargo, este descenso en vistas se ve compensado por una **mejora significativa en la calidad del consumo**, reflejada en el **tiempo de visualización**, que alcanza **756,7 mil horas**, con un **incremento del 66% frente a 2024**, evidenciando una mayor permanencia y profundidad en el consumo de los contenidos. En términos de crecimiento de comunidad, el canal suma **+106,4 mil nuevos suscriptores en 2025**, aunque con una variación negativa del **45% frente al año anterior**, cerrando el periodo con un total cercano a **499.660 suscriptores**. En el componente de monetización, los **ingresos estimados ascienden a USD 6.944,45**, consolidando a YouTube como una plataforma relevante no solo en visibilidad, sino también en generación de valor económico. Finalmente, el comportamiento en **tiempo real**, con **31.820 visualizaciones en las últimas 48 horas**, confirma una actividad constante del canal y la vigencia de su catálogo de contenidos, posicionando a YouTube como un pilar estratégico dentro del



ecosistema digital del canal, con oportunidades claras de optimización en alcance, fidelización y conversión de audiencias.

| Contenido | | Duración media de las visualizaciones | Visualizaciones |
|-----------|--|---------------------------------------|-----------------|
| 1 | Escoge a los Embajadores del País de la Belleza 🌹... | 0:44 (83,2 %) | 515.283 |
| 2 | EN VIVO Gran Final Suramericano de Seleccione... | 24:39 (13,0 %) | 332.148 |
| 3 | EN VIVO Semifinal Suramericano de Seleccione... | 11:52 (9,9 %) | 219.556 |
| 4 | Especiales Jhon Alejandro Linares Ciberseguridad pa... | 0:32 (2,0 %) | 168.717 |
| 5 | EN VIVO Colombia vs Argentina Suramericano d... | 17:07 (15,0 %) | 146.231 |

Tabla 09

Video

Instagram: El análisis de las publicaciones con mayor interacción en Instagram durante 2025 evidencia una clara preferencia de la audiencia por contenidos **culturales, musicales, identitarios y de participación comunitaria**, así como por piezas asociadas a coyunturas y experiencias presenciales. Las interacciones más altas —con picos que superan las **3.500 y 3.200 interacciones**— se concentran en publicaciones relacionadas con festivales musicales, celebraciones regionales, homenajes culturales y contenidos audiovisuales de alto valor simbólico, como lanzamientos de videos, conciertos, carnavales y narrativas que exaltan la identidad colombiana. Destacan especialmente los contenidos vinculados a Bogotá, festivales icónicos, música alternativa y eventos culturales, que logran no solo altos niveles de “me gusta”, sino también un volumen significativo de comentarios y compartidos, señal de conversación activa y apropiación del contenido por parte de la comunidad. Asimismo, publicaciones de agradecimiento, cierre de ciclos, hitos de gestión y mensajes emocionales muestran un desempeño sobresaliente, confirmando que el componente humano y narrativo es clave para detonar la interacción en esta red. En conjunto, los datos reflejan que en 2025 Instagram funciona principalmente como una plataforma de **engagement profundo**, donde el éxito no depende únicamente del alcance, sino de la capacidad del contenido para conectar con la memoria colectiva, la música, el territorio



y las experiencias compartidas, consolidando a esta red como un espacio estratégico para fortalecer el vínculo emocional entre Canal Trece y sus audiencias.

- Cifras de Usuario en Página Web: El número de usuarios que visitaron la página web en 2023 fue de 8.836 usuarios diarios. Logrando en total 3.225.254 usuarios en la página web www.CanalTrece.com.co de enero a Diciembre de este 2023 con un crecimiento del 50% en el año 2022 esto principalmente debido a un cambio en el algoritmo de medición de Google a partir de marzo a nivel mundial, que modificó la forma de contabilizar las visitas afectando los números de tráfico a nivel nacional e internacional dada la nueva metodología de medición, para las siguientes vigencias es importante apuntar al objetivo que plantea el algoritmo de Google en la medición para lograr incrementos sobre esta nueva medición, No se puede comparar el número de televidentes con el número de usuarios a la página web ya que hacen parte de estudios diferentes y estadísticamente es imposible comparar universos distintos.

VARIACIÓN USUARIOS PÁGINA WEB (2021 - 2025)

| | Usuarios totales | Variación |
|------|------------------|-----------|
| 2021 | 3.918.425 | |
| 2022 | 6.423.648 | 64% |
| 2023 | 3.225.254 | -50% |
| 2024 | 1.400.000 | |
| 2025 | 672.000 | |

Tabla 09 Usuarios totales de la página web

Proceso de comprensión, aumento y fidelización de audiencias:

Canal Trece, es el representante de los Canales Regionales en la mesa técnica planteada por el ministerio para la revisión de temas de investigaciones de audiencia, comité conformado por todas las partes para establecer criterios desde las investigaciones realizadas para los diferentes medios públicos, presentando allí las necesidades que tenemos los Canales regionales al momento de establecer, hacer seguimiento y analizar resultados de las investigaciones contratadas.

En 2025 Canal Trece ha sido líder en la unión de audiencia de los canales Regionales, Gracias a la cobertura de televisión pública que permite al Canal llegar a cada rincón del país, cuando todos los Canales regionales suman sus fuerzas en una sola emisión, se logra superar los números de alcance de la misma televisión privada abierta y televisión de cable. El proceso cierra la vigencia dando cumplimiento al total de los proyectos planteados para la vigencia 2025, las metas planteadas y entregadas son:



- Cerrar con un Alcance Efectivo que supera los 423.000 Televidentes promedio durante el total de 2025.
- Superar la meta del millón trescientos mil en usuarios en el activo digital total del año en redes sociales.
- Se realizaron los 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece de manera semestral presentando los resultados de los informarle al comité de programación.

Todo esto en compañía lo de los proyectos principales en curso de nuestro proceso:

- DASHBOARD 3.0
- CARACTERIZACIÓN SEMANTICA COMENTARIOS WEB
- ANALISIS POR REGIONES DEL CONSUMO DIGITAL

➤ **Entrega De Informes:**

Para este 2025 el área de audiencias sigue siendo un pilar fundamental en la toma de decisiones y entrega de resultados, es aquí donde la entrega de los reportes de manera oportuna a todas las áreas es fundamental para continuar con los demás procesos, así bien el área ha generado durante todo el 2025 un derrotero de informes como lo fuentón:

- Informe de resultados de audiencias televisión y digitales semanal.
- Informe de resultados de audiencias televisión y digital mensual
- Informe de resultados de audiencias televisión y digital trimestral
- Informes comerciales programas emitidos
- Informe mensual cifras comerciales
- Entregas indicadoras a planeación
- Entrega reportes ministerio trimestral y mensual
- Plan de acción anual y plan de adquisiciones de audiencia

➤ **Proyectos De Audiencias.**

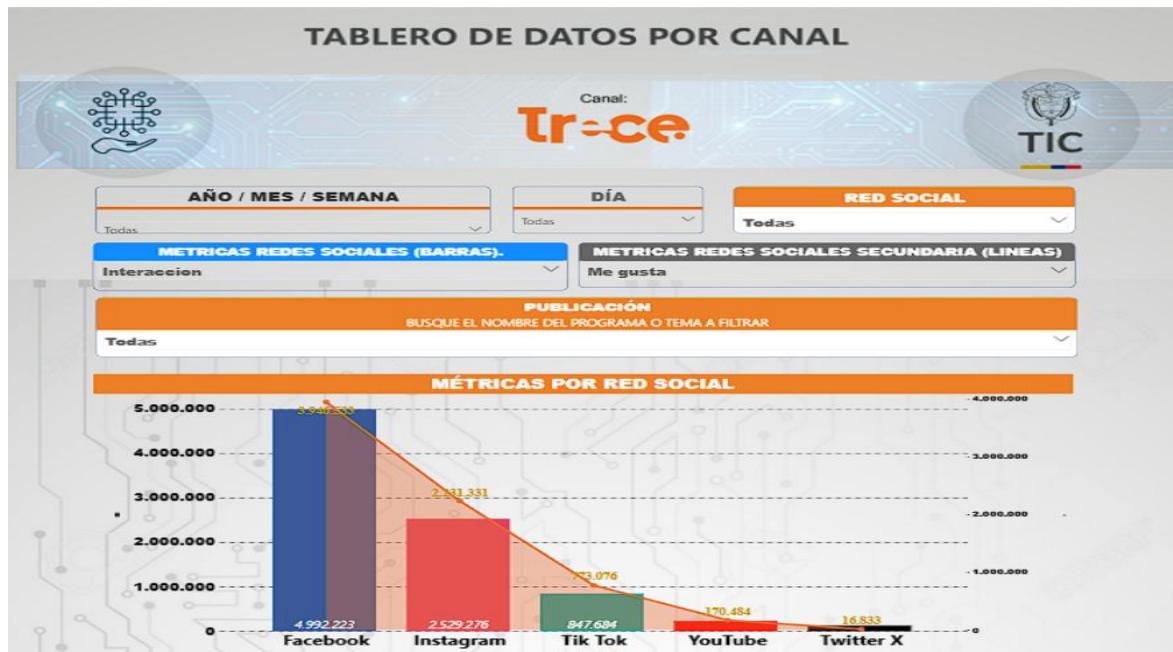
1. (innovación en el mercado)

Los nuevos estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión ha tenido gran impacto a nuestra modernización, el nuevo acceso a información de consumo de video en nuestras diferentes pantallas nos aporta al complemento de estrategias transmediales, accediendo ya no solo a la información de televisión lineal, sino



ofreciéndonos otros enfoques al análisis de información incluyendo más conocimiento y profundidad de las dinámicas y hábitos de consumo de la audiencia de video en Colombia. Como resultado la posibilidad de generar estrategias mucho más completas que reflejen el objetivo de los canales públicos a diferentes escalas, fortaleciendo en el público nuestra identidad de marca, pero a la vez teniendo en cuenta los intereses de nuestra población de influencia y la forma en que interactúan en las diferentes pantallas de consumo de nuestros programas.

Pensando en la centralización del alto volumen de datos que tenemos de las diferentes fuentes de información y en poder ofrecer a todo el Canal acceso a la misma, contando ahora con un desarrollo de información y herramienta que nos permiten mejor procesos de entendimiento de la audiencia apoyando el desarrollo tecnológico e innovación que contribuye a la solución de problemas y necesidades reales de la televisión y los medios del sector TIC y contenidos audiovisuales, en especial a los procesos de producción y digital para el seguimiento de los resultados de la distribución de las acciones llevadas a cabo para visibilizar contenidos y programas en las diferentes pantallas, se disponen dos tableros de datos con alto avance tecnológico que permite acceder de manera rápida a información como, resultado de audiencia de los programas, edades que componen el público, la zona del país desde donde fue visto el programa y el rol que cumple este programa sobre el total de las emisiones de parrilla como se ve a continuación en las siguientes imágenes extraídas del tablero o ingresando al siguiente link: (Desarrollo propio de Canal Trece para el sector).





Tablero de datos de digital desarrollado por el área de audiencias con la integración de diferentes fuentes de datos

El **objetivo del proyecto** es fortalecer el **análisis del consumo digital de los contenidos de Canal Trece en sus diferentes redes sociales**, mediante el desarrollo de un sistema que permita interpretar de forma integral cómo interactúan las audiencias con los contenidos en plataformas como Facebook, Instagram, YouTube y otras. El proyecto busca pasar de una lectura aislada de métricas —como alcance, interacciones o visualizaciones— a un **análisis profundo y comparativo del comportamiento de consumo**, identificando qué temas, formatos y territorios generan mayor impacto en cada red social. A través del uso de inteligencia artificial y análisis semántico, el sistema clasifica automáticamente los contenidos, distribuye las métricas según su significado real y permite observar patrones de consumo, tendencias y variaciones entre plataformas y períodos de tiempo. En términos simples, el proyecto tiene como finalidad ofrecer una **visión clara y basada en datos sobre cómo, dónde y por qué se consumen los contenidos digitales de Canal Trece**, facilitando la toma de decisiones estratégicas para optimizar la programación, la distribución de contenidos y el crecimiento de las audiencias digitales.

The screenshot shows the Tr-ce digital dashboard. At the top, there's a search bar with placeholder text "Escribe tu consulta" and "Canal: Tr-ce". Below the search bar is another input field for "Publicación de Facebook con más me gusta". A "Enviar" button is located below this input field. To the right, there's a circular logo for "TIC" with a stylized emblem. The main area displays a table titled "Resultado (primeras filas)". The table has two columns: "título" and "tipo_de_publicación". The first row shows a post from Julian Pinilla with 83,480 likes, 1,455 comments, and 1,455 shares. Below the table, there's an "Explicación:" section with a detailed explanation of the query results. At the bottom, it shows the original question "Publicaciones de Facebook con más me gusta" and the executed SQL query: "SELECT * FROM matrix_historical WHERE red_social = 'Facebook' ORDER BY CAST(me_gusta AS INTEGER) DESC LIMIT 10;".

Interfaz chat de consulta de resultados televisión y digital

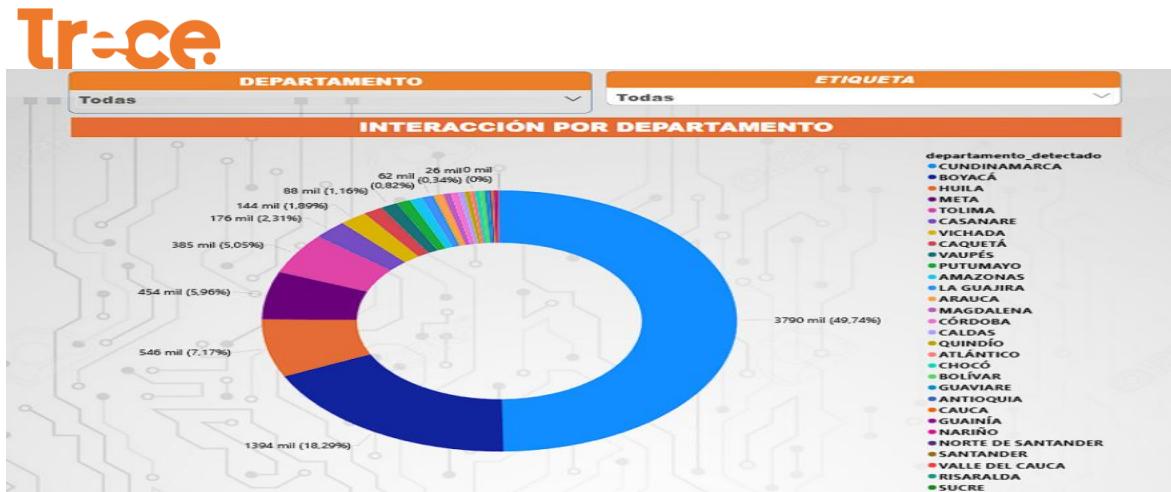
The screenshot shows a chat-based interface for 'Forecast' on the 'Canal: Tr-ce' channel. The interface has a futuristic, circuit-board-themed background. At the top, there's a search bar with placeholder text 'Escribe tu consulta:' and a button 'mostrar tabla predicciones 2026'. Below the search bar is a 'Enviar' button. To the right, there's a circular logo for 'TIC' featuring a stylized brain icon.

| | fecha | mes | año | prediccion_interaccion | prediccion_me_gusta |
|----|------------|---------|------|------------------------|---------------------|
| 3 | 01/01/2026 | enero | 2026 | 696960 | 626350 |
| 4 | 01/02/2026 | febrero | 2026 | 853090 | 817220 |
| 5 | 01/03/2026 | marzo | 2026 | 2677920 | 2602140 |
| 6 | 01/04/2026 | abril | 2026 | 4221220 | 3933690 |
| 7 | 01/05/2026 | mayo | 2026 | 4563730 | 4594460 |
| 8 | 01/06/2026 | junio | 2026 | 6323010 | 7096660 |
| 9 | 01/07/2026 | julio | 2026 | 8011090 | 9219630 |
| 10 | 01/08/2026 | agosto | 2026 | 6645170 | 7711710 |

At the bottom of the interface, there's a message from the AI assistant: 'Tú: mostrar tabla predicciones 2026' and 'Asistente: Aquí tienes la tabla de predicciones del año 2026.'

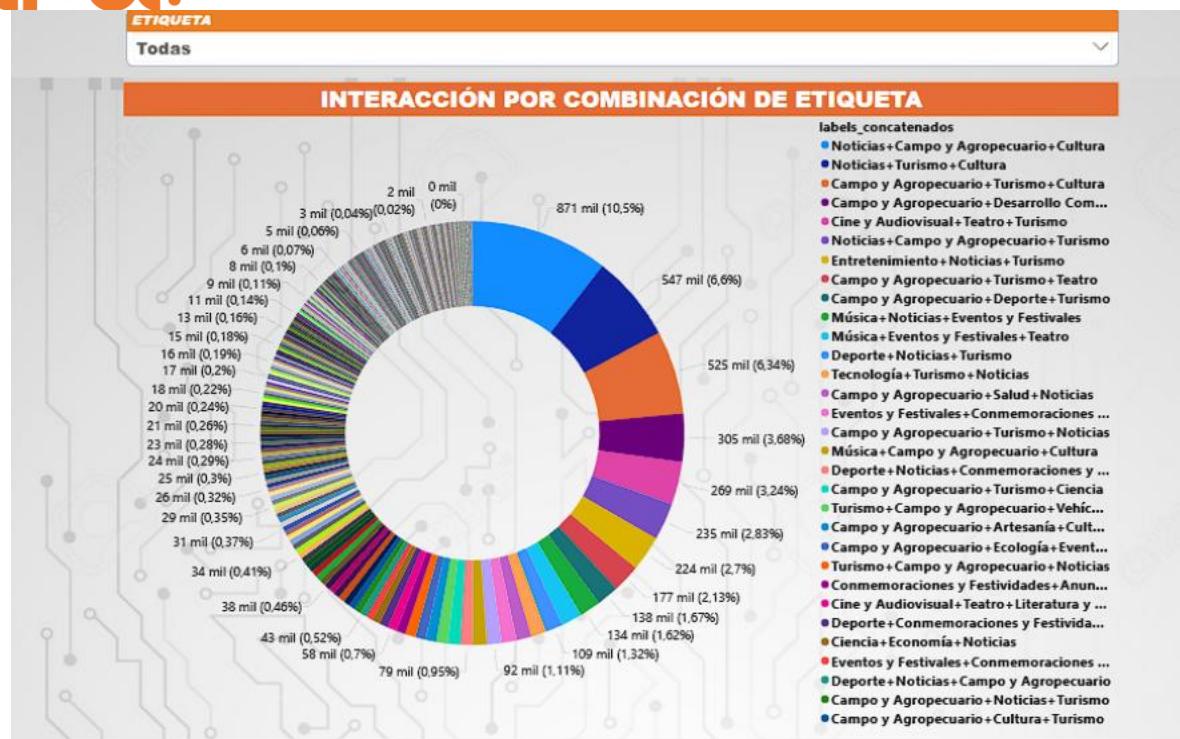
Interfaz chat de consulta de resultados televisión y digital

El alcance técnico del proyecto consiste en crear una especie de cerebro digital que organiza y le da sentido a todos los datos que dejan las publicaciones de Canal Trece en redes sociales. El sistema toma la información que normalmente se ve por separado likes, comentarios, vistas, compartidos, ingresos y la cruza automáticamente con inteligencia artificial para entender de qué habla cada publicación, a qué región del país se refiere y cómo se comporta la audiencia frente a ese contenido. Técnicamente, el proyecto conecta programas en Python, modelos de lenguaje y bases de datos con herramientas de visualización como Power BI y una interfaz tipo chat, lo que permite que los datos se analicen solos y se puedan consultar escribiendo preguntas normales, como si se hablara con una persona. En la práctica, esto evita procesos manuales, reduce errores y permite que cualquier equipo del canal pueda explorar los datos, comparar redes sociales, detectar tendencias y entender el impacto real de los contenidos sin necesidad de saber programación ni análisis avanzado de datos.



Interfaz del tablero de datos interfaz departamentos.

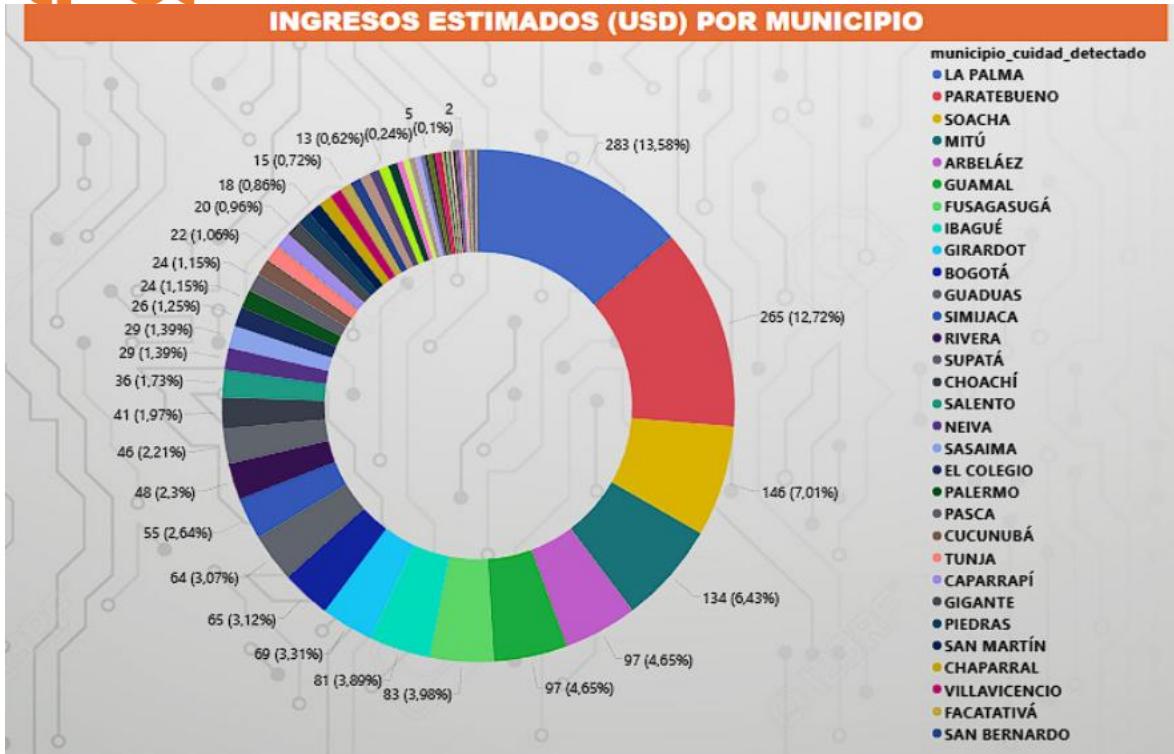
La categorización semántica es el corazón del sistema y, explicado de forma sencilla, es el proceso mediante el cual el proyecto entiende de qué trata cada contenido, más allá de los números. En lugar de mirar solo el título de una publicación como texto plano, el sistema usa inteligencia artificial para leerlo, interpretarlo y asignarle temas o categorías como cultura, música, noticias, territorio, deporte, turismo, entre otros, incluso cuando esas categorías no están escritas explícitamente. Además, no se queda con una sola categoría: puede asignar varias al mismo contenido, indicando cuál es la más importante y cuáles son secundarias, junto con un porcentaje que mide qué tan fuerte es cada tema dentro de la publicación. Gracias a esto, cuando se analizan los datos, el sistema puede decir no solo cuántas interacciones tuvo un post, sino qué tipo de contenido generó ese impacto, permitiendo comparar rendimientos por tema, detectar qué narrativas funcionan mejor en cada red social y entender cómo se distribuye el consumo digital según los intereses reales de la audiencia. En términos prácticos, la categorización semántica convierte textos desordenados de redes sociales en información estructurada, clara y comparable para tomar mejores decisiones editoriales y estratégicas.



Interfaz del tablero de datos interfaz TEMATICAS

En el caso específico de las regiones de influencia de Canal Trece, el sistema cruza la información semántica con el origen territorial del contenido para entender desde dónde se está hablando y en qué lugares ese contenido genera mayor impacto. Esto se logra porque el sistema analiza automáticamente los títulos y textos de las publicaciones y detecta nombres de municipios y departamentos de Colombia, incluso cuando están escritos de forma informal, abreviada o mezclados con hashtags, algo muy común en redes sociales. Una vez identificado el territorio, por ejemplo, un municipio del Tolima, Boyacá, Huila o Cundinamarca, las métricas de consumo como alcance, interacciones, visualizaciones o ingresos se asocian a esa región de manera proporcional, permitiendo ver qué tanto peso tiene cada territorio dentro del desempeño digital del canal. En la práctica, este cruce permite responder preguntas clave para Canal Trece, como qué regiones están más presentes en los contenidos, cuáles generan mayor respuesta de la audiencia y cómo se distribuye el consumo digital en el centro del país frente a otras zonas. Así, el proyecto no solo mide números, sino que convierte el análisis digital en una lectura territorial del impacto, alineada con la vocación regional del canal y útil para fortalecer la representación, la planeación de contenidos y la toma de decisiones con enfoque regional.

INGRESOS ESTIMADOS (USD) POR MUNICIPIO



Además de analizar el consumo a nivel departamental, el proyecto permite cruzar la información de los contenidos con el territorio de manera mucho más precisa, llegando hasta el nivel de municipios, lo cual es especialmente relevante para un canal de enfoque regional como Canal Trece. A través de un identificador geográfico basado en inteligencia artificial, el sistema lee los títulos y textos de las publicaciones y detecta automáticamente nombres de municipios y ciudades de Colombia, incluso cuando están escritos de forma informal o abreviada, como suele ocurrir en redes sociales. Esto permite atribuir métricas como alcance, interacción o ingresos estimados a territorios específicos, tal como se observa en la visualización de ingresos por municipio, donde se evidencia la concentración del impacto en ciudades clave como Bogotá, Soacha, Ibagué, Fusagasugá, Girardot y otros municipios de la región de influencia del canal. Gracias a este cruce, el canal puede entender con mayor detalle qué municipios generan mayor consumo digital, cuáles aportan más valor económico y cómo se distribuye el impacto territorial de los contenidos, fortaleciendo la toma de decisiones editoriales y estratégicas con enfoque regional. En términos prácticos, este nivel de desagregación convierte los datos digitales en una herramienta de lectura territorial, alineada con la misión de Canal Trece de representar y visibilizar las regiones del país desde lo local hasta lo nacional.

14. POSICIONAMIENTO DIGITAL DEL CANAL

Los indicadores de crecimiento, alcance, engagement y rendimiento por formato se encuentran debidamente soportados en el Informe de Resultados de Audiencias, documento que consolida las métricas oficiales del ecosistema digital de Canal Trece durante la vigencia 2025.

Indicadores evidenciados:

- Crecimiento por plataforma.
- Engagement mensual.
- Alcance total de contenidos.
- Rendimiento por formatos.
- Activaciones digitales.
- Resumen general del ecosistema digital.

14.2. Principales logros alcanzados durante la vigencia

Durante la vigencia 2025, el Área Digital consolidó su rol como uno de los pilares estratégicos del crecimiento institucional, aportando de manera directa al posicionamiento, la visibilidad y el fortalecimiento de la identidad digital de Canal Trece.

Uno de los hitos más relevantes fue la aparición de Canal Trece en el ranking de consumo general de información digital por grupo de medios del reporte Comscore, publicado por el medio *La República*, lo cual representa un reconocimiento externo de alto valor estratégico y evidencia el impacto real de la gestión digital en escenarios nacionales, ubicando al canal en la posición nueve (9) como el único medio regional del país en la lista.

En términos de crecimiento, se logró pasar de un 1 % a un 15 % en redes sociales, reflejando una evolución sostenida en alcance, interacción y consolidación de audiencias. De manera destacada, en tan solo cuatro meses de ejecución se superó el alcance total obtenido durante todo el año 2024, resultado atribuido a la implementación de estrategias innovadoras, planeadas y basadas en datos, y no a factores externos.

Asimismo, se alcanzó el mejor rendimiento histórico en Facebook, superando los 90 millones de visualizaciones, y se consolidó un crecimiento sostenido en Instagram, alcanzando los 107 mil seguidores durante la vigencia. Paralelamente, TikTok se posicionó como la red social con mayor crecimiento del año, destacándose como una de las plataformas más relevantes entre los canales públicos.

Adicionalmente, se desarrollaron más de diez (10) contenidos propios, combinando el uso estratégico de la inteligencia artificial y el trabajo humano, lo que permitió diversificar formatos, optimizar tiempos de producción y conectar con públicos diversos. A través de la ilustración y los formatos identitarios, las redes sociales se consolidaron como un espacio de



representación cultural, territorial y generacional, donde distintos públicos encontraron identificación y cercanía con la marca Canal Trece.

Acciones adelantadas y su impacto

Durante la vigencia 2025, el Área Digital implementó una estrategia integral basada en la innovación, considerando que Canal Trece tiene presencia en catorce (14) departamentos, con impacto nacional. Bajo este enfoque, se diseñaron formatos y narrativas capaces de conectar tanto con la Región Trece como con audiencias a nivel país, apostando por contenidos frescos, cercanos y no saturados.

Principales acciones estratégicas desarrolladas:

Carrusel de video

Este espacio busca resaltar la diversidad cultural, social y territorial de cada región, promoviendo el reconocimiento de las comunidades locales y consolidando el vínculo del canal con los territorios mediante una narrativa ágil que conecta a las audiencias con las realidades y expresiones propias de cada municipio.

Pieza informativa – Festivales culturales

Esta pieza noticiosa busca fortalecer el reconocimiento de la diversidad cultural, promover la participación comunitaria y acercar a las audiencias a las manifestaciones que representan la identidad de los territorios.

Videos de noticias

A través de un lenguaje audiovisual ágil y cercano, este formato busca informar a las audiencias sobre acontecimientos de interés público, visibilizar las realidades locales y fortalecer el vínculo entre el canal y las comunidades, garantizando una cobertura clara, dinámica y de fácil comprensión.

Video viral

Formato de contenido creado para generar una conexión emocional con las audiencias a partir de historias auténticas y momentos significativos vividos en los territorios. Mediante un enfoque sensible y cercano, busca promover la empatía y facilitar la difusión orgánica del contenido, resaltando experiencias humanas que reflejan la identidad, la resiliencia y el sentir de las comunidades.

Ilustración

Desarrollo de ilustraciones de homenajes culturales y formatos identitarios como: *Así se dice*, *Saberes de nuestras abuelas*, *Así se llama mi tierra*, diálogos de saberes, *Las aves de nuestra tierra*, sección *TBT* y formatos de reconocimiento a colombianos en competencias.

Así se dice



Creación de un formato innovador en colaboración con Pulzo. Este formato busca rescatar expresiones populares del país mediante un juego en el que la audiencia adivina el dicho solo con ver la imagen, permitiendo su contextualización en la vida cotidiana y destacando su valor cultural e identitario. Conecta con las audiencias digitales a través de narrativas cercanas, dinámicas y acordes con las nuevas formas de consumo de contenido.

Saberes de nuestras abuelas

Este contenido busca rescatar y preservar los conocimientos ancestrales transmitidos de generación en generación. A través de relatos cercanos y contenidos audiovisuales emotivos, este espacio pone en valor las prácticas y saberes de épocas pasadas, reconociendo el papel fundamental de las abuelas como guardianas de la memoria cultural y gastronómica de nuestras regiones.

Así se llama mi tierra

Formato creado para dar a conocer municipios del país que cuentan con nombres curiosos o poco comunes, resaltando su identidad, historia, tradiciones y particularidades culturales.

Diálogos de saberes

Este formato promueve la escucha y el respeto por la palabra de los pueblos originarios, destacando su sabiduría, cosmovisión y aporte a la construcción de la identidad cultural mediante narrativas audiovisuales cercanas y respetuosas.

Las aves de nuestra tierra

Sección que surge del diálogo y la colaboración con fotógrafos de aves colombianas, quienes, a través de sus lentes, revelan la riqueza y diversidad avifaunística del país. Este espacio busca visibilizar la gran variedad de especies que habitan nuestros territorios, promoviendo el reconocimiento, la admiración y la conservación de la biodiversidad colombiana mediante ilustraciones y relatos que conectan a las audiencias con la naturaleza.

Reconocimientos a colombianos

Formato con enfoque cercano y dinámico que ha permitido conectar con diversas audiencias, visibilizando expresiones, logros y manifestaciones que fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia en el país.

Empresas inspiradoras

Uso estratégico de la inteligencia artificial para la creación eficiente de publicaciones atractivas y la visibilización de empresas y proyectos colombianos.



Personajes colombianos

Gracias al uso de la inteligencia artificial, se desarrollan publicaciones dinámicas que resaltan a los personajes que han marcado la historia de nuestro país.

Contenidos in house

Aprovechamiento del contenido televisivo para generar expectativa y conversación digital en proyectos como:

- **Magnífica Región Trece**

A través de un formato de video dinámico y cercano, se busca resaltar la diversidad cultural, gastronómica e identitaria de la región.

- **Music for Life**

Espacio orientado a informar a la comunidad sobre las novedades más relevantes de la industria musical colombiana.

- **Geekers**

Desarrollo de contenidos informativos con enfoques diferenciados, incluyendo noticias dirigidas a comunidades específicas como la comunidad geek. Este contenido visibiliza y celebra expresiones culturales y artísticas como el cosplay, los videojuegos, el anime, el cómic y la cultura pop, mediante contenidos audiovisuales y gráficos, así como la cobertura de eventos emblemáticos como el SOFA y la Comic Con, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la identidad colectiva y el diálogo entre creadores y audiencias.

- **YouTube**

Fortalecimiento del canal de YouTube mediante transmisiones exitosas, destacándose FMS Colombia, Red Bull, Contragolpe, Geekers y el fútbol de salón, lo que consolidó comunidad, visualizaciones y el posicionamiento del canal como referente deportivo.

- **TikTok**

La estrategia en TikTok se enfocó especialmente en conciertos y eventos en tiempo real, permitiendo experiencias digitales inmersivas para quienes no asistían de manera presencial.

Sociedad

Implementación de ejercicios sociales en calle, fortaleciendo la humanización de la marca y la conexión emocional con las audiencias.

Halagos Positivos



Un experimento social en el que la audiencia dejaba mensajes en una caja ubicada en las calles de Bogotá de esta forma, las personas participaban un espacio de sensibilización a través de mensajes breves que luego en nuestras redes daban las psicólogas invitadas.

Historias que conectan

Es un espacio de experimento social en las calles de Bogotá que busca resalta la empatía y la conexión humana a través de gestos simples y mensajes amables, fomentando relaciones más humanas en lugares cotidianos

Colaboraciones

Colaboración con figuras influyentes como Andrés Cepeda, así como con creadores de contenido como Julián Pinilla y Zion, generando impactos significativos en métricas de alcance, visualizaciones e interacción.

Cubrimiento de programas In House

Durante la vigencia 2025, el Área Digital realizó un **cubrimiento integral y permanente** de los programas in house del Canal Trece, garantizando su visibilidad, posicionamiento y conexión con las audiencias digitales.

Programas cubiertos:

Salió el Sol, Geekers, Enlace Trece, Music For Life, Contra Golpe, Magnífica Región Trece, Toma el Control, El Podcast con Alejandro Marín, Con Julio, Resonantes, Top Trece y Especiales Enlace Trece.

Acciones desarrolladas:

- Diseño, producción y publicación de piezas promocionales.
- Clips destacados para Facebook, Instagram y TikTok.
- Reels y videos cortos adaptados a narrativas actuales.
- Cobertura de emisiones especiales, estrenos, invitados y temas de alto interés.
- Gestión de interacción con la audiencia alrededor de cada programa.

Impacto generado:

- Mayor visibilidad de la oferta programática.
- Incremento significativo de la interacción y tráfico hacia los programas.
- Posicionamiento en conversaciones digitales relevantes.
- Fortalecimiento de la identidad institucional con un enfoque joven, diverso y actual.
-

Acompañamiento a coproducciones



El Área Digital realizó acompañamiento permanente a las coproducciones emitidas durante la vigencia 2025, garantizando su difusión y puesta en circulación digital.

Coproducciones apoyadas:

Cámara de Representantes, Detrás de Cámaras (T4 y T5), Brad y Pacha (T1 y T2), Luces, Cámara y Región, Digitalia, Guardianes Salvavidas, La Banda de Andy (T3), Manos al Fuego, Nuna y los Guardianes del Umbral, Colombiar, Ruta Musical, Voces de la Región y Like.

Impacto generado:

- Ampliación del alcance orgánico.
- Mayor recordación y posicionamiento.
- Incremento en comentarios, compartidos y visualizaciones

14.3. Alianzas estratégicas y convenios interinstitucionales

Durante la vigencia 2025, el Área Digital consolidó y fortaleció una **amplia red de alianzas estratégicas, convenios y colaboraciones**, ampliando la presencia del Canal Trece en escenarios culturales, educativos, territoriales y de entretenimiento.

Alianzas establecidas o fortalecidas:

Eventos y festivales:

Agro expo, BAM, SOFA, Festival Cordillera, Festicine, Festival del Bambuco, Fiestas de Chaparral, Festival de Villa de Leyva, FICFUSA, Caminata de la Solidaridad, Festival Cine Cristiano, Media Maratón de Bogotá, Media Maratón Bambuqera, Ruta Musical, Expo2Ruedas, Festival Centerpets y BiciFest.

Instituciones públicas:

Gobernación del Tolima, Registraduría Nacional del Estado Civil, Encuentro Académico de Medios Solidarios y Comunitarios (Semana Mundial AMI), Servicios Ambientales de Girardot.

Sector privado y organizaciones:

Seratta, La Cabrera, Corferias, GMO, BODYTECH, BREAKFASTLIVE, ACA, TVMORFOSIS, Páramo y Pulzo.

Espacios urbanos y comunitarios:

C.C. Unicentro Girardot y Jardín Botánico de Bogotá.

Impacto obtenido:

- Incremento del alcance y engagement orgánico.
- Fortalecimiento del posicionamiento institucional.
- Mayor visibilidad de contenidos culturales, musicales y educativos.
- Consolidación de relaciones estratégicas para futuras colaboraciones.

14.4. Dificultades y oportunidades de mejora

Factores que afectaron el cumplimiento de metas

- Cambios en los algoritmos de redes sociales.
- Limitaciones técnicas en picos de alta demanda.
- Altas cargas operativas en eventos y estrenos.

Riesgos identificados

- Saturación de contenidos digitales.
- Dependencia de tendencias externas.

Acciones correctivas y preventivas

- Reajuste de calendarios editoriales.
- Optimización de la planeación semanal con apoyo de IA.
- Consolidación de formatos de alto impacto.

Gestión documental y soportes

- Registro fotográfico de actividades y coberturas.
- Evidencias de publicaciones destacadas.
- Reporte consolidado de métricas.
- Actividades cargadas en el sistema institucional.

14.5. Anexos

ANEXOS REQUERIDOS PARA CIERRE DEL INFORME:

- Informes de métricas mensuales del Área Digital (remisión a Resultados de Audiencias).
- Remisión formal al Informe de Resultados de Audiencias, con gráficos y tablas consolidadas.

A continuación, compartimos los formatos nuevos que implementamos dentro del área de digital, en los cuales se evidencia lo descritos en el informe:



Carrusel de video



Piezas informativas- festivales culturales



Reels- videos noticias



Dichos- Así se dice

PON APRUEBA TU COLOMBIANIDAD
SI NO ERES CAPAZ DE ADIVINAR EL DICHO
SOLO CON VER LA IMAGEN,

canaltrececo y pulzo_col
canaltrececo 15 sem
co Los colombianos hablamos en dichos... ¡y tú seguro ya te sabes este!
● Pon a prueba tu memoria criolla y dinos: ¿qué dicho se esconde aquí? Cuéntanos en los comentarios y de paso comparte la historia más graciosa cuando te lo dijeron.
#dichoscolombianos #humorcriollo #colombianodecasa #pulzo.

vbmvivi 15 sem
Jajaja me encantan este tipo de...
3 Me gusta Responder
Ver las 10 respuestas

l.viviana_93 15 sem
155 Q 55
31 de agosto
atletas... El talento colombiano está brillando en el mundo, aunque aquí pocos lo sepan.

mayalecori 15 sem
Responder

katherineortizobar 16 sem
Pienso que aunque ya no está. Manuel Elkin Patarroyo, es quizás el número uno. 😊, gracias a todos ellos por dejar nuestra bandera en alto ❤️❤️
7 Me gusta Responder

2,3 mil Q 56
20 de agosto

JOS SABERES DE NUESTRAS ABUELAS:
LE VOY A DAR UN TRUQUITO
PA' QUE TENGA EL PISO
BIEN LIMPIO
QUE ESO QUEDA RELUCIENTE, COMO NUEVO
© 2025 Ilustración original digital Canal Trece

canaltrececo - Seguidos
canaltrececo 6 sem
“El secreto estaba en el balde...” Porque nuestras abuelas siempre tenían un truquito para dejar todo reluciente, sin gastar de más y con olor a hogar limpio. 🌸
Tú también aprendiste algún tip de limpieza de tu abuela? Cuéntanos en los comentarios

#SaberesDeLasAbuelas #CanalTrece #TrucosDeAbuela #HogarLimpio #Tradición #HechoEnCasa

thomelfansua 5 sem
El aromatizante tiene nombre y apellido: JABÓN DE ROPA 😍😍
1 Me gusta Responder

1,720 Q 6
4 de noviembre

Saberes de nuestras abuelas

Un colombiano no dice...

EN COLOMBIA NO SE DICE
“EX” SE DICE.
UNA GUÍA NO OFICIAL

canaltrececo
canaltrececo 21 sem
En Colombia no se dice “EX”... Se dice: mi descase, el innombrable, el papá de la bendición y pare de contar 😊
Ahora te toca a ti: ¿Cómo le dices tú a tu ex decir “EX”? Déjalo en los comentarios... que aquí nadie juzga 😊
#EnColombiaNoSeDiceEX

mariisa.lab 21 sem
Historia patria
2 Me gusta Responder

heyvivipp 21 sem
de Noviembre 😊
735 Me gusta
15 de julio

lunit111m Porque ellos si son agraciados hasta el final con un amor incondicional que muchos humanos nunca entenderán. Dios guarda a quienes aman y cuidan a sus animales que se forman parte de una gran familia.
1,040 Me gusta Responder

señoress11 Que escena tan linda!
1 Me gusta Responder

cromp 10 Los bellos que hemos visto en muchos días. ❤️❤️
1 Me gusta Responder

neimarg_363 solo les falta hablar
1 Me gusta Responder

malej.a3027 El lenguaje del amor. ❤️❤️❤️ en su marino espíritu tanto de parte de esta abuela y ellos dejando huellas. 🙏🙏🙏 con sus padres. ❤️❤️❤️

masotata Una abuelita estufó el maíz frito de su papita en un pañuelo, solo ellos dos. Mientras se sentaban a la mesa a comer, la abuelita se quedó dormida y se cayó de su silla, una hermosa que dejaron a temblar a todos

Así se llama mi tierra
DONMATÍAS
ANTIOQUIA

canaltrececo - Seguidos
canaltrececo 15 sem
★ Suena a nombre de señor de tienda, pero no... Donmatías es un municipio real en Antioquia, lleno de montañas, confecciones y tradición. En Así se llama mi región te mostramos este destino donde la industria textil se mezcla con historia, fe y naturaleza. 🌸
#AsíSeLlamaMiRegión #Donmatías #Antioquia

revista_cultura_music 15 sem
Responder

revista_cultura_music 15 sem
Responder

354 Q 20
30 de agosto

Así se llama mi tierra

Reconocimiento a colombianos

Diálogos de saberes

Empresas inspiradoras

Personajes colombianos



Magnífica Región trece

Music for life





YOUTUBE



Geekers



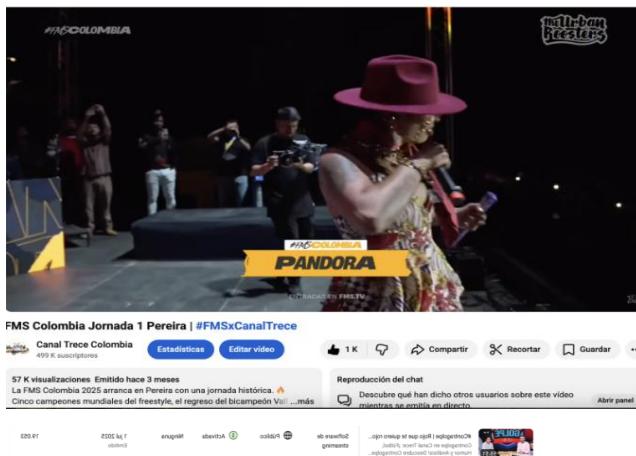
Futbol de salón



Red Bull 2025



FMS Colombia



Contra Golpe



TikTok Concierto Andy Rivera



concierto Silvestre Dangond



Halagos positivos

A TikTok post by canalltreco and soyalejo4.0 showing people smiling on a street. The caption reads "¡Qué linda tu sonrisa!". The post has 912 likes, 24 comments, and 24 shares. It was posted on October 24.

A TikTok post by canalltreco showing a woman speaking in front of a wall decorated with many hearts. The caption reads "Me arrepiento de haberlo perdonado". The post has 58 likes, 4 comments, and 4 shares. It was posted on November 4.

Historias que conectan

Colaboraciones - Andrés Cepeda

A TikTok post by canalltreco and andrescepeda showing Andrés Cepeda performing on a motorcycle. The caption reads "Andrés Cepeda le cumplió a la Tierra de la Libertad: llegó en moto por trancos para llegar al mítico Puente de Boyacá". The post has 21,365 likes, 1 comment, and 4 shares. It was posted on December 2.

Colaboraciones- Zion

A TikTok post by canalltreco and zionhwang_ showing Zion Hwang visiting a dog shelter. The caption reads "No podemos cambiar el mundo... pero sí el día de un Perrito": la visita de Zion Hwang a un hogar perruno". The post has 13.5 million likes, 132 comments, and 6 shares. It was posted on November 6.



15. CREACIÓN QUE TRANSFORMA FORMATOS

15.1 Meta1: Cumplimiento de metas institucionales e indicadores (cuantitativos y cualitativos):

Resultado: Coproducción del largometraje de ficción "Entre 2 Aguas"

Principales logros alcanzados durante la vigencia:

- Conclusión de la coproducción para la posproducción del largometraje.
- Participación del Canal como coproductor en una película, ampliando su alcance más allá del formato audiovisual habitual, principalmente centrado en series, y abriendo la posibilidad de competir en otros tipos de festivales y eventos internacionales.
- La película abordó un enfoque ambiental coherente con las líneas editoriales y los propósitos educativos y culturales del canal.
- Era la primera vez que el canal desarrollaba una coproducción de este tipo, sin antecedentes jurídicos internos previos.
- Se realizó un análisis comparativo de prácticas de coproducción, modelos contractuales y estructuras de derechos autorales en otros canales públicos del país.
- Se revisaron modalidades de cesión de derechos, licencias, responsabilidades de explotación y ventanas de emisión, para asegurar una estructura jurídica adecuada, sólida y replicable.



- El proceso permitió establecer lineamientos que podrán servir como base para futuras coproducciones.

Acciones adelantadas y su impacto:

- Esta coproducción abre la posibilidad de competir en otros tipos de festivales y eventos internacionales, fortaleciendo la visibilidad del Canal y su presencia en escenarios culturales de mayor alcance.
- El proceso permitió establecer lineamientos que podrán servir como base para futuras coproducciones.
- Coordinación con el área jurídica para establecer un contrato y esquema de derechos ajustado a la realidad del proceso.
- Acompañamiento a la posproducción aseguramiento de estándar técnico para emisión.
- Revisión y aprobación de visión editorial final.
- Acompañamiento técnico a los procesos.
- Validación de entregables finales para garantizar cumplimiento de estándares de emisión.

15.2 Meta 2

Resultado: Ejecución de tres (3) convocatorias de coproducción para las series *La Banda de Andy – Temporada 3, Voces de la Región y Nuna y los Guardianes del Umbral* (inicialmente denominada Trece Orígenes del Mundo).

Principales logros alcanzados durante la vigencia:

- Lanzamiento y ejecución de la convocatoria de coproducción para tres (3) series audiovisuales, en el marco de la Resolución 008-2025 FUTIC.
- Inicio pronto de contratos de coproducción con las siguientes casas productoras: NB Multigráficas para Nuna y los Guardianes del Umbral (11 de marzo). 24 Sound Films para Voces de la Región (11 de marzo). AC Visual para La Banda de Andy – Tercera Temporada (17 de marzo).
- Acompañamiento integral a los procesos de preproducción, producción y posproducción de los tres proyectos.
- Finalización de las tres series audiovisuales dentro de la vigencia, cumpliendo la totalidad de la meta establecida.
- Consolidación de procesos técnicos, contractuales y editoriales replicables para futuras convocatorias de coproducción.

Acciones adelantadas y su impacto:

- Coordinación técnica, logística y creativa con los coproductores para garantizar el desarrollo integral de las series.
- Acompañamiento permanente desde el área de contenidos en la formulación de los proyectos, diseño de producción, propuestas estéticas y desarrollo narrativo.
- Supervisión del cumplimiento de los estándares técnicos y de control de calidad para emisión en televisión y plataformas digitales.
- Lanzamiento de las series *La Banda de Andy – Temporada 3* y *Nuna y los Guardianes del Umbral* en el Festival de Cine de Villa de Leyva.
- La emisión de contenido infantil como *La Banda de Andy* contribuyó al fortalecimiento y consolidación de la franja Trece Animado, ampliando la oferta de programación dirigida a audiencias infantiles y familiares.
- El contenido como *Nuna y los Guardianes del Umbral* aportó a la construcción de hábitos de consumo de contenidos culturales y educativos en los niños, promoviendo narrativas acordes con los valores del Canal.
- La emisión de contenido musical, *Voces de la Región*, reafirmó el rol del Canal Trece como plataforma relevante para la circulación de propuestas artísticas y sonoras del país, especialmente aquellas vinculadas a escenas emergentes y territoriales. Este tipo de contenidos fortaleció la conexión con las audiencias jóvenes y musicales del canal, aportando a la identificación del Canal Trece como un espacio de referencia para la cultura musical y la promoción de artistas y expresiones contemporáneas.

15.3 Meta: 3

Cumplimiento de metas institucionales e indicadores (cuantitativos y cualitativos)

Resultado: Se desarrollaron convenios interadministrativos para la producción de contenidos audiovisuales, correspondientes a los proyectos Colombiar – Segunda Temporada y Programa Digital IA.

Principales logros alcanzados durante la vigencia:

- Formalización de un convenio con FONTUR para la producción de la segunda temporada del programa *Colombiar*, orientado a la promoción turística y cultural del país.

- Desarrollo de contenidos multiplataforma que resaltan la diversidad cultural, natural y social de Colombia.
- Avances sostenidos en los procesos de preproducción y producción de los proyectos desarrollados mediante convenios.
- Fortalecimiento de la articulación interinstitucional para la creación de contenidos audiovisuales de impacto nacional.
- Implementación de lineamientos técnicos y editoriales que fortalecen los procesos de producción mediante alianzas estratégicas.

Acciones adelantadas y su impacto:

- Gestión y acompañamiento integral a los convenios suscritos para la producción de contenidos audiovisuales.
- Desarrollo de propuestas creativas y editoriales para los proyectos *Colombiar – Segunda Temporada* y *Programa Digital IA*.
- Elaboración y aprobación de entregables claves relacionados con contenidos, escaletas, propuestas de divulgación y planes de emisión.
- Coordinación con los equipos de producción para asegurar el cumplimiento de los estándares técnicos del canal.
- Finalización, lanzamiento y emisión de los contenidos desarrollados durante la vigencia, dando cumplimiento a la meta establecida.
- La emisión de *Colombiar* fortalece la presencia del canal en la divulgación de contenidos turísticos, regionales y culturales, visibilizando territorios, saberes y prácticas comunitarias que aportan a la construcción de identidad y memoria colectiva.
- *Colombiar* contribuye al posicionamiento del Canal Trece como una plataforma que promueve la diversidad cultural del país, fomenta el reconocimiento del patrimonio material e inmaterial de las regiones y genera nuevas oportunidades de circulación para narrativas locales en medios públicos.
- Con la emisión de *DigitalIA*, el canal amplía su oferta de contenido especializado en tecnología, cultura digital e innovación, acercando a las audiencias a temas de actualidad relacionados con el uso responsable de herramientas tecnológicas, las transformaciones de la era digital y el desarrollo de competencias informacionales.
- *DigitalIA* aporta a la formación de públicos más críticos y alfabetizados digitalmente, posicionando al Canal Trece como un referente en la producción de contenidos que dialogan con las dinámicas contemporáneas de información y conocimiento.

16. PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y CONEXOS.

Durante la vigencia 2025 se adelantó una gestión integral orientada al saneamiento de obligaciones con sociedades de gestión colectiva y la suscripción de contratos producto de las negociaciones, la formalización de cesiones de derechos de la vigencia 2024 y estudio de 2023, la estructuración de licencias MINTIC, la emisión de conceptos jurídicos estratégicos, fortalecimiento contractual en revisión de estudios previos y alianzas, y capacitación interna obligatoria sobre derechos de imagen.

Sociedades de Gestión Colectiva, agremiaciones individuales y otras

Se adelantaron las gestiones de negociación y revisión de los contratos de licencia con sociedades, agremiaciones y otras para los contratos de licencia:

- DASC y REDES: contratos firmados en diciembre de 2025.
- Sociedad de Actores: proyectado acto administrativo que reconoce el pago de su derecho en 2025.
- PROMÚSICA: contrato firmado el 20 de octubre de 2025.
- SAYCO: Se suscribió licencia por comunicación pública y se iniciaron las negociaciones por cobros de sincronización. Además, se han generado las revisiones y oposiciones a las liquidaciones de sincronización por la retroactividad de 2020 hasta la fecha.
- ACINPRO: Se suscribió contrato en 2025 y se realizaron reuniones para generar

el cumplimiento del cronograma de pagos trimestrales, para evitar cuentas por pagar en 2026 y la condición de pagos mensuales en 2026.

- ACODEM: Se firmó contrato en 2025, se realizó otro sí para disminuir el valor de ejecución y se entró en la discusión sobre tarifas de contenidos digitales en la aplicación de canal trece.
- EGEDA: Se suscribió contrato de membresía como socio EGEDA, se generó la declaración y reconocimiento de titularidad de obras del canal para remitir repertorios y se adelantaron las gestiones para cobrar los derechos de

Gestión de documentos precontractuales, contractuales como Licencias y Cesiones

En 2025 el área de propiedad intelectual realizó las siguientes actividades:

- Se proyectaron cerca de 45 contratos de cesión de derechos de la vigencia 2024 que fueron elaborados y organizados por productora, para que Comercial gestione las firmas respectivas.
- Se proyectaron 6 cesiones de derechos de contratos 2025, además de posibles acuerdos comerciales, se espera respuesta del área Comercial.
- Se proyectaron 37 licencias MINTIC–FUTIC estructuradas y remitidas para firma.
- Se creó el formato de contrato de cesión de derechos para el canal. Además, se revisaron formatos precontractuales de estudios previos por cada caso específico, alianzas, licencias de transmisión y cualquier otro documento como releases. También se creó el contrato de licencia para contenidos cuando es oneroso.
- Revisión de estudios previos estudios previos de coproducción y de central de medios. al realizar la revisión de los estudios previos, se evidenciaron falencias en las cláusulas relacionadas con propiedad intelectual y derechos de autor, así como la necesidad de incorporar diversos ajustes técnicos y jurídicos. se realizaron los ajustes pertinentes a los estudios previos, toda vez que se identificaron vacíos jurídicos, ausencia de cláusulas esenciales, así como diversos errores técnicos y jurídicos. En consecuencia, se llevó el documento a una estructura completa, coherente y debidamente fundamentada. En este en el Caso Mantarraya se generó la inclusión de cláusula de remuneración equitativa sin afectar cesión patrimonial. Pendiente: respuesta de SAYCO sobre metodología de gestión colectiva.

Conceptos Jurídicos Emitidos

El área de propiedad intelectual generó varios conceptos, dentro de los más importantes o relevantes:

- Uso de imagen de menores de edad.
- Uso de imagen de alcaldes y personas expuestas políticamente (PEP).
- No configuración de publicidad indebida en la serie "Colombia Fértil".
- Publicidad de alcohol en contenidos de programa in house al interior del canal.
- Digital con Facebook. 1. Se emite concepto y contextualización del problema con las redes sociales de Facebbok, por presunta vulneración o infracción a derechos de autor. 2. Se realizó remisión de estrategia jurídica a la Dra. Bula con el propósito de gestionar. Sin embargo, en revisiones eventuales verbales se ha informado que sigue persistiendo el problema con Facebook. Pero desde Dital se han tomado medidas.

Capacitación Interna

Se generaron capacitaciones a programas in house sobre diligenciamiento y archivo de releases de derechos de imagen, manejo en eventos masivos y buenas prácticas para mitigación de riesgos legales. Estas capacitaciones contaron con el apoyo de videoteca. se realizaron capacitaciones a los programas in house, acompañados de la supervisora de programación y de la administración de la videoteca. temas tratados en las capacitaciones: importancia de los releases, claridad de los formatos que tiene el canal. tips de diligenciamiento. diligenciamiento de releases en eventos masivos, ausencia de alguno de los datos en los releases, autorizaciones escritas o en video y - aclaración de autorizaciones por las pep. Se realizaron cerca de seis capacitaciones. Las capacitaciones se dieron porque se evidenció la ausencia y el retraso en el archivo de los releases de derechos de imagen. permitiendo riesgos; jurídicos, reputacionales para el canal, contractuales y de control estatal.

Alianzas 2025

El área de propiedad intelectual revisó, sugirió redacción y cotejo cerca de cuarenta y ocho alianzas que suscribió el canal en el periodo de marzo al 02 de diciembre de 2025. se realizó un análisis exhaustivo de las diferentes alianzas estratégicas y comerciales del canal, con el propósito de diseñar un formato contractual integral que incorpore de manera completa y sistemática las disposiciones relativas a la

propiedad intelectual y a los derechos de autor. asimismo, se buscó garantizar que dicho instrumento jurídico se ajustara plenamente a los lineamientos legales, técnicos y administrativos establecidos por el canal, asegurando la adecuada protección de los activos intangibles, la claridad en la titularidad y uso de los contenidos, y la mitigación de eventuales riesgos jurídicos derivados de las colaboraciones. Dentro de las alianzas se encuentran las siguientes:

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Alianza Veterinaria Center Pets 2025 • Ave Fénix Entretenimiento S.A.S. • Inversiones Moreras – Fundo Llanero Campestre Cajicá • Grupo Empresarial Integral Life S.A.S. • Federación Colombiana de Fútbol de Salón • ANDESCO – Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones • Escuelas Públicas de Chicago (licenciamiento de contenidos Canal 13) • Gladys Moreno Torres • Julio Jesús Suárez – Lavandería Ecoclean • Corporación Festival de Cine e Infancia y Adolescencia • Devir Colombia S.A.S. (alianza 2025) • Municipio de Chaparral • Ingeniería y Construcción de Redes S.A.S. • Corporación para la Promoción de la Cultura y el Turismo del Huila • ATV Sucursal Colombia (licenciamiento y emisión | <ul style="list-style-type: none"> • Centro de Diagnóstico Automotriz Cuál Será Auto Ltda. • Corporación Danza Moon Conquers • Mega Obras Gutiérrez Páez Asociados S.A.S. • Corporación Festival Internacional de Cine de Yopal • Fundación para las Artes Rodrigo Morales • Yenifer Carolina Valero Linares • Venxplor • Corporación Organización El Minuto de Dios • Colombia Real Map • Banco de la República (en consulta) • Federación Colombiana de Fútbol de Salón – FUTSAL (revisión adicional) • Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD (convenio interadministrativo) • Corporación Cultural Municipal de Villavicencio – CORCUMVI • Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia – ÁBACO • Corporación Metro Clubes (segunda revisión) • Fundación Cine Posible • Municipio de Girardot • Periódico Identidad Propia (Wilson Damián Rincón Sierra) • Pontificia Universidad Javeriana (intercambio de contenidos) |
|--|---|

| | |
|--|---|
| de contenidos) <ul style="list-style-type: none">• Kratos Game Shop KGS• Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica por Imágenes Colombia• Grupo Altavista INC S.A.S.• Jardín Botánico José Celestino Mutis• Asociación Colombiana de Actores ACA• Corporación Metro Clubes (primera revisión)• Secretaría Distrital de Integración Social (memorando de entendimiento)• Belief Marketing Solutions S.A.S• Guillermo Andrés Caicedo Parra – Bicifest | <ul style="list-style-type: none">• Sociedad Hotelera Tequendama S.A.• Comunicación Celular S.A. y Comcel S.A.• Plural Comunicaciones S.A.S. (intercambio de contenidos)• Devir Colombia S.A.S. (revisión proyectada para 2026)• Oxo Hotel S.A.S. |
|--|---|

Otras Gestiones En El Canal

1. Consolidación del Archivo de Propiedad Intelectual: Se creó un archivo centralizado de cesiones de derechos, licencias, conceptos jurídicos y expedientes por sociedad de gestión colectiva. Aún se requiere la sistematización completa de obras 2023–2025 y la obtención de originales notariales para registros ante la DNDA cuando aplique.
2. Se contestaron dos PQRSD que eran del resorte de propiedad intelectual. En otras solicitudes se apoyó con concepto técnico al respecto. Las peticiones resueltas fueron por protección de datos y el alcance de la licencia de transmisión de señal para un cableoperador.
3. Reedición obra “Libertador”: Revisión jurídica del contrato propuesto por productoras. No fue posible acuerdo por falta de soportes de entregables y límites presupuestales públicos. Se propuso esquema en dos fases (2025 con FUTIC y 2026 con recursos propios). Pendiente: análisis de propuesta detallada conjunta.
4. GESTIÓN DE MARCA COLOMBIAR. SE realizó el seguimiento adecuado al proceso del registro de marca de Colombiar. No obstante, esta resultó negada definitiva del registro marcario en SIC. Se iniciaron gestiones para solicitar orientaciones técnicas de SIC para nueva estrategia y se generaron estrategias jurídicas y operativas al canal para que dé el registro. Por eso como recomendación es gestionar respaldo institucional con FONTUR y MINCIT para nuevo intento.

Conclusiones

La gestión adelantada durante la vigencia 2025 consolidó la administración de los derechos de autor y la propiedad intelectual del canal, basado en un modelo preventivo, documentado y trazable. A lo largo del año se logró la regularización de licencias con sociedades de gestión colectiva, incluyendo la firma de los contratos con DASC y REDES en diciembre y la definición de reglas claras para la liquidación y estandarización tarifaria hacia el futuro, el contrato con Promúsica incorporando modalidades digitales sin sobrecostos, se ordenaron los cronogramas de pago con ACINPRO para evitar arrastres presupuestales y se sostuvieron posiciones jurídicas firmes frente a pretensiones retroactivas de SAYCO y frente a cobros no tarificados de contenidos digitales por parte de ACODEM, protegiendo los principios de anualidad fiscal y sostenibilidad financiera.

En materia de titularidad de obras, se cerraron brechas acumuladas mediante la elaboración masiva de contratos de cesión de derechos derivados de producciones 2024 y el inicio sistemático de las cesiones 2025. Asimismo, se adelantó la declaración formal y notariada de obras ante EGEDA, lo que permitió empezar a construir un

inventario cierto de activos intangibles del canal. Este trabajo se complementó con la estructuración de 37 licencias de uso de obras financiadas con recursos públicos MINTIC- FUTIC y con la exigencia de soportes originales y registrables ante la DNDA en los convenios interadministrativos, fortaleciendo la cadena de titularidad y la capacidad de explotación legítima de contenido

Desde el frente preventivo, se robustecieron los estudios previos y los modelos contractuales de coproducción y de alianzas, incorporando cláusulas completas de propiedad intelectual y soluciones jurídicas finas como el reconocimiento del derecho de remuneración equitativa sin afectar la cesión patrimonial necesaria para la explotación de obras musicales. A esto se sumó la emisión de conceptos jurídicos institucionales sobre uso de imagen de menores, uso de imagen de autoridades públicas y límites entre contenido y publicidad, que hoy sirven como criterio operativo para producción y programación. Las capacitaciones internas sobre releases y derechos de imagen redujeron riesgos jurídicos y reputacionales en la operación diaria y comenzaron a instalar una cultura de cumplimiento documental.

En conjunto, estas actuaciones permitieron reducir riesgos legales, presupuestales y reputacionales, ordenar la relación con los gestores colectivos, dar trazabilidad al archivo de propiedad intelectual y fortalecer la seguridad jurídica de producciones y alianzas del canal. No obstante, para cerrar completamente el ciclo iniciado en 2025 aún es necesario culminar el ajuste contractual definitivo con SAYCO para sincronización, completar la sistematización integral de obras para EGEDA, terminar las cesiones de derechos pendientes de la vigencia 2025 y de 2023 y ejecutar una nueva ruta de registro o protección marcaria para COLOMBIAR. Con todo, el informe se presenta conforme a la estructura exigida por Planeación y refleja resultados verificables que dejan instalada una base sólida para una gestión de propiedad intelectual sostenible y preventiva en las vigencias siguientes

17. ATENCIÓN AL CIUDADANO Y PQRSD.

Atención al Ciudadano, de conformidad con lo estipulado en las Leyes 190 de 1995, "por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa"; 1474 de 2011, "por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública"; y 1437 de 2011, "por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo", normas que establecen la obligatoriedad de poner en

conocimiento de la ciudadanía en general la gestión realizada por la entidad en materia de cumplimiento de las PQRSD.

En este sentido, durante la vigencia 2025, la entidad dio respuesta oportuna a las peticiones recibidas por parte de la ciudadanía, de acuerdo con los tiempos de atención y respuesta establecidos en la normatividad vigente. Así mismo, se evidenció la utilización de un lenguaje claro, sencillo y cercano por parte de los diferentes procesos del canal, alcanzando un porcentaje de oportunidad y cumplimiento del 95 %.

Actividades Realizadas

- Se elaboró y divulgó la carta de trato digno de la entidad vigencia 2025.
- Se cumplió con la publicación en la página WEB <https://www.teveandina.gov.co/planeacion/informes-de-pqrs/> de los informes trimestrales de acuerdo con la normatividad vigente.
- Se cumplió con la publicación de los informes trimestrales de acceso a la información de acuerdo con el cumplimiento de lo ordenado por la Resolución 1519 de 2020, anexo técnico 2, expedida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos, de igual forma publicados en la página WEB <https://www.teveandina.gov.co/planeacion/informes-de-acceso-a-la-informacion/>
- Se mantiene actualizado en Share Point las PQRSD allegadas a la entidad con la finalidad de llevar a cabo el seguimiento y control de la información y de las respuestas brindadas a la ciudadanía.
- En cumplimiento de nuestro Plan de Anticorrupción y Atención Al Ciudadano subcomponente 2 Fortalecimiento del Talento Humano al servicio del ciudadano. 2.3 Capacitación en mecanismos de accesibilidad y Comunicación asertiva y lenguaje claro, se socializó capacitación.
- Se continuó con la trasmisión del espacio de Defensor del Televidente con su respectiva difusión a través de las redes oficiales del Canal.
- De acuerdo con el Plan de Capacitaciones de la entidad, se realizó una capacitación dirigida a los colaboradores y contratistas sobre el manejo interno y la gestión de las PQRSD del canal, así como sobre los tiempos de respuesta, la cual se llevó a cabo el 15 de diciembre de 2025.

Página Web Participación y Atención al ciudadano

Enlaces de acceso:

<https://www.teveandina.gov.co/pqrs/>

<https://www.teveandina.gov.co/ley-de-transparencia/ley-de-transparencia/>



18. GESTIÓN DE CONTROL INTERNO

20.1 PRINCIPALES LOGROS:

CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO

El principal enfoque de la entidad y la oficina asesora de Control Interno para la vigencia 2025 correspondió al desarrollo del Modelo Estándar de Control Interno (MECI) en la entidad, la cual corresponde a la 7ma dimensión del MIPG en el marco de la implementación de este Modelo Integrado de Planeación y Gestión en la entidad, conforme a los lineamientos y directrices emitidas por el Departamento Administrativo de la Función Pública.

En ese sentido, la entidad se permite destacar que, en la Medición de Resultados de avance e implementación del Modelo Estándar de Control Interno realizada por el DAFFP a través del reporte anual del FURAG, la entidad se destacó con uno de los puntajes más altos entre las entidades del orden nacional de naturaleza jurídica equivalente, **obteniendo un resultado de 96,4%. Lo cual corresponde a un incremento sustancial en relación con el 91% reportado en la vigencia anterior.**

Este hecho es destacable teniendo en cuenta para la vigencia 2025 se estableció en el Plan de Acción para el área de control interno, la meta de mejora en un 3% en dichos resultados, no obstante, fue superada por un margen considerable en la mencionada medición.

Así mismo, en segundo lugar, en el Plan de Acción de la entidad se estableció como meta la ejecución del Plan Anual de Auditorías y Seguimientos aprobado para la vigencia 2025 en un porcentaje mínimo de 85% de ejecución de las actividades de Seguimiento y Control establecidas en el plan. La meta fue alcanzada toda vez que se contó con un total de 86% de las actividades efectivamente realizadas.

En las actividades realizadas se destaca el seguimiento a la ejecución del plan de mejoramiento de la entidad, que permitió el cierre de **17 hallazgos** que se encontraban suscritos en el plan de mejoramiento ante la Contraloría General de la República, y que fueron cerrados por el ente de control en ejercicio de su actividad de control y seguimiento.

Del mismo modo, con ocasión de los resultados de los seguimientos e informes realizados, se detectaron opciones de mejora, que, con el trabajo de los líderes por corregir las causas generadoras, contribuyeron a la mejora institucional. Así mismo, con ocasión de los ejercicios previos de auditoría y seguimiento, se establecieron tres planes de mejoramiento internos, relacionados con las áreas de Gestión Ambiental, Tecnologías Convergentes y del Sistema de Seguridad y Salud en el



Trabajo. Lo cual permitirá obtener mejores resultados en los procesos y procedimientos a cargo de dichas áreas, que repercutirán positivamente en la gestión institucional

Finalmente, es destacable que en el proyecto de presupuesto de la entidad elaborado al cierre de esta vigencia, la Oficina Asesora de Control Interno y la Alta dirección proyectaron la contratación para la vigencia 2026 de un equipo de auditoría interna que permita robustecer el Sistema de Control de la entidad, a través de un ejercicio auditor más robusto y con mayor alcance, que garantice un cumplimiento integral y con mejores resultados, de los objetivos, metas y funciones de la oficina de control interno de la entidad.

