

INFORME DE GESTIÓN
RENDICIÓN DE CUENTAS
CANAL TRECE

2024



CANAL REGIONAL TEVEANDINA LTDA. – CANAL TRECE

**INFORME DE GESTIÓN
2024**



ACCIONISTAS

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	892.099.216
GOBERNACIÓN DEL PUTUMAYO	800.091.164
GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA	899.999.114
GOBERNACIÓN DE GUAVIARE	800.103.196
TELEHUILA S.A.S.	Patrimonio Autónomo de Remanentes
TELETOLIMA S.A.S.	

JUNTA DIRECTIVA

(a 31 de diciembre 2024)

DELEGADOS

JUAN RAMÓN JIMÉNEZ OSORIO
Delegado MinTIC

JOSE RICARDO OROZCO VALERO
Gobernador del Tolima

MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Delegada MinTIC

SERGIO OCTAVIO VALDÉS BELTRAN
Viceministro de Conectividad

LINA ESPERANZA CHAPARRO OSPINA
Delegada Gobernación de
Cundinamarca

RAMIRO BARRAGAN ADAME
Gobernador de Boyacá



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

CAMILO CABALLERO

Digital y publicación

CAMILO ANDRES BELTRAN (E)

Emisión e Infraestructura de Televisión

CINDY JOHANNA ARIZA AHUMADA

Gestión Comercial y Mercadeo

VICTOR ANDRES PINZON MORA

Planeación Estratégica

MARISOL BOVELO

Gestión Contractual

CONTENIDO

1. PLAN ESTRATEGICO.....	7
1.1 INDICADORES DE LA GESTION 2024.....	7
1.2 MODELO INTEGRADO DE PLANEACION Y GESTION MIPG.....	18
1.3 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD.....	21
1.4 RENDICION DE CUENTAS	23
1.5 GESTION DEL RIESGO.....	24
2. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	25
2.1 EJECUCION PRESUPUESTAL	25
2.2 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA.....	26
2.3 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL	28
2.4 INDICADORES FINANCIEROS.....	29
3. OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS SOCIOS.....	30
3.1 ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES.....	31
3.2 NUESTRA PROGRAMACION.....	35
3.3 GESTION DE TEGNOLOGIAS CONVERGENTES.....	46
3.4 ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES.....	49
4. CUMPLIMIENTO NORMATIVO -GESTION ADMINISTRATIVA.....	55
4.1 SUMINISTROS, RECURSOS FISICOS Y MANTENIMIENTO.....	55
4.2 GESTION DOCUMENTAL.....	57
4.3 TALENTO HUMANO.....	58
5. CONTRATACION.....	67
5.1 GESTION CONTRACTUAL.....	67
6. GESTION JURIDICA.....	69
7. GESTION DE COMUNICACIONES	71
8. EVOLUCION PREVISIBLE DEL CANAL TRECE 2024.....	80
9. GESTION FINANCIERA	82
9.1 ESTADOS FINANCIEROS.....	82
9.2 CERTIFICACION ESTADOS FINANCIEROS.....	86
10. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DECHECHOS DE AUTOR Y CONEXOS.....	87
11. ATENCION AL CIUDADANO Y PQRS.....	90
12. CONTROL INTERNO	95



PRESENTACIÓN

El Canal Regional de Televisión Teveandina S.A.S. – Canal Trece como prestador de servicios televisivos públicos, llevo a cabo su gestión en la vigencia 2024 a través del cumplimiento de los diferentes planes, programas, proyectos e iniciativas institucionales que permitieron posicionarlo como uno de los más vistos por la audiencia regional en el país

En 2024, Canal Trece consolidó su liderazgo en la televisión pública colombiana con una gestión destacada en producción de contenidos, innovación tecnológica y fortalecimiento financiero. Durante el año, el canal incrementó significativamente su producción in-house, pasando de 650 horas en 2022 a 1.321 horas en 2024, además de aumentar la participación de la industria nacional con más convocatorias abiertas.

A nivel financiero, las ventas de servicios se incrementaron exponencialmente, alcanzando \$184.011 millones en 2024, consolidando su sostenibilidad y permitiendo inversiones estratégicas en infraestructura y tecnología. Gracias a este crecimiento, Canal Trece logró una renovación tecnológica de \$14.750 millones con el apoyo del MINTIC, incluyendo mejoras en su máster de producción, almacenamiento en la nube y desarrollo de plataformas digitales transmedia.

En términos de gestión institucional, el canal logró un incremento en el Índice de Desempeño Institucional (MIPG), pasando del 72.8% en 2022 al 85.1% en 2023, con una proyección de aumento de tres puntos en 2024. También mejoró su Índice de Transparencia Activa, alcanzando el 100% en 2024, lo que refleja su compromiso con la transparencia y la eficiencia en la gestión pública.

El canal también obtuvo importantes premios y reconocimientos, destacándose en los India Catalina, Pantalla de Cristal, TV Awards y Cre@TEI, con 23 nominaciones y 10 premios ganados. Producciones como Colombiar, El Sutil Origen de las Revoluciones y La Banda de Andy fueron galardonadas por su innovación y calidad.

Además, el canal fortaleció su relación con la audiencia, alcanzando nuevos públicos a través de plataformas digitales y estrategias transmedia, mejorando su índice de transparencia y obteniendo reconocimiento por su impacto en la televisión pública.



A través del liderazgo de la gerencia general y la alta dirección, el canal se orienta hacia una televisión pública más digital y conectada con las regiones a través de las nuevas tecnologías aplicadas al canal, así como el compromiso de ejecutar nuestro nuevo plan estratégico 2025-2028, llamado "LA RUTA A UN FUTURO DIGITAL" con cuatro líneas estratégicas, "MAS INNOVADORES, MAS CONECTADOS, MAS PRODUCTIVOS Y MAS SOSTENIBLES" con una mirada puesta al futuro de la televisión y las de las comunicaciones.



1. PLAN ESTRATÉGICO

1.1 Indicadores de la gestión 2024

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados en el Plan de Acción 2024, el área de planeación realiza el seguimiento correspondiente con el fin de conocer el estado real de la ejecución de cada uno de los indicadores que lo componen, lo que permite a la entidad identificar y anticiparse a posibles riesgos o incumplimientos, para lo que entonces se establecen según sea el caso acciones de fortalecimiento o mejora necesarios para dar cuenta de una gestión transparente, eficiente y de transformación.

A continuación, se presentan los resultados del cumplimiento de los indicadores de resultado para el año 2024, por cada una de las perspectivas del Plan de Acción Anual:

PERSPECTIVA	META	CUMPLIMIENTO EN EL TRIMESTRE			
		I	II	III	IV
1) Contenidos y Proyectos	25%	56%	83%	91%	92,22%
2) Audiencias y Usuarios	25%	64,31%	83%	76%	89,16%
3) Financiera y Comercial	25%	66.3%	70.98%	81.6%	94.03%
4) Fortalecimiento Organizacional	25%	72.94%	78%	84%	99.05%
TOTAL avance por trimestre	100%	64.88%	78.7%	83.15%	93.62%

Resultados de los indicadores de gestión por cada una de las iniciativas estratégicas del Plan de Acción Anual 2024

En relación con el plan estratégico se trabajaron 22 perspectivas estratégicas distribuidas en 4 áreas que están relacionadas entre procesos misionales, procesos estratégicos, procesos de apoyo y procesos de evaluación.

Dentro del área 1. Contenidos y proyectos se cuentan con 3 perspectivas estratégicas encaminadas al aumento de contenidos regionales, el fortalecimiento de contenidos digitales, posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla del programa y apuntando a identificar nuevas estrategias de comunicación y fortalecimiento el contenido con un enfoque inclusivo.

En el área 2. Audiencias y usuarios se contemplan 6 perspectivas estratégicas, orientadas a la comprensión y medición de Televidentes y audiencia digital, aumento de audiencias y usuarios, fortalecimiento relacional con la audiencia, alianzas, gestión de relaciones públicas y experiencia web, orientadas a

incrementar el alcance de los contenidos ofrecidos desde los distintos medios utilizados por el canal.

El área 3. Financiera y comercial, cuenta con 3 perspectivas estratégicas, enfocadas en el control a través del seguimiento continuo, el posicionamiento de marca, satisfacción de usuarios, incremento de alianzas, incremento de ventas y de clientes.

Y, por último, el área 4. F. Organizacional, cuenta con 9 perspectivas estratégicas, orientadas a la mejora de los indicadores de MIPG, seguimientos a planes de acción, indicadores de políticas y respuestas a PQRS, cumplimiento a trámites internos y evaluación, seguimiento y calificación de procesos internos de la entidad.

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 ESTRATÉGICA	ACCIONES	INDICADOR ACCIÓN	META ACCIÓN	RESULTADOS DE LA META	RESULTADO AÑO ANTERIOR	PORCENTAJE EJECUTADO 2024
1. Aumento de Contenidos Regionales	Fortalecer la capacidad de producción propia	Contenido InHouse	Aumentar en 5 % las horas producidas de contenidos de actualidad y/o en directo, en relación con la vigencia anterior.	1321 horas producidas de contenidos de actualidad y/o en directo	2023-1258	144%
	Producir proyectos seleccionados de un portafolio acordado entre el Canal y creadores externos	Semillero de Proyectos de Contenidos	Seleccionar 10 proyectos para el Semillero de Proyectos de Contenidos	8 proyectos que conforman el portafolio del Semillero	2023-10	80%
	Desarrollar contenidos desarrollados por Productoras Externas	Programa de Convocatorias Abiertas	Adjudicar 2 proyectos dentro del programa de convocatorias abiertas	3 "Así suena el río" "Historias que abrazan" "Raíces y carreteras"	2023 - 2	150%

	Crear convenios para optimizar la creación y producción de contenidos	Convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	Coordinar desde la parte técnica la ejecución de dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos	1 Territorios y voces Indígenas	2023-2	50%
	Transmitir eventos o producir contenidos especiales culturales y/o deportivos de la gran región Trece	Producción de contenido especial	Producción de cinco (5) contenidos especiales regionales y/o culturales	En total se transmitieron 27 contenidos especiales durante el año	2023- 100%	540%
2. Fortalecimiento de Contenidos Digitales	Producir series para pantallas digitales	Producir Serie de Podcast	Producir y publicar tres (3) Series de Podcast	3 MAS ALLA DEL MAKE UP, JOVENES QUE TRANSFORMAN, REZETEANDO	2023- 3	100%
		Producir Serie Web	Producir y publicar tres (3) Series Web de Contenidos Regionales	4 VIAJES DE GISELL, VUELOS DE DRON, REGION COLOMBIAJERO, REELS REZETEANDO	2023- 6	125%
3. Posicionamiento accesible, cultural y educativo de la parrilla de programación	Emitir el 75% de programación cultural y educativa	Programación Cultural y Educativa	75% de horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	592 horas en emisión de contenido Cultural y Educativo	2023 - 602	114%
	3% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	Acceso a Población Hipoacúsica	3% de horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	130 horas de emisión de programas con Acceso a Población Hipoacúsica	2023-160	100%
4. Comprensión y medición de Televidentes y Audiencia Digital	Comprender y medir las características, preferencias y comportamientos de la Audiencia Trece	Plan de Comprensión de Audiencias	Realizar 2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece	2 estudios al año con información de audiencia en las Regiones del Canal Trece	2023- 2	100%



5. Aumento de Audiencias y Usuarios	Aumentar el alcance de los Televidentes Trece	Alcance de Televidentes	Alcance Efectivo de 430.000. Televidentes promedio trimestral	412 mil Televidentes promedio trimestral	2023 – 436.000	96%
	Aumentar el Activo Digital del Canal Trece	Activo Digital	A cierre de 2024 haber alcanzado 6 millones de usuarios en el activo digital total del año.	5.316.181 millones de usuarios en el activo digital total del año.	2023 - 4.667.500	89%
6. Fortalecimiento Relacional con la Audiencia	Desarrollar Proyectos audiovisuales que generen experiencia, interacción y recordación en la Audiencia	Proyectos Audiovisuales Interactivos	Realizar 4 Proyectos Audiovisuales Interactivos	5 SERIE DOCUMENTAL ETERNOS MAS ALLA DEL MAKE UP MASTER CRISPI DOCUMENTAL RED BULL BALINERAS REZETEANDO	2023- 4	125%
7. Alianzas	Posicionar la marca Trece a través de Alianzas de Divulgación con medios de comunicación	Alianzas con Medios de Comunicación	Firmar 8 Alianzas con Medios de Comunicación	8 UNIVERSIDAD CUN UNIVERSIDAD CENTRAL NOTICIAS DIA A DIA METROPOLI ONLINE PULZO RED MAS CHIVAS DEL LLANO CANAL 24 ES	2023- 10	100%
8. Gestión de Relaciones Públicas	Posicionar la Marca Trece a través de un trabajo articulado con Entes Públicos y Privados	Plan de Gestión de Relaciones Públicas	Cumplir con el 100% del Plan de Relaciones Públicas	214 De 181 actividades del Cronograma del Plan de Relaciones Públicas en la vigencia.	2023-30	119%
9. Experiencia Web	Ofrecer contenidos exclusivos para Usuarios Registrados y recopilar Data	Experiencia Web Freenium	Obtener mínimo 2000 seguidores en la experiencia web Freenium	La estrategia es obsoleta, las personas han cambiado de hábitos en consumo de la		



				web no es posible aplicar		
10. Gestión de Recursos Financieros	Mantener el control de Recursos Financieros a través de la Gestión y Seguimiento Continuo	Seguimiento y Control a la Ejecución de Proyectos	Mantener el margen de contribución de las ventas de las líneas de negocio que garanticen el cubrimiento del gasto fijo de operación y funcionamiento en un 22%	11.56% margen de contribución de las ventas	2023-95%	53%
		Gasto de Administración	Incremento del Gasto de Administración <0=16% a 31 diciembre de 2024	21.22% Incremento del Gasto de Administración	2023-95.5%	96%
		Gestión de Cartera	Porcentaje de Cartera Vencida <0=1% a diciembre de 2024	3.7% Porcentaje de Cartera Vencida	2023- 98%	97.30%
		Seguimiento al Flujo de Caja	12 informes Anuales de Gerencia	12 Informes Anuales de Gerencia	2023-9	100%
11. Posicionamiento Comercial	Hacer posicionamiento de marca en eventos del sector audiovisual.	Eventos asistidos Presencia de marca en eventos del sector virtuales y/o presenciales	Asistir al menos a 10 eventos del sector, culturales y comerciales a nivel nacional durante la vigencia.	Asistencia a 18 eventos a del sector cultural y comercial	2023- 100%	180%
	Desarrollar herramientas de seguimiento de la Satisfacción de los Clientes (CRM)	Satisfacción del Cliente	Aplicar una encuesta de satisfacción del cliente dos (2) veces al año. Con un resultado de puntuación mayor o igual al 85%	2 Satisfacción del cliente dos (2) veces al año 87.5%	2023- 100%	100%



12. Portafolio de Servicios	Aumentar en un 20% las alianzas estratégicas suscritas por la entidad para difusión de contenidos y participación de eventos.	Suscripción de alianzas	Celebrar cuarenta (55) alianzas estratégicas teniendo en cuenta el funcionamiento y las directrices para la contingencia actual	75 Suscripciones de alianzas estratégicas	2023-60	136%
	Mantener el 80% de los ingresos por ventas por prestación de servicios con respecto a la vigencia anterior.	Ingresos por ventas de prestación de servicios.	Suscripción de contratos y convenios interadministrativos por la suma de \$43.373.467.735	\$184.111.707.524	2023 – 100%	424%
	Aumentar la cantidad de clientes mediante una estrategia de servicios para captar en esta vigencia al menos dos clientes nuevos	Cantidad de clientes nuevos.	Aumentar en 6 Clientes nuevos para la vigencia 2024	17 Ministerio de cultura, Alcaldía de Cali; defensoría del pueblo, distrital de desarrollo económico, dirección Nacional de Bomberos, Federación de Municipios, ministerio de salud, sena; fna, fondo ministerio de relaciones exteriores, alcaldía de cajica	2023 – 10	216%
13. Fortalecimiento y Apropriación del MIPG	Fortalecernos organizacionalmente mediante el MIPG	Avance FURAG	Obtener un porcentaje de cumplimiento de FURAG del 85% o superior	85,1%	2023 – 85%	100%



		Divulgaciones Anuales	Realizar 14 Divulgaciones internas sobre FURAG	14 Piezas socializadas por los correos institucionales con la información de cada una de las políticas operativas del Modelo Integrado de Planeación y Gestión	2023 – 20	100%
14. Marco Estratégico, Seguimiento y Control	Realizar despliegue del Marco Estratégico	Cumplimiento del Despliegue del Marco Estratégico	Realizar un 75% del despliegue del Marco Estratégico para la vigencia 2023 con un mínimo de 5 seguimientos anuales.	5 seguimientos al Plan de Acción, Despliegue del Marco Estratégico (actas de comité de gestión y desempeño del año 2024)	2023– 4	100%
	Realizar seguimiento y control a la Gestión	Cumplimiento Plan Anual de Auditorias y Seguimientos	Cumplir con el 90% del Plan Anual de Auditorias y Seguimientos aprobado por el CICC	67 Actividades realizadas de las de 74 proyectadas en el Plan Anual de Auditorias y seguimientos	2023– 76	100%
15. Planes de Fortalecimiento TIC	Renovación tecnológica y transformación digital	Plan Estratégico TIC	Dar cumplimiento al 90% de las actividades planteadas en el Plan Maestro de Seguridad de la Información durante la vigencia 2024	32 actividades Cumplimiento de 100% de las actividades del Plan Maestro de Seguridad de la información	2023-71	100%
15. Planes de Fortalecimiento TIC	Renovación tecnológica y transformación digital	Plan Estratégico TIC	Diseñar cuatro (4) productos o servicios tecnológicos.	7 Productos o servicios tecnológicos diseñados	2023 – 100%	175%

			Elaborar mínimo el 40% de los proyectos relacionados en el PETIC	7 proyectos ejecutados previstos en el PETIC de 7 proyectados	2023 – 100%	100%
16. Plan Estratégico de Talento Humano	Direccionar el fortalecimiento de la dimensión humana por medio de la capacitación, bienestar, incentivos, flexibilidad laboral y el SGSST	Plan Estratégico de Talento Humano	Ejecutar el 100% del Plan Institucional de Capacitación	Se cumplieron 151 actividades de las 167 actividades programadas en el Plan Institucional de Capacitaciones para la vigencia 2024	2023 – 100%	90%
		Estándares del SGSST	Implementar y dar cumplimiento al 100% de los estándares mínimos para el SGSST	358 Acciones Implementación y Cumplimiento de los estándares mínimos para el SGSST	2023 – 95.99%	98%
17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano	Fortalecer la gestión estratégica desde la Transparencia y Acceso a la Información Pública	Índice de Transparencia Activa	90% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa	100% en cumplimiento del Índice de Transparencia Activa	2023–100%	100%
		Plan Ambiental	Implementar y dar cumplimiento al 90 % del Plan de Gestión Ambiental	4 acciones de Implementación y Cumplimiento en el Plan de Gestión Ambiental	2023 –100%	100%
		Apropiación PQRS	Brindar un 100% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRS	274 solicitudes con respuesta oportuna y apropiada de las 283 que se recibieron	2023 – 98%	96%



18. Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementación del proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	Innovación y Gestión del Conocimiento	Implementar el 75% del Proceso de Innovación y Gestión del Conocimiento	1 Proyectos ejecutados y entregados	2023 – 100%	100%
19. Plan de Comunicación Organizacional	Fortalecernos organizacionalmente mediante un plan de comunicación organizacional	Comunicaciones de los Procesos Internos	Mantener un margen de tolerancia de + o - 10% en Comunicaciones interna de los Procesos Internos con respecto a la vigencia anterior	14236 impactos en comunicaciones internas De 14,066 impactos proyectados en las comunicaciones internas	2023 – 85%	101%
20. Defensa Jurídica	Contribuir al fortalecimiento de la defensa jurídica mediante la medición de la política de daño antijurídico	Política de Daño Antijurídico	Dar cumplimiento al 100% de la Política de Daño Antijurídico	2 acciones previstas a desarrollar con relación a la aplicación e implementación de la Política de Daño Antijurídico	2023 – 100%	100%
21. Comité de Conciliación	Análisis jurídico de los casos específicos donde procede o no, la conciliación de la conformidad de la normatividad legal y existente para el caso concreto	Comité de Conciliación	Dar cumplimiento al 100% de los Comités de Conciliación	24 comités de conciliación correspondientes.	2023 – 100%	100%
22. Liderazgo	Fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación del Modelo de Liderazgo	Modelo de Liderazgo	Realizar un avance del 60% en la Implementación del Modelo de Liderazgo	reunión del Comité de Gestión y Desempeño	2023 – 100%	100%



El plan de acción de la vigencia 2024 fue ejecutado en un porcentaje de cumplimiento de 93.62% con un alto nivel de satisfacción principalmente en las metas misionales con los más altos porcentajes de cumplimiento, sin embargo, hubo algunas metas con grandes dificultades por superar y que bajaron un poco el índice de cumplimiento

De acuerdo con los resultados obtenidos en los indicadores de gestión para la vigencia 2024, a continuación, se da cuenta de aquellos que no fue posible cumplir a un 100%:

- Iniciativa estratégica - 1. Aumento de Contenidos

Meta: Seleccionar 10 proyectos para el Semillero de Proyectos de Contenidos

Con este indicador llegamos a cumplir con el 80% de actividades realizadas donde se logró hasta etapa de maduración C los proyectos sin embargo por decisión de la alta dirección los esfuerzos se enfocaron en el desarrollo de la estrategia cinema trece lab donde se dejó maquetas de proyectos de 2 laboratorios con proyección a terminar en la siguiente vigencia.

Meta: Coordinar desde la parte técnica la ejecución de dos (2) convenios y/o contratos interadministrativos para producción de Contenidos

El canal tenía previsto realizar dos convenios para el año 2024, sin embargo, solo se ejecutó el de territorios y voces, el segundo proyectado fue la serie el Buen Vivir, sin embargo las comunidades indígenas quisieron un cambio porque querían explorar en la zona Caribe, se buscaron alternativas para articular un proyecto con el ICANH sin embargo prefirieron ejecutar el proyecto con telecaribe.

Iniciativa estratégica 5. Aumento de Audiencias y Usuarios

Meta: A cierre de 2024 haber alcanzado 6 millones de usuarios en el activo digital total del año.

A pesar de los esfuerzos del equipo digital compartiendo contenidos en las plataformas y redes sociales no se logró el objetivo de 6 millones de usuarios para finalizar la vigencia, sin embargo vale la resaltar que logramos incrementar de 4.667.500 en al año 2023 y pasar a 5.316.181 usuarios en las plataformas digitales, con un nivel de cumplimiento de esta meta en el 89% siendo satisfactorio a pesar de las dificultades de las preferencias de los usuarios donde competimos no solo con los canales públicos y privados si no una multitud de influencers y contenidos independientes en la web fragmentando la audiencia. Nos queda incrementar los esfuerzos para lograr en la vigencia cumplir con las metas de interacción y audiencia digital de nuestro canal.

- Iniciativa 10 - Gestión de Recursos Financieros

Meta: mantener el margen de contribución de las ventas de las líneas de negocio que garanticen el cubrimiento del gasto fijo de operación y funcionamiento en un 22%.

El margen de contribución de las ventas ascendió al 11,56% alcanzando un cumplimiento del 53%, lo anterior teniendo en cuenta las negociaciones realizadas con los clientes; sin embargo; dados factores del mercado no fue posible alcanzar utilidades de ventas mayores. Aun así, esto no impidió que se cumpliera con las obligaciones, por el contrario, permitió cubrir los gastos de operación y funcionamiento propios de la entidad, generando un disponible en la caja para la siguiente vigencia.

Meta: Incremento del Gasto de Administración $\leq 16\%$ a 31 diciembre de 2023

Este indicador se incrementa 0,5 con respecto a la meta planteada teniendo en cuenta el incremento en los servicios públicos domiciliarios, las tarifas incrementaron por disposición del mercado,

El gasto de administración para el cuarto trimestre de la vigencia 2024 frente al mismo periodo de la vigencia 2023 se incrementó en un 21%, teniendo en cuenta el cobro de los honorarios de los contratistas, servicios públicos sede CAN, pólizas de los contratos suscritos durante el periodo e impuesto de ICA. toco comprar pólizas más altas. más impuestos ica, más prestación de servicios, más gastos en servicios públicos.

Meta: Porcentaje de Cartera Vencida $\leq 1\%$ a diciembre de 2022

Los retrasos presentados fueron por circunstancias asociadas a procesos internos de nuestros clientes, para el 31 de diciembre Se encontraba vencido el valor de \$1,570 MM, dicho valor está representado en facturas de los clientes MINISTERIO DE CULTURA Y SENADO DE LA REPÚBLICA. MINCULTURA, se informa que tiene restricción de PAC, se espera el pago dentro del primer trimestre de 2025, respecto del SENADO el vencimiento es inferior a 30 días y se estima su recaudo durante el mes enero de 2025.

- Iniciativa 16. Plan Estratégico de Talento Humano

Meta: Ejecutar el 100% del Plan Institucional de Capacitación

Durante la vigencia se programaron capacitaciones asociadas a las necesidades del canal de acuerdo con las solicitudes de cada una de las áreas, sin embargo, al momento de la ejecución se encontró la dificultad de la asistencia de algunas capacitaciones programadas, dejando aplazadas las mismas bajo la situación de programación indeterminada. Sin embargo, quiero resaltar que el nivel de cumplimiento es satisfactorio logrando el 90% de ejecución.

Meta: Implementar y dar cumplimiento al 100% de los estándares mínimos para el SGSST

Con un nivel de cumplimiento del 98% encontramos satisfactoria la ejecución del SGSST, en cuanto al 2% de incumplimiento corresponde a la actividad de convocatoria para la conformación de la brigde emergencias, frente a este, el canal incrementará sus esfuerzos durante el año 2025 para su mejoramiento.

- Iniciativa 17. Transparencia, Participación y Servicio al Ciudadano

Meta: Brindar un 100% de respuestas oportunas y apropiadas a PQRSD

Con respecto al 4% de PQRS atendidas por fuera del tiempo oportuno de respuesta, se contestaron extemporáneamente porque las respuestas requerían anexos documentales que demandaron mayor tiempo de comunicación, los documentos contenían información para dar respuesta de fondo.

1.2 Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG

De acuerdo con los parámetros evaluados por el FURAG en 2023, a través del cual se relacionan las acciones desarrolladas durante la vigencia 2022, para el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, se obtuvo la siguiente puntuación como entidad:





Fuente: Resultados de la medición del Índice de Desempeño Institucional Nacional, Rama Ejecutiva, vigencia 2023

Considerando los resultados del Índice de Desempeño Institucional para la vigencia 2023, de las siete dimensiones evaluadas, se evidencia que solo la dimensión de gestión del conocimiento está por debajo del promedio de 80 puntos, con 68,2, sin embargo, se identifica una mejora en dimensiones como talento humano con variación positiva de 21.9, direccionamiento y planeación presenta una mejora en 8.6, gestión con valores para resultados incrementa en 2.7 y la dimensión de información y comunicación tuvo incremento de 0.2.

En relación con las dimensiones No 4 (Evaluación de resultados) y la dimensión No 7 (control interno) pese a tener una variación negativa con relación al año 2022, se encuentra aún en un puntaje superior a la del promedio de evaluación de la entidad, se identifica también la necesidad de considerar para la formulación del Plan de Acción 2024 una estrategia de mejora frente al indicador No 6 (gestión del conocimiento).

Es importante resaltar que la entidad durante la vigencia 2024 mantuvo su puntuación en 85,1 con respecto a los resultados de la vigencia 2023, como se relaciona a continuación, sin perder de vista que como lo advirtió el DAFP por los cambios en el formulario no es comparativo, si se observa una constante en la mayoría de las dimensiones y políticas:





Fuente: Resultados de la medición del Índice de Desempeño Institucional Nacional, Rama Ejecutiva, vigencia 2022 – 2023

COMPARATIVO DESEMPEÑO POLITICAS 2023 VS 2022

MIPG			
POLITICAS	2022	2023	VARIACION
PLANEACIÓN INSTITUCIONAL (3)	97.4	98.8	1.4
PARTICIPACION CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA (13)	98.1	96	-2.1
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS (6)	98.2	95.5	-2.7
SERVICIO AL CIUDADANO (11)	95.5	91.5	4
TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (15)	86.2	92.9	6.7
CONTROL INTERNO (19)	89.3	87.8	-1.5
INTEGRIDAD (2)	65.2	87	21.8
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL (14)	86.3	86.4	
SEGURIDAD DIGITAL (8)	76.4	81.7	5.3
GOBIERNO DIGITAL (7)	71.2	75.9	4.7
GESTION DOCUMENTAL (16)	85.5	73.7	-11.8
GESTION DEL CONOCIMIENTO (19)	79.5	68.2	-11.3

Resultado Medición por dimensiones y políticas - Vigencia 2022 - 2023

De acuerdo con este resultado y teniendo en cuenta los puntajes por política y dimensión inferiores a 80, se planteó el plan de acción para FURAG en los ítems correspondientes, como gobierno digital en el que el 23 de agosto del 2024 se remitieron correos para la socialización de la Política de Gobierno Digital del MIPG,

informando a todo el personal de la entidad sobre la importancia de la misma como pilar fundamental en materia de modernización estatal, dado a su funcionalidad para el acceso de la información y a los servicios para la ciudadanía. En gestión documental se implementaron actividades que ayudaron a aumentar los indicadores se formuló la Política de Gestión Documental y Archivo, la cual se aprobó en reunión del Comité de Gestión y Desempeño Institucional el día 17 de septiembre de 2024, la cual se encuentra disponible para continuar su implementación en las próximas vigencias. De acuerdo con la entrega de ajustes al proceso de convalidación de las TRD por parte del Canal, se realizó Comité de Gestión y Desempeño Institucional el día 9 de septiembre de 2024 y se aprobaron, las cuales fueron radicadas ante el Archivo General de la Nación, este último programó de la mesa de trabajo realizada el día 15 de octubre en el horario de 10:00 a.m. a 12:00 p.m., por medio de la plataforma Microsoft Teams, en donde se establecieron algunos compromisos, los cuales se adelantan en el periodo del informe, quedando todos los ajustes y la información requerida por el AGN en el drive dispuesto por ellos como soporte para la reunión del 27 de enero de 2025 y por último se actualizó el programa de gestión documental para la vigencia 2024, mismo que se encuentra publicado en la página web.

Gestión del conocimiento (arquitectura e innovación digital pública).

Sin desconocer que se identifica una mejora importante en 6 de las 12 políticas aplicables a la entidad, destacando un mayor desempeño en la política de integridad.

1.3 Sistema de Gestión de Calidad

Durante la vigencia, el Proceso de Planeación acompañó cada proceso de la entidad para actualizar los documentos bajo el control del Sistema Integrado de Gestión, logrando la actualización de 25 documentos y generando la necesidad de crear 12 documentos en respuesta a los nuevos lineamientos de cada proceso. Con el fin de avanzar en el desarrollo y mantenimiento del Sistema Integral de gestión de la entidad, se realizó un análisis preliminar de la plataforma estratégica para su actualización y de igual manera se revisó el mapa de procesos con miras a un ajuste con base en la guía de gestión por procesos del DAPF, para que su diseño sea más dinámico internamente y más asequible al público en general, Propuesta que se aprobara posteriormente dentro del proceso de planeación estratégica.

El sistema de gestión de la calidad se encuentra inmerso dentro Modelo Integral de Planeación y gestión MIPG y hace parte del sistema integral de gestión de la

entidad y se ejecuta a través de las diferentes dimensiones asegurando el cumplimiento de los requisitos legales comunes.

Se revisó el proceso de gestión del riesgo según la norma ISO 31000:2018 y el numeral 6-Planeación, de la norma ISO 9001:2015; considerando que la norma de calidad administra los riesgos para cumplir con los objetivos y metas de la entidad en cada proceso, misionales, estratégicos, de apoyo y de evaluación.

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

Durante la vigencia 2024, se construyó un plan de trabajo junto con el proceso de Tecnologías Convergentes para implementar los lineamientos de la Resolución 1519 de 2020 y demás normativa a corte 31 de diciembre de 2024. El respectivo informe se elaboró de manera articulada con los actores relacionados con el proceso y se procedía a radicarse en el aplicativo, a la fecha se socializa el documento de la vigencia 2023 dado que no se ha obtenido una valoración y resultado del mismo. Se realizaron 3 monitoreos a la página web con base a los requerimientos legales en los meses de mayo, agosto y noviembre, y con base en el resultado se plantearon las mejoras a corto y mediano plazo.

A través de diferentes sesiones de trabajo de acuerdo con la estructura de la Matriz ITA de la Procuraduría General de la Nación se obtuvo según resultados de autoevaluación:



Reporte de Cumplimiento ITA para el Periodo 2023

Número de documento: NI 830005370

Sujeto obligado: TEVEANDINA LTDA.

Nivel de cumplimiento: 100 sobre 100 puntos

Fecha de generación: 30/08/2023 05:07 PM

1.4 Rendición de Cuentas

En esta vigencia, se decidió tomar una estrategia novedosa para la realización de la Rendición de Cuentas 2023, articulando la información, el diálogo y la responsabilidad siguiendo a su vez los lineamientos del Manual Único de Rendición de Cuentas (MURC) garantizando el acceso a la información y la participación ciudadana.

A continuación, se realizará la socialización del informe de audiencia del programa de rendición de cuentas, está se llevó a cabo el viernes 21 de junio del 2023 e inició a las 10:00 am y finalizó a las 10:47 am, con un total de 141.587 televidentes, siendo mayormente audiencia de Arauca, Cauca y Huila, de la audiencia se identifica que el grupo etario más conectado en la transmisión es el perteneciente a más de cuarenta años, seguido de veinticinco a treinta y nueve años.

Por otro lado, la Audiencia Pública de Rendición de cuentas de la vigencia 2023 se llevó a cabo también por medio de una transmisión en vivo por las diferentes plataformas (pantalla de Televisión, Facebook Live, YouTube Live y el Streaming en vivo de la página web del canal).

Para llevar a cabo una audiencia exitosa se hicieron autopromociones a través de la pantalla de tv, así como Publicaciones previas en Twitter, Instagram, Youtube, whatsapp, e internas por medio de las comunicaciones.

La jornada se desarrolló iniciando con la presentación de resultados de la gestión y los representantes de cada proceso contaron sus logros y se hizo una muestra de los productos más representativos.

Es de anotar que la percepción ciudadana frente al ejercicio de rendición de cuentas fue muy buena, y los datos suministrados fueron claros y de su interés, la duración fue suficiente. También frente a las preguntas de si consideran que se estos espacios permiten rendir cuentas a la comunidad y si volverían a participar en otro espacio como este, la aceptación del público fue prácticamente general.

De acuerdo con los estudios de monitoreo de audiencias que emiten los resultados que pertenecen a la información suministrada por Meta Bussines Suite y YouTube Studios, según reporte del área de audiencias e informe de comunicaciones, la transmisión de la rendición de cuentas del año 2023 tuvo 108 visualizaciones en YouTube y durante la emisión en la página de Facebook del canal se ha registró un total de 616 personas alcanzadas y 635 impresiones.

1.5 Gestión del riesgo

La matriz de riesgos integrada para 2024, contiene 43 riesgos, de los cuales 9 son de corrupción, 5 estratégicos 2 financieros, 7 legales o de cumplimiento, 18 operativos y 2 tecnológicos.

De conformidad con los monitoreos y seguimientos desde la primera y segunda línea de defensa se encuentra que ninguno de los riesgos se materializó, y algunas situaciones potenciales fueron abordadas oportunamente y solucionadas.

De estos riesgos 5 se encuentran en zona de riesgo residual Alta, 29 en zona moderada y 9 en zona baja.

Las acciones preventivas junto con los controles existentes se ejecutaron en debida forma para mitigar y/o evitar su materialización.

Así mismo es de anotar que la entidad adoptó la política de administración del riesgo, teniendo en cuenta las guías 4, 5 y 6, expedidas por el departamento administrativo de la función pública DFAP, donde se dictan lineamientos para riesgos de corrupción, de seguridad de la información y fiscales. Conforme a la definición de riesgo fiscal y las consecuencias identificadas (pérdida económica, sanciones, daño patrimonial), se detectaron 10 riesgos que caben en esta categoría.

Los riesgos de corrupción se encuentran controlados su monitoreo se realizó dentro del seguimiento al Plan anticorrupción y de atención al ciudadano 2024, en la periodicidad señalada en la Ley (cuatrimestral), con verificación de control interno que consta en sus informes.

Sobre riesgos de seguridad de la información, se venía realizando un trabajo independiente desde el área de Tecnologías convergentes en coordinación con el oficial de seguridad y se realizó análisis y monitoreo de los mismos, se depuraron encontrando 3 riesgos de esta índole que se controlan de manera transversal, puesto que se pueden presentar en cualquier área.

Frente a la tercera línea de defensa ejecutada por control interno, no hubo reporte negativo u observaciones en cuanto a la gestión del riesgo desarrollada por los líderes de proceso y sus equipos como primera línea de defensa, ni del seguimiento llevado a cabo por planeación como segunda línea de defensa.

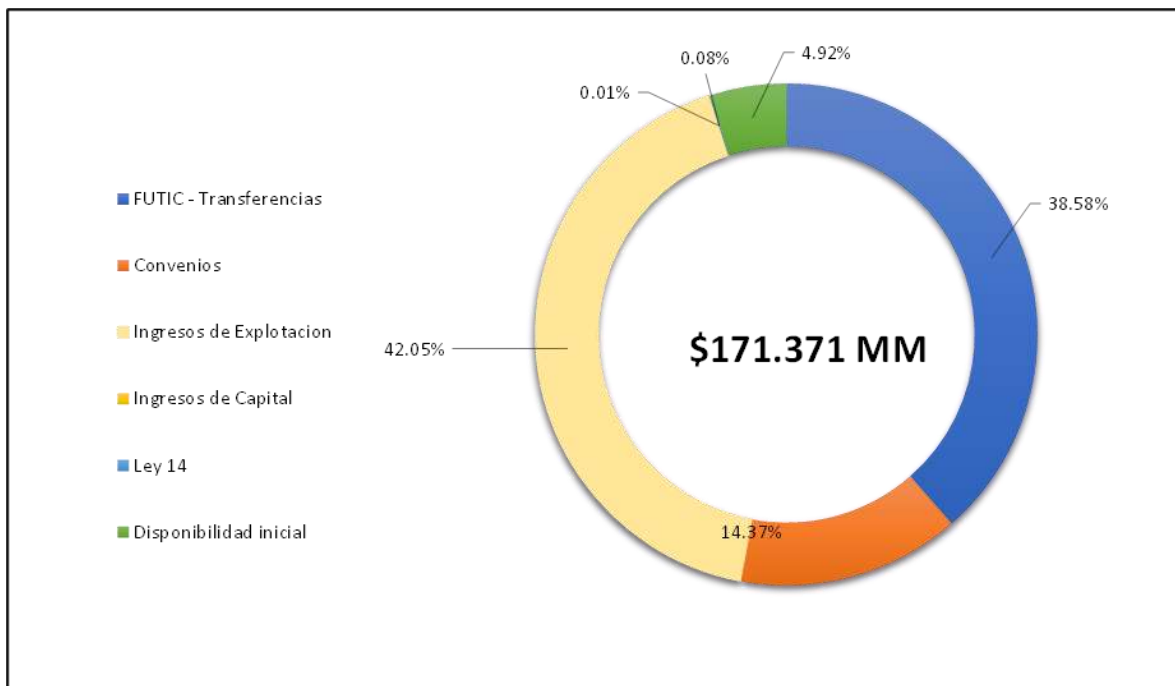
Para establecer la matriz de riesgos 2025, se proyectó en mesas de trabajo individuales con cada proceso, luego de la revisión y análisis de cada riesgo y se identificaron 2 nuevos riesgos, uno de gestión de la producción y otro de gestión documental y seguridad de la información.

2. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

2.1 Ejecución presupuestal

Presupuesto de ingresos:

El recaudo acumulado a diciembre de 2024 ascendió a la suma de \$171.371 MM, equivalente al 80% del total del presupuesto para la vigencia 2024.



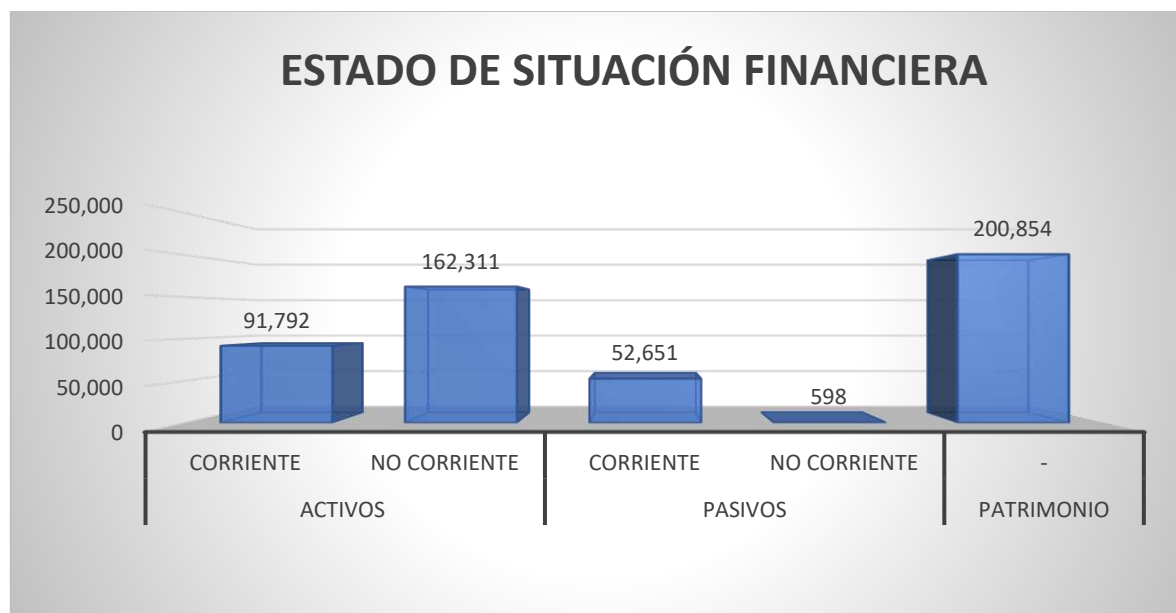
Presupuesto de gastos:

A diciembre de 2024 el total de presupuesto apropiado se situó en \$214.500 MM, de los cuales se comprometió el 98% y se realizaron pagos equivalentes al 85% de las obligaciones registradas a diciembre de 2024.

NOMBRE	TOTAL APROPIADO	DISPONIBILIDADES	COMPROMISOS	OBLIGACIONES	PAGOS
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS	\$ 214,500	\$ 211,637	\$ 210,523	\$ 189,262	\$ 160,392
GASTO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 4,626	\$ 4,170	\$ 4,115	\$ 4,104	\$ 4,091
GASTO DE OPERACIÓN COMERCIAL	\$ 209,874	\$ 207,467	\$ 206,408	\$ 185,159	\$ 156,302

2.2. Estado de situación financiera

Al cierre de la vigencia 2024, el activo total ascendía a la suma de \$254.103 MM, pasivos por valor de \$53.249 MM, y patrimonio por la suma de \$200.854 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 \$117.126 MM.

En la vigencia 2024 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 \$1.571 MM. Cifra que se estima recaudar dentro del primer bimestre de la vigencia 2025.

DIAS	TOTAL	POR VENCER	<= 30	DE 31 A 60	DE 61 A 90	91 ==>
VALOR MM	23,874	22,303	348	1,223	0	0

Otro valor representativo e importante dentro del Activo, es el efectivo y equivalentes al efectivo, que al cierre de la vigencia 2024, refleja un saldo en sus cuentas bancarias por valor de \$12.430 MM. Dicha cifra sumado a los ingresos

pendientes por recaudar permiten cubrir las obligaciones con terceros, generando un disponible por valor de \$1.155 MM para el inicio de la vigencia 2025, dando muestra de la excelente gestión de ventas, control del gasto y demás manejo de recursos durante el 2024.

A diciembre 31 de 2024 el Canal presentaba cuentas por pagar a proveedores por valor de \$27.686 MM, de los cuales \$22.831 MM corresponden a las facturas registradas en el mes de diciembre de 2024.

DIAS	TOTAL	POR VENCER	<= 30	DE 31 A 60	DE 61 A 90	91 ==>
VALOR MM	27,686	22,831	3,158	1,674	22	0

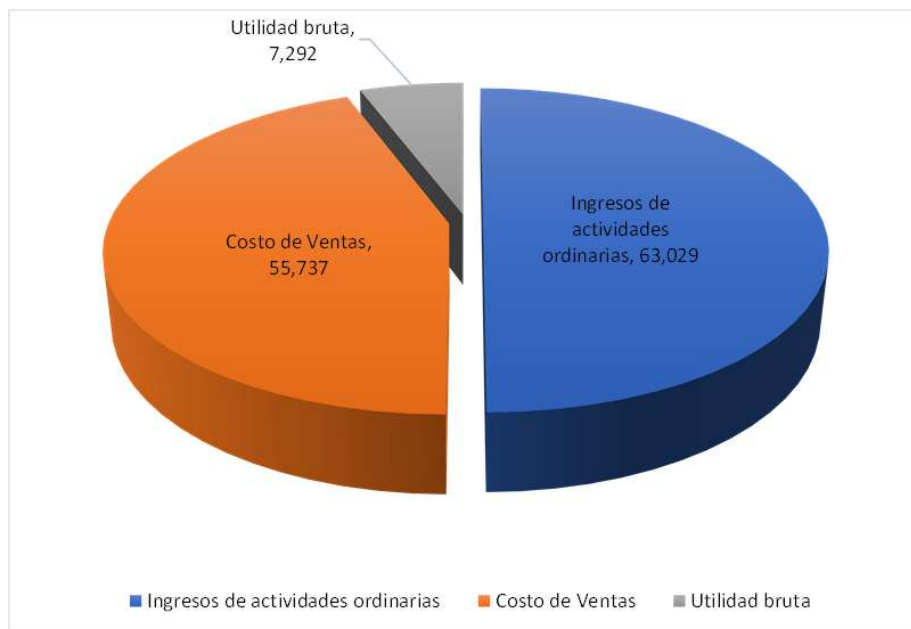
El patrimonio se encuentra conformado, de la siguiente manera:

ACCIONISTAS	NIT.	No. ACCIONES	% PARTICIPACIÓN	VALOR NOMINAL	VALOR PATRIMONIAL
MINTIC	899,999,053	33,717.6	84.071%	8,444,400	170,007,139
DEPTO DEL TOLIMA	800,113,672	40	0.100%	10,000	201,325
DEPTO DEL META	892,000,148	40	0.100%	10,000	201,325
DEPTO DE BOYACA	891,800,498	40	0.100%	10,000	201,325
DEPTO DEL HUILA	800,103,913	80	0.199%	20,000	402,651
DEPTO DEL CAQUETA	800,091,594	40	0.100%	10,000	201,325
DEPTO DEL CASANARE	892,099,216	40	0.100%	10,000	201,325
GOBERNACION DEL PUTUMAYO	800,091,164	40	0.100%	10,000	201,325
DEPTO DE CUNDINAMARCA	899,999,114	6,040	15.03%	1,510,000	30,400,121
DEPTO DE GUAVIARE	800,103,196	40	0.100%	10,000	201,325
TOTAL		40,177.60	100.000%	10,044,400	202,219,188

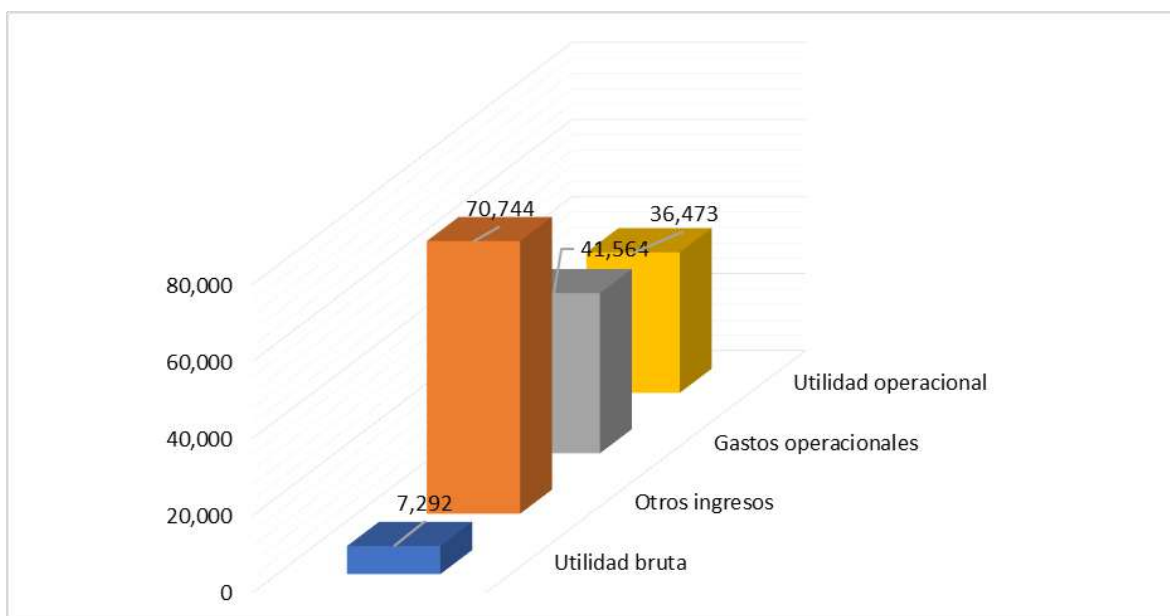
2.3. Estado de resultado integral

Los ingresos percibidos por la venta de servicios ascendieron a la suma de \$63.029 MM, los costos asociados a dichas ventas suman \$55.737 MM, generando una utilidad bruta por valor de \$7.292 MM.





Así mismo, la utilidad operacional para la vigencia 2024, se situó en \$36.473 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.



2.4. 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-21	Dic-22	Dic-23	Dic-24
Capital de Trabajo	\$1.729 MM	\$3.196 MM	\$13.062 MM	\$39.141 MM
Liquidez Corriente	1.27	1.66	1.59	1.74
Margen Operacional	42.2%	14.3%	9.41%	11.47%

Capital de trabajo: Al cierre de la vigencia 2024, el capital de trabajo de la entidad, (activo corriente – pasivo corriente), asciende a la cifra de \$ 39.141 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 2024 se ubicaba en 1.76

Margen operacional: Para la vigencia 2024 se logró mantener un margen de contribución positivo equivalente al 11.47%, garantizando cubrir así, las necesidades de operación y funcionamiento del Canal.

3. OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS SOCIOS

Para la vigencia 2024, 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 \$70.442 MM, como se detalla a continuación:



FUTIC 2024	VALOR MM
Resolución No. 074. Plan de inversión 2024	13,086
Resolución No. 00185 Historias del Cambio	6,251
Resolución No. 00185 Contenidos audiovisuales	1,591
Resolución No. 00185 Jovenes que tranforman	4,958
Resolución No. 00213 No es Hora de Callar	395
Resolución No. 00344 TDT zona sur	4,036
Resolución No. 00377 Caminata de la Solidaridad	450
Resolución No. 00409 Territorios y voces indígenas	1,057
Resolución No. 00501 Previa Caminata de la Solidaridad	200
Resolución No. 00525 Plan de comunicaciones PGCEA 2024	3,227
Resolución No. 00526 Aguaticos	1,887
Resolución No. 00526 Fanpesinos	2,453
Resolución No. 00526 Mi primer sencillo	2,830
Resolución No. 00526 Se busca gamer	2,830
Resolución No. 00629 No es Hora de Callar	355
Resolución No. 00640 Congreso de la Republica 2024	328
Resolución No. 00664 Sin Límites 2024	450
Resolución No. 00675 Producciones audiovisuales multiplataforma	10,000
Resolución No. 00703 Contenidos para el mañana 2024	5,000
Resolución No. 00889 Contenidos región trece 2024	4,500
Resolución No. 01033 Contenidos en acción 2024	7,000
Convenio No. 1022 Apropiación TIC (En tic confío y Teletrabajo)	11,200
Convenio No. 1234 Fomento social	8,224
Convenio No. 2155 Digital IA	7,000
Contrato No. 508. Comunicaciones	4,466
TOTAL OPERACIONES FUTIC 2024	103,774

3.1 ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES 2024

Canal Trece cierra 2024 con un balance extraordinario, celebrando un año lleno de retos superados, premios obtenidos y la consolidación de su rol como un referente esencial en la televisión pública y regional de Colombia. A lo largo del año, el canal se destacó por su firme apuesta a la innovación, la inclusión y la diversidad en su programación, logrando conectar con una audiencia diversa en cada rincón del país.

2024 ha sido un año de grandes logros para Canal Trece, con numerosos premios y galardones que no solo reconocen la calidad de su programación, sino también el impacto de sus estrategias transmedia. Entre los más destacados se encuentran:



Premios India Catalina 2024:

Colombiar fue galardonado como Mejor Reality o Concurso del Año y recibió 9 nominaciones en las categorías de Mejor Producción Juvenil y Mejor Producción Transmedia, destacándose por su formato innovador y cercano a las nuevas generaciones. Nominados: Principio del formulario

Mejor edición: Cuadrilleros Orgullo y Legado // Mi Avatar o Yo

Mejor diseño sonoro: La Banda de Andy // Cuadrilleros Orgullo y Legado

Mejor reality o concurso: Colombiar // Sin Filtros

Mejor musicalización: Cuadrilleros Orgullo y Legado

Mejor producción juvenil: Colombiar

Mejor producción de inclusión social: Territorios y Voces Indígenas

Mejor producción transmedia: Colombiar

Mejor producción transmedia: La banda de Andy

Talento favorito del público: Marce la recicladora, serie Sin Filtros

Premios CRE@TEI 2024:

El Sutil Origen de las Revoluciones se llevó el premio a Mejor Programa Educativo, un reconocimiento a la misión de Canal Trece de ofrecer contenidos que no solo entretienen, sino que también educan y fomentan la reflexión.

Premios TV Awards

En la categoría de Creatividad e Innovación en Televisión, Colombiar recibió el galardón por su enfoque multiplataforma, un logro significativo en un entorno mediático en constante transformación. Nominaciones

Multiplataforma: Colombiar

Animación: La Banda de Andy

Mención de Honor al Premio Nacional de Alta Gerencia 2024

El Departamento Administrativo de la Función Pública otorgó este reconocimiento a La Banda de Andy, destacando su enfoque en la apropiación cultural y su impacto en las comunidades jóvenes.

Premios TAL y Pantalla de Cristal

Colombiar obtuvo el premio a Estrategia de Comunicación Digital.

Un Hogar para Embrujar fue galardonado por su trabajo en el formato de podcast en la categoría Universo Sonoro.

Territorios y Voces Indígenas recibió el reconocimiento en la categoría Identidades Colectivas, destacando la importancia de contar las historias de nuestras comunidades indígenas.

PANTALLA DE CRISTAL – PREMIOS ATEI:

Nominados:

Escenografía Programa de Opinión/Entrevista de Televisión: La Ley de la Relatividad

Logotipo de Medio Público: La Banda de Andy

Tema Musical/Medio Público/ Identificación Medio Público: Colombiar

Ganador: Logotipo de Medio Público: La Banda de Andy.

Premio Regiones Sin Límites del Ministerio TIC

Este galardón premió la contribución de Canal Trece a la ficción regional, destacando su capacidad de innovación y su compromiso con la visibilización de las historias de las regiones colombianas.

Nada que curar

Cielo púrpura

Los 100 días de Aleja

VIOLETA FILM FEST (VFF)

Reconocimiento: Organizaciones inclusivas que marcan la diferencia.



RECONOCIMIENTO DE LAS AGREMIACIONES DE LA PROPIEDAD HORIZONTAL

Canal Trece recibió un reconocimiento por ser el primer y único canal del país en abrir un espacio en el programa Salió el Sol para abordar temas referentes a la Propiedad Horizontal.

PREMIOS PANTALLA DE CRISTAL 2024

Ganamos Los galardones fueron los siguientes:

Valores de Producción en Pantalla: El Colombiano de Keko

Mejor Actor: Juan Cruz por su papel en El Colombiano de Keko

Mejor Documental: Cuadrilleros, Orgullo y Legado

Mejor Fotografía: Guillermo Gómez por Cuadrilleros, orgullo y legado • Mejor Tema

Musical: Colombiar

Innovación Tecnológica y Narrativa:

Un Canal Multiplataforma En 2024, Canal Trece continuó avanzando en su apuesta digital, integrando tecnologías de vanguardia y estrategias transmedia en sus producciones. Este enfoque permitió al canal ampliar su alcance y ofrecer experiencias más completas e interactivas para su audiencia.

Las producciones de este año no solo han logrado capturar la atención en televisión, sino también en plataformas digitales, como podcasts, webseries y otras propuestas que invitan a la audiencia a participar y reflexionar. Estos contenidos no solo entretienen, sino que también generan conversación y fomentan una mayor conexión con el público.

Proyectos que Inspiran y Transforman

Fiel a su misión de ser un agente de cambio social, Canal Trece presentó en 2024 una serie de programas que no solo entretienen, sino que también buscan inspirar y transformar a los espectadores. Entre los estrenos más destacados se encuentran:

- La Ley de la Relatividad: Una serie que mezcla ciencia, humor y reflexiones sobre las relaciones humanas, logrando cautivar a una audiencia joven y diversa.
- El Sutil Origen de las Revoluciones: Una producción que explora la historia y la ciencia desde un enfoque fresco e innovador, ideal para los jóvenes curiosos.
- Mi Primer Sencillo: Un reality musical que tocó el corazón de los colombianos, celebrando la diversidad y enviando un mensaje inspirador sobre los sueños y la música.

Compromiso con las Regiones: Canal Trece en el Corazón de Colombia

Uno de los logros más significativos de 2024 fue el fortalecimiento de la conexión con las comunidades locales. Como canal regional, Canal Trece llevó su programación más allá de las pantallas, creando espacios de encuentro, aprendizaje y participación en diferentes ciudades del país.

Entre los momentos más destacados se encuentran:

- El lanzamiento de la segunda temporada de La Banda de Andy, una estrategia transmedia que incluyó actividades educativas y talleres para niños sobre temas de gran relevancia social, como la prevención de incendios forestales.
- La participación en eventos educativos como el taller de ciberseguridad en Yacopí, donde se estrenó la serie Ciberpaz, promoviendo el uso responsable del internet entre los jóvenes.
- Canal Trece también lideró el primer foro nacional sobre el cese de emisiones analógicas en San José del Guaviare, reafirmando su papel en la modernización de los medios en Colombia.

Una Mirada al Futuro: Más Historias, Más Innovación, Más Colombia

Con este impresionante balance de 2024, Canal Trece se proyecta hacia el 2025 con la firme intención de seguir sorprendiendo y emocionando a su audiencia. Como lo expresó Alejandro Linares, gerente de Canal Trece: "Este ha sido un año inolvidable para Canal Trece. Hemos demostrado que la televisión pública puede ser innovadora, cercana y relevante. Estamos listos para enfrentar los retos del próximo año, con más historias que inspiren y más contenido que celebre lo mejor de Colombia." Canal Trece agradece profundamente a su equipo, a sus aliados estratégicos y, sobre todo, a la audiencia que ha confiado en su trabajo día a día. Invitamos a todos a seguir siendo parte de esta historia en 2025, porque el mejor contenido de la televisión colombiana está por venir. ¡Sigue conectando con lo mejor de Colombia!

3.2 NUESTRA PROGRAMACIÓN

El área de producción de Canal Trece lidera la creación y ejecución de contenidos audiovisuales transmedia, integrando estrategias creativas y operativas. Estos proyectos amplifican la visibilidad de la cultura local, alcanzan diversos segmentos de audiencia y fomentan la participación de los espectadores, ofreciendo

experiencias interactivas y enriquecedoras a través de múltiples plataformas y medios.

Para lograrlo, la producción se enfoca en los aspectos creativo y operativo, utilizando el Design Thinking como herramienta clave. Este enfoque permite diseñar, crear y optimizar contenidos de manera centrada en la audiencia, desarrollando productos innovadores, atractivos y relevantes que responden a las demandas cambiantes del público, generando una conexión emocional más profunda con los espectadores.

Además, este enfoque se aplica en la producción modular, que facilita la creación de contenido diverso. El diseño de la producción se basa en una estructura que guía el desarrollo y ejecución de cada proyecto en sus diversas fases, estableciendo las bases de los procesos y definiendo el paso a paso para la creación de productos. Esto considera el talento humano necesario (según los perfiles de los programas), los equipos técnicos requeridos y los recursos logísticos para cada contenido. En Canal Trece, los diseños de producción se enfocan en las necesidades comunicativas y la eficiencia presupuestal, buscando satisfacer los requisitos de cada proyecto y ofrecer productos de calidad.

Objetivo del proceso: Crear, producir y desarrollar contenidos audiovisuales multiplataforma y/o transmedia con enfoque educativo, cultural, de entretenimiento, periodístico y regional, que respondan a las necesidades del canal y los requerimientos de clientes o aliados. Integrar este enfoque en la producción no solo satisface las demandas cambiantes del público, sino que también permite desarrollar contenidos más atractivos y relevantes para diversos tipos de audiencia, lo que incrementa el impacto y la conexión emocional con los espectadores.

Además, este enfoque se aplica en la producción modular, que facilita la creación de contenido diverso. El diseño de la producción se basa en una estructura que guía el desarrollo y ejecución de cada proyecto en sus diversas fases, estableciendo las bases de los procesos y definiendo el paso a paso para la creación de productos. Esto considera el talento humano necesario (según los perfiles de los programas), los equipos técnicos requeridos y los recursos logísticos para cada contenido. En Canal Trece, los diseños de producción se enfocan en las necesidades comunicativas y la eficiencia presupuestal, buscando satisfacer los requisitos de cada proyecto y ofrecer productos de calidad.

Objetivo del proceso: Crear, producir y desarrollar contenidos audiovisuales multiplataforma y/o transmedia con enfoque educativo, cultural, de entretenimiento, periodístico y regional, que respondan a las necesidades del

canal y los requerimientos de clientes o aliados. Integrar este enfoque en la producción no solo satisface las demandas cambiantes del público, sino que también permite desarrollar contenidos más atractivos y relevantes para diversos tipos de audiencia, lo que incrementa el impacto y la conexión emocional con los espectadores.

Alcance del proceso, dado en tres fases:

Planeación (pre-producción): inicia desde la idea, la planeación y el alistamiento del proyecto, seguido por la grabación o puesta en escena del producto audiovisual, hasta su edición y entrega a los clientes internos y externos para su emisión y/o publicación. En el área de producción se destaca el talento humano, el equipo técnico y los insumos logísticos necesarios para el desarrollo de los contenidos y proyectos audiovisuales.

Gestión (producción): Personal, equipo técnico e insumos logísticos para la grabación o puesta en escena del producto audiovisual.

Control (post-producción): Revisión, control de calidad, edición, control de contenidos y entrega a los clientes internos y externos para su emisión y/o publicación.

En la parrilla 2024, nuestra programación refleja el compromiso con una línea editorial centrada en el optimismo, la cohesión social y el desarrollo regional. A través de nuestros programas, abordamos temas clave como la cultura, la educación, el medio ambiente, la tecnología, la música, los temas juveniles y los informativos, siempre destacando las tradiciones y emprendimientos locales. Cada uno de nuestros espacios está diseñado para promover el debate, fomentar el pensamiento crítico y brindar una plataforma donde la audiencia pueda conocer y compartir las realidades de las 14 regiones que cubrimos. A continuación, presentaremos los programas que reflejan esta visión, ofreciendo contenidos que informan, entretienen y educan a nuestra audiencia. Para la vigencia de 2024, se desarrollaron y produjeron todos los programas, contenidos y capítulos comprometidos en la Resolución 074 de 2024 del Fondo Único de las TIC, correspondientes a los siguientes programas:

Inbox Trece se ha consolidado como un espacio interactivo y cultural de gran impacto entre los jóvenes, destacándose por su enfoque innovador y dinámico que abarca música, danza, arte y producción audiovisual. Con un incremento notable en la audiencia, especialmente en los lunes, miércoles y viernes, el programa fomenta la participación de colegios y universidades, promoviendo el emprendimiento juvenil y el reconocimiento de la cultura juvenil. A través de

contenidos alineados con las tendencias más relevantes, como la cultura geek, gamer, K-pop, anime y cosplay, "Inbox Trece" ha logrado aumentar la interacción digital y viralización en redes sociales como TikTok e Instagram. Además, destaca talentos y proyectos creativos de los jóvenes, celebrando sus contribuciones en áreas como tecnología, danza, música y arte, consolidándose como una plataforma clave para el fomento de la creatividad y el emprendimiento juvenil.

El podcast y Music for Life se han consolidado como referentes clave en la promoción de la música y la cultura alternativa, destacándose por su capacidad para atraer audiencias diversas y su enfoque en géneros emergentes. Ambos espacios han logrado posicionarse como líderes en consumo gracias a sus contenidos exclusivos y de alta calidad, que incluyen entrevistas con artistas internacionales como Moby, Rauw Alejandro, Lenny Kravitz, y muchos más. A través de colaboraciones estratégicas con eventos icónicos como Rock al Parque, Hip Hop al Parque, Jazz al Parque y Estéreo Picnic, han fortalecido su presencia en el ámbito musical, ampliando su alcance tanto en televisión como en plataformas digitales como YouTube, TikTok e Instagram. Además, su enfoque en temas como la identidad, el feminismo y la fusión de géneros ha permitido que ambos programas se conviertan en plataformas esenciales para la promoción de nuevos talentos y el reconocimiento de la música local.

Enlace Trece ha consolidado su posición como un informativo innovador que inspira y conecta con su diversa audiencia, destacándose por su enfoque en historias de vida y reportajes que perduran. Con una red de corresponsales en 14 departamentos y un equipo de periodistas en Bogotá, el programa ofrece contenido relevante y conmovedor que resalta la solidaridad, resiliencia y optimismo. Su formato multiplataforma, con cápsulas en redes sociales, página web y WhatsApp, ha aumentado significativamente su accesibilidad y alcance, logrando mantener informada a una audiencia amplia, desde familias y profesionales hasta jóvenes millennials y la Generación Z. Enlace Trece se ha consolidado como un referente en la televisión y el ámbito digital, con un impacto positivo en la comunidad, promoviendo noticias de calidad y ofreciendo una ventana a las historias más inspiradoras del país.

La serie documental Magnífica Región Trece ha logrado consolidarse como un referente en la promoción del turismo sostenible y la valorización cultural de Colombia. Su enfoque narrativo ha impulsado el desarrollo turístico al destacar los sitios más emblemáticos y los emprendimientos locales, contribuyendo al fortalecimiento de la economía regional. Además, al rescatar y preservar tradiciones, festividades y saberes ancestrales, ha fomentado el orgullo cultural y la identidad de las comunidades locales. En el ámbito digital, la serie ha

experimentado un notable incremento de alcance, alcanzando a un público diverso a través de plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, lo que ha permitido visibilizar la riqueza cultural y natural de las 14 regiones de Colombia y consolidar un mayor interés en temas turísticos y culturales.

Toma el Control ha logrado consolidarse como un programa fundamental en la promoción de la inclusión y la participación ciudadana en Canal Trece. A través de la conducción de Christian Briceño, periodista sordo, el programa se ha convertido en un referente para la representación de comunidades diversas, ofreciendo una plataforma inclusiva en la televisión colombiana. Este logro ha fortalecido la interacción directa con la audiencia, abordando inquietudes sobre contenidos y producción televisiva, y fomentando debates que promueven la participación de los televidentes. Además, ha visibilizado temas clave de la industria audiovisual, contribuyendo al análisis crítico de los contenidos mediáticos y asegurando el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la protección al televidente.

La segunda temporada de La Banda de Andy ha sido un éxito rotundo, integrando de manera efectiva contenido en múltiples plataformas y destacándose por su enfoque en la conservación del medio ambiente y la promoción del turismo nacional. Protagonizada por Andy, un oso de anteojos, la serie ha educado a los niños sobre la biodiversidad de Colombia, creando una experiencia interactiva que combina lo análogo y lo digital.

Gracias a su participación en colegios, actividades interactivas con códigos QR, y canciones memorables, la serie ha logrado conectar profundamente con una audiencia diversa. Además, su página web, que incluye los capítulos, juegos, personajes y canciones, permite a los niños subir videos bailando y cantando las canciones de La Banda de Andy, lo que ha reforzado aún más la conexión con el público. Este enfoque transmedia ha convertido a la serie en una experiencia educativa única, llevando el mensaje sobre el cuidado del medio ambiente y la importancia de preservar las maravillas naturales del país.

La serie ha sido reconocida por su excelencia en producción, recibiendo varios premios y nominaciones, como el Premio Pantalla de Cristal al Mejor Logotipo, así como nominaciones en los Premios India Catalina en las categorías de Mejor Estrategia Transmedia y Mejor Diseño Sonoro, consolidando su impacto en la educación ambiental y en el ámbito audiovisual infantil.

La serie Very Well ha logrado consolidarse como una innovadora propuesta en la educación del inglés, con un enfoque dinámico y entretenido. Mediante relatos

cómicos y situaciones prácticas del sector turístico, ha facilitado el aprendizaje del idioma de una manera accesible y divertida, especialmente dirigida a quienes trabajan en el turismo en Colombia. Esta serie no solo cumple con su objetivo educativo, sino que también celebra la cultura local, promoviendo el desarrollo de habilidades comunicativas esenciales para mejorar la calidad del servicio en la industria turística.

Gracias a su enfoque innovador, Very Well ha logrado integrar el aprendizaje del inglés en un contexto ameno y de fácil comprensión, con un fuerte énfasis en la interacción con turistas angloparlantes. Además, al incorporar elementos representativos de la región, la serie fomenta el sentido de pertenencia y orgullo cultural entre los espectadores, al mismo tiempo que enriquece su conocimiento del idioma.

La serie Capacidades Diversas ha logrado un impacto significativo al visibilizar las historias de personas en condición de discapacidad, desafiando estereotipos y promoviendo una representación inclusiva en los medios de comunicación. Con un conductor en situación de discapacidad, esta serie empodera a quienes tradicionalmente han sido marginados, dando voz a un grupo históricamente excluido y fomentando la igualdad de oportunidades y el respeto hacia todas las personas, independientemente de su condición.

Gracias a su enfoque educativo y sensibilizador, Capacidades Diversas contribuye a un cambio cultural profundo, inspirando una mayor conciencia social sobre la diversidad funcional. La serie tiene el potencial de transformar la percepción pública sobre las personas con discapacidad, presentándolas desde una perspectiva positiva y respetuosa, y promoviendo así la inclusión social y la diversidad en todos los aspectos de la vida cotidiana.

Es importante resaltar que, aunque los programas "Salió el Sol" y la franja deportiva no forman parte de la Resolución 074, siguen siendo una parte integral de nuestra programación y están alineados con la misma visión editorial que impulsa nuestra oferta de contenidos.

Franja deportiva, se destacaron programas como Super Hinchas, Contra Golpe, Tribuna Trece y Campo de Juego, que ofrecieron entretenimiento y análisis sobre eventos deportivos, resultados, lesiones y transferencias. Además, se realizaron especiales sobre la final de la Liga Profesional Colombiana 1, la Copa América y los Juegos Paralímpicos París 2024, logrando captar una mayor audiencia gracias a que son eventos de gran interés.

Salió el sol: se ha consolidado como un magazín matutino exitoso que irradia energía positiva y buena vibra, ofreciendo a los televidentes una forma optimista de comenzar el día. Inspirado en la sensación de despertar con el sol, el programa ha logrado captar la atención de una audiencia diversa, desde jóvenes hasta adultos, brindando entretenimiento y contenido relevante que genera un impacto positivo. Su franja más destacada, "El momento de la Música", con presentaciones de artistas en vivo, ha sido especialmente bien recibida, convirtiéndose en el punto culminante del programa. Con un promedio de 69 mil espectadores, Salió el Sol ha logrado conectar con su audiencia tanto en televisión como en plataformas digitales, cumpliendo su misión de motivar y alegrar a los televidentes cada mañana.

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 en diferentes ciudades del país. Entre los momentos más destacados se encuentran:

El lanzamiento de la segunda temporada de La Banda de Andy, una estrategia transmedia que incluyó actividades educativas y talleres para niños sobre temas de gran relevancia social, como el cuidado del medio ambiente.

La participación en eventos educativos, como el taller de ciberseguridad en Yacopí, donde se estrenó la serie Ciberpaz, promoviendo el uso responsable de internet entre los jóvenes.

Canal Trece también lideró el primer foro nacional sobre el cese de emisiones analógicas en San José del Guaviare, reafirmando su papel en la modernización de los medios en Colombia.

Canal Trece continuó avanzando en su apuesta digital, integrando tecnologías de vanguardia y estrategias transmedia en sus producciones. Este enfoque permitió al canal ampliar su alcance y ofrecer experiencias más completas e interactivas a su audiencia, como lo demuestra su aplicación Trece Plus. Además, en cuanto a los recursos de inversión, se lograron los siguientes resultados de los programas In house:

PROGRAMA / PROYECTO	# TOTAL DE CAPÍTULO PRODUCIDOS	# TOTAL DE CAPÍTULO COMPROMETIDOS RESOLUCIÓN 074
Inbox trece	376	184
Enlace trece	343	150



Especiales Enlace Trece	22	
El pod cast	55	44
Magnifica región Trece	101	81
Music for life con Julio	33	196
Music for life top de los famosos	35	
Music for life emergentes	36	
Music for life resonantes	33	
Music for life top trece	60	
Music for life hasta las trece	33	
Music for life directo al corazon	17	
Toma el control	55	53
Tribuna trece	13	
Salio el sol	168	
Contra golpe	40	
Super hinchas	141	
Campo de juego	122	
Documental "penyair"	1	
Documental "SÉPTIMA PINCELADA"	1	
Documental "FUENTE DE VIDA LECHE MATERNA"	1	
Documental "SABORES DEL AMAZONAS"	1	
Documental "MAFE"	1	
Documental "vibrar"	1	
Transmisión del lanzamiento de "colombiar"	1	



Transmisión del Lanzamiento del documental transmedia “No es hora de Callar”	1	
Transmisión del lanzamiento de la miniserie “sembrando vida”	1	
Transmisión del conversatorio de la “Banda de andy”	1	
Transmisión del conversatorio del “buen vivir”	1	

Es importante resaltar la ejecución de servicios de producción para clientes, terceros y aliados, destacándose lo siguiente:

Transmisión de los Lanzamientos MinTIC: Canal Trece cubrió este evento, que destacó producciones de canales públicos y rindió un emotivo homenaje a los actores colombianos más destacados.

Rendición de Cuentas de la Defensoría del Pueblo: El canal transmitió este espacio, donde se reflexionó sobre los logros alcanzados en la defensa de los derechos humanos en Colombia.

Especial de Andrés López: Canal Trece presentó un especial del comediante Andrés López, brindando entretenimiento de calidad a la audiencia.

Transmisión de los Conversatorios de Observacom: Durante dos días, el canal transmitió conversatorios con expertos de Brasil, Colombia y México sobre los avances tecnológicos y su impacto en los medios de comunicación.

Transmisión de los Premios Bravos: Canal Trece transmitió los Premios Bravos, un evento que reconoció la excelencia en la industria cultural y audiovisual.

Se realizó la transmisión de los premios tal

Se realizó la transmisión de la tercera jornada de la FMS world series de. Freestyle.

Durante el período de gestión, Canal Trece desarrolló una serie de proyectos especiales con el objetivo de enriquecer su programación, promover la cultura y fomentar la reflexión sobre temas relevantes para la sociedad. Se transmitieron eventos como Meta es Trece, el Festival Internacional de la Cultura Campesina y la Media Maratón de Cundinamarca. También se incluyó el lanzamiento de “No es Hora de Callar”, con una transmisión en vivo que destacó el testimonio de Jineth



Bedoya sobre la violencia de género; un conversatorio sobre la transformación de la animación infantil en el marco del FICCI, que acercó el proyecto "La Banda de Andy" a los barrios populares de Cartagena; y el conversatorio "Una App en Mi Cabeza", que exploró las interacciones entre las nuevas tecnologías y los formatos televisivos tradicionales. Además, se lanzó la serie "KEKO", con una proyección cautivadora, y las series "Super Ma" y "Historias de Cambio", que resaltan historias de superación personal y cambios significativos en la sociedad. También se transmitieron el lanzamiento de las series "Super Pa" y "Abre Cámara", que ofrecieron una visión integral de los temas sociales y políticos más relevantes. Canal Trece participó en la BAM (Bogotá Audiovisual Market), donde se realizaron importantes conversatorios sobre la industria audiovisual. Además, se transmitieron conferencias de "Colombia 4.0", como la conferencia Democracia Digital en la era de la IA, presentada por Audrey Tang, y IA para Todos: Navegando, Construyendo y Prosperando en la Era de la IA, con Alex Jaimes, Ph.D. En el ámbito deportivo, se transmitió el Mundial de Fútbol de Salón. Así mismo, se produjeron cinco documentales.

Este enfoque en la producción y transmisión de eventos clave consolidó a Canal Trece como un actor relevante, ofreciendo contenido de calidad y fortaleciendo su papel en el ámbito cultural y mediático. Además, nuestras producciones lograron obtener varios reconocimientos:

Fuimos galardonados en el Festival Pantalla de Cristal en Ciudad de México en 2025, con las producciones realizadas en 2024. Estos premios incluyen:

Mejor Tema Musical: Colombiar

Mejor Documental: Cuadrilleros: Orgullo y Legado

Mejor Fotografía: Guillermo Gómez por Cuadrilleros: Orgullo y Legado

Mejor Actor: Juan Cruz por El Colombiano de Keko

Valores de Producción: Pantalla El Colombiano de Keko

Premios India Catalina 2024:

Colombiar fue galardonado como Mejor Reality o Concurso del Año y recibió nominaciones en las categorías de Mejor Producción Juvenil y Mejor Producción Transmedia, destacándose por su formato innovador y su cercanía con las nuevas generaciones.

Premios CRE@TEI 2024:

El Sutil Origen de las Revoluciones se llevó el premio a Mejor Programa Educativo, un reconocimiento a la misión de Canal Trece de ofrecer contenidos que no solo entretienen, sino que también educan y fomentan la reflexión.

Premios TV Awards:

En la categoría Creatividad e Innovación en Televisión, Colombiar recibió el galardón por su enfoque multiplataforma, un logro significativo en un entorno mediático en constante transformación.

Mención de Honor al Premio Nacional de Alta Gerencia 2024:

El Departamento Administrativo de la Función Pública otorgó este reconocimiento a La Banda de Andy, destacando su enfoque en la apropiación cultural y su impacto en las comunidades jóvenes.

Premios TAL y Pantalla de Cristal:

Colombiar obtuvo el premio a Estrategia de Comunicación Digital.

Un Hogar para Embrujar fue galardonado por su trabajo en el formato de podcast en la categoría Universo Sonoro.

Territorios y Voces Indígenas recibió el reconocimiento en la categoría Identidades Colectivas, destacando la importancia de contar las historias de nuestras comunidades indígenas.

Premio Regiones Sin Límites del Ministerio TIC:

Este galardón premió la contribución de Canal Trece a la ficción regional, destacando su capacidad de innovación y su compromiso con la visibilización de las historias de las regiones colombianas.

Durante la vigencia se recibieron más de 100 discos duros de las distintas dependencias del canal. Se recibieron y organizaron releases de más de 1600 capítulos.

ACTIVIDADES ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES:

Se enviaron a archivo profundo más de 3200 capítulos de un total de más de 120 proyectos, correspondientes a más de 7000 archivos y a más de 2700 horas de video. Lo anterior, fue enviado al archivo profundo en cintas LTO-8.

Se agregó la metadata de más de 1400 archivos en el AVECO proporcionados en las Fichas de programas In-House. Se aumentó en más del 50% los archivos y capítulos salvaguardados respecto a 2023, logrando una mejora en la eficiencia y eficacia en el proceso de almacenamiento en el archivo profundo.

Logramos revisar el registro de copia legal correspondiente al último trimestre de la vigencia 2023 y, la totalidad de los días de copia legal de la vigencia 2024.

ACTIVIDADES CONSERVACIÓN Y CUSTODIA DE CONTENIDOS:

Inventario con la totalidad de 447 discos duros registrados y custodiados por la Videoteca, 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. Durante la vigencia, se implementaron las brigadas de limpieza que permitieron mantener la estantería y los espacios en los que se almacenan soportes audiovisuales (discos duros y cintas LTO). Teniendo como resultado la realización de 11 jornadas de limpieza.

ACTIVIDADES SELECCIÓN Y DESCARTE DE CONTENIDOS:

Se logró contar con un reporte completo del contenido alojado en el dispositivo: Digital del Aveco (más de 21.000 registros).

Se logró la búsqueda, revisión y consolidación de las mejores versiones en cuestión de calidad (audio y video) de la totalidad de capítulos de la primera temporada de Profesor Súper O. De igual manera, los capítulos fueron enviados a archivo profundo.

ACTIVIDADES ACCESO A USUARIOS:

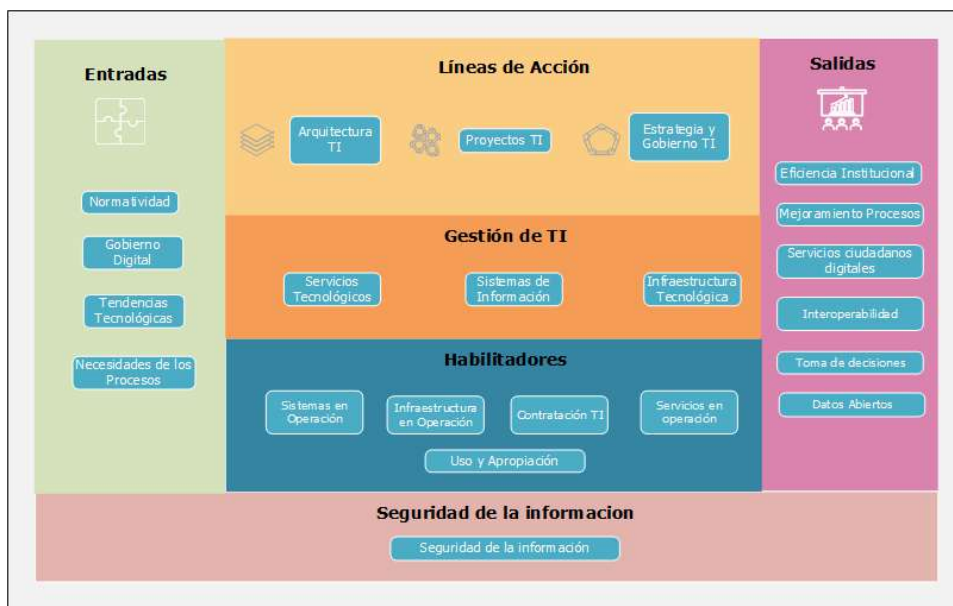
Se realizó una revisión general de la metadata generada en 2023, haciendo los ajustes pertinentes para cerrar este proceso. Se realizó la metadata básica de 1547 capítulos de los siguientes proyectos de producción InHouse 2024: metadata de coproducciones 2023, generando la metadata de 131 capítulos.

Se realizó la gestión para la atención de más de 100 solicitudes internas y externas recibidas a través de la cuenta: videoteca@canaltrece.com.co.

Se realizó la gestión para la atención de más de 40 solicitudes recibidas a través de la herramienta ticket. - Se realizó la gestión para la atención de más de 20 solicitudes recibidas a través de PQR. OTT: Se realizó la carga y metadata de 20 proyectos en Trece Plus.

3.3 GESTIÓN TECNOLOGÍAS CONVERGENTES

Somos un proceso dentro de la gestión de tecnologías convergentes, responsable de la infraestructura, sistemas y servicios tecnológicos que soportan transversalmente todos los procesos de la entidad. Fungimos como pilar en el desarrollo de actividades estratégicas para el mejoramiento interno y externo, haciendo uso de diferentes tendencias tecnológicas enfocadas en la transformación digital.



Arquitectura de funcionamiento

La figura muestra la arquitectura de funcionamiento del proceso de tecnologías convergentes. De izquierda a derecha se hace mención inicialmente a las entradas como componentes base para el trabajo del proceso alineados sobre aspectos normativos, tendencias tecnológicas, necesidades de los procesos y las líneas de acción definidas por la política de gobierno digital.

Al centro de la figura están las líneas de acción, componentes que permiten diseñar y desplegar las diferentes estrategias e iniciativas para el mejoramiento de servicios tecnológicos, sistemas de información e infraestructura tecnológica presentes en la capa de gestión de TI. Los habilitadores permiten la gestión de las líneas de acción con relación a la operación de TI asociadas a instrumentos como procedimientos, manuales, guías, entre otros relacionados, apalancados de procesos de contratación para dar continuidad a los mismos, incluye el componente de uso y apropiación para la gestión del cambio y formación en temas de TI a todos los colaboradores de la entidad.

Como salidas se despliegan los componentes que describen la eficiencia institucional y el mejoramiento de procesos, a través del diseño e implementación de proyectos de alto impacto para la entidad con el fin de aumentar la eficiencia en las actividades clave de los procesos. Así mismo, componentes referidos a los servicios ciudadanos digitales, la toma de decisiones y los datos abiertos, dan cuenta de cómo se pretende fortalecer la relación con los ciudadanos a través de medios tecnológicos, llevando al Canal a desarrollar ejercicios a través de tecnologías de la cuarta revolución con el fin de entregar contenidos de calidad e información al servicio de la ciudadanía.

Por último, la capa de seguridad de la información está enmarcada para todos los componentes de la arquitectura como pilar en la conservación y preservación de los activos de información haciendo uso de los instrumentos y estándares apropiados.

Gestión de gobierno digital:

Dentro de los aspectos estratégicos que dominan la gestión de TI, la entidad desde el año 2016 ha realizado la implementación de la política de gobierno digital a través del entendimiento, diseño, desarrollo e implementación de diferentes instrumentos que permitan garantizar la transformación institucional apalancada por el uso de medios tecnológicos en los procesos internos y de cara al ciudadano.

A través de un ejercicio de valoración sobre la implementación de los habilitadores de la política de gobierno digital en concordancia con los resultados obtenidos en el diligenciamiento del Formulario Único de Reportes y Avances de Gestión (FURAG), la entidad para la vigencia 2022 obtuvo una calificación de 85.1 sobre el valor máximo de referencia de 96.4, y superando el promedio del sector evaluado en un 82,18.

Esto corresponde al fortalecimiento de instrumentos, políticas, desarrollo de proyectos e iniciativas en aspectos tales como Integridad, Planeación Institucional, Compras y Contratación Pública, Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de procesos, Gobierno Digital, Servicio al ciudadano, Participación Ciudadana en la Gestión Pública, Seguimiento y Evaluación del Desempeño Institucional, Transparencia, Acceso a la Información y lucha contra la corrupción, Gestión Documental, Gestión del Conocimiento y Control Interno.

Emisión e Infraestructura De Televisión

Proceso perteneciente a Gestión de Tecnología Convergente, el cual tiene a cargo el despliegue y operación de la infraestructura para la realización de contenido audiovisual, especificado en actividades de instalación, soporte y mantenimiento, así como sobre el diseño de proyectos de transformación que permitan maximizar la capacidad instalada para entregar a las audiencias mejores contenidos producidos con recursos y tendencias tecnológicas vigentes en la industria.

Este proceso está conformado por el equipo técnico y humano para la operación del master de emisión quien recibe el material finalizado para ser difundido a través de señal abierta a los 14 departamentos de la zona de influencia, en cable operadores y sobre la red de televisión digital terrestre (TDT); de igual forma el proceso tiene a cargo las actividades de postproducción a partir de la

administración de las salas que permiten la ingesta del materia capturado por diferentes fuentes con el fin de ser editadas por equipos especializados.

Adicional a esto, se realiza la administración del master de producción y equipos de estudio los cuales permiten controlar los productos audiovisuales realizados en el estudio de televisión y exteriores. Por último, el proceso de emisión e infraestructura de televisión tiene a cargo el inventario, asignación, control y mantenimiento de los elementos ubicados en el almacén técnico, tales como cámaras de reporteria, fotográficas, luces, baterías, maletas de transmisión y todas aquellas utilizadas de mayoría en exteriores.

Principales Logros:

- Gestión, preservación y mantenimiento de la infraestructura tecnológica de emisión, postproducción y producción de la entidad, con una disponibilidad del 99.9% de servicios, sistemas y componentes desplegados para la realización de contenido audiovisual.
- Fortalecimiento de la capacidad instalada con la adquisición de elementos que permitan fortalecer los contenidos producidos en estudio y exteriores. Así mismo, adquisición de equipos para robustecer los equipos de postproducción.
- Desarrollo de las actividades concernientes a garantizar la operación, administración y mantenimiento de la red analógica de estaciones del canal, procurando su debida operación y realizando atención a fallas presentadas.
- Diseño de proyectos para la gestión de videoteca, generación de copias de seguridad archivo profundo y flujo de emisión.



3.4 ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES

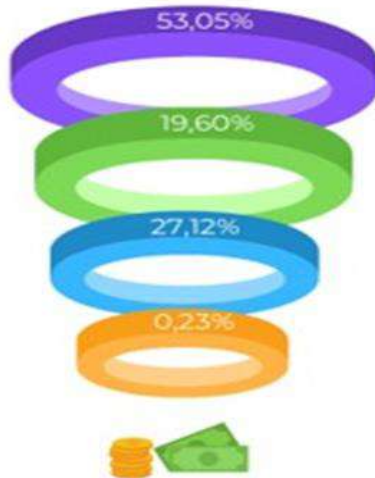


Comparativo en ventas

Se logro incrementar las ventas de servicios del canal pasando de \$25.284.150.878 en el año 2022, a vender \$98.647.998 en el año 2023 y en el año 2024 el valor 184.011.707.524.



VENTAS 2024



- 1 CONTRATOS INTERADMINISTRATIVOS**
\$ 97.625.668.199
- 2 CONVENIOS INTERADMINISTRATIVOS**
\$ 36.058.419.743
- 3 RESOLUCIONES**
\$ 49.900.781.953
- 4 EMISIÓN Y COMERCIALIZADORA**
\$ 426.837.630

Tr=ce

FUENTE	VR INGRESO TOTAL 2024
CONTRATOS	\$ 97,625,668,199
CONVENIOS	\$ 36,058,419,743
RESOLUCIONES	\$ 49,900,781,953
COMERCIALIZADORAS	\$ 22,959,961
EMISION	\$ 403,877,669
TOTAL INGRESO 2024	\$ 184,011,707,524.54

VENTAS 2023



TIPO	VALOR	PORCENTAJE
Contratos interadministrativos	\$ 46.539.593.772	47,2%
convenios interadministrativos	\$ 27.124.050.293	27,50%
Resoluciones	\$ 24.745.894.414	25,1%
Ordenes de pauta	\$ 238.459.632	0,2%
TOTAL	\$ 98.647.998.111	100%



LÍNEA /VIGENCIA	2021	2022	2023
ATL	\$ 3.200.000.000	\$ 7.127.593.563	\$4.061.777.165
BTL	\$ 877.499.999	\$ 1.674.050.065	\$37.760.605.934
PRODUCCIÓN	\$ 17.320.301.445	\$16.018.841.991	\$19.808.515.200
EMISIÓN	\$ 336.734.614	\$ 463.665.259	\$ 428.184.548
LICENCIAS	\$ 89.600.000	\$ -	\$ -
RESOLUCIONES	\$ 0	\$ 0	\$36.588.915.264
TOTAL	\$ 21.824.136.058	\$25.284.150.878	\$98.647.998.111

Otros logros comerciales

Alianzas:

Para la vigencia 2024 se suscribieron 75 alianzas estratégicas agrupadas en festivales, institucionales, musicales y culturales, gestión misional y medios de comunicación regional cumpliendo así la meta prevista para la vigencia.

Institucionales:

Dentro de estas se encuentran entidades como; Gobernación de Cundinamarca, BAM (Bogotá Audiovisual Market). Festival Nacional de Música, entre otras, que permitieron fortalecer las relaciones institucionales con entidades del sector cultural y regional.





Musicales y culturales:

Dentro de estos se resaltan, Festival Turístico, Reinado Nacional de la Panela, Festival Mangostino de Oro, Ferias y fiestas de Huila, Ibagué y Casanare, BIME y Corferias 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.

Gestión Misional:

Se resaltan Red Bull – Batalla final, con quienes logramos tener el contenido exclusivo para las pantallas de canal trece. Marcas como Koaj, Rockgota, NAF NAF, Abril, Nuestro Bogotá, Mundo Aventura, entre otras que permitieron fortalecer las producciones in house del canal mejorando su factura.



Medios:

Dentro de esto se resaltan las alianzas con 4 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 Zipa Exiliados.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS:

Para el primer trimestre del 2024 se conto con presencia de la marca en 4 eventos culturales (FilBo, Carnaval de Negros y Blancos, Festival de Villeta y Festival Nacional de Musica Colombiana) y 1 evento de la industria audiovisual (FICCI)

Para el segundo trimestre del 2024 se conto con presencia de la marca en 4 eventos culturales como: Comiccon, festival del Bambuco, San Juan y San Pedro en Neiva, día del Padre Plaza Central y actividad de activación de marca con Andres Lopez.

Para el tercer trimestre del 2024 se conto con presencia de la marca en 4 eventos culturales como: Rap al parque, Festival Cordillera, Caminata de la solidaridad, El concierto más esperado del año en Guaduas. Cumpliendo así con la meta prevista durante la vigencia 2024

Para el cuarto trimestre del 2024 se conto con presencia de la marca en 6 eventos culturales como: Lanzamiento de Capacidades Diversas, Festival del Fuego, Lanzamiento de la TDT en San Jose del Guaviare, Evento musical en Villa Pinzon, Lanzamiento en Villavicencio y acompañamiento de evento Mintic en Yacopi. Cumpliendo y superando la meta prevista durante la vigencia 2024

EVENTOS INTERNOS:

Dentro de los eventos internos de la entidad se resaltan la celebración de los 25 años del Canal, celebración del día de los niños y actividad de fin de año.



CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La entidad durante la vigencia 2024 dio aplicación y cumplimiento a la ley 1712 de 2014 atendiendo al principio de transparencia. En este se publicaron todos los planes y seguimientos correspondientes en la pestaña de transparencia en la pagina web

En cumplimiento del Decreto 1406 de 1999 en sus artículos 11 y 12 nos permitimos informar que Teveandina S.A.S., durante el período, canceló oportunamente los aportes a la seguridad social.

Que en cumplimiento del artículo 87 de la Ley 1676 de agosto 20 de 2013, dejamos constancia que la administración de la sociedad no entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.

De acuerdo con lo establecido en la Ley 222 de 1995, copia de este informe de gestión fue entregado oportunamente a la Revisoría Fiscal, para que en su dictamen informe sobre su concordancia con los Estados Financieros.

4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

4.1 Suministros, Recursos Físicos y Mantenimiento

SERVICIOS PUBLICOS:

Para la vigencia 2024 Teveandina SAS cuenta con la prestación de los servicios públicos relacionados a continuación en la sede CAN y Soledad, los cuales son utilizados como una herramienta para el normal desarrollo de las actividades de la entidad, los mismos se encuentran sujetos a una variación de acuerdo con las necesidades del Canal.

CODENSA SOLEDAD, ACUEDUCTO SOLEDAD, TIGO- UNE TEL, TIGO- UNE TRONCAL SIP, CLARO INTERNET CAN, CODENSA CAN, ACUEDUCTO CAN, CLARO TELEFONÍA CAN, CLARO INTERNET SOLEDAD, CLARO INTERNET CAN- ESTUDIO, DIRECTV CAN, CLARO TELEVISIÓN CAN, MOVISTAR TELEVISIÓN CAN, ASEO ZONAS COMUNES RTVC, ALCANTARILLADO SOLEDAD, ALCANTARILLADO CAN, ASEO LIME SOLEDAD, ASEO LIME CAN.

Cabe mencionar que los servicios públicos de luz, acueducto, alcantarillado y aseo de zonas comunes de la sede CAN se tramitan mediante el ACTA DE COMPROMISO No. 01 DE 2013, TEVEANDINA S.A.S. y RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC, bajo esta acta se acuerda que se realizara la facturación correspondiente a los consumos realizados por la entidad para su normal funcionamiento.

SUMINISTROS Y ACTIVOS FIJOS:

El proceso de suministros y activos fijos hace parte de la gestión de recursos físicos, cuyo objetivo principal es el control y administración de los recursos e inventarios para el buen funcionamiento de la entidad.

Para lo anterior, el canal cuenta con un manual de inventarios y procedimientos que permiten tener mayor control de los recursos asignados para tal fin.

A continuación, se relacionan las actividades realizadas durante la vigencia 2024:

Actividades ejecutadas:

Se realizó el mantenimiento locativo de las oficinas de la sede CAN y Soledad con el fin de habilitar espacios adicionales para ser utilizados por el personal de la entidad.

Se realizó el mantenimiento locativo y estructural de la cubierta del estudio de la sede Soledad, de la cubierta del Hangar sede CAN, cubierta del máster de producción de la sede CAN y adecuación de los espacios para el máster de producción de la sede Soledad. Lo anterior bajo el contrato 571 de 2024

Se realizó la adecuación del tejado de la sede la Soledad bajo el contrato de suministros 616 de 2024

Compra de sillas para la renovación de mobiliario de la entidad, esto para poder brindar mejores espacios a los colaboradores y contratistas del canal

Mantenimiento de la móvil de la entidad con el fin de poder utilizarla para fines comerciales y transporte de equipos.

Mantenimiento canales y bajantes de la sede CAN y sede la Soledad con el fin de evitar filtraciones.

Conclusiones:

Con la programación y ejecución de los mantenimientos locativos se garantiza que las instalaciones de la entidad se encuentren en buen estado y óptimas condiciones, ya que esto permite contar con un buen ambiente laboral y la correcta ejecución de las actividades derivadas de los procesos del canal para el normal funcionamiento de la entidad

Con la compra del nuevo mobiliario (sillas) se garantiza contar con mejores espacios para y mejor ambiente laboral

El mantenimiento locativo y estructural se garantiza que los espacios del canal estén en las mejores condiciones con el fin de no afectar la correcta operación del canal

Con el mantenimiento de las bajantes y canales de la sede CAN y sede la Soledad se mitigan las posibles filtraciones derivadas por el desgaste normal de la estructura

Se realizan los mantenimientos preventivos de la móvil con el fin de ser utilizada por el área de producción y para fines comerciales

4.2 GESTIÓN DOCUMENTAL

Durante la vigencia 2024 el equipo de Gestión Documental realizó las (TRD) tablas de retención documental con ajustes para aprobación de AGN.

De la misma manera se hizo actualización de proceso de gestión documental a través del PINAR, se elaboró la política de gestión Documental, el programa de gestión documental, Formato Único de Inventario Documental (FUID),

A si mismo durante la vigencia se realizaron los ajustes solicitados por el Archivo General de la Nación (AGN) para dar cumplimiento a los requerimientos estipulados en el acta realizada por esta entidad, para el proceso de convalidación de las Tablas de Retención Documental (TR), en donde se realizaron ajustes a los siguientes documentos:

- Metodología
- Cuadro de Clasificación
- Encuestas Documentales
- Tablas de Retención Documental de Teveandina S.A.S
- Normatividad
- Actos Administrativos

4.3 TALENTO HUMANO

En el transcurso del año 2024 se dio ejecución al proceso de Talento Humano a partir de los procesos del plan estratégico de talento humano (especificado a continuación), en concordancia con los lineamientos del MIPG, así como la suscripción de convenios con instituciones educativas y los procesos de prácticas académicas, seguimiento al desarrollo de la aprendiz del SENA, seguimiento, postulación y el acompañamiento al programa prácticas laborales en el sector público - Estado Joven, apoyo y seguimiento a la vinculación de personal de planta en las convocatorias

PLAN ESTRATÉGICO DE TALENTO HUMANO

Para la presente vigencia se contó con el Plan Estratégico de Talento Humano, como una hoja de ruta integral para optimizar la gestión del recurso humano en Teveandina S.A.S Canal Trece. Su propósito es alinear las capacidades, el desarrollo y la motivación del personal con los objetivos institucionales, promoviendo la excelencia en el servicio a los ciudadanos con las estrategias implementadas en el modelo de gestión MIPG y los valores del código de integridad de la función pública.

Por ende, se abordaron estrategias destinadas a potenciar el manejo, la formación continua, el desarrollo profesional y el bienestar laboral de los colaboradores de Teveandina S.A.S Canal Trece, conforme a los lineamientos establecidos a nivel nacional, se tendrán en cuenta las directrices que componen el diseño organizacional para el sector oficial. Su medición se ve reflejada en los resultados de MIPG mostrando al canal como una de sus fortalezas a pesar de las limitaciones.

PLAN INSTITUCIONAL DE CAPACITACIÓN

De acuerdo a lo mencionado en la Ley 909 de 2004, el "Decreto Ley 1567 de 1998, el artículo 33 de la Ley 734 de 2002, el Decreto 1227 de 2005, el Decreto 1083 de 2015 y demás normatividad vigente relacionada, por medio de las cuales se regula lo concerniente con los derechos de todo servidor público, así como la participación de estos en programas de bienestar social y de capacitación. Teveandina S.A.S establece el PIC con la resolución 151 del 2023, tomando como base, a su vez, el Plan Nacional de Formación 2020-2030 como eje central de la correcta ejecución y garantía del derecho a la capacitación.

Partiendo del diagnóstico de necesidades de capacitación, se obtuvieron las mediciones necesarias para diseñar el cronograma para el correcto funcionamiento de la estrategia en Teveandina S.A.S., con estas actividades, por tanto, se establecieron las propuestas de conocimientos, habilidades y actitudes que deben adquirir los servidores de la entidad.

De acuerdo a las valoraciones de las encuestas de satisfacción de las capacitaciones realizadas, aproximadamente el 90% de los encuestados se encuentra satisfecho frente a las capacitaciones realizadas como parte del Plan Institucional de Capacitación.

Frente al proceso llevado a cabo se evidenciaron los siguientes aspectos a tener en cuenta:

Se cumplió con la ejecución del Programa Institucional de Capacitaciones, con un porcentaje del 98%, teniendo en cuenta que, para el caso de la programación de

actividades, finalmente se determinó suplir algunas actividades a las que el personal no se inscribió y se optó por otro tipo de capacitaciones.

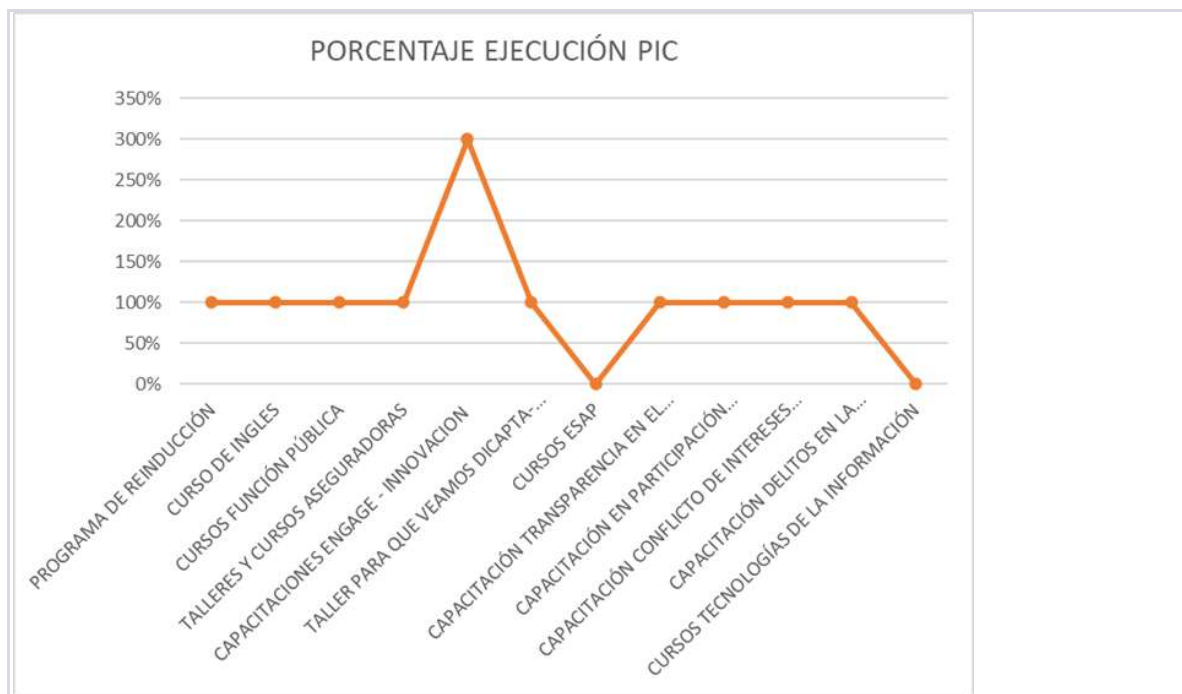
La capacitación en Engage permitió dar a conocer a los funcionarios una forma novedosa de enterarse de lo que sucede en la organización, lo que favorece el proceso de comunicación interna. En esta actividad se cumplió con el 300% ya que se tenía proyectado una actividad y, finalmente se realizaron 3 actividades de capacitación donde se logró capacitar al personal del área de TI, los administradores de la app interna y, finalmente al personal que cuenta con correo de la organización.

El taller para que veamos de Dicapta, también permitió innovar frente a la labor de la producción de contenidos al introducir el nuevo concepto de closed caption para personas ciegas. Herramienta útil e innovadora que introduce un avance en la televisión al alcance de todos.

Como se puede evidenciar en la gráfica de ejecución del PIC, se fortalecieron conocimientos sobre la función pública con la capacitaciones de transparencia, participación ciudadana, conflictos de intereses y delitos en la administración pública, para tener resultados sobre la integridad de los servidores de Teveandina S.A.S.

Frente a las actividades por ejecutar, se evidenció poco interés ante las ofertas de la ESAP y los cursos ofertados por MINTIC, donde, a pesar de realizar la socialización de las ofertas, no se consiguió la participación esperada.





PLAN DE BIENESTAR SOCIAL E INCENTIVOS

El objetivo del Plan de Incentivos Institucionales es consolidar la entidad como una organización efectiva, promoviendo el fortalecimiento del desempeño organizacional. A través de la entrega de incentivos, planes de bienestar social y actividades como cumpleaños y celebraciones especiales (Día de la Familia, Día de la Mujer, etc.), el plan busca mejorar la motivación y satisfacción del personal. También se incluye la medición del clima organizacional y la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.

Se ejecutó el Plan de Bienestar Social e Incentivos.

Para la vigencia 2024 se implementaron actividades novedosas, las cuales generaron un ambiente laboral positivo y asistencia de aproximadamente el 80% de funcionarios, 100% del personal de planta.

Dentro de las actividades novedosas se encontraban el PETS TRECE, PICNIC TRECE, MEETING TRECE Y JUEVES TRECE.

Se implementaron estrategias diversas para mejorar cada vez la participación del Talento Humano que implicaban convocar por medio del correo institucional, así como a partir de la socialización presencial de las mismas.

Las actividades que estuvieron por ejecutar fueron las CAMINIATAS TRECE y los JUEGOS DE LA FUNCIÓN PÚBLICA. Para el caso de las primeras, se optó por convocar al personal los días sábado, lo que al parecer no tuvo mayor impacto en los funcionarios; frente a la segunda, no hubo inscriptos a los juegos de la función pública, a pesar de existir la feria de pueblo, una modalidad de mini tejo que avalaba la participación de contratistas y funcionarios de planta.

Se institucionalizo los miércoles deportivos de futbol de salón

PROGRAMA PRACTICAS UNIVERSITARIAS

realizaron las siguientes vinculaciones de practicantes universitarios

PROCESO ASIGNADO	NOMBRES COMPLETOS	CEDULA
DIRECCION JURIDICA Y ADMIN	JUAN ROLANDO PEREZ	1016012806
CONTRATACIÓN	CAMILO ANDRÉS GARNICA GOMÉZ	1073609870
PRODUCCION DIRECCION	PAULA ANDREA LÓPEZ RUBIO	1193133879
AUTOPROMOS/TANIA CAMILA BELTRAN	YESIKA ANDREA HERRERA RAMIREZ	1024595347
INBOX TRECE/JULIANA PULIDO	ANGEL SAMED PAREDES GAVIRIA	1016089651



INBOX TRECE/JULIANA PULIDO	PEDRO ALEXANDER TORRES NUVAN	1006533020
SENA - DIGITAL/CAMILO CABALLERO	JUAN ANDRES FIERRO ZARABANDA	1106773005
PRODUCCIÓN/GERMÁN JULA	MARIA ALEJANDRA GARCIA	1073599756
PROGRAMACIÓN/NATALIA MONTEALEGRE	VALENTINA BARRERA CAMACHO	1000213489
SALIO EL SOL - HUGO VARON	JULIAN ESTEBAN FONSECA	1193387492
PRODUCCIÓN La banda de Andy y transversales	NICOLAS FELIPE JAIME SIERRA	1003706221
PRODUCCIÓN - Toma el Control	VALENTINA DIAZ ROJAS	1001220282
OFICINA COMUNICACIONES	CRISTIAN MATEO RIVERA VIVAS	1010960050
OFICINA COMUNICACIONES	LAURA GABRIELA ALVARADO PATERNINA	1032502039



PRODUCCIÓN - DEPORTES	MILLER ESTEBAN CALDERON CAÑON	1020837449
PRODUCCION ENLACE TRECE	JUAN SEBASTIAN ZAMBRANO CAÑÓN	1001186115
DIGITAL CAMILO CABALLERO	VALERIA MENDIVELSO CASTELLANOS	1007369087
DIGITAL CAMILO CABALLERO	ANGÉLICA YORENI HERRERA ROJAS	1074133590
PRODUCCION GENERAL - GERMAN JULA	DIANA VANESSA LEIVA CHALIAL	1010046388
AUDIECIAS - ANDRES CAÑON	DIEGO ALEJANDRO CONTRERAS	1000698877
SALIO EL SOL - KELLY	MARIA ANTONIA MORENO TORO	1004779479
DIGITAL CAMILO CABALLERO	DAYANA VALENTINA MARTÍNEZ	1192793401
CONTENIDOS	CINDY JULIETH VIRVIESCAS GOMEZ	1033773415
INBOX	EMILY SOFIA RUIZ TORRES	1012323004



PRODUCCIÓN	SEBASTIAN QUINTERO BELTRAN	1001176580
PRODUCCIÓN	LESLY YAJAIRA SANCHEZ SANCHEZ	1007884094
PRODUCCIÓN	MARIA FERNANDA TORRES LOZANO	1019141564
DIGITAL CAMILO CABALLERO	CRISTIAN FELIPE SALAZAR DIAZ	1001186193
PRODUCCIÓN	SOFIA QUINTANA DIAZ	1.000.706.759
OFICINA COMUNICACIONES	DAVID ROMERO	1000225903
DEPORTES	JUAN EMANUEL TURRIAGO FIERRO	1026274901
PRODUCCIÓN	MATEO GARCIA RICO	1.386.666

CONVOCATORIAS INTERNAS

Se realizaron los seguimientos y apoyo correspondientes a las convocatorias internas, con el fin de asegurar la adecuada gestión del Talento Humano en

SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Teniendo en cuenta que su propósito se direcciona al fortalecimiento y mantenimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SGSST, y mantenimiento del Sistema de Gestión Ambiental SGA, durante la vigencia 2024, se obtuvieron los siguientes logros:

- Implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo- SG-SST en un 98% en lo corrido de la vigencia 2024.
- Fortalecimiento de las competencias de los trabajadores y contratistas frente a la prevención de riesgos y promoción de la salud, a través del sistema de inducción y de capacitaciones con la ARL POSITIVA.
- Se profundizó con los contratistas y trabajadores directos la ruta para realizar un reporte de accidente generando una acción efectiva.
- Se generó conciencia bajo campañas de auto cuidado.
- Optimización de la gestión responsable de los residuos generados por la entidad.
- Registro de la entidad ante la autoridad ambiental como generador de residuos peligrosos y como usuario de publicidad exterior visual.
- Avance del 97% de las acciones de mejora planteadas para el SGSST.
- Ejecución de la auditoría interna del SGSST con base en el Decreto 1072 de 2015, Resolución 312 de 2019, Plan de Gestión Ambiental y MIPG.
- Se da seguimiento a la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo a través de la ejecución de las actividades de acuerdo con el Plan de Trabajo Anual, que incluyen capacitaciones, inspecciones, actualización documental, prevención y promoción de la salud, conformación de los comités asociados a seguridad y salud, seguimiento a exámenes ocupacionales.
- Se actualizaron las matrices de accidentalidad, ausentismo, plan de mejoramiento indicadores, identificación de peligros y requisitos legales (SST y ambiente).
- Revisión de documentación relacionada con el SGSST, como lo fue la, política de SST, programas de vigilancia epidemiológica para desórdenes musculo esqueléticos, análisis de vulnerabilidad, manual del SGSST. Algunos de estos documentos faltan por aprobarse y actualizarse formalmente en el listado maestro de la entidad.
- Se realizaron las afiliaciones a riesgos laborales de todos los contratistas durante la vigencia 2024.

- Se brindó la inducción pertinente a todos contratistas y trabajadores directos, así como la creación de usuarios de Moodle
- Se capacitó a los colaboradores en general y los comités (COPASST, COCOLA, Brigada) en aspectos de prevención de riesgos en sus actividades y el desarrollo de habilidades fundamentales para el desarrollo de sus funciones como miembros de los diferentes comités. En total se ejecutaron 53 actividades de capacitación.
- Se ejecutaron las reuniones de los comités COCOLA y COPASST, dando cumplimiento al 100% de las reuniones programadas a la fecha.
- Se realizaron campañas ambientales relacionadas con la gestión de residuos sólidos, ahorro en el consumo de papel, agua y energía, para un total de 6 actividades de divulgación de piezas a través del correo electrónico del proceso de comunicaciones.
- Se hizo la divulgación de recomendaciones y restricciones médicas a los trabajadores oficiales de acuerdo con los certificados de aptitud ocupacional.
- Se hicieron inspecciones de seguridad a las áreas, elementos de emergencias y vehículo, además de evaluaciones de puestos de trabajo.
- Se reportó ante la autoridad ambiental el registro de RESPEL vigencia 2023, así como el registro de publicidad exterior visual vigencia 2024.
- Se corroboró la inexistencia de elementos que pudiesen contener PCB, por parte del área de Tecnologías.
- Se estableció alianza con la Asociación de Recicladores de Juntos por la Sostenibilidad Ambiental – ARSA – para el manejo de los residuos aprovechables y con LITO SAS (Fundación Puntos Verdes) para la gestión de los residuos peligrosos y RAEE generados por la entidad.
- De acuerdo con el plan anual de trabajo aprobado por el comité Institucional de coordinación de Control Interno, se presentan los siguientes indicadores y su valor respecto a la gestión realizada en la vigencia:

INDICADOR	VALOR
Accidentes de trabajo (AT)	1
Índice de Frecuencia de Accidentalidad (IFA)	0
Índice de Severidad de Accidentalidad (ISA)	0
Tasa de Investigación de AT (TIA)	100%
Tasa de Reporte de AT (TRA)	100%
Enfermedades Laborales (EL)	0
Tasa de Ejecución de Capacitaciones (TEC)	100%

Tasa de Ejecución Estilos de Vida Saludable (TEPEVS)	99%
Tasa de Ejecución de Inspecciones (TEI)	90%
Tasa de Ejecución de Reuniones del COPASST (TERCOP)	98%
Tasa de Ejecución de Reuniones del COCOLA (TERCON)	100%
Tasa de Ejecución del Plan de Trabajo Anual SST (TACPT)	90%
Tasa de Ejecución del Plan de Trabajo Anual Ambiental (TACPTA)	97%
Tasa de Ejecución Plan de Mejoramiento SST	90%

Respecto a los procesos de contratación, se encuentran pendientes por suscripción la medición ambiental de confort térmico y la recarga de extintores y suministro de elementos de botiquín, lavado y desinfección de tanques, fumigación y desinsectación de las sedes en general y control de plagas y roedores. En cuanto al proceso de riesgo psicosocial, luego de una revisión con el área jurídica, se determinó que sería aplazada para la siguiente vigencia, en cumplimiento de la normatividad vigente.

5. CONTRATACIÓN

5.1 Gestión Contractual

Durante la vigencia 2024 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 anual de contratación y resolución de honorarios para contratistas.

La estabilidad y organización del equipo de trabajo, permitió seguir fortaleciendo la gestión administrativa previa a la etapa de contratación, lo que a hoy arroja un resultado de efectividad en gestión contractual en los tiempos esperados y requeridos por las dependencias de la entidad.

Como resultado de la gestión total anual 2024, la entidad adelanto el trámite de 1516 contratos entre celebrados y anulados, cuya cifra se talla a continuación:



Estadística General Contractual

MODALIDAD DE CONTRATACION	CANTIDAD CONTRATOS POR MODALIDAD
DIRECTA	1499
INVITACION CERRADA	4
INVITACION ABIERTA	5
ANULADOS	8

Discriminación por modalidad

MODALIDAD DE CONTRATACION	TIPO DE PERSONA (Natural-Jurídica)	TIPO DE CONTRATO	CANTIDAD
DIRECTA	PERSONA NATURAL	Prestación de Servicios Profesionales y de Apoyo a la Gestión	1303
	PERSONA JURIDICA	Contratos Interadministrativos y Convenios de Cooperación	29
		Contratos de Compraventa	5
		Coproducción	27
		Contrato de Licencia	1
		Mandato	1
		Prestación de Servicios	128
		Contrato de Suministro	5
INVITACIÓN ABIERTA	PERSONA JURIDICA	Prestación de Servicios	4
		Contrato de Suministro	1
INVITACIÓN CERRADA	PERSONA JURIDICA	Prestación de Servicios	4

PRINCIPALES LOGROS PROCESO CONTRACTUAL

Fortalecimiento del principio de planeación en la contratación de las necesidades de la entidad.

Fortalecimiento del ejercicio de la supervisión

Promoción de la participación y transparencia con el fin de obtener mayor pluralidad de oferentes en los procesos contractuales de la entidad.

Publicación en Secop al 100%

6. GESTIÓN JURÍDICA

En el presente informe se resumen los logros de la gestión adelantada durante la vigencia 2024 a corte 31 de diciembre de la misma anualidad para el proceso de Jurídica

Estos resultados fueron obtenidos en desarrollo de las funciones institucionales asignadas por Dirección Jurídica Administrativa durante la presente vigencia donde se realizó el seguimiento a la política 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.

Asuntos de carácter jurídico 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	12
Procesos en contra de la entidad activos	4
Procesos con Autos o sentencias favorables a la entidad terminados	4
Procesos a terceros de la entidad para recuperación de cartera	4
Tutelas a Favor	2
Demandas Nuevas admitidas 2024	0
Disminución de la religiosidad (Política 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 2024 no hubo nuevas demandas.



Por otra parte, es preciso señalar que en la actualidad el Canal tiene una actividad litigiosa relativamente baja, pues a la fecha 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	11001334305920210035501	07/04/22	TRIBUNAL ADMINISTRATIVO - SECCIÓN TERCERA DE CUNDINAMARCA SEGUNDA INSTANCIA	EJECUTIVO	DOUGLAS TRADE S.A.S.	MEDIA	\$450.000.000	Activo
2	11001333501120190036500	11/09/19	JUZGADO 011 ADMINISTRATIVO DE LA SECCIÓN SEGUNDA DE BOGOTÁ	ACCION DE NULIDAD Y RESTABLECIMIENTO DEL DERECHO	MARTHA CECILIA RINCON TRUJILLO	ALTA	INDETERMINADA	Terminado con fallo a favor de Teveandina.
3	11001310503720220004900	13/10/22	JUZGADO 37 LABORAL DEL CIRCUITO	DECLARATIVO	MARIA CAMILA ROSERO	SIN CALIFICACIÓN	INDETERMINADA	Activo
4	05001333301420200028101	12/11/20	TRIBUNAL ADMINISTRATIVO MEDELLIN	ACCIÓN DE REPARACIÓN DIRECTA	WYF TELEVISIÓN	MEDIA	\$130.900.000	Activo
5	11001310501120210022900	31/05/2021	JUZGADO 11 LABORAL DEL CIRCUITO	DEMANDA ORDINARIA LABORAL	SILVIA ALEJANDRA GUTIERREZ	SIN CALIFICACIÓN	INDETERMINADA	Terminado con fallo a favor de Teveandina.
6	11001334306320220011100	05/04/22	JUZGADO 63 ADMINISTRATIVO	DEMANDA REPARACIÓN DIRECTA	JUAN CARLOS GARZON BARRETO	SIN CALIFICACIÓN	INDETERMINADA	Terminado con fallo a favor de Teveandina.
7	25000233600020220016001	24/03/2022	CONSEJO DE ESTADO - SECCIÓN TERCERA	CONCILIACIÓN	LEXIA ABOGADOS S.A.S.	SIN CALIFICACIÓN	\$600.000.000	Terminado con fallo que aprueba conciliación realizada en el año 2022.



8	11001334306320200000 000	27/10/20 23	JUZGADO 063 ADMINISTRATIVO DE BOGOTÁ	CONTROVERSIAS CONTRACTUALES	DIECISEIS 9 FILMS S.A.S	BAJO	\$149.700.000	Activo
---	-----------------------------	----------------	---	--------------------------------	-------------------------------	------	---------------	--------

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/>.

7. GESTIÓN DE COMUNICACIONES

El 2024 representó un año de consolidación y ajustes estratégicos en la comunicación interna y externa de Canal Trece. Este informe se enmarca en el Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) del mismo año, cuyo objetivo fue fortalecer la relación entre colaboradores, audiencias y aliados estratégicos, respondiendo a los desafíos identificados al cierre de 2023. Con acciones centradas en la mejora de la cultura organizacional, el posicionamiento del canal en la Región Trece y la creación de nuevas alianzas, este documento detalla los principales logros, retos y áreas de mejora.

Gracias al trabajo de un equipo interdisciplinario se logró con satisfacción el cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC), posicionando a Canal Trece como un espacio de contenidos culturales y que construyen sociedad en los 14 departamentos en los que tiene cobertura.

OBJETIVOS PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2024

En comunicación interna:

Mejorar de manera integral el bienestar de los colaboradores a través de herramientas comunicativas, fortaleciendo la cultura organizacional y el compromiso con la organización. celebraciones, fechas conmemorativas, novedades y lanzamientos de la entidad.

En comunicación externa:

Mejorar la visibilidad, interacción, identidad y posicionamiento de Canal Trece como el medio de comunicación regional de los 14 departamentos que componen su área de cobertura.

- Se evidencia que en el periodo del año 2024 se cumplieron los objetivos principales de la estrategia de comunicación planteada.

Se evidencia que en el periodo del año 2023 se cumplieron los objetivos principales de la estrategia de comunicación planteada.

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna durante 2024 priorizó el fortalecimiento de la cultura organizacional mediante campañas sobre el ADN del canal donde se da a conocer a los colaboradores la misión, visión y valores de la entidad. También, se tomó en cuenta la recomendación en el informe de 2023 sobre la gran cantidad de correos masivos y se implementó la difusión por medio de la red social Viva Engage y el uso de carteleras digitales, adoptando nuevas herramientas que facilitaron la interacción y el acceso a la información. Además, se trabajó de la mano de algunas áreas de la institución como Talento Humano y Comercial para cumplir con el objetivo deseado.

Dentro de las acciones destacadas tenemos:

- Apoyo en eventos internos: El área de comunicaciones se encargó del cubrimiento, creación y difusión de piezas para invitar a los colaboradores a participar en las diferentes dinámicas organizadas por talento humano como el Día del Hombre, el Día de la Mujer, Cumpleaños del canal, Capacitaciones, semana de la salud, y celebraciones especiales navideñas, entre otros. Estas iniciativas no solo reforzaron la identidad organizacional, sino que también fomentaron un ambiente laboral positivo.
- Capacitaciones y reuniones: Junto al área de Talento Humano se desarrollaron capacitaciones de las cuales la Coordinación de Comunicaciones se encargó de las convocatorias con la realización y difusión de las piezas.
- Uso de Viva Engage: La implementación de esta plataforma permitió centralizar la difusión de información clave, organizándola por áreas y comunidades. Al implementar esta herramienta se tuvo un cambio en la meta de nuestro indicador donde ya no se media la cantidad de comunicaciones enviadas, sino el número

de impactos que cada una tenía. Meta que se logró gracias a que esta plataforma, permitió una mejor interacción con los colaboradores.

Gracias a estas acciones tuvimos algunos logros en la vigencia 2024 como la buena recepción de los colaboradores a la información, evitando los malentendidos y la sobrecarga de correos masivos, esto debido al uso de la red social interna Viva Engage y a la creación de base de datos donde se dividieron a los colaboradores por áreas y tipo de contratos, así como la participación en actividades internas evidenció un compromiso creciente con las iniciativas organizacionales. Igualmente, se recomienda ajustar la dinámica de uso de Viva Engage para maximizar su potencial, especialmente en áreas donde el uso de herramienta digitales es limitado.

COMUNICACIÓN EXTERNA

Se cumplió con enlazar a las gobernaciones y alcaldías de los 14 departamentos que conforman la Región Trece, al mismo tiempo se realizó una base de datos de periodistas regionales quienes nos ayudan en la labor de estar conectados con lo que pasa en cada territorio. Por otro lado, a través de boletines de prensa se trabajó en posicionar a Canal Trece como el medio de comunicación regional que está al servicio de la comunidad visibilizando su cultura, gastronomía, personajes, ideas de emprendimiento, entre otros. También, se amplió nuestro alcance gracias a las alianzas estratégicas que se firmaron desde la Coordinación de comunicaciones con los diferentes medios de comunicación.

Dentro del área de comunicación externa se evidencian acciones destacadas durante la vigencia como la realización de una base de datos de los eventos regionales más influyentes en los que Canal Trece Podría participar o tener presencia de marca, la cual se compartió a las áreas encargadas de realizar la logística de cubrimiento y participación, además, se destacan las alianzas con medios regionales para la cobertura de algunos eventos mediante corresponsales, y otros proyectos internos que nos permitieron visibilizarnos en regiones como Guaviare con el Foro Nacional sobre el Cese de emisiones analógicas en San José. Por otro lado, se cumplió con la producción y difusión de boletines, de prensa dirigidos a medios locales y nacionales. También se fortalecieron las relaciones con medios de comunicación en departamentos como Casanare, Huila y Meta.



- Nuevas alianzas estratégicas: Se logró la meta establecida para el periodo 2024 de firmar 8 alianzas con medios de comunicaciones tradicionales, alternativos y universitarios que ampliaron nuestro alcance con nuestro público objetivo.

Alianzas 2024

1	Metropoli Online
2	Chivas del Llano
3	Noticias Día a Día
4	Red +
5	Canal 24 ES
6	Pulzo
7	Universidad central
8	Universidad CUN

Logros:

Gracias a estos logros el monitoreo Free Press mostró que los contenidos del canal alcanzaron una mayor visibilidad en medios regionales y nacionales en variedades de estrenos. Sin embargo, solo se alcanzó un cumplimiento del 95% en comparación con el año 2023. Esto se debe a dos momentos clave en el año: al inicio, el impacto en free press fue menor debido al periodo de transición en la gestión; y en septiembre, a diferencia del año anterior, no se realizó un evento de gran magnitud para el aniversario del canal, lo que influyó en los resultados del mes de septiembre 2024. Cabe resaltar que, a pesar de este porcentaje, se tuvo buen alcance el resto del año. Por otro lado, la participación en eventos y la colaboración con medios locales fortalecieron el posicionamiento del canal como un referente cultural y educativo en la región.

A pesar de estos logros, se identificaron retos como la falta de personal durante ciertos periodos del año limitó la capacidad de atender algunos eventos, aunado a esto se identifica que se debe fortalecer el acercamiento y la fidelización de los medios de comunicación para tener mayor impacto free press en las próximas vigencias.

LOGROS DESTACADOS DE LA VIGENCIA 2024

- Fortalecimiento de la cultura organizacional: Las iniciativas internas como la difusión de la información en las carteleras digitales, la red social de Viva Engage y el correo masivo consolidaron un entorno más colaborativo y alineado con los valores del canal.

- Incremento en la interacción digital Interna: Las publicaciones en Viva Engage (red social interna), mostraron un aumento significativo en vistas e interacciones, lo que evidencia una mayor conexión con los colaboradores.
- Difusión eficiente de contenido: Los boletines de prensa y materiales promocionales se difundieron de manera oportuna, facilitando la cobertura en medios aliados.

RETOS Y OPORTUNIDADES

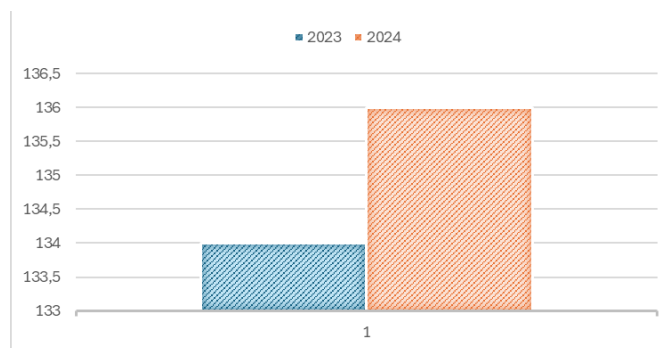
Retos:

- Seguir fomentando el uso de herramientas tecnológicas como Viva Engage para mejorar la interacción interna a través de videos tutoriales de cómo utilizar la red social, con el fin de que los colaboradores siempre estén informados.
- Fortalecer el monitoreo de impactos en medios digitales y tradicionales mediante la adopción de herramientas especializadas

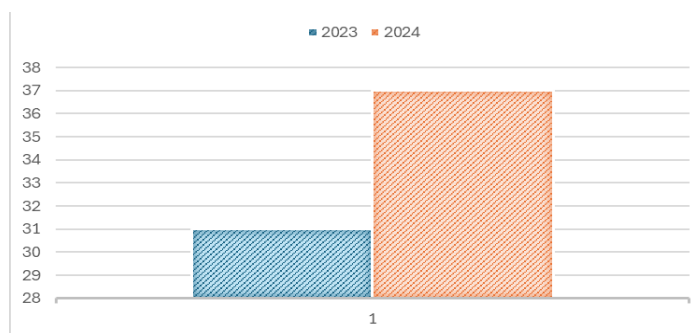
Oportunidades:

- Continuar con la planificación estratégica de eventos y actividades internas, fomentando la participación de los colaboradores. Este enfoque permitirá consolidar un ambiente laboral positivo y alineado con los valores organizacionales, asegurando que las actividades respondan a las necesidades y expectativas del equipo.
- Implementar cronogramas mensuales por áreas para coordinar eventos y actividades de forma eficiente. Esta estrategia facilitará la organización de las tareas y garantizará que todas las áreas estén informadas y alineadas con los objetivos establecidos.
- Para fortalecer la relación con los medios ya consolidados, se implementará una estrategia de fidelización de periodistas con algunas activaciones de parte de Canal Trece. Reforzando su posicionamiento como un medio comprometido con las comunidades locales y su cultura.

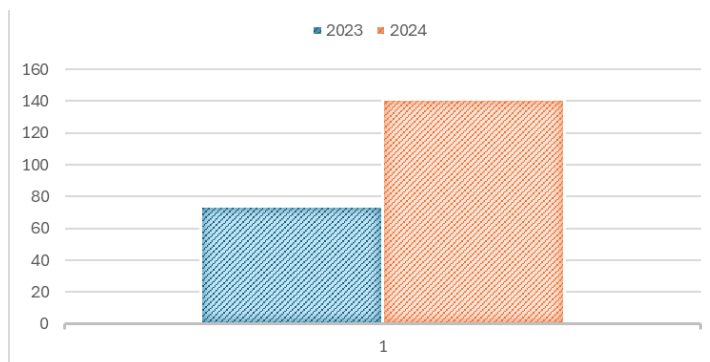
TARJETAS DE CUMPLEAÑOS



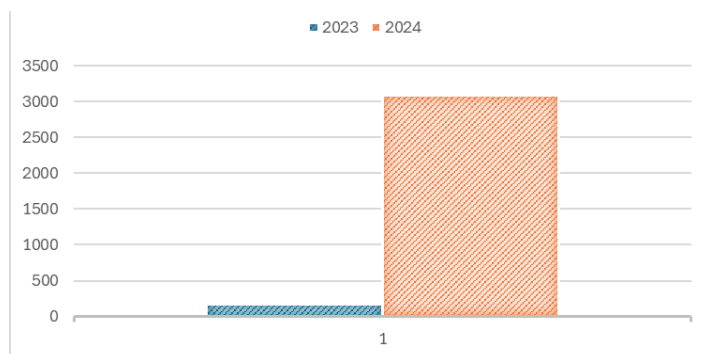
FECHAS ESPECIALES



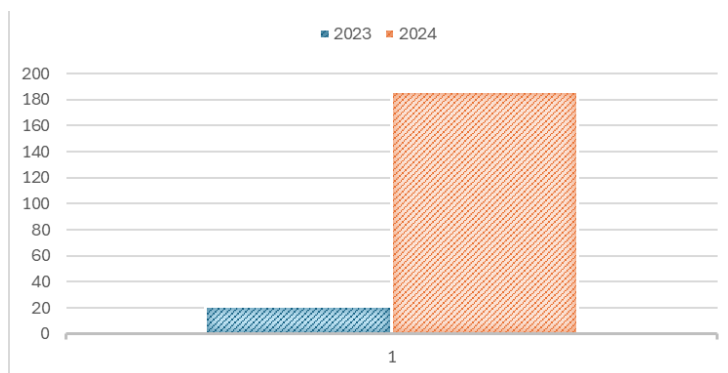
2.3 CONCURSOS INTERNOS



2.3 CAMPAÑAS INTERNAS



2.4 BOLETINES INTERNOS



COMUNICACIÓN EXTERNA

Por otro lado, en comunicación externa se trabajó en visibilizar al canal y a los programas de la parrilla de contenidos, se posicionó a Canal Trece dentro de los 14 departamentos que componen su área de cobertura.

La oficina de Comunicaciones fue la encargada de impulsar, visibilizar y difundir las noticias que Canal Trece le entrega al país, como el desarrollo y acompañamiento de programas y convocatorias como Abre Cámara, Historias de Cambio, Colombiar, Relatos de serie Rural, o las visitas guiadas al Canal y red pública de televisión y Radio donde está nuestra sede central. En este año se difundió la oferta institucional con sentido social y educativo.



De igual manera, en Coordinación con cada uno de los líderes de las áreas del canal, en especial con la Producción, el área de contenidos y programación, se realizó un plan de medios, y estrategias de lanzamientos y estrenos para cada uno de los proyectos In House en esta vigencia como lo fue InBox Trece, Music For Live, Enlace Trece, Salió el Sol, Magnífica Región Trece, Toma el Control, entre otros.

Se logró acceder a una audiencia radial, especialmente de departamentos como Boyacá, Casanare, Amazonas, el distrito Bogotá, y fortalecimos el departamento de Cundinamarca vinculando emisoras y medios regionales como Radio Panamericana, Jazmar Stereo, Toca Stereo, Dulce Stereo, Bacatá Stereo, Luna Stereo, Emisora Nueva Época, Caracol Radio Girardot, entre otras estaciones de radiodifusión que abrieron sus micrófonos a Canal Trece para potencializar los mensajes.

PRESENCIA EN MEDIOS Y PLATAFORMAS

Canal Trece se posiciona como el canal regional con mayor alcance y cobertura de Colombia, y uno de los más reconocidos entre los colombianos. Además, nos posicionamos como una institución moderna que presenta su gestión, políticas de buen gobierno, compromiso con la transparencia y con la ciudadanía, que son la base primordial de nuestros deberes como canal público.

Por otro lado, la interacción digital es uno de los puntos más importantes que permite el crecimiento y la permanencia del Canal en las audiencias, es por eso que desde la oficina de Comunicaciones realizamos un monitoreo de medios, especialmente en el escenario digital, donde cada mención, o cada artículo destacado de alguno de nuestros talentos, impulsa y posiciona al Canal en el medio.

Los estrenos y producciones novedosas como los DocuRealities de Colombia son los productos que más impactos e interacción generaron durante este periodo, dándole énfasis al contenido de un medio transmedia y transversal a las pantallas digitales y de la televisión.

Mediante la firma de alianzas con medios de comunicación de provincias, digitales, comunales y de interés social, el Canal Trece se convierte en una gran tribuna de difusión que encuentran estos medios emergentes, mediante nuestras canales digitales, y nuestras redes sociales, se potencializan, y visibilizan los trabajos de calidad que también se construyen en la Colombia profunda, sin embargo, en

contra prestación Canal Trece se encuentra circulando en las audiencias locales de estos medios, que son constatados en nuestras cifras de impactos de prensa.

8. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE CANAL TRECE 2024

Canal Trece se enfrenta a un entorno mediático en constante transformación, marcado por el auge de plataformas digitales, la diversificación de hábitos de consumo y la necesidad de innovar en sus contenidos y servicios para mantenerse relevante. Como un medio de comunicación público regional, su misión ha sido visibilizar la riqueza cultural y la diversidad de las regiones que cubre, integrando la identidad local en sus producciones. Sin embargo, las tendencias globales hacia el consumo transmedia y digital presentan tanto desafíos como oportunidades para su futuro.

A nivel competitivo, Canal Trece opera en un contexto de creciente competencia, no solo frente a otros medios de comunicación regionales y nacionales, sino también ante plataformas internacionales de streaming que ofrecen contenido bajo demanda. Esto ha impactado especialmente en las audiencias más jóvenes, que tienden a preferir formatos de fácil acceso, personalizados y disponibles en cualquier momento.

En cuanto a sus fortalezas, Canal Trece tiene una amplia cobertura regional que abarca catorce departamentos clave del centro y oriente de Colombia. Esta posición le permite producir contenidos únicos y relevantes para su audiencia local, diferenciándose de los medios nacionales e internacionales. Su enfoque en la juventud y la producción de contenidos culturales y educativos sigue siendo un activo valioso.

Sin embargo, los desafíos incluyen la limitación de recursos financieros y la dependencia del financiamiento estatal, lo que restringe su capacidad para competir en igualdad de condiciones con medios privados. Además, la transición hacia la Televisión Digital Terrestre (TDT) en algunas regiones no ha sido completada, lo que afecta el acceso de ciertos sectores rurales a la programación del canal. Esto, combinado con la necesidad de adaptar la infraestructura tecnológica para operar en un entorno multiplataforma, exige inversiones estratégicas en tecnología y producción.

En términos de innovación, Canal Trece tiene la oportunidad de fortalecerse como un medio transmedia que aproveche sus capacidades regionales para expandir su

presencia en plataformas digitales, redes sociales y formatos inmersivos. Esto requiere no solo un replanteamiento de su enfoque hacia el contenido, sino también la creación de nuevas alianzas estratégicas que impulsen su posición en mercados como el marketing digital y los servicios de telecomunicaciones.

El contexto actual refleja un entorno en el que la adaptación tecnológica y la diversificación de líneas de negocio serán claves para el crecimiento sostenible del canal. Con una estrategia orientada a la producción de contenidos innovadores, la modernización de sus operaciones y el fortalecimiento de su conexión con las audiencias, Canal Trece puede consolidarse como un referente

regional de la industria de medios en Colombia, aprovechando las tendencias tecnológicas y culturales emergentes.

En resumen, Canal Trece enfrenta una coyuntura crítica en la que debe equilibrar sus limitaciones financieras y técnicas con las oportunidades de expansión en plataformas digitales. El éxito de su evolución dependerá de su capacidad para adaptarse rápidamente al nuevo panorama mediático, capitalizando su identidad regional, fortaleciendo su infraestructura tecnológica y creando contenidos que generen experiencias inmersivas y de valor para su audiencia global.

9. GESTIÓN FINANCIERA

9.1 Estados financieros

A continuación, se presentan los estados financieros con corte a 31 de diciembre. Los documentos originales se encuentran firmados en físico.

	Nota	31 Diciembre 2024	31 Diciembre 2023	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS					
Activos corrientes					
Efectivo y Equivalentes al efectivo	5	12,429,870	10,468,940	1,960,929	19%
Cuentas por Cobrar	7	37,349,949	7,165,420	30,184,529	421%
Bienes y Servicios Pagados por Anticipado	16	-	130,595	(130,595)	-100%
Activos por Impuestos Corrientes	16	2,317,917	2,516,157	(198,240)	-8%
Avances y anticipos entregados		-	-	-	0%
Recursos Entregados en Administración	16	39,694,658	14,741,395	24,953,263	169%
Total Activos Corrientes		91,792,394	35,022,507	56,769,887	162%
Activos no corrientes					
Inversiones de Administración de Liquidez	6.1	211	243	(32)	-13%
Inversiones en asociadas	6.2	117,126,008	101,185,004	15,941,004	16%
Propiedades, Planta y Equipo	10	26,912,784	29,560,518	(2,647,734)	-9%
Activos Intangibles	14	18,272,088	6,914,485	11,357,603	164%
Total Activos No Corrientes		162,311,091	137,660,250	24,650,841	18%
ACTIVOS TOTALES		254,103,485	172,682,757	81,420,728	47%
PASIVOS Y PATRIMONIO					
PASIVOS					
Pasivos corrientes					
Cuentas por pagar	21	39,958,586	16,864,700	23,093,886	137%
Beneficios a los Empleados	22	230,242	120,922	109,320	90%
Recursos recibidos en Administración	24	5,473,962	324,316	5,149,646	1,588%
Ingresos recibidos por anticipado	24	5,150	1,498	3,652	244%
Otros Pasivos Diferidos por Subvenciones	24	6,983,012	4,649,039	2,333,973	50%
Total Pasivos Corrientes		52,650,952	21,960,475	30,690,477	140%
Pasivos no corrientes					
Provisiones	23	598,242	1,098,242	(500,000)	-46%
Pasivos por Impuestos diferidos	35.2	-	2,196,059	(2,196,059)	-100%
Otros Pasivos Diferidos por Subvenciones	24	-	-	-	-
Total Pasivos no Corrientes		598,242	3,294,302	(2,696,059)	-82%
PASIVOS TOTALES		53,249,194	25,254,777	27,994,417	111%



	Note	31 Diciembre 2024	31 Diciembre 2023	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
PATRIMONIO					
Aportes Sociales	27	-	-	-	0%
Capital Suscrito y pagado	27	10,044,400	10,044,400	-	0%
Reservas	27	26,497,438	24,593,969	1,903,469	8%
Resultados de Ejercicios anteriores	27	149,327,379	110,846,683	38,480,695	35%
Resultados del Ejercicio	27	62,933,745	40,454,656	22,479,089	56%
Otro Resultado Integral	27	(47,948,671)	(38,511,728)	(9,436,943)	25%
TOTAL PATRIMONIO		200,854,291	147,427,980	53,426,310	36%
PASIVOS Y PATRIMONIO TOTALES		254,103,485	172,682,757	81,420,728	47%
Cuentas de Orden Deudoras					
	26.1				
Activos contingentes (DB)		2,299,087	2,299,087	-	0%
Deudores fiscales (DB)		55,133,321	55,133,321	-	0%
Deudoras de Control (DB)		138,121,269	138,121,269	-	0%
Deudoras contra (CR)		195,553,677	195,553,677	-	0%
Cuentas de Orden Acreedoras					
	26.2				
Pasivos contingentes, contingentes (CR)		(450,000)	(990,000)	(500,000)	53%
Acreedores fiscales (CR)		(59,172,115)	(59,172,115)	-	0%
Acreedoras de Control (CR)		(135,552,234)	(135,552,234)	-	0%
Acreedoras contra (BD)		(195,174,349)	(195,674,349)	(500,000)	0%

REPRESENTANTE LEGAL
JHON ALEJANDRO LINARES CAMBEROS
 C.C. 80.764.647

CONTADOR
USBETH IVONNE MORENO OSPINA
 T.P. 222617-T

REVISOR FISCAL
DIANA LORENA CHAPARRO MANRIQUE
 T.P. 329148-T
 Designado por FORVIS MAZARS AUDIT S.A.S. BENEFICIO E INTERES COLECTIVO-BIC



Canal Regional de Televisión Teveandina S.A.S.
Estado de Resultado Integral Comparativo
Por los periodos contables terminados en diciembre 2024 y diciembre de 2023
Expresado en miles de Pesos

	Nota	31 Diciembre 2024	31 Diciembre 2023	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Ingresos de actividades ordinarias	28	63,028,746	17,719,660	45,309,085	256%
Costo de Ventas- Servicios de comunicaciones	30	55,736,634	16,051,448	39,685,186	247%
Utilidad bruta		7,292,112	1,668,213	5,623,899	337%
Transferencias y Subvenciones recibidas	28.1	70,065,137	53,282,006	16,783,131	31%
Proyecto de Regalías	28.1	-	-	-	0%
Otras subvenciones	28.1	147,883	123,989	23,893	19%
Ingresos Diversos	28	530,973	273,036	257,937	94%
Otros Ingresos		70,743,992	53,679,032	17,064,960	32%
Costo transferencias y Subvenciones recibidas	30	27,636,415	28,835,252	(1,198,837)	-4%
Gasto atendido con Ingresos por subvención	29.1	1,308,674	916,377	392,297	0%
Costo Regalías	30	-	-	-	0%
Gastos de Ventas	29.1	1,248,803	994,138	254,665	26%
Gastos de administración	29.1	4,756,111	3,860,924	895,187	23%
Deterioro, depreciaciones, amortizaciones y provisiones	29.2	6,608,714	1,725,361	4,883,353	283%
Otros gastos	29.7	4,835	36,298	(31,463)	-87%
Gastos operacionales		41,563,553	36,368,351	5,195,202	14%
Resultados de actividades de la operación		36,472,552	18,976,894	17,495,658	92%
Ingresos financieros	28	93,449	55,841	37,608	67%
Gastos financieros	29.7	32	44	(12)	-28%
Costo Financiero Neto		93,417	55,796	37,621	67%
Utilidad antes del método de participación		36,565,969	19,034,690	17,531,278	92%
Participación en las ganancias/perdidas (Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación)	28-29.7	25,377,947	21,419,966	3,957,981	18%
Utilidad antes de impuestos		61,943,916	40,454,656	21,489,259	53%
Impuesto a las Ganancias	35	(1,206,230)	-	1,206,230	100%
Impuesto a las Ganancias Diferido		2,196,059	-	2,196,059	100%
Resultado del Periodo		62,933,745	40,454,656	22,479,089	56%
Otro Resultado Integral					
Ganancias o pérdidas por la aplicación del método de participación patrimonial de inversiones en asociadas	27	9,436,943	(6,492,605)	15,929,548	-245%
Total Otro Resultado Integral		9,436,943	(6,492,605)	15,929,548	-245%
Resultado Integral Total del Periodo		72,370,688	33,962,052	38,408,637	113%

REPRESENTANTE LEGAL
JHON ALEJANDRO UNARES CAMBEROS
C.C. 80.764.647

CONTADOR
USBETH IVONNE MORENO OSPINA
T.P. 222617-T

REVISOR FISCAL
DIANA LORENA CHAPARRO MANRIQUE
T.P. 329148-T
Designado por FORVIS MAZARS AUDIT S.A.S. BENEFICIO E INTERES COLECTIVO-BIC

Canal Regional de Televisión Teveandina S.A.S.
Estado de cambios en el patrimonio
Por los periodos contables terminados en diciembre de 2024 y diciembre de 2023
Expresado en miles de Pesos

	Capital Suscrito y pagado	Reservas	Resultados de Ejercicios Anteriores	Impactos Puc CGN Res 418 de 2023	Resultados del Ejercicio	Impactos por Transición al Nuevo Marco Regulatorio	Otro Resultado Integral	Total Patrimonio	
Saldo a 31 de Diciembre de 2023	10,044,400	24,593,949	110,846,683		40,454,656	-	38,511,728	147,427,980	0.00
Traslado de Resultados a Ejercicios Anteriores	-	1,903,469	38,551,187	-	(40,454,656)	-	-	-	
Ajustes Impactos Puc CGN Res 418 de 2023	-	-	-	(70,491)	-	-	-	70,491	
Ganancia/Perdida Neta del Ejercicio	-	-	-	-	62,933,745	-	0	62,933,745	
Otros Resultados Integrales Ajuste Inversiones	-	-	-	-	-	-	9,436,943	9,436,943	
Ajustes Impactos por adopción	-	-	-	-	-	-	-	-	
Capitalización	-	-	-	-	-	-	-	-	
Saldo a 31 de Diciembre de 2024	10,044,400	26,497,438	149,397,871	-	70,491	-	47,948,671	200,854,292	1.43

REPRESENTANTE LEGAL
JHON ALEJANDRO UNARES CAMBEROS
C.C.80.764.647

CONTADOR
USBETH IVONNE MORENO OSPINA
T.P. 222617-1

REVISOR FISCAL
DIANA LORENA CHAPARRO MANRIQUE
T.P. 329148-1
Designado por FORVIS MAZARS AUDIT S.A.S. BENEFICIO E INTERES COLECTIVO-BIC



Tr=ce.



Diciembre de 2024

Diciembre de 2023

Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación NOTA 37

Clases de cobros por actividades de operación

Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	77,172,359	17,270,969
Subvenciones recibidas en efectivo	68,346,179	57,486,114
Cobro por contribución Ley 14	135,366	123,989
Cobros por contratos de administración delegada y convenios	36,162,740	21,446,026
Reintegro de impuestos por regalías	-	-
Otras entradas de efectivo	574,999	1,127,447

Clases de pagos en efectivo procedentes de actividades de operación

Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(139,950,221)	(68,792,166)
Pagos por contratos de administración delegada y convenios	(30,360,067)	(16,109,558)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1,801,426)	(1,576,671)
Pagos por impuestos y contribuciones	(7,270,716)	(3,090,245)
Pagos por reintegro de subvenciones	(31)	(1,206,468)
Otras salidas de efectivo	(1,058,158)	(294,798)

Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	1,951,005	6,382,440
---	------------------	------------------

Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación

Intereses recibidos	9,925	55,841
---------------------	-------	--------

Flujo de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	9,925	55,841
---	--------------	---------------

Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	1,960,929	6,438,281
---	------------------	------------------

Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalente al efectivo

Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	1,960,929	6,438,281
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	10,468,940	4,030,659
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	12,429,870	10,468,940

REPRESENTANTE LEGAL
JHON ALEJANDRO LINARES CAMBEROS
C.C.80.764.647

CONTADOR
LISBETH IVONNE MORENO OSPINA
T.P. 222617-T

REVISOR FISCAL
DIANA LORENA CHAPARRO MANRIQUE
T.P. 329148-T
Designado por FORVIS MAZARS AUDIT S.A.S. BENEFICIO E INTERES COLECTIVO-BIC

9.2 Certificación de estados financieros



El Representante Legal y el Contador de CANAL REGIONAL DE TELEVISION TEVEANDINA S.A.S., en cumplimiento de lo establecido en el artículo 37 de la Ley 222 de 1995

CERTIFICAN QUE:

Se han verificado previamente las afirmaciones explícitas e implícitas contenidas en los estados financieros con corte a diciembre de 2024, conforme al reglamento, y que las mismas se han tomado fielmente de los libros, referidas a:

- Existencia
- Integridad
- Derechos y Obligaciones
- Valuación
- Presentación y revelación

Los saldos fueron tomados fielmente de los libros de contabilidad.

La contabilidad se elaboró conforme al nuevo marco normativo bajo la resolución 414 de 2014.

La información revelada refleja razonablemente la situación financiera, económica, social y ambiental de Canal Regional de Televisión Teveandina S.A.S.

Dada en Bogotá D.C a los 17 días del mes de marzo de 2025.



Jhon Alejandro Linares Camberos.
Representante Legal



Lisbeth Ivonne Moreno Ospina.
Contador
TP. 222617-T

10. PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y CONEXOS.

GESTION DE PROPIEDAD INTELECTUAL	
Vigencia 2024	Durante la vigencia 2024, no se presentó ninguna reclamación en materia de propiedad intelectual en contra del Canal.
SOCIEDADES DE GESTIÓN COLECTIVA E INDIVIDUAL	
Actores	Durante la vigencia 2024 nos encontramos en total paz y salvo.
Dasc-redes	Durante la vigencia 2024 nos encontramos en total paz y salvo.
Promúsica	Durante la vigencia 2024 nos encontramos en total paz y salvo.
Sayco - Acinpro	Durante la vigencia 2024 nos encontramos en total paz y salvo.
	Para Acinpro el nuevo cobro por la vigencia 2024 se pagará dentro del primer trimestre del 2025. Para Sayco se continuarán realizando los pagos de manera trimestral.
Acodem	Durante la vigencia 2024 nos encontramos en total paz y salvo.
LICENCIAS Y CESIONES	
Licencias	Se proyectaron diferentes licencias de uso tanto de obras como de transmisión de la señal del Canal. Dentro de las licencias comunes, se otorgó licencia para el uso de obras de titularidad del Canal, como las emitidas en favor de los Canales Regionales y Mintic, en cumplimiento de las diferentes resoluciones expedidas por esta última entidad. Adicionalmente, se expidieron licencias para cableoperadores y canales comunitarios para la transmisión de la señal del canal, de acuerdo con la obligación estipulada en la ley.



Cesiones	Se revisaron diferentes contratos de cesión de derechos en favor del Canal, por la creación de diferentes obras por encargo.
ALIANZAS	
Alianzas	Se presentó acompañamiento para las diferentes alianzas firmadas por el Canal con: • Gobernación de Cundinamarca. • Media Maratón de Bogotá. • Koaj. • Corferias. • El BAM. • Fundación Musical de Colombia. • Mundo Aventura. • Festival del Bambuco. • Día del Rock • Festival del Caquetá. • Caminara de la Solidaridad. • Medio el Mangostino de Oro. • Colsubsidio. • Medio El Campesino. • Medio Fantástica de Leticia. • Expoasis • Festival del Joropo • Festival de Artes Mingas. • Medio el Cronista de Ibagué. • Medio la Nación. • Medio el Morichal. • Medio Mi Putumayo. • Medio El Dorado. • Cine Ficfusa. • Evidencia Films. • Las Chivas de Llano. • Medio Boyacá 7 días. • Biblioteca Nacional. • Banco de la República. • Ficca Huila. • Medio Noticias Día a Día. • Casa E • Boyacá Fic • El Diario Boyacá



CAPACITACIÓN	
Conferencia	No hubo en el período
REVISIÓN CONTRACTUAL	
Formatos	Se creó un nuevo formato de cesión de derechos de interpretaciones musicales.
Licencias Mintic	Se creó un formato de licencia de uso en favor del Canal, para licenciar las obras de titularidad del Canal a Mintic y los Operadores de Televisión Pública.
Contrato compra de audiovisuales	Se creó un formato de contrato de licencia específico para la compra de audiovisuales con recursos entregados por Mintic para tales efectos.
Coproducción	Se revisó y modificó el modelo de contrato de coproducción en materia de propiedad intelectual. Adicionalmente, dependiendo del caso, se revisó y modificó dicho formato para cada contrato que realizó el Canal en este sentido.
GESTIÓN CANAL	
Tributario	Se adelantaron reuniones para la revisión de algunos aspectos contractuales en materia tributaria ligados a los contratos de coproducción.
PQR	Se realizaron diferentes asesorías jurídicas para dar respuesta a diferentes PQR de la entidad.
Asesorías varias	Se realizaron diferentes asesorías jurídicas con bastante frecuencia, sobre derecho de autor para los diferentes funcionarios y contratistas de la entidad.

11. ATENCIÓN AL CIUDADANO Y PQRS.

Atención al ciudadano

Atención al ciudadano de conformidad a lo estipulado por 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 (...)” las cuales hacen referencia a la obligatoriedad de poner en conocimiento a la ciudadanía en general, la gestión realizada por la entidad durante 2024 en materia de cumplimiento a las PQRSD, buscando cumplir con los términos de la ley y la normatividad vigente. Durante la vigencia 2024, se dio respuesta oportuna de acuerdo con los tiempos de atención y respuesta de las peticiones recibidas por parte de la ciudadanía. Así mismo, se observa la utilización de un lenguaje claro, sencillo y cercano por parte de los diferentes procesos del canal, con un porcentaje de oportunidad y cumplimiento del 96%

Actividades Realizadas

- Se elaboró la guía de Protocolos de Atención al Ciudadano y se divulgó el conversatorio de Lenguaje Claro, las cuales fueron socializados.
- Se elaboró y divulgó la carta de trato digno de la entidad vigencia 2024.
- 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 transmisión 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 a los colaboradores de la entidad sobre el manejo interno y gestión de las PQRSD en el canal, la cual se llevó a cabo el 19 de febrero de 2024
- Se llevaron a cabo las actividades correspondientes al Plan de mejoramiento FURAG 2023.
- Se socializó a los colaboradores que apoyan el proceso de atención al ciudadano el curso de Lenguaje Claro y las capacitaciones de atención y participación ciudadana para su elaboración.
- De acuerdo con el Plan de capacitaciones de la entidad, se realizó una capacitación a los colaboradores de la entidad sobre el manejo interno y gestión de las PQRSD en el canal, la cual se llevó a cabo durante el mes de diciembre.

Página Web Participación y Atención al ciudadano:

Enlace de acceso carpeta: PÁGINA WEB GOV.CO

Formulario PQRSD:

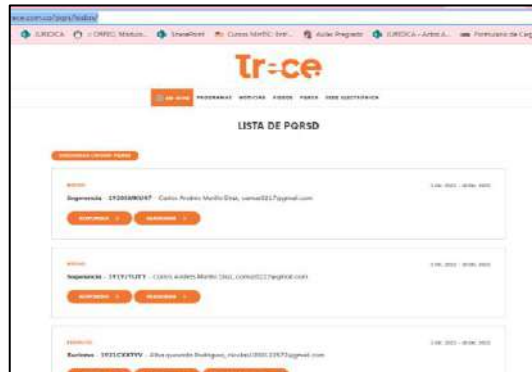
Junto con el apoyo del proceso de Gestión de Tecnologías Convergentes, se realizó la actualización del formulario PQRSD en la página web de acuerdo con lo estipulado en la resolución de MinTIC 1519 del 2020.

Formulario Página Web:

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

Módulo interno gestión PQRDS:

Junto con el apoyo del proceso de Gestión de Tecnologías Convergentes, se estructuró y elaboró del módulo interno para la gestión de las PQRSD en la entidad. Actualmente, el desarrollo se encuentra en ambiente de prueba por parte del equipo designado para apoyar el proceso de atención al ciudadano.



Menú Participa:

Para este módulo, se diseñó desde cero el botón “Participa”, el cual a su vez se compone de 6 subsecciones que se muestran a continuación:

Diagnóstico e identificación de problemas.

Planeación y presupuesto participativo.

Consulta ciudadana.

Colaboración e innovación.

Rendición de cuentas.

Control social.





Se realizaron las consultas ciudadanas para la formulación del plan estratégico, plan anticorrupción y rendición de cuentas vigencia 2023. Todo fue publicado en el botón de menú participa.

12. GESTIÓN DE CONTROL INTERNO

Frente al plan anual de auditorías para la vigencia 2024 se estableció 90% de Cumplimiento en el Plan Anual de Auditorías y Seguimientos. Y Se finalizó la vigencia con un cumplimiento del 100%.

Principales logros:

Producto de los resultados de las auditorías, 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.

Realizar por primera vez en la entidad auditoría interna a la implementación de la Política de Gobierno Digital en la entidad, con el apoyo de un ingeniero experto, los resultados contribuyeron con el plan de acción del proceso Tecnología Convergente que se viene trabajando actualmente y que está diseñado para dos años. Para la vigencia 2023 se programó realizar nuevamente la Auditoría al proceso y la contratación del profesional para llevarla a cabo.

Realizar por primera vez una auditoría interna a la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y Gestión Ambiental, con el apoyo de un contratista profesional experto en el sistema de gestión, que contribuyó a complementar el plan de trabajo del proceso. Para la vigencia 2025 se programó realizar nuevamente la Auditoría al proceso y la contratación del profesional para llevarla a cabo.

Elaboración de piloto del plan de mejoramiento automatizado por el proceso de tecnologías convergentes.

Implementación de los espacios "Diálogos de gestión" entre la Gerente de la entidad y la Profesional de Control Interno, con el fin de informar a la Gerencia los resultados de la gestión realizada por la Oficina de Control Interno.

A la fecha, como resultado de la gestión realizada por los líderes de los procesos, y con el apoyo de la Gerencia, se pudo solicitar a la Contraloría General de la República en la rendición de cuenta semestral del plan de mejoramiento, el cierre de 87 hallazgos, durante las vigencias 2019, 2020 y 2021, a la fecha quedan 20 hallazgos pendientes de solicitud de cierre con el ente de control.

Se cumplió con la formulación y reporte de los informes programados para la vigencia, de acuerdo con el plan anual de Auditorías y seguimientos. Dando un cumplimiento del 100% al plan anual de auditorías y seguimiento de 2024.

