

Trace



INFORME DE

GESTIÓN

2016

Del 1 de enero al 31 de diciembre

Junta Administradora Regional

Sesiones hasta el 28 de julio de 2016

María Carolina Hoyos Turbay

Viceministra General MinTIC

Carlos Augusto Barrera

Representante MinTIC

José Antonio Galán Rincón

Representante MinTIC

Jorge Camacho Lizarazo

Representante Gobernación

Cundinamarca

Nebar Fabián Salas

Representante Gobernación Putumayo

Raúl Rodríguez

Representante Gobernación Caquetá

Sesiones desde el 7 de octubre de 2016

Juan Sebastián Rozo Rengifo

Viceministro General MinTIC

María Cecilia Londoño Salazar

Representante MinTIC

Alejandro Hernández Pardo

Representante MinTIC

Jorge Camacho Lizarazo

Representante Gobernación

Nebar Fabián Salas

Representante Gobernación Putumayo

Raúl Rodríguez

Representante Gobernación Caquetá

Equipo de Gestión

Del 01 de enero
al 31 de Octubre de 2016

Lennart Rodríguez Lozano
Gerente

Yuly Alejandra Chacón Duque
Supervisor de Programación

Lina Alejandra Carreño Arias
Directora Administrativa y Jurídica

Edith Johanna Malagón Murillo
Coordinador de Comunicaciones y
Sistemas

Luz Marina Parra Cristancho
Coordinadora de Presupuesto y
Contabilidad

Gina Rocío Sánchez Páez
Coordinadora de Tesorería y
Facturación

Juan Manuel Correa Gómez
Coordinador Técnico y de
Producción

Yennifer Latorre Casas
Profesional de Control Interno

Del 01 de Noviembre
al 31 de Diciembre de 2016

Catalina Ceballos Carriazo
Gerente

Yuly Alejandra Chacón Duque
Supervisor de Programación

Lina Alejandra Carreño Arias
Directora Administrativa y Jurídica

Edith Johanna Malagón Murillo
Coordinador de Comunicaciones y
Sistemas

Luz Marina Parra Cristancho
Coordinadora de Presupuesto y
Contabilidad

Gina Rocío Sánchez Páez
Coordinadora de Tesorería y
Facturación

Juan Manuel Correa Gómez
Coordinador Técnico y de
Producción

Yennifer Latorre Casas
Profesional de Control Interno

CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	8
PLATAFORMA ESTRATÉGICA 2016	9
Misión	9
Visión	9
Objetivos Estratégicos del Plan Estratégico	9
Objetivos Estratégicos de Calidad	10
Principios	11
Valores	12
1. GESTIÓN FINANCIERA VIGENCIA 2016	13
1.1 Ejecución Presupuestal	13
1.2 Estados Financieros	15
2. CUMPLIMIENTO DE METAS	20
2.1 Plan de Acción 2016	20
2.2 Programas y Proyectos en Ejecución 2016	25
3. GESTIÓN	27
3.1 Informes de Gestión	27
3.2 Metas e Indicadores de Gestión	42
3.3 Informes de los entes y actores que contribuyen al control de la entidad	47
4. CONTRATACIÓN	49
4.1 Procesos Contractuales	49
4.2 Gestión Contractual	50

5. IMPACTOS EN LA GESTIÓN	52
5.1 Cambios en el sector o en la población Beneficiaria	52
6. ACCIONES DE MEJORAMIENTO	57
6.1 Planes de Mejora	57
AGRADECIMIENTOS Y NOTAS	61

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ejecución de Ingresos, vigencia 2016.	13
Cuadro 2. Ejecución de Ingresos, vigencia 2015.	13
Cuadro 3. Ejecución de Gastos, vigencia 2016	14
Cuadro 4. Ejecución de Gastos, vigencia 2015.	14
Cuadro 5. Balance General, a 31 de diciembre de 2016	15
Cuadro 6. Balance General, a 31 de diciembre de 2015.	16
Cuadro 7. Estado de Resultado Integral, 1 enero a 31 de diciembre de 2016	17
Cuadro 8. Estado de Resultado Integral, 1 enero a 31 de diciembre de 2015.	18
Cuadro 9. Actos administrativos de presupuesto, vigencia 2016	41
Cuadro 10. Estado de los hallazgos	58
Cuadro 11. Estado de las acciones de mejora	60

PRESENTACIÓN

TEVEANDINA Ltda., bajo la marca Canal Tr3ce, presenta a la ciudadanía el informe de gestión del período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016. Durante dicha vigencia, el Canal afrontó retos importantes que hoy en día requieren ser valorados y que inclusive, aún se encuentran inscritos en la agenda institucional. En la anualidad presentada se contó con cambios importantes en la composición de los miembros de la Junta Administradora Regional y en el Equipo de Gestión del Canal, de tal forma que dichos cambios permitieron trazar una nueva línea de partida para repensar el Canal desde nuevas perspectivas y enfoques, tanto en lo misional como en la administración y gestión de sus recursos.

El vínculo sectorial del Canal con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones no sólo se centra en su participación en el capital social, sino también en las contribuciones que en conjunto llevan a posicionar las nuevas miradas de la televisión pública de cara al ciudadano, para avanzar hacia el fortalecimiento a la construcción de ciudadanía crítica con enfoque de derechos.

Canal Trece influye de manera directa en una importante porción del territorio colombiano dado que la señal televisiva es transmitida de manera directa en los departamentos que cuentan con participación en el capital social de la entidad, como son Cundinamarca, Boyacá, Tolima, Huila, Meta, Putumayo, Caquetá, Casanare, Guaviare y en la ciudad de Bogotá, D.C.

Trabajar hacia los nuevos horizontes del Canal Trece permitirá redireccionar su acción y resignificar su sentido público. A partir de los resultados que se presentan en este Informe de Gestión, se espera dar pasos ciertos para fortalecer perspectivas como la financiera, la de innovación y desarrollo, reconociendo las oportunidades de mejoramiento presentes en el quehacer institucional.

Catalina Ceballos Carriazo
Gerente

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como propósito informar a la ciudadanía sobre la gestión desarrollada por Teveandina Ltda. – Canal Trece, durante la vigencia 2016, a partir de la información disponible en las diferentes áreas y procesos que la componen, para lo cual se siguió la metodología prevista en el Manual Único de Rendición de Cuentas expedido por la Presidencia de la República, el Departamento Administrativo de la Función Pública y el Departamento Nacional de Planeación como parte de la estrategia anticorrupción del Estado Colombiano.

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

Durante la vigencia 2016, Canal Trece desarrolló un sinnúmero de actividades asociadas a su plataforma estratégica vigente para la época, las cuales resulta complejo reflejar en un documento consolidado que pretende generar información de acceso público y contribuir a un ejercicio de ciudadanía basado en el sentido crítico de lo social. No obstante, en este documento se intentará reflejar de manera general información relacionada con el presupuesto público de la entidad, el nivel de cumplimiento de sus metas, la gestión enfocada a las políticas de desarrollo administrativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, el comportamiento de las metas e indicadores de gestión, los conceptos generales de los informes de los entes de control que vigilan la entidad, el desarrollo de la contratación, los impactos en la gestión y el estado de las acciones de mejoramiento que ha suscrito la entidad.

PLATAFORMA ESTRATÉGICA 2016

Misión

“Canal TR3CE es la plataforma pública regional que produce contenidos convergentes, multiplataforma, innovadores, de impacto social y calidad, que entretienen, educan y promueven identidad cultural de jóvenes conocedores del mundo y de las TIC”¹.

Visión

“Ser la primera opción de contenidos audiovisuales multiplataforma y consolidarse como el primer canal del país para el público juvenil, convirtiéndose en un referente universal por la creación de formatos innovadores”².

Objetivos Estratégicos del Plan Estratégico

Los objetivos estratégicos del Plan Estratégico de Canal Trece, por cada nivel de procesos, son los siguientes³:

Aprender y Emprender, a través de la incorporación, formación integral, programas de bienestar y la administración del talento para lograr la eficiencia, eficacia y efectividad en la gestión del Canal.

Fortalecer la gestión institucional al **Ser Líderes**, al interior del Canal, en promover una cultura de mejoramiento, control y eficiencia en el desarrollo de los procesos.

Marcar la diferencia, al **Ser Innovadores** en la utilización de nuevas pantallas que ponen a disposición la tecnología y sus avances, con piezas cortas, atractivas, entretenidas y complementarias de los productos audiovisuales convencionales.

¹ Acta Número 185 de 2016, expedida por la Junta Administradora del Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda.

² *Ibídem.*

³ *Ibídem.*

- Garantizar un **Modelo de Negocio** adecuado a las perspectivas del mercado que permita atender las necesidades del canal y brindar una mejor oferta televisiva.
- Brindar a **Nuestro Público** objetivo una televisión con contenidos audiovisuales edu-entretendidos, modernos, dinámicos e interactivos que proporcionen el entretenimiento de los jóvenes de 12 a 24 años.

Objetivos Estratégicos de Calidad

Los objetivos estratégicos de calidad de Canal Trece, por cada nivel de procesos, son los siguientes⁴:

NIVEL ESTRATÉGICO

- Asegurar la planeación, de corto, mediano y largo plazo orientado al desarrollo de la televisión pública, fortaleciendo todos sus componentes.
- Garantizar un modelo de negocio adecuado a las perspectivas del mercado.

NIVEL MISIONAL

- Gestionar ante las instancias competentes, los recursos para garantizar la prestación del servicio de la televisión pública en las regiones autorizadas.
- Brindar a nuestro público contenidos audiovisuales edu-entretendidos, modernos, dinámicos e interactivos que proporcionen el entretenimiento de los jóvenes de 12 a 24 años.
- Fortalecer la utilización de nuevas pantallas que ponen a disposición la tecnología y sus avances, con piezas cortas, atractivas, entretenidas y complementarias de los productos audiovisuales convencionales.

⁴ Resolución 141 de 2015, expedida por la Gerencia del Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda.

NIVEL APOYO

- Administrar y optimizar eficientemente los recursos financieros adquiridos por la entidad para su normal funcionamiento y el cumplimiento de sus metas.
- Proveer el capital humano necesario y competente, a través de la incorporación, formación integral, programas de bienestar y la administración del talento para lograr la eficiencia, eficacia y efectividad en el servicio de la televisión pública.

NIVEL EVALUACIÓN

- Mejorar continuamente el desempeño del Canal mediante el fortalecimiento del control, la evaluación y la apropiación de los mecanismos relacionados con los sistemas integrados de gestión.

Principios

Los principios de Canal Trece⁵, son los siguientes:

- **Gestión transparente** e integral en los servicios ofertados por el TR3CE.
- **Respeto** por los funcionarios y contratistas, el Estado, la ciudadanía, los televidentes y cibernautas, los medios de comunicación y el medio ambiente.
- **Servicio** de calidad, brindado a nuestros clientes internos y externos es una prioridad.
- La **comunicación** como compromiso para la construcción de una mejor sociedad.

Valores

⁵ *Ibídem.*

Los valores de Canal Trece⁶, son los siguientes:

- ✓ **T**olerancia
- ✓ **R**esponsabilidad
- ✓ **3**ficiencia
- ✓ **C**ompromiso
- ✓ **E**xcelencia

⁶ *Ibíd.*

1. GESTIÓN FINANCIERA

VIGENCIA 2016

1.1 Ejecución Presupuestal

La ejecución de los recursos de Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda., bajo la marca Canal Trece, se dio de la siguiente forma:

Cuadro 1. Ejecución de Ingresos, vigencia 2016.

RUBROS	PRESUPUESTO INICIAL 2016	PRESUPUESTO DEFINITIVO 2016	RECAUDOS ACUMULADOS 2016	% RECAUDO ACUMULADO VS. PRESUPUESTO DEFINITIVO
DISPONIBILIDAD INICIAL	942.000.000	942.000.000		
INGRESOS CORRIENTES	55.929.500.000	97.036.706.574	68.205.924.798	70%
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	48.714.578.236	88.289.995.810	59.669.547.131	68%
APORTES	7.214.921.764	8.746.710.764	8.536.377.667	98%
APORTES ESTABLEC. PÚBLICOS NACIONALES	7.115.000.000	8.646.789.000	8.452.388.245	98%
APORTES DE OTRAS EMPRESAS	99.921.764	99.921.764	83.989.422	84%
INGRESOS DE CAPITAL	18.000.000	18.000.000	87.293.933	485%
TOTAL INGRESOS	56.889.500.000	97.996.706.574	68.293.218.730	70%

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 2. Ejecución de Ingresos, vigencia 2015.

RUBROS	PRESUPUESTO INICIAL 2016	PRESUPUESTO DEFINITIVO 2016	RECAUDOS ACUMULADOS 2016	% RECAUDO ACUMULADO VS. PRESUPUESTO DEFINITIVO
DISPONIBILIDAD INICIAL	1.200.000.000	1.200.000.000		
INGRESOS CORRIENTES	32.192.200.000	48.649.635.981	39.810.556.493	81,83%
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	25.986.413.300	41.251.762.641	33.029.396.260	80,07%
APORTES	6.205.786.700	7.397.873.340	6.781.160.233	91,66%
APORTES ESTABLEC. PÚBLICOS NACIONALES	6.105.686.700	7.297.773.340	6.716.647.340	92,04%
APORTES DE OTRAS EMPRESAS	100.100.000	100.100.000	64.512.893	64,45%
INGRESOS DE CAPITAL	18.000.000	18.000.000	124.335.870	
TOTAL INGRESOS	33.410.200.000	49.867.635.981	39.934.892.362	80,08%

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 3. Ejecución de Gastos, vigencia 2016.

RUBRO	NOMBRE	APROPIADO	APROPIACIÓN DEFINITIVA	COMPROMISOS	OBLIGACIONES	PAGOS ACUMULADOS
2	GASTOS	56.889.500.000	97.996.706.574	95.757.928.034	83.537.816.623	65.503.626.171
21	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	2.093.300.000	2.163.300.000	1.983.487.063	1.902.864.490	1.831.765.670
24	SERVICIO DE LA DEUDA INTERNA	960.000.000	968.184.443	968.184.443	968.184.443	968.184.443
25	GASTOS DE PRODUCCION	53.676.200.000	94.705.222.131	92.646.726.136	80.507.237.298	62.639.863.901
28	PROGRAMAS DE INVERSION	160.000.000	160.000.000	159.530.392	159.530.392	63.812.157
29	DISPONIBILIDAD FINAL	-	-	-	-	-

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 4. Ejecución de Gastos, vigencia 2015.

RUBRO	NOMBRE	APROPIADO	APROPIACIÓN DEFINITIVA	COMPROMISOS	OBLIGACIONES	PAGOS ACUMULADOS
2	GASTOS	33.410.200.000	49.867.635.981	45.875.575.119	40.985.338.488	32.851.650.164
21	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	2.021.900.000	2.021.900.000	1.745.274.969	1.688.814.842	1.638.914.777
24	SERVICIO DE LA DEUDA INTERNA	1.349.500.000	1.349.500.000	1.349.500.000	1.349.500.000	1.349.500.000
25	GASTOS DE PRODUCCION	27.009.700.000	43.467.135.981	41.578.046.208	36.744.269.704	28.660.481.445
28	PROGRAMAS DE INVERSION	1.203.000.000	1.203.000.000	1.202.753.942	1.202.753.942	1.202.753.942
29	DISPONIBILIDAD FINAL	1.826.100.000	1.826.100.000	-	-	-

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

1.2 Estados Financieros

La información financiera de los resultados del Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda., bajo la marca Canal Trece, se presenta a continuación:

Cuadro 5. Balance General, a 31 de diciembre de 2016.

BALANCE GENERAL a 31 dic 2016	
ACTIVOS	
Total Activos Corrientes	15.335.906
Total Activos No Corrientes	103.497.132
ACTIVOS TOTALES	118.833.039
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Total Pasivos Corrientes	24.679.556
Total Pasivos no Corrientes	23.595.532
PASIVOS TOTALES	48.275.088
PATRIMONIO	
Aportes Sociales	5.700.000
Reservas	2.746.650
Resultados de Ejercicios anteriores	(2.916.451)
Resultados del Ejercicio	2.987.120
Impacto por Transición al Nuevo Marco de Regulación	11.525.886
Otro Resultado Integral	50.514.746
TOTAL PATRIMONIO	70.557.950
PASIVOS Y PATRIMONIO TOTALES	118.833.039

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 6. Balance General, a 31 de diciembre de 2015.

BALANCE GENERAL a 31 dic 2015	
ACTIVOS	
Total Activos Corrientes	5.743.637
Total Activos No Corrientes	99.040.604
ACTIVOS TOTALES	104.784.241
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Total Pasivos Corrientes	14.970.405
Total Pasivos no Corrientes	22.129.231
PASIVOS TOTALES	37.099.637
PATRIMONIO	
Aportes Sociales	5.700.000
Reservas	2.743.656
Resultados de Ejercicios anteriores	(6.024.545)
Resultados del Ejercicio	3.111.088
Impacto por Transición al Nuevo Marco de Regulación	11.525.886
Otro Resultado Integral	50.628.520
TOTAL PATRIMONIO	67.684.604
PASIVOS Y PATRIMONIO TOTALES	104.784.241

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 7. Estado de Resultado Integral, 1 enero a 31 de diciembre de 2016.

Estado de Resultado Integral 1 enero a 31 dic 2016	
Ingresos de actividades ordinarias	31.077.524
Transferencias y Subvenciones recibidas	5.526.482
Otros ingresos	247.077
Total Ingresos operacionales	36.851.083
Costo de Ventas	32.042.800
Gastos de Ventas	505.690
Gastos de administración y Operación	2.894.320
Otros gastos	1.374.255
Resultados de actividades de la operación	34.018
Ingresos financieros	19.327
Costos financieros	222.591
Costo Financiero Neto	(203.264)
Participación en las ganancias/perdidas (inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación)	3.090.665
Utilidad antes de impuestos	2.921.418
Impuesto a las Ganancias	65.702
Resultado del Periodo	2.987.120
Otro Resultado Integral	
Ganancias o pérdidas por la aplicación del método de participación patrimonial de inversiones en asociadas	(113.774)
Total Otro Resultado Integral	(113.774)
Resultado Integral Total del Periodo	2.873.346

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Cuadro 8. Estado de Resultado Integral, 1 enero a 31 de diciembre de 2015.

Estado de Resultado Integral 1 enero a 31 dic 2015	
Ingresos de actividades ordinarias	21.112.056
Transferencias y Subvenciones recibidas	4.625.088
Otros ingresos	171.018
Total Ingresos operacionales	25.908.162
Costo de Ventas	21.474.174
Gastos de Ventas	505.537
Gastos de administración y Operación	2.446.449
Otros gastos	1.281.185
Resultados de actividades de la operación	200.817
Ingresos financieros	4.777
Costos financieros	246.531
Costo Financiero Neto	(241.754)
Participación en las ganancias/perdidas (inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación)	3.072.352
Utilidad antes de impuestos	3.031.414
Impuesto a las Ganancias	79.673
Resultado del Periodo	3.111.088
Otro Resultado Integral	
Ganancias o pérdidas por la aplicación del método de participación patrimonial de inversiones en asociadas	989.088
Total Otro Resultado Integral	989.088
Resultado Integral Total del Periodo	4.100.175

Fuente: Presupuesto y Contabilidad

Como dato importante y según lo indicado por el Gerente saliente, Dr. Lennart Rodríguez Lozano, a 31 de Octubre de 2016⁷, el déficit de caja de la entidad era de \$7.092.000.000,00, aproximadamente, como consecuencia del pago de todas las obligaciones legales producto de demandas y acciones legales que debía cumplir el Canal por mandato legal y sentencias indicadas anexas al informe de gestión presentado por el Dr. Rodríguez e informadas a la Junta Administradora Regional según las actas 179 de 2015 (impacto financiero NIIF y flujo de caja) y las actas 182, 183, 184 y 185, todas ellas de 2016.

Esta situación financiera, que al mes de agosto de 2011 representaba alto nivel de complejidad, se presentó dadas las demandas vigentes y las acciones de cumplimiento inmediatas por sentencias del Consejo de Estado con características dadas en razón de las deudas comprometidas en vigencias anteriores que impactaron el flujo de caja entre los años 2012 y 2016⁸.

⁷ Información tomada del Informe de gestión, Dr. Lennart Rodríguez Lozano, período Agosto/2011 a Octubre/2016.

⁸ *Ibíd.*

2.CUMPLIMIENTO DE METAS

2.1 Plan de Acción 2016

El Plan de Acción vigencia 2016 se ejecutó en general según lo programado por cada una de las áreas y/o procesos de la entidad, así:

Del objetivo estratégico “**Incrementar los ingresos del Canal**”:

Venta de servicios de Proyectos Especiales. Se cumplió al 100% la meta con 14 proyectos que fueron contratados con las siguientes entidades: ICETEX, ICFES, Senado de la República, Cámara de Representantes, Ministerio de Defensa Nacional, Embajada de los Estados Unidos, Gobernación de Cundinamarca, Secretaría de Salud, Gobernación de Cundinamarca, ANE, ACR, DANE, MINTIC, Colciencias, Soy digital MINTIC.

- **Venta de servicios Operador Logístico.** Se cumplió la meta ya que se realizaron cuatro contratos como operador logístico con las siguientes entidades: ICETEX, ANTV, Unidad del Servicio Público de Empleo y Ministerio de Educación Nacional.
- **Ingresos generados por la venta de pautas publicitarias.** Se cumplió la meta por pauta convencional, dado que el resultado de las ventas fue de \$ 76,282,869; por espacios institucionales el resultado fue de \$98,579,975; por televentas de \$399,343,192 y por la central de medios no se realizó venta alguna, por lo cual el resultado fue de cero (\$0) pesos.
- **Cantidad de servicios digitales vendidos.** Se vendieron 40 servicios de esta categoría, superando la meta trazada que era de 39.
- Del objetivo estratégico “**Gestionar recursos financieros**”:
 - **Cantidad de contenidos para la parrilla del canal financiados por la ANTV.** Se cumplió al 100% debido a que diez programas se financiaron por

la ANTV. Estos fueron: El Crew, Microprogramas , Ruta Trece, Trece News, Parrilla Musical, El Cuaderno, Convocatorias Regionales, Latas serie Infantil y Trece Sports.

- **Asignación de recursos para la producción de contenidos con enfoque regional a través de productoras independientes.** Se cumplió al 100% la meta gracias a que fueron asignados recursos de la ANTV a las productoras independientes para realizar seis documentales y 31 cápsulas.
- **Asignación de recursos para infraestructura y Asignación de recursos para soporte, administración y operación de la red (AOM).** Se cumplieron al 100% ya que se destinaron \$1.098.596.550 en repuestos, sistemas de emisión y postproducción y mantenimiento de la red.

Del objetivo estratégico **“Administrar y optimizar eficientemente los recursos financieros”**:

- **Recursos recaudados durante el año sobre el presupuesto inicial de apropiación.** Durante la vigencia 2016 no se cumplió la meta de ejecución de ingresos ya que se alcanzó un 70% y se tenía como objetivo el 90%. Existen recursos por un 20% para recaudo en la vigencia 2017 debido al tiempo de ejecución de los convenios y contratos al finalizar la vigencia anterior.
- **Gastos ejecutados durante el año sobre el presupuesto inicial de apropiación.** Se cumplió la meta gracias a que la ejecución de gastos durante la vigencia fiscal fue de un 98%, superando la meta prevista que era de 90%.

Del objetivo estratégico **“Producir y generar contenidos de calidad”**:

- **Producir contenidos audiovisuales en alta definición para la pantalla del Canal.** Se cumplió la meta ya que el total de contenidos producidos fueron de alta definición.
- **Emitir contenidos audiovisuales en alta definición.** Se cumplió al 100% ya que los contenidos emitidos desde el Centro de emisión y red de

transmisión TDT, se emiten 100% en HD. Para los contenidos de origen SD, se realiza Up-converger.

- **Desarrollar productos audiovisuales convergentes.** Se cumplió al 85% debido a que con el nuevo desarrollo de la mayoría de los productos Canal TRECE en micro formato, se ha fortalecido su difusión convergente. Así, se ha logrado incrementar el tiempo de visualización y el número de visualizaciones. En cuanto a interactividad, se ha aumentado el número de videos compartidos, de “me gusta” (likes) y “no me gusta” (dislike). Durante el tercer trimestre, el equipo produjo 391 contenidos audiovisuales multiplataforma y de esta forma cumplió con el avance para alcanzar la meta.

Del objetivo estratégico **“Consolidar y promover la imagen del Canal”**:

- **Generar estrategias que permitan la visibilización de los proyectos del Canal.** Se cumplió al 93% teniendo en cuenta que se utilizaron estrategias de mercadeo en los Premios India Catalina, Premios TvyNovelas, Feria del libro - Carpa, Feria del libro - Alianza Canal Capital, Series Web para TIC Tercer, KpopTR3CE , Club Pengüin y Pensando en Grande, Rock al Parque, #EITR3CEenDirectv, Poder del Deporte, Concierto Radiónica, Re, Acordes de Esperanza y La Pública por la paz. Las anteriores estrategias se visibilizaron a través de la agenda interna, redes sociales, página web y free press.
- **Generar alianzas con medios de comunicación y/o relaciones free press.** Se cumplió al 30% ya que se destinaron aproximadamente \$5.000.000 en los medios Avance, Radiónica y Revista Gente Rosa.
- **Descentralizar la realización de los contenidos, impactando la región de cobertura.** El 20% de los recursos asignados a programación por la ANTV se convocaron para productos de la región.

Del objetivo estratégico **“Consolidar la presencia digital del Canal en las redes sociales donde tiene presencia”**:

- **Generar estrategias que permitan consolidar la presencia digital del canal en redes sociales.** Se logró un incremento orgánico en todas las redes

sociales ya que la estrategia se basó en la promoción del contenido interno que se produce en Canal TRECE.

Del objetivo estratégico **“Garantizar la transmisión de la señal en el área de cobertura asignada al Canal”**:

- **Garantizar la puesta en funcionamiento de las estaciones de Televisión Digital Terrestre (TDT).** Para la vigencia fiscal 2016 se contó con 12 estaciones analógicas y 6 estaciones de TDT.
- **Garantizar la cobertura de la red digital DTH.** El proyecto DTH fue aprobado mediante documento Conpes 3815 de 2014. Sin embargo, a la fecha no se ha ejecutado el proyecto ya que estos recursos dependen del nivel central.
- **Garantizar la cobertura de la red analógica.** Se logró un 88% del Cubrimiento poblacional.
- **Soporte, administración y operación de la red analógica.** Se logró solo a un 75% por motivo que están funcionando solo 9 de las 12 estaciones de radiodifusión analógicas.
- **Garantizar la emisión de la parrilla de programación del Canal.** Se cumplió al 100% ya que se emiten las 24 horas de programación.

Del Objetivo estratégico **“Diseñar y desarrollar la estrategia convergente”**:

- **Consolidar el desarrollo de la página Web.** Se logró al 100% con base en las tendencias de navegación. Se reestructuró la web para que estuviera acorde a la hora de promocionar contenido. Esta acción redundó en un posicionamiento real del contenido de los programas del canal en la web.
- **Fortalecer el servicio de streaming para garantizar la señal en medios digitales.** Con la puesta en marcha de un nuevo proveedor de streaming se logró un cambio radical en el soporte que recibió el Canal para este aspecto, garantizando las 24 horas diarias de soporte.

Del objetivo estratégico “**Ser transparentes y trabajar en contra de la corrupción**”:

- **Definir y ejecutar el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano.** Se alcanzó la meta del 76% ya que de las 17 acciones programadas para ser finalizadas a 30 de septiembre, se lograron culminar solo 13.
- **Implementar la estrategia de Gobierno en Línea.** De las 27 actividades programadas se ejecutaron 23, entre los cuales se encontraban: Proyección Plan de Acción GEL, Proyección MSPI, Puesta en Marcha micrositio Atención al ciudadano, Transparencia, Verificación de información publicada en la WEB, Participación concurso MINTIC, Asistencia a Talleres y foro lideradas por el Ministerio, Ajustes formulario PQRD y Desarrollo de lineamientos internos y externos.

Del objetivo estratégico “**Fortalecer el Sistema Integrado de Gestión (MECI y Calidad)**”:

- **Mejorar procesos internos del Canal.** Se cumplió con 26 de las 31 acciones del Plan de mejoramiento de la Contraloría.
- **Mantener la certificación de calidad en las normas ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009.** Se cumplió al 100% ya que al realizarse la auditoría de seguimiento por parte del ente certificador no se identificaron hallazgos en la categoría “no conformidad”.

2.2 Programas y Proyectos en Ejecución 2016

Teveandina Ltda. - Canal Trece, no cuenta con recursos de inversión o plan operativo anual de inversiones. Sin embargo, a través de la Ficha Autoridad Nacional de Televisión - ANTV (Proyecto de Inversión de esa entidad), se ejecutaron recursos por línea de financiación del proyecto por un total de **\$6.339.473.245**, así:

- Programación: **\$5.066.195.426**
- Adquisición infraestructura: **\$250.549.292**
- Mantenimiento de la red y repuestos: **\$903.596.550**
- Estudios: **\$119.131.977**

Durante la vigencia 2016, Teveandina Ltda. - Canal Trece contó con proyectos derivados de negocios de la venta de servicios con diferentes entidades en su mayoría del orden público, así:

CONTRATO	VENTA DE SERVICIOS CONTRATO 2016	Valor (\$)
229-2016	MINEDUCACION 2016	30,681,575,489.00
001-2016	CONTRATO SENADO 001 DE 2016	33,877,489.00
001-2016	ADICION No. CONTRATO SENADO 001 DE 2016	15,809,495.00
001-2016	CAMARA DE REPRESENTANTES 001 DE 2016	1,981,400,000.00
436-2016	CONVENIO 436 DE 2016 EN TIC CONFIO 2016-TELETRABAJO 2016	6,300,000,000.00
435-2016	CONTRATO 435 DE 2016 PROGRAMA VIVE DIGITAL	2,697,748,230.00
105-2016	CONTRATO 105 ANTV 2016	400,100,000.00
015-2016	SENADO 015 DE 2016-OPERACIONAL CANAL CONGRESO	1,232,942,924.00
114-2016	CONTRATO ICETEX 2016 114 de 2016	445,860,307.00
115-2016	CONTRATO ICETEX 2016 115 de 2016	686,100,004.00
117-2016	CONTRATO ICETEX 2016 117 DE 2016	1,335,065,471.00
041-2016	CONTRATO 041 DE 2016 MINDEFENSA 2016	646,796,100.00
ACTA 3 ICFES	ACTA 3 ICFES 2016 (CONTRATO MARCO 439 DE 2015)	1,495,766,896.00
ACTA 2 ICFES	ACTA 2 ICFES 2016 (CONTRATO MARCO 439 DE 2015)	37,202,256.00
ACTA 4 ICFES	ACTA 4 ICFES 2016 (CONTRATO MARCO 439 DE 2015)	608,817,872.00
137-2016	ICETEX 2016 137 DE 2016	299,985,170.00
048-2016	CONTRATO 048 DE 2016 GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA	500,000,000.00
015-2016	ADICION No. 2 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	133,252,975.00
015-2016	ADICION No. 3 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	82,940,000.00
026-2016	CONTRATO 026 DE 2016 IMPRENTA NACIONAL	73,357,240.00
075-2016	CONTRATO 075 DE 2016 UNIDAD DE SERVICIO AL EMPLEO	462,500,364.00
CPAB-003	CONTRATO No 15 CPAB-003 EMBAJADA DE EEUU	279,606,400.00
929-2016	CONTRATO 929 DE 2016 AGENCIA COLOMBIA DE REINTEGRACION	500,000,000.00
16082-0-2016	CONTRATO 16082-0-2016 CONCEJO DE 2016	1,148,500,000.00
38-2016	COMPUTADORES PARA EDUCAR	50,000,000.00
527-2016	527 de 2016 SOY DIGITAL MINTIC	800,000,000.00
ACTA 5 ICFES	ACTA 5 ICFES 2016 (CONTRATO MARCO 439 DE 2015)	320,648,016.00
ACTA 6 ICFES	ACTA 6 ICFES 2016 (CONTRATO MARCO 439 DE 2015)	311,790,336.00
048-2016	ADICIÓN 048 DE 2016 GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA	250,000,000.00
16-CPAB-001	16-CPAB-001/2016 EMBAJADA EEUU	1,086,476,300.00
013-2016	013/2016 DANE	700,000,000.00
44842-400-2016	MINTIC FFJC COLCIENCIAS 2016	3,187,250,000.00
049-2016	049 de 2016 AGENCIA NACIONAL DEL ESPECTRO	301,034,768.00

105-2016	ADICION No 1 CTO 105 DE 2016 ANTV	177,131,144.00
115-2016	ADICION No 115 de 2016 ICETEX	254,032,250.00
485-2016	CONTRATO 485 DE 2016 DEPARTAMENTO DEL META	21,947,200.00
015-2016	ADICION No. 4 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	241,608,642.00
015-2016	ADICION No. 5 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	31,058,727.00
015-2016	ADICION No. 6 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	37,007,190.00
015-2016	ADICION No. 7 al CONTRATO 015 DE 2016 SENADO	78,021,600.00
136-206	CTO 136 DE 2016 DAPR - ALTA CONSEJERIA DE REGIONES	274,223,159.00
229-2016	ADICION CTO 229 DE 2016 MINEDUCACION	1,218,642,644.00
480-2016	CTO 480 DE 2016 MINAMBIENTE	884,738,518.00
740-2016	740 de 2016 SECRETARIA DE SALUD-VIDEOS-PROD AUDIOVISUAL-RADIO	843,428,950.00
081 de 2016	SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL-GOBERNACION CUNDINAMARCA	655,000,000.00
166 de 2016	SECRETARIA DE GOBIERNO	630,135,296.00
002-2016	002 DE 2016 SECRETARIA DE PRENSA-GOBERNACIÓN y ADICIÓN 1	410,000,000.00
075-2016	ADICIÓN CONTRATO 075 DE 2016 UNIDAD DE SERVICIO AL EMPLEO	50,819,000.00
439-2016	439 de 2016 SENADO	669,230,866.00
231-2016	ANTV OPERACIÓN LOGISTICA 231-2016	1,122,178,200.00
ADICION 231- 2016	ANTV OPERACIÓN LOGISTICA 231-2016	400,000,000.00
001-2016	GOBERNACIÓN 001 DE 2016 OPERACIÓN LOGISTICA	650,000,000.00
332-2016	CONTRATO 332 DE 2016 SENADO Y OTRO SI No 1	177,193,503.00
987-2016	CTO SENA 987 DE 2016	528,644,132.00
229-2016	ADICION 3 CTO 229 DE 2016 MEN	4,372,204,269.00
1387-2016	1387 de 2016 SECRETARIA SALUD DISTRITO	200,000,000.00
1162-2016	1162-2016 MINTIC ZONAS WIFI 2016	500,000,000.00
1162-2016	1162-2016 MINTIC ZONAS WIFI 2017	2,000,000,000.00
435-2016	ADICION AL CONTRATO VIVE DIGITAL 435 DE 2016	302,000,000.00
311-2016	CONTRATO 311 DE 2016 MINTRABAJO	48,343,239.00
115-2016	ADICIÓN 2 DE 115 DE ICETEX 2016	60,000,000.00
	TOTAL	78,607,434,127.00



3.GESTIÓN

3.1 Informes de Gestión

El grado de avance de las Políticas de Desarrollo Administrativo del modelo Integrado de Planeación y Gestión en Teveandina Ltda. – Canal Trece, fue el siguiente durante la vigencia 2016:

3.1.1 Política 1. Gestión misional y de gobierno

El Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda, no participa en esta política de desarrollo administrativo teniendo en cuenta que no establece metas institucionales orientadas en el marco de su misión sobre el cumplimiento de prioridades previamente definidas por el Gobierno. En virtud de lo anterior, no registra indicadores ni metas de Gobierno en el Sistema de Seguimiento a Metas de Gobierno administrado por el Departamento Nacional de Planeación.

Sin embargo, existen resultados de gestión misional que son valorados al interior de Canal Trece, como se muestra a continuación:

3.1.1.1 Resultado misional: Programación y contenidos⁹

Canal Trece ha venido incorporando temáticas a nivel de contenidos especializados en cuanto a tecnología, responsabilidad social, turismo regional, deportes, moda, paz y TIC. Así, durante la vigencia 2016, también innovó con formatos que promueven la inclusión social, para lo cual se contó con dos espacios que tuvieron un presentador con discapacidad auditiva y una intérprete de lengua de señas, quienes además de aportar en la traducción, participan en los contenidos.

A partir de la renovación de la parrilla de contenidos, en modo convergencia formato microprograma, Canal Trece dio paso a la implementación de la estrategia de difusión multipantalla. Así mismo, se organizaron canales digitales a través de Youtube para el acceso a contenidos, con enfoque central en los programas.

⁹ *Ibídem.*

También se avanzó en la renovación del diseño de la página web, incluyendo un repositorio de los contenidos de los programas simulando una plataforma OTT de video bajo demanda, también con navegación vertical.

Igualmente, Canal Trece asumió el reto de implementar la estrategia de Gobierno en Línea, incorporando los parámetros requeridos para que el sitio web cumpliera con los estándares correspondientes. Un ejemplo de esto son los enlaces de servicio al ciudadano, trámites en línea y datos abiertos que se activaron, además de avanzar en la implementación del portal para niños y el micrositio de rendición de cuentas.

En la vigencia 2016 se realizaron estas piezas:

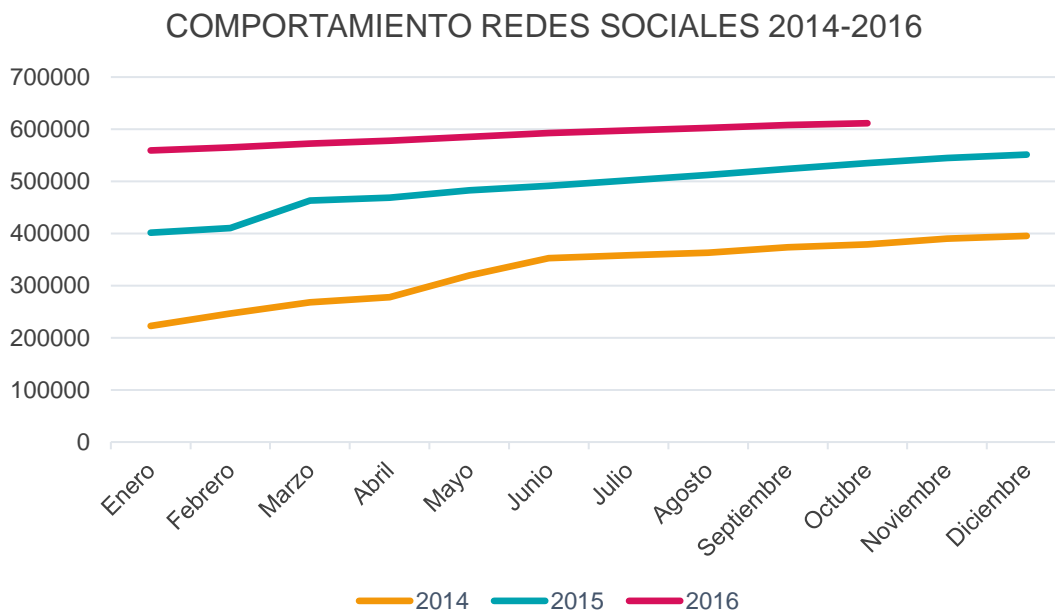
- Piezas cortas pregrabadas en video *crossmedia* y *transmedia*: un total de 978 piezas convergentes a octubre de 2016.
- Artes publicados en redes sociales: 994 a septiembre de 2016.

Además, se realizaron actividades en vivo:

- Uso de herramientas como Facebook live y Periscope en vivo.
- Transmisiones minuto a minuto de eventos y programas en vivo vía Twitter, Instagram y Facebook.

Así mismo, se mejoró la usabilidad de la aplicación móvil.

El canal de YouTube perteneciente a Canal Trece contó con más de 3.934.553 reproducciones y con más de 12.748 suscriptores en el año 2016.



Fuente: Informe de gestión, Dr. Lennrt Rodríguez Lozano, período Agosto/2011 a Octubre/2016

3.1.1.2 Resultado misional: Eventos Especiales¹⁰

Canal Trece destacó por los eventos realizados que generaron impacto en la ciudadanía durante la vigencia 2016, tales como:

- Rock al parque, en alianza con Canal Capital.
- Transmisiones de la Feria del Libro de Bogotá, D.C.
- Transmisión de KPop.
- Transmisión de los Premios India Catalina
- Especial Río Bogotá: Cauce sin Causa
- Trasmisión de la Caminata por la Solidaridad
- Especial del Concierto Radiónica
- Especial Colombia en Paz: Un sueño realidad
- Especial Firma Acuerdo de Paz – Día D
- Especial Elecciones del Plebiscito

¹⁰ *Ibíd.*

3.1.1.3 Resultado misional: Premios y reconocimientos¹¹

Como canal público regional, Canal Trece obtuvo los siguientes premios:

- Premio India Catalina 2016 al Programa “Cosmogonías” en la categoría “Mejor programa de inclusión”
- Premio India Catalina 2016 al Programa “Cosmogonías” en la categoría “Mejor fotografía”

A través de la Red de Televisoras de América Latina – TAL -, conformada con el fin de gestar alianzas entre canales de los diversos países para compartir contenidos o para la realización de coproducciones, se obtuvieron nominaciones en las siguientes categorías:

- Mejor contenido innovador: Programa Emparejados
- Mejor contenido interactivo: Plan Cheff sabor USA
- Mejor contenido periodístico: Templus
- Gran destaque: RE, cuando la música nos habla

Así mismo, desde la Red TAL se gestionaron coproducciones entre canales de otros países así:

- *El poder del deporte*: serie documental realizada con ocasión de los Juegos Olímpicos con perfiles de deportistas. Canal TR3CE realizó un perfil de Ingrid Valencia, medallista olímpica (Medalla de Plata en Boxeo Femenino).
- *Primera persona*: serie documental realizada con perfiles de jóvenes de cinco países. Canal TR3CE realizó tres capítulos de jóvenes colombianos.
- *Big Cities*: serie documental que presenta maneras innovadoras de mejorar las condiciones de vida en las grandes ciudades del mundo.

3.1.1.4 Resultado misional: Nuevas líneas de negocio¹²

En la vigencia 2016, Canal Trece diseñó nuevas líneas de negocio, las cuales se enuncian a continuación:

¹¹ *Ibídem.*

¹² *Ibídem.*

- Operación Logística (BTL y ATL)
- Central de Medios
- Digitalización de Archivos
- Contenidos Digitales
- Producción Técnica y de Contenidos

3.1.1.5 Resultado misional: Modernización¹³

Canal Trece realizó la actualización tecnológica, modernización de la infraestructura y transformación del modelo de negocio, así como las herramientas organizacionales de la empresa durante el año 2016.

3.1.2 Política 2. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano

3.1.2.1 Criterio: Transparencia y Acceso a la Información Pública

3.1.2.1.1 Subcriterio: Publicación de Información de la Entidad

Se reestructuró el micrositio creado previamente para la publicación de la información contenida en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014), para lo cual se tuvo en cuenta las directrices del Ministerio TIC. Esta actividad se realizó en las siguientes etapas:

- Validación micrositio.
- Migración de la información tomando como base la guía matriz de la Procuraduría General de la Nación.
- Solicitud de verificación de información a cada uno de los líderes de área.
- Ajustes según requerimiento de las áreas.
- Validación y diligenciamiento matriz de autodiagnóstico de la Procuraduría General de la Nación.

Acorde con lo anterior, se inició la elaboración del esquema de publicación de información de la entidad.

¹³ *Ibíd.*

3.1.2.2 Criterio: Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano

3.1.2.2.1 Subcriterio: Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.

- Se formuló para la vigencia 2016.
- Se realizó invitación a través de medios electrónicos para que la ciudadanía realizara aportes para su construcción.
- Se publicó en página web conforme con lo establecido en la Ley 1474 de 2011.
- Se realizó el seguimiento por parte de la Oficina de Control Interno en los periodos y dentro de los términos establecidos por el Decreto 2641 de 2012, es decir, con corte a fechas abril 30, agosto 31 y diciembre 31.

3.1.2.3 Criterio: Participación Ciudadana en la Gestión

3.1.2.3.1 Subcriterio: Formulación participativa de las políticas públicas, planes y programas institucionales

- Se realizó divulgación previa para la construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano de la vigencia 2016.

3.1.2.4 Criterio: Rendición de cuentas a la ciudadana

3.1.2.4.1 Subcriterio: Acciones de Información a través de la utilización de medios de comunicación masivos, regionales y locales o comunitarios para facilitar el acceso a la misma

El Canal estableció e implementó una estrategia de comunicación a través de medios y mecanismos que facilitaron el acceso de diversas poblaciones. Para ello utilizó simultáneamente medios auditivos (pantalla) y virtuales (redes sociales) de acuerdo con las características de los interlocutores y recursos institucionales.

Con lo anterior se garantizó la información y la comunicación como procesos complementarios, se ofreció información a toda la población en general y se comunicó a poblaciones objetivo, es decir, los usuarios o beneficiarios de los

servicios del canal (teleaudiencia) que se constituyen en los grupos poblacionales y de interés con quienes al Canal interesa motivar la interlocución.

3.1.2.4.2 Subcriterio: Acciones de Información por medio de la utilización de tecnologías de la información y comunicación para facilitar el acceso a ésta

Una vez examinada la disponibilidad de recursos para las labores de difusión, se definieron los medios para visibilizar la información ante la ciudadanía para su utilización. A través de la convocatoria a audiencia pública televisada y transmitida a través de redes sociales.

El Canal realizó la promoción y divulgación de la rendición de cuentas. Los medios utilizados por el Canal Trece para promover la participación en la rendición de cuentas fueron:

- Redes sociales (Twitter)
- Pantalla
- Newsletter o notas informativas
- Sitio web: se habilitó formulario en línea para la solicitud de información sobre la gestión del Canal en el portal web: www.canaltr3ce.co
- Se puso a disposición de los interesados el insumo de información (video sobre el Canal), que le permitió a los ciudadanos tener una fuente de información, para generar su solicitud.
- Se desarrolló una pieza gráfica (banner).
- Se desarrollaron piezas audiovisuales (promos) que se emitieron en pantalla invitando a la participación de los ciudadanos (anexo certificado de emisión).
- Se desarrolló pieza audiovisual que se emitió en pantalla invitando a ver la emisión de la rendición (anexo certificado de emisión promoción)
- Se generó estrategia de redes (Twitter), para convocar a la participación y promoción del ejercicio.

Resultados convocatoria en redes

Convocatoria para participar en la Rendición de Cuentas por medio del formulario publicado en la página web y además para ver la transmisión el día 28 de octubre a las 7:00 p.m.

Fecha de publicación: 19 al 26 de octubre de 2016 (envío de preguntas) y hasta el 28 para ver la transmisión a las 7:00 p.m.

3.1.2.4.3 Subcriterio: Acciones de Diálogo a través del uso de medios electrónicos en los espacios de rendición de cuentas

En total, se reportaron 17 registros en el formulario habilitado por el Canal para la recepción de preguntas de la ciudadanía, de los cuales 2 se anularon debido a que en un caso el ciudadano dejó en blanco la solicitud y en el otro, el ciudadano envió duplicada la pregunta, por lo cual se obtuvieron 15 registros efectivos.

Se tuvieron en cuenta nueve preguntas para responder durante la audiencia televisada de rendición de cuentas. Las restantes seis se respondieron a los ciudadanos mediante correo electrónico en los siguientes diez días hábiles a partir del registro en el aplicativo.

El día 28 de octubre de 2016 se llevó a cabo el ejercicio de rendición de cuentas de Canal Trece, iniciando a las 19:00 horas y terminando a las 20:02 horas, como soporte se cuenta con el certificado de emisión número 145, según el certificado expedido por la Supervisora de Programación.

Adicionalmente para la Rendición de Cuentas, se realizó difusión en las siguientes redes sociales:

- Durante la transmisión de la Rendición de Cuentas el día 28 de octubre se publicaron:
 - 14 tuits (mensajes a través de twitter).
 - En total, las publicaciones consiguieron 42 retuiteos y 64 “me gusta”.

3.1.2.4.4 Subcriterio: Elaboración y publicación de memorias (Principales conclusiones y compromisos) de los eventos de rendición de cuentas.

Se publicó un informe de memorias del ejercicio realizado de rendición de cuentas en el enlace <http://www.canaltr3ce.co/atencion-al-ciudadano/rendicion-de-cuentas/>.

Dicho informe contempla una descripción detalladas de los medios de convocatoria utilizados, el desarrollo de la audiencia de rendición de cuentas y la respuesta a las preguntas realizadas durante la audiencia de rendición de cuentas.

3.1.2.5 Criterio: Servicio al ciudadano

3.1.2.5.1 Subcriterio: Esquemas de atención por múltiples canales no electrónicos

Se ajustaron procedimientos y documentos relacionados con el servicio al ciudadano (peticiones, quejas, reclamos y denuncias), los cuales están documentados e implementados en el Sistema de Gestión de Calidad.

En relación con lo anterior, se construyeron lineamientos internos y de cara al ciudadano sobre el trámite de peticiones, quejas, reclamos y denuncias.

3.1.2.5.2 Subcriterio: Esquemas de atención por múltiples canales electrónicos

Se generó un micrositio de atención al ciudadano en la página web del Canal con el fin de darle un espacio al ciudadano donde encuentre información de interés que le permita contactarse y conocer al Canal. Este micrositio está disponible en <http://www.canaltr3ce.co/atencion-al-ciudadano/>.

Se construyó la carta de trato digno para que sea un instrumento mediante el cual se consolide la relación con la ciudadanía a partir de un trato respetuoso, digno, diligente y sin distinción alguna y de esta manera, se brinde la atención a las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y solicitudes de información que se presenten ante el Canal.

3.1.2.5.3 Subcriterio: Gestión de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y

denuncias

Se ajustó el formulario de Peticiones, Quejas, Recursos y Denuncias “PQRD” de acuerdo con los estándares establecidos en el Decreto 3564 de 2015. Por otra parte, se incluyeron campos de registro de información que permiten caracterizar a la población.

Adicionalmente, se generó una encuesta electrónica de satisfacción del trámite de las PQRD.

Con el objetivo de facilitar a la ciudadanía el ejercicio efectivo de su derecho de petición, se habilitó y puso en marcha el formulario PQRD en la aplicación para móvil del Canal.

El Canal mantuvo durante el 2016 un aplicativo electrónico para la gestión de PQRD, mediante el cual se puede realizar seguimiento interno a la radicación de éstas y las fechas de respuesta.

3.1.3 Política 3. Gestión del Talento Humano

Se formuló y ejecutó el Plan Institucional de Capacitación y el Programa de Bienestar y Estímulos.

3.1.4 Política 4. Eficiencia Administrativa

3.1.4.1 Criterio: Gestión de la Calidad

3.1.4.1.1 Subcriterio Mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad

Se realizó mantenimiento durante la vigencia a través de la actualización de documentación del Sistema de Gestión de Calidad. Específicamente la actualización de procedimientos y el control de documentos.

3.1.4.1.2 Subcriterio: Integración de los Sistemas

Se mantuvo la certificación por parte de Bureau Veritas, organismo certificador externo.

3.1.4.1.3 Subcriterio: Mejora

Se formuló y ejecutó un programa anual de auditorías, generando la posibilidad de identificar opciones de mejora en los procesos.

3.1.4.2 Criterio: Eficiencia Administrativa y Cero Papel

3.1.4.2.1 Subcriterio: Implementación de buenas prácticas para reducir consumo de papel

Durante la vigencia, se adoptaron las buenas prácticas en el consumo de papel como son la impresión a doble cara y la reutilización del papel.

Las actividades de reutilización y reciclaje del papel se soportan en lo establecido en la Política Ambiental del Canal en la cual se fomenta el uso del correo institucional como mecanismo de comunicación interno y la impresión en papel reutilizado disponiendo al lado de cada impresora hojas.

Se fomentó la segregación para reciclaje en contenedores específicos, residuos que se recogieron a diario por el personal de aseo en bolsas blancas para luego darle su gestión a partir de la recolección externa, con una periodicidad de dos meses, donde se hace el pesaje y se recibe la factura correspondiente para su posterior canje por papelería. A 31 de diciembre de 2016 se alcanzó un recaudo de \$420.300 pesos m/cte, por este concepto.

3.1.4.2.2 Subcriterio: Elaboración de documentos electrónicos

Las actividades de reducción en el uso del papel se soportan en la Política Ambiental del Canal en dónde se fomenta el uso del correo institucional como mecanismo de comunicación interno.

3.1.4.3 Criterio: Racionalización de Trámites

Se identificaron y se eliminaron los trámites de pauta comercial convencional y de venta de espacios.

3.1.4.4 Criterio: Modernización Institucional

3.1.4.4.1 Subcriterio: Solicitud de concepto técnico favorable frente a la reforma organizacional

Durante la vigencia 2016 se solicitó concepto favorable al Departamento Administrativo de la Función Pública con ajustes requeridos por esa entidad con relación a las revisiones que hicieron a solicitudes efectuadas por el Canal en desarrollo de un proceso que se viene adelantando desde el 2013.

3.1.4.5 Criterio: Gestión de Tecnologías de información

3.1.4.5.1 Subcriterio: Elaboración del Protocolo de Internet IPv6

Se inició la construcción del plan de transición de IPv4 a IPv6 en coordinación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Una vez definido, se empezará a implementar, monitorear y recomendar mejoras, actividades que se tienen previstas para la vigencia 2017.

3.1.4.6 Criterio: Gestión Documental

3.1.4.6.1 Subcriterio: Organización documental

Se aprobaron las tablas de retención documental en desarrollo de sesión del Comité Institucional de Desarrollo Institucional del 6 de abril de 2016.

3.1.4.6.2 Subcriterio: Transferencia documental

Se realizó transferencia documental de archivo de gestión a archivo central, utilizando como criterio para la transferencia la falta de disponibilidad de espacio.

3.1.5 Política 5. Gestión Financiera

3.1.5.1 Criterio: Programación y Ejecución Presupuestal

Con base en los criterios establecidos anualmente por la Dirección General del Presupuesto Público Nacional y la Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas del Departamento Nacional de Planeación, se presentó el anteproyecto de presupuesto ante el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Una vez aprobada la Ley Anual de Presupuesto se desagregó el presupuesto de gastos de personal y generales, para cada vigencia, en el aplicativo destinado para tal fin. Esta actividad se realizó a través de acuerdos de la Junta Administradora Regional, así:

Cuadro 9. Actos administrativos de presupuesto, vigencia 2016

No. Acuerdo	Fecha	Asunto
1	27/01/2016	Refrenda la Resolución 001 de 2016 por la cual se desagrega el presupuesto de ingresos y gastos correspondiente a la vigencia fiscal de 2016
3	31/03/2016	Aprueba una adición presupuestal, un traslado presupuestal y se delega al Gerente la facultad de aprobar el Manual de Políticas Contables
4	26/05/2016	Aprueba una adición presupuestal
5	28/07/2016	Aprueba una adición presupuestal y un traslado presupuestal
6	07/10/2016	Aprueba una adición presupuestal y un traslado presupuestal

Fuente: Área Jurídica

Además, se ejecutó el presupuesto como se detalló anteriormente en el presente informe.

La información de ejecución presupuestal es constantemente publicada en la sección de presupuesto y financiera del micrositio de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública en la página web del Canal.

3.2 Metas e Indicadores de Gestión

Las metas e indicadores de gestión se encuentran asociados directamente con las perspectivas y los objetivos estratégicos que estuvieron vigentes durante el 2016 para el Canal Trece. Estas se muestran a continuación con sus respectivos comportamientos:

Perspectiva: Modelo de Negocio

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Incrementar los ingresos del Canal	Venta de servicios de Proyectos Especiales	Número de servicios vendidos	14	14	100%
	Venta de servicios Operador Logístico	Número de servicios vendidos	1	4	400%
	Comercialización de formatos propios	Número de formatos propios vendidos	3	0	0%
	Venta de espacios de emisión	Ingresos generados	\$1.097.082.800,00	\$452.157.248	41%
	Venta de pauta publicitaria	Ingresos generados	\$543.400.000,00	\$676.673.596	125%
	Venta de servicios de digitalización	Número de servicios vendidos	2	0	0%
	Venta de servicios digitales	Número de servicios digitales vendidos	39	40	103%
Gestionar recursos financieros	Producción de contenidos para la parrilla del Canal	Número de contenidos financiados por la ANTV	10	10	100%
	Asignación de recursos para la producción de contenidos con enfoque regional a través de productoras independientes	Recursos asignados a productoras independientes / Recursos disponibles para asignar	20%	20%	100%
	Asignación de recursos de infraestructura	Recursos asignados para infraestructura / Recursos disponibles para asignar	10%	10%	100%
	Asignación de recursos para soporte, Administración y operación de la red (AOM)	Recursos asignados para AOM de la red / Recursos disponibles para AOM de la red	100%	100%	100%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Modelo de Negocio

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Administrar y Optimizar eficientemente los recursos financieros	Ejecución presupuestal de ingresos	Recursos ejecutados / Recursos asignados	>= 90%	70%	78%
	Ejecución presupuestal de gastos	Recursos ejecutados / Recursos asignados	>= 90%	98%	109%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Nuestro Público

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Producir y generar contenidos de calidad	Producir contenidos audiovisuales en alta definición para la parrilla del Canal	Número de contenidos producidos en alta definición / Total de contenidos producidos	100%	100%	100%
	Emitir contenidos audiovisuales en alta definición	Número de contenidos emitidos en alta definición / Total de contenidos emitidos	100%	100%	100%
	Desarrollar productos audiovisuales convergentes	Número de productos audiovisuales convergentes desarrollados	996	853	86%
Consolidar y promover la imagen del Canal	Generar estrategias que permitan la visibilización de los Proyectos del Canal	Número de estrategias generadas	15	14	93%
	Generar alianzas estratégicas de mercadeo para necesidades internas de los procesos de apoyo del Canal	Número de alianzas estratégicas de mercadeo generadas (necesidades internas de los procesos de apoyo)	10	10	100%
	Generar alianzas estratégicas de mercadeo para el posicionamiento y/o fidelización de la marca	Número de alianzas estratégicas de mercadeo generadas (posicionamiento y/o fidelización de la marca)	20	27	135%
	Generar alianzas con medios de comunicación y/o relaciones free press	Número de alianzas con medios de comunicación generadas	10	10	100%
	Descentralizar la realización de los contenidos,	Número de contenidos realizados fuera	20%	20%	100%

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
	impactando la región de cobertura	de Bogotá / Total de contenidos realizados			

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Nuestro Público

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Consolidar la presencia digital del Canal en las redes sociales donde tiene presencia	Generar estrategias que permitan consolidar la presencia digital del canal en redes sociales	Número de seguidores actuales > a número de seguidores periodo anterior	Incremento de seguidores	12.945	100%
Garantizar la transmisión de la señal en el área de cobertura asignada al Canal	Garantizar la puesta en funcionamiento de las estaciones de Televisión Digital Terrestre (TDT)	Número de estaciones TDT / Total de estaciones	60%	60%	100%
	Garantizar la cobertura de la red digital DTH	% de cubrimiento de la señal en las zonas donde no hay señal digital	60%	0%	0%
	Garantizar la cobertura de la red analógica	% de cobertura	85%	77%	91%
	Garantizar el cumplimiento del Acuerdo 003 de 2009 PUF	Número de estaciones que cumplen con las mediciones CEM / Total de estaciones	100%	0%	0%
	Soporte, administración y operación de la red analógica	Número total de estaciones de la red de transmisión	12	9	75%
	Garantizar la emisión de la parrilla de programación del Canal	Número de horas emitidas	24 / diarias	24 / diarias	100%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Ser Líderes

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Fortalecer la infraestructura del Canal	Adquisición y actualización de equipos del Canal	Monto ejecutado	\$10.000.000	\$0	0%
	Gestionar la	% de avance	100%	100%	100%

plataforma de digitalización, catalogación y archivo de los contenidos audiovisuales del Canal					
Atender las necesidades mínimas en relación con las tecnologías de la información y las comunicaciones	Número de requerimientos solucionados / Número de requerimientos	>= 80%	100%	100%	

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Ser Líderes

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Ser transparentes y trabajar contra la corrupción	Definir y ejecutar el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	Actividades cumplidas del plan / Actividades programadas del plan	100%	76%	76%
	Implementar la estrategia Gobierno en Línea	Número de actividades realizadas / Actividades programadas del plan	50%	85%	170%
Fortalecer el Sistema Integrado de Gestión (MECI y Calidad)	Mejorar procesos internos del Canal	% de cumplimiento de los planes de mejoramiento de procesos	90%	84%	93%
	Mantener la certificación de calidad en las normas ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009	Ejecución de las auditorías de certificación	1 Auditoría de seguimiento	1	100%
Consolidar la gestión ambiental y la responsabilidad social del Canal	Formular e implementar el plan de gestión ambiental	Número de actividades realizadas / Número de actividades programadas	90%	71%	79%
	Generar alianzas que permitan visibilizar el compromiso del Canal con el ambiente y los grupos de interés	Número de alianzas generadas	3	3	100%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Aprender y Emprender

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Consolidar un equipo de trabajo idóneo	Garantizar y consolidar un equipo de trabajo idóneo y con el perfil adecuado para el cumplimiento de los objetivos	Número de cargos contratados / Número de cargos existentes	100%	100%	100%

	misionales				
	Gestionar ante las instancias competentes la aprobación de la reestructuración del Canal	Acto administrativo	70%	70%	100%
	Gestionar actividades que fomenten el trabajo en equipo al interior del Canal	Número de actividades realizadas	2	2	100%
	Generar actividades de divulgación de los principios y valores del Canal	Número de actividades realizadas	2	1	50%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Aprender y Emprender

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Capacitación y entrenamiento	Realizar capacitaciones a los funcionarios del Canal	Número de capacitaciones	6	4	87%
	Diseñar y desarrollar el plan de capacitaciones	Cumplimiento del Plan de Capacitaciones	1	1	100%
Ser el mejor lugar para trabajar	Proporcionar mecanismos que fortalezcan el clima y la cultura organizacional	Número de mecanismos proporcionados	10	17	170%
	Realizar actividades de prevención de riesgos laborales	Número de actividades realizadas	15	14	93%
	Evaluar el clima organizacional	Número de actividades realizadas	1	1	100%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Ser Innovadores

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Diseñar y desarrollar la estrategia convergente	Consolidar el desarrollo de la página web	Número de páginas vistas	275.000	476.016	173%
	Consolidar la penetración de los contenidos del Canal a través de la descarga de la aplicación móvil	Número de descargas de la aplicación móvil	1.210	1.457	120%
	Fortalecer el servicio de streaming para garantizar la señal en medios digitales	Número de horas diarias de transmisión vía streaming	24	24	100%
Desarrollar contenidos digitales	Consolidar la presencia de los contenidos	Número de personas alcanzadas en	1.000.000	916.599	92%

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
	digitales en las redes sociales	redes sociales			
	Desarrollar piezas promocionales de los contenidos del Canal	Número de piezas autopromocionales realizadas	660	487	74%
Desarrollar la Estrategia de marketing digital	Posicionar la marca del Canal a través de SEO	Número de apariciones	20	1	5%

Fuente: Área de Planeación

Perspectiva: Ser Innovadores

Objetivo Estratégico	Iniciativa	Indicador	Meta Programada 2016	Cumplimiento Meta 2016	Nivel cumplimiento
Apropiar la Televisión Digital Terrestre – TDT	Desarrollar campañas y estrategias para la apropiación de la Televisión Digital Terrestre (TDT)	Número de campañas y estrategias realizadas	5	0	0%
	Adaptación tecnológica	Plataforma tecnológica flujo HD	1	1	100%
	Implementación proyecto ambiente compartido	% realización de contenidos en HD	100%	100%	100%
	Infraestructura	% de avance de plataforma tecnológica en formato HD	90%	100%	111%

Fuente: Área de Planeación

3.3 Informes de los entes y actores que contribuyen al ejercicio de control en la entidad

3.3.1 Entes de Control

- **Contraloría General de la República:**

El concepto sobre el Control Interno durante la vigencia 2016 fue deficiente. El concepto sobre los Estados financieros: fenecieron la cuenta. Se formuló el plan de Mejoramiento correspondiente para su implementación, seguimiento y control durante la vigencia 2017.

- **Procuraduría General de la Nación**

No se recibió visita o informe por parte de este organismo de control durante la vigencia 2016.

3.3.2 Actores que contribuyen al control

- **Autoridad Nacional de Televisión:**

A pesar de que durante la vigencia 2016 se recibió una visita en el segundo semestre por parte de la ANTV con el fin de auditar los recursos entregados por ellos, se indagó pero no se tuvo conocimiento de un informe.

- **Comité Defensor de la Audiencia:**

No se recibieron recomendaciones por parte de este actor durante la vigencia 2016.

- **Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN**

No se recibieron recomendaciones por parte de este actor durante la vigencia 2016.

- **SAYCO**

No se recibieron recomendaciones por parte de este actor como sociedad colectiva de derechos de autor durante la vigencia 2016.

- **ASOMEDIOS**

No se recibieron recomendaciones por parte de este actor durante la vigencia 2016.

4. CONTRATACIÓN

4.1 Procesos Contractuales

La contratación en TEVEANDINA Ltda., se desarrolló en cumplimiento de lo establecido en las Leyes 182 de 1995, 1150 de 2007 y 1474 de 2011, así como las normas reglamentarias al respecto.

El régimen contractual es el del derecho privado, pero observando los principios de la contratación pública, así como el régimen de inhabilidades e incompatibilidades y la regulación jurídica aplicable, por lo cual la entidad cuenta con un Manual de Contratación, el cual se modificó el 18 de febrero de 2016.

Así, la contratación gestionada en la entidad durante la vigencia 2016 se dio en torno a las modalidades previstas en el Manual de Contratación, así:

- Concurso público
- Oferta por invitación
- Contratación directa
- Orden de servicio.

Fuente: Área Jurídica

4.2 Gestión Contractual

Durante la vigencia se formalizaron **888** relaciones contractuales divididas en dos grupos: el primero de ellos, **686** contratos y el segundo, con **202** órdenes de compra o servicios, lo cual asciende a un valor de **\$87.251.455.618,00**, con la siguiente distribución:

▪ ***Contratos:***

- Prestación de Servicios: **612 contratos**
- Alquiler: **19 contratos**
- Colaboración Empresarial: **3 contratos**
- Compraventa: **5 contratos**
- Consultoría: **1 contrato**
- Emisión: **4 contratos**
- Interadministrativo: **11 contratos**
- Licenciamiento: **4 contratos**
- De obra: **3 contratos**
- Producción: **8 contratos**
- Seguros: **1 contrato**
- Suministro: **15 contratos**

▪ ***Órdenes de Compra y/o Servicio***

- Órdenes de Compra y/o Servicio: **202 órdenes**



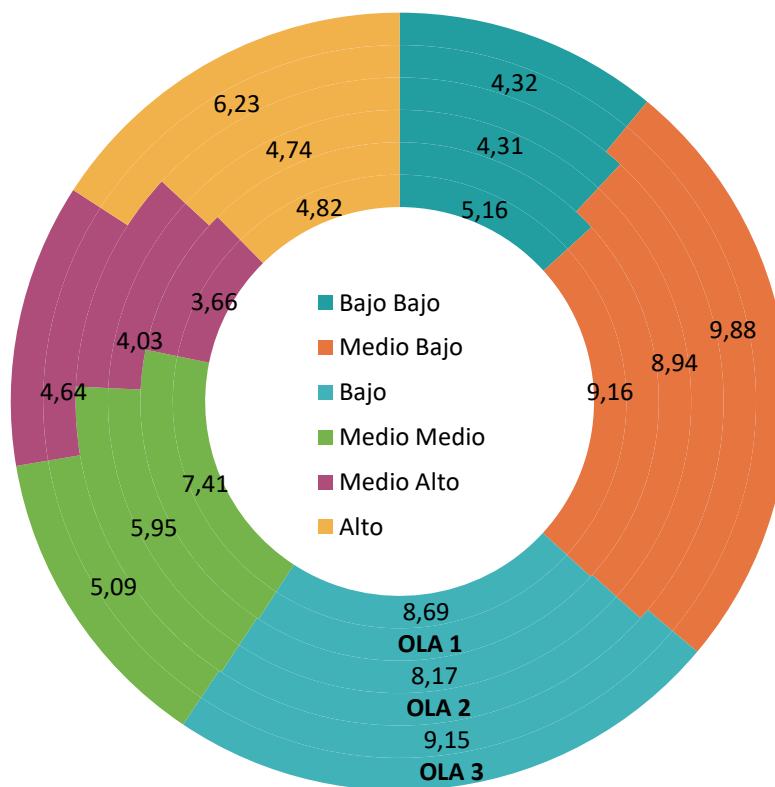
Fuente: Área Jurídica

5. IMPACTOS EN LA GESTIÓN

5.1 Cambios en el sector o en la población beneficiaria

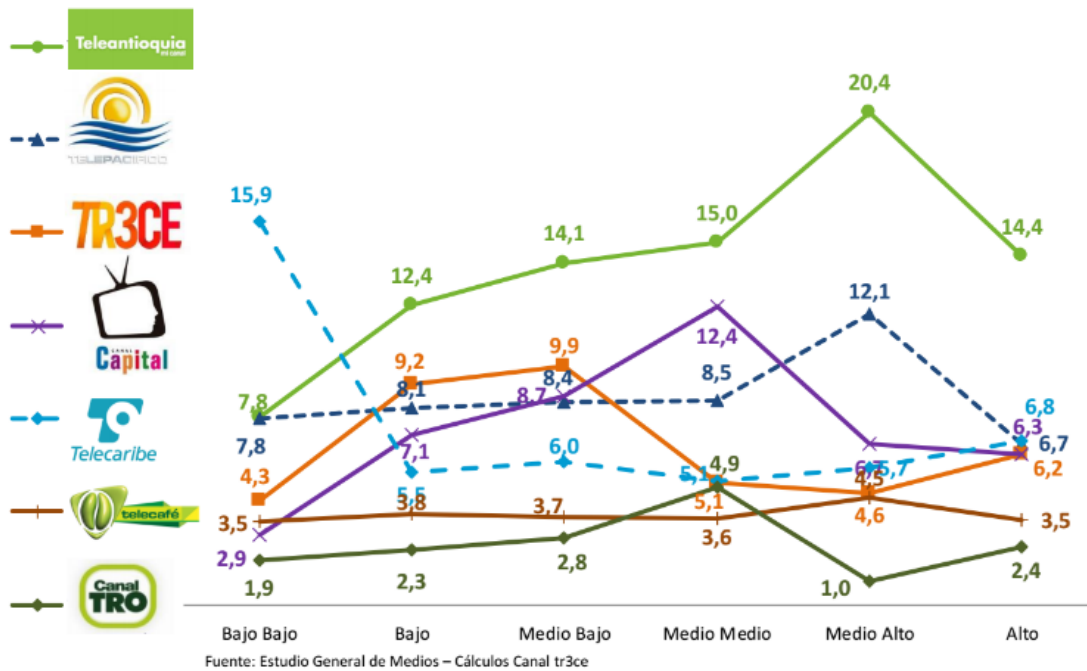
Para Teveandina Ltda. – Canal Trece es fundamental la población en la cual se enfoca la parrilla de programación. Según la medición de la audiencia, se evidenció que esta se sitúa principalmente en los estratos medios, como se presenta a continuación:

PARTICIPACIÓN ESTRATO SOCIO ECONÓMICO



Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

En comparación con otros canales de televisión pública regional, en la siguiente gráfica es posible apreciar la estratificación arriba indicada.



Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

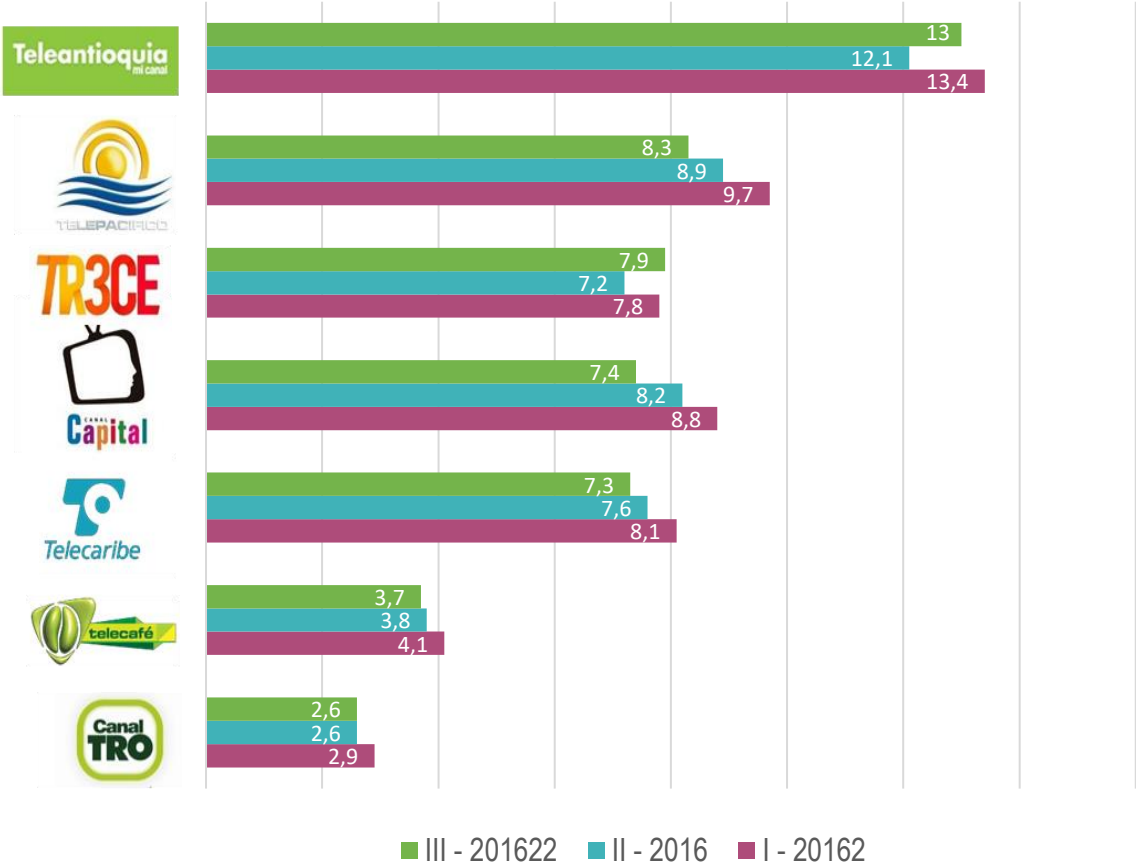
Para valorar las mediciones de la audiencia, la fuente central de información es el Estudio General de Medios realizado por la ACIM, el cual tiene como grupo objetivo a los hombres y mujeres entre 12 años y 69 años, de los estratos 1 al 6 de las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Ibagué, Neiva, Santa Marta, Armenia, Cúcuta, Manizales, Villavicencio y Tunja, incluyendo sus áreas metropolitanas, para un total de 50 municipios y estima a 18,4 millones de personas en 2016.

En relación con la audiencia de la televisión pública en Colombia, según las mediciones realizadas en tres momentos o cortes del año 2016 (denominados olas), se puede apreciar el comparativo entre todos los canales regionales, como se ilustra a continuación desde el Estudio General de Medios:

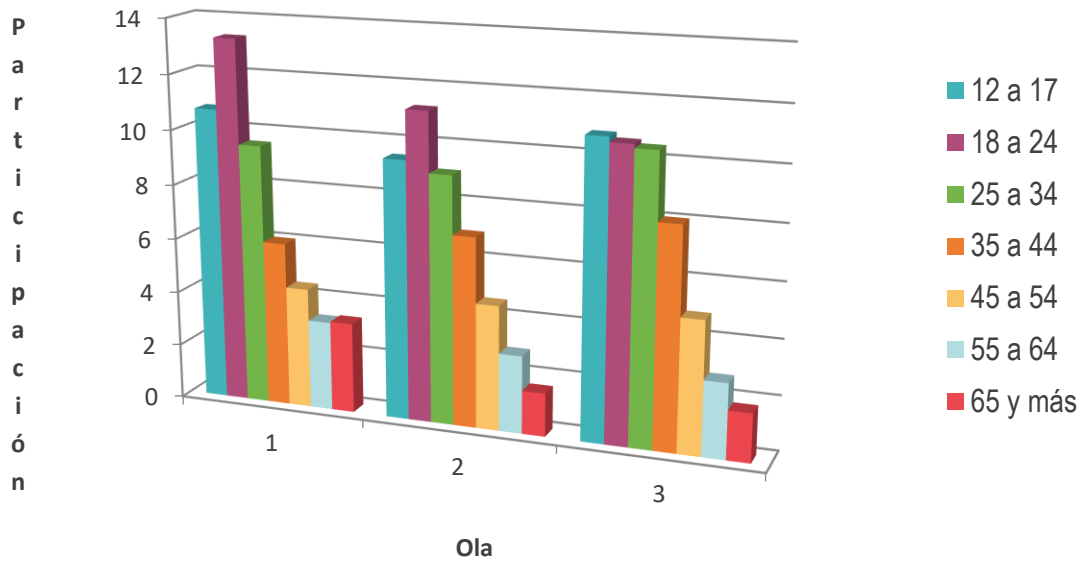
Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

En cuanto a grupos etarios, la audiencia de Canal Trece se sitúa con mayor participación en edades comprendidas entre los 12 años y los 34 años de edad. Sin embargo, también cuenta, en menor proporción, con audiencia en edades superiores a los 35 años de edad. Esta información se puede apreciar en la siguiente gráfica:

AUDIENCIA CANALES
DE TELEVISIÓN PÚBLICA REGIONAL, III - 2016

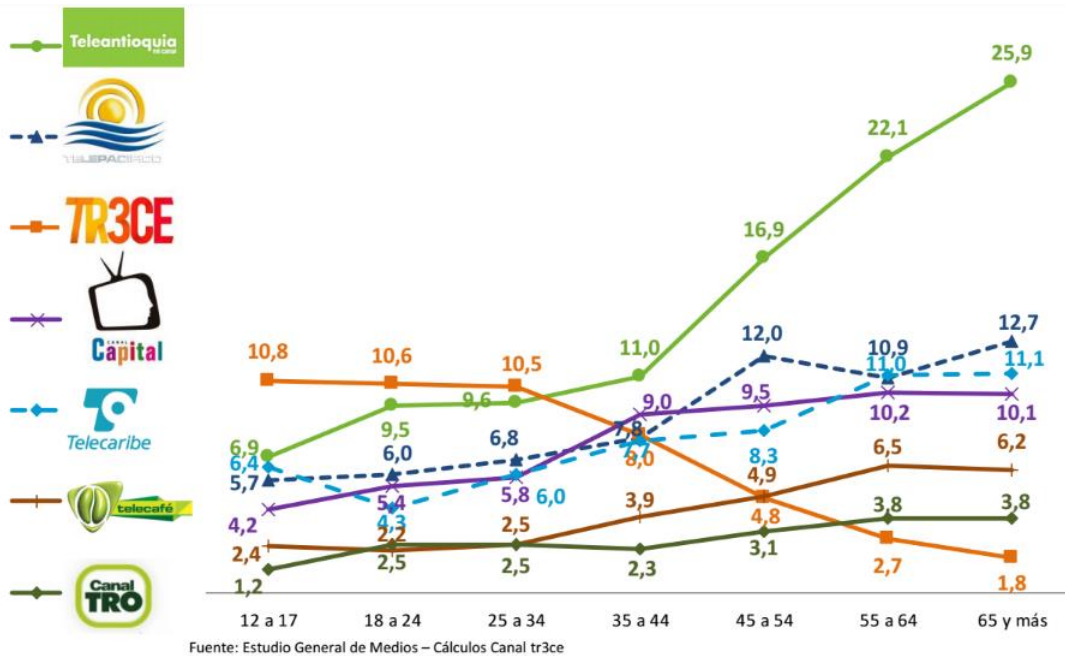


VARIACIÓN DE PARTICIPACIÓN POR GRUPOS ETARIOS



Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

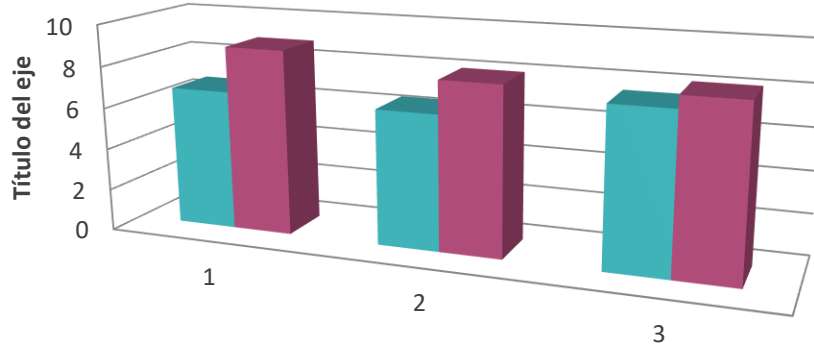
El anterior comportamiento de la audiencia representa una diferencia importante frente a los demás canales de televisión pública regional del país



Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

Los datos de audiencia de Canal Trece por género, en las mediciones (Olas) realizadas durante la vigencia 2016, fueron los siguientes:

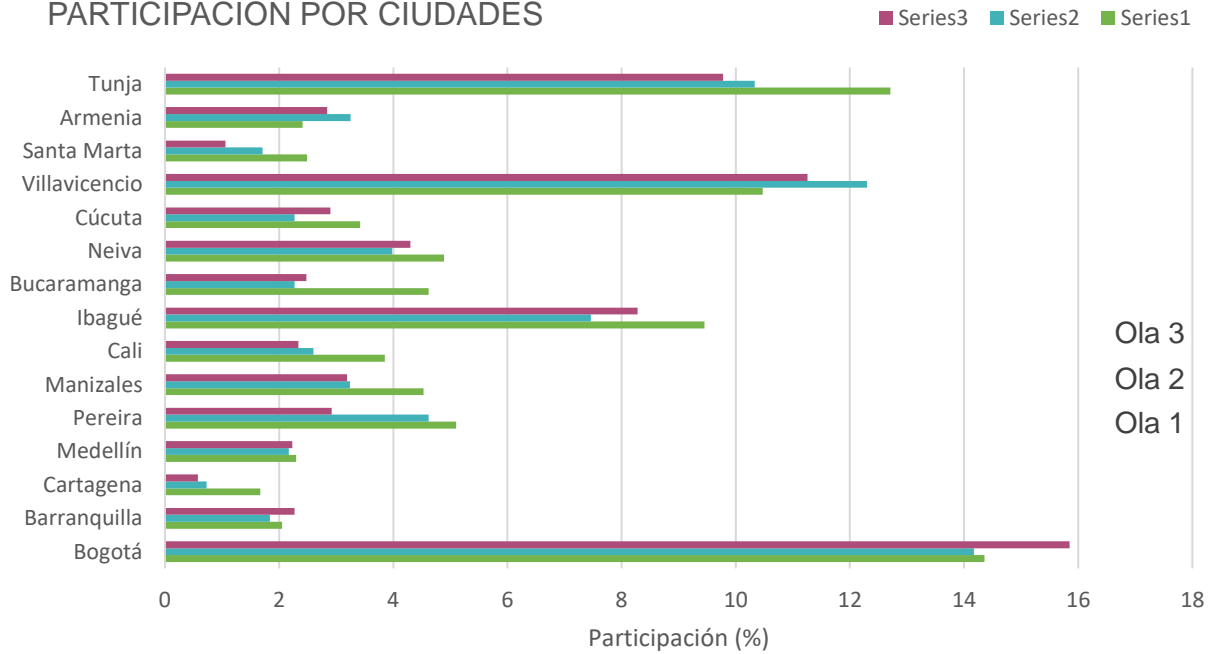
VARIACIÓN AUDIENCIAS POR GÉNERO



	1	2	3
Suma de Mujer	6,72	6,48	7,56
Suma de Hombre	8,9	8,06	8,16

Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

PARTICIPACIÓN POR CIUDADES



Fecha de captura de la información: Noviembre / 2016

6. ACCIONES DE MEJORAMIENTO

6.1 Planes de Mejora

Planes de mejoramiento derivados de auditoría interna de calidad de calidad 2016

A la fecha de corte, 31 de diciembre de 2016, no se formularon planes de mejoramiento derivados de auditorías internas de calidad realizadas por el Área de Control Interno. Durante la vigencia se elaboraron 7 informes de auditoría interna de calidad en los siguientes procesos:

- Gestión financiera
- Gestión de talento humano
- Gestión jurídica
- Gestión informática
- Gestión de recursos físicos
- Gestión de producción
- Gestión contractual

A partir de febrero de 2017 se iniciará la construcción del plan de mejoramiento respectivo.

Planes de mejoramiento derivados de auditorías externas 2016

Durante la vigencia 2016 se contrató los servicios de una firma auditora externa (Kreston RM S.A.) para que realizara auditoría sobre los siguientes aspectos:

- a. Fortalecimiento de control interno administrativo.
- b. Fortalecimiento de sistemas de información.

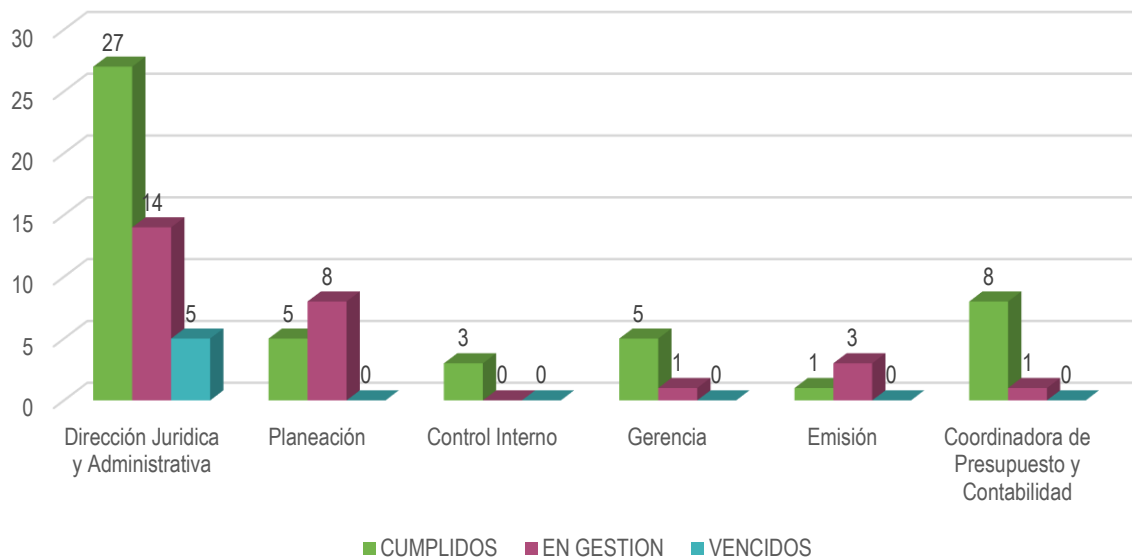
De estas auditorías no se realizó plan de mejoramiento durante 2016. Para la vigencia 2017 se tiene contemplada la valoración de los hallazgos con el fin de establecer acciones de mejora en plan de mejoramiento.

El informe de seguimiento del plan de mejoramiento suscrito con la Contraloría General de la República, realizado por el Área de Control Interno del Canal, se detalla a continuación:

Cuadro 10. Estado de los hallazgos

ESTADOS DE LOS HALLAZGOS (DE ACUERDO A LAS ACCIONES DE MEJORA)				
AREA RESPONSABLE	HALLAZGOS	CUMPLIDOS	EN GESTION	VENCIDOS
Dirección Jurídica y Administrativa	46	27	14	5
Planeación	13	5	8	0
Control Interno	3	3	0	0
Gerencia	6	5	1	0
Emisión	4	1	3	0
Coordinadora de Presupuesto y Contabilidad	9	8	1	0
TOTAL	81	49	27	5
PORCENTAJE	100%	60%	33%	6%

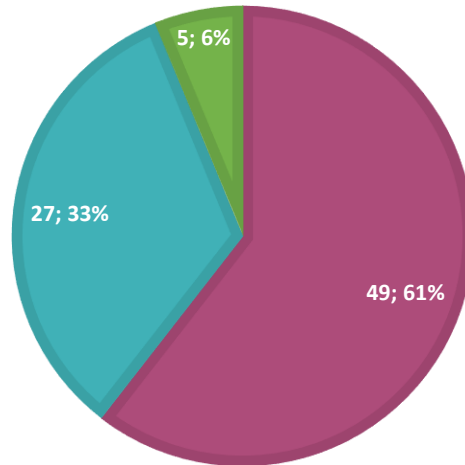
Fuente: Área Control Interno



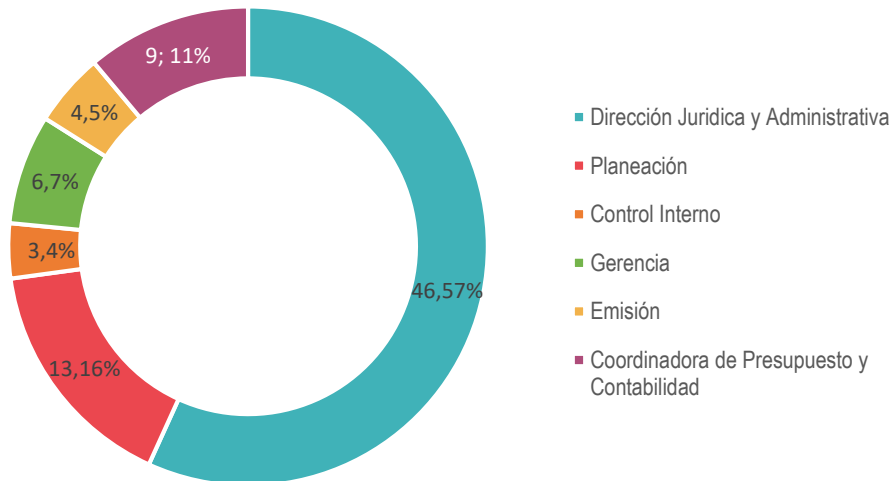
Fuente: Área Control Interno

ESTADOS DE LOS HALLAZGOS (DE ACUERDO A LAS ACCIONES DE MEJORA)

■ CUMPLIDOS ■ EN GESTION ■ VENCIDOS



Fuente: Área Control Interno



Fuente: Área Control Interno

En cuanto a los planes de mejoramiento que surgieron tras la auditoria conjunta de Control Interno y Calidad en la vigencia 2016, el estado de estos es el siguiente: Gestión de Contratación y Gestión de Talento humano reportó un avance del 50%, Planeación Estratégica presentó dos (2) acciones por cumplir; Gestión de Comunicaciones continuó con cuatro acciones a las cuales no se les dio

cumplimiento y el plan de mejoramiento producto de la revisión por la dirección tiene un avance del 41% en su ejecución.

Cuadro 11. Estado de las acciones de mejora

ESTADO DE LAS ACCIONES DE MEJORA				
RESPONSABLE	ACCIONES	CUMPLIDAS	EN GESTION	VENCIDAS
Dirección Jurídica y Administrativa	43	29	6	8
Administrador de almacén	1	0	0	1
Asesora de planeación	1	0	0	1
Apoyo de nomina	2	1	1	0
Director Jurídico y Administrativo	29	20	4	5
Profesional de Control Interno	4	3	0	1
Secretaria Ejecutiva Gerencia	2	2	0	0
Asesor de Gerencia - Sergio Pérez	4	3	1	0
Control Interno	3	3	0	0
Planeación	15	7	6	2
Gerencia	7	6	1	0
Gerente General	2	1	1	0
Asesor de Gerencia - Sergio Pérez	4	4	0	0
Asesor de Gerencia - Fredy Cortes	1	1	0	0
Emisión	3	1	2	0
Coordinadora de Presupuesto y Contabilidad	9	8	1	0
Coordinadora de Presupuesto y Contabilidad	8	8	0	0
Director Jurídico y Administrativo	1	0	1	0
TOTAL	80	54	16	10
Porcentaje de cumplimiento	100%	68%	20%	13%

Fuente: Área Control Interno

AGRADECIMIENTOS Y NOTAS

Agradecimientos

La Gerencia de Canal Trece agradece a todas y cada una de las personas que aportaron con su trabajo y entrega para hacer posibles los resultados presentados en este documento; a las diferentes áreas que brindaron la información necesaria para consolidar el documento; a la Asesoría de la Gerencia y al Área Jurídica, por el proceso de revisión integral, verificación y ajustes al presente documento; y al Área de Planeación por la labor de coordinación y consolidación del informe.

Notas

- Este Informe de gestión es un documento de consulta consolidado por Canal Trece, con la finalidad de que la ciudadanía conozca sobre los resultados alcanzados en específicamente durante la vigencia 2016.
- El propósito de su socialización es la consulta amplia por parte de los ciudadanos y ciudadanas, para que se realicen propuestas o se formulen preguntas en los espacios de participación que sean abiertos por parte de la Entidad.
- El Informe de gestión, vigencia 2016 es representa el insumo fundamental para el diálogo con la ciudadanía que se realiza en la Rendición de Cuentas cada año.