

Bogotá, 28 de febrero de 2013

Señores Accionistas
RCN TELEVISIÓN S.A.
Ciudad

Señores Accionistas:

De conformidad con lo establecido en los artículos 46 y 47 de la ley 222 de 1995, a continuación me permito presentar a ustedes el Informe de Gestión de la Junta Directiva y de la Presidencia de RCN Televisión S.A., correspondiente al ejercicio del año 2012, el cual fue leído y aprobado por la Junta Directiva en la sesión del 27 de febrero de 2013.

Durante la gestión correspondiente al año 2012 se siguieron cumpliendo las directrices dictadas por la Presidencia de la Organización Ardila Lülle consistentes en la disminución de pasivos, disminución de costos y mayores ventas tal como se reflejará en los datos consignados más adelante.

- **Acerca del Laudo Arbitral proferido en el Tribunal de Arbitramento de la CNTV contra RCN Televisión.**

Se informa a la Asamblea de Accionistas que el 7 de noviembre de 2012, el Tribunal de Arbitramento integrado por los doctores Gilberto Peña Castrillón, Fernando Pabón Santander y César Hoyos Salazar, profirió el Laudo Arbitral que resolvió la demanda interpuesta por la CNTV contra RCN Televisión y Caracol Televisión, con ocasión de la fijación del precio de la prórroga de las concesiones de los canales, de la devolución del mayor valor que hizo la CNTV a cada canal y la no entrada del tercer canal.

En el laudo, el Tribunal de Arbitramento denegó las pretensiones relativas al indebido cálculo de la INPTV por virtud de (i) la estacionalidad de diciembre de 2010; (ii) indebida deflactación de las cifras y (iii) distorsiones en el cálculo de la INPTV de 2009 y 2010 por fenómenos como la autopauta, descuentos, negociaciones de comercialización de pauta (supuesta falta a la buena fe contractual) y lo referente al comportamiento histórico del PIB.

De esta suerte, prosperó la defensa de RCN en estos tópicos lo que le significó evitar una condena que habría ascendido a más de \$130.000.000.000.00 adicionales.

El laudo reconoció la ruptura del equilibrio de la ecuación económica del Contrato de Concesión, por cuya virtud condenó a RCN a pagar por concepto de restablecimiento del equilibrio las siguientes cifras:

- (i) \$17.858.000.000.00 por concepto de la no entrada del tercer canal en el periodo comprendido entre el 1 de julio de 2010 y el 31 de diciembre de 2011;
- (ii) \$11.082.000.000.00 por concepto de la no entrada del tercer canal en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012.
- (iii) Finalmente, el Tribunal dispuso actualizar la suma de los anteriores valores con base en el IPC certificado por el DANE, fijando como cifra total de la condena \$32.362.739.667.00

En cumplimiento de lo ordenado en el referido laudo arbitral, el 22 de noviembre de 2012 se pagó a favor de la Autoridad Nacional de Televisión la suma de \$32.362.739.667.00.

• **Creación de la Autoridad Nacional de Televisión –ANTV**

En el Informe de Gestión presentado a la Asamblea en el año 2011 se informó que el 21 de junio de 2011 se profirió el Acto Legislativo 02 de 2011, mediante el cual se derogó el artículo 76 de la Constitución y se modificó el artículo 77, dejando en el Congreso de la República la facultad de expedir una ley que fije la política en materia de televisión.

El 10 de enero de 2012 se expidió la Ley 1507, mediante la cual se creó la Autoridad Nacional de Televisión- ANTV y ordenó, en un plazo máximo de seis meses, la liquidación de la Comisión Nacional de Televisión.

En virtud de lo dispuesto en la Ley 1507 de 2012 la ANTV asumió en general las funciones que se encontraban a cargo de la Comisión Nacional de Televisión. Esta entidad está conformada por la Junta Nacional de Televisión de la que hacen parte el Ministro de las Tecnologías, de la Información y las Comunicaciones; un representante del Presidente; un representante de los gobernadores; un representante de las universidades públicas y privadas y un representante de la sociedad civil y será apoyada financieramente por el Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos.

La referida ley también asignó competencias en materia de televisión (i) a la Comisión de Regulación de Comunicaciones que ahora se encarga de clasificar el

servicio de televisión, según los criterios establecidos en el artículo 18 de la Ley 182 de 1995; determinar, en el caso de la televisión abierta, que ciertos programas se destinen únicamente a determinados usuarios y establecer prohibiciones para aquellas conductas en que incurran quienes atenten contra la competencia, el régimen de inhabilidades y los derechos de los televidentes; (ii) a la Superintendencia de Industria y Comercio que investiga y sanciona a los concesionarios de televisión por violación al régimen de protección de la competencia, el pluralismo informativo y el régimen para evitar las prácticas monopolísticas y (iii) a la Agencia Nacional del Espectro que tiene a su cargo suspender cualquier servicio de televisión no autorizado o que opere frecuencias electromagnéticas sin previa asignación; expedir las normas relacionadas con la señal de televisión vía satélite y el recurso satelital y llevar un registro público actualizado de todas las frecuencias electromagnéticas que de conformidad con las normas internacionales estén atribuidas al servicio de televisión.

- **Televisión Digital Terrestre.**

En el Informe de Gestión del año 2011 presentado a la Asamblea, se informó que la CNTV mediante el Acuerdo No. 004 del 20 de diciembre de 2011 actualizó el estándar para Televisión Digital Terrestre en Colombia de DBV-T a DVB-T2, con un plazo de transición del sistema análogo al digital hasta el 31 de diciembre de 2019.

Mediante Acuerdo 002 del 4 de abril de 2012, la ANTV estableció y reglamentó la prestación del servicio público de televisión abierta radiodifundida digital terrestre –TDT.

Según dicho Acuerdo, durante el periodo de transición los operadores deberán emitir el canal de tecnología analógica de manera simultánea y en horario coincidente, con el canal de TV digital hasta la fecha del apagón analógico (31 de diciembre de 2019) o hasta la finalización de sus emisiones en tecnología analógica, según la condición que primero se presente.

El 100% de la programación ofrecida en el Canal Principal deberá ser libre y gratuita y por lo menos el 50% de la programación ofrecida en los subcanales deberá ser libre y gratuita. Tanto en el canal principal como en cada uno de los subcanales, se deberán reservar 15 minutos diarios para la transmisión de mensajes institucionales.

De conformidad con las obligaciones contraídas mediante el contrato de concesión, se cumplió con un cubrimiento poblacional en Televisión Digital a diciembre del año 2012, del 49.88%. Para tal efecto, se adelantó la adecuación y ampliación de la infraestructura existente en las estaciones de Santa Marta (Santa Marta), La Popa (Cartagena), Turbaco (Turbaco, Arjona y Cartagena), El Nudo (Pereira), La

Castellana (Manizales), Armenia (Armenia), Tasajero (Cúcuta) y Lebrija (Bucaramanga).

El valor total de las inversiones realizadas en el año 2012 para la construcción y puesta en servicio de estas ocho estaciones, fue de \$9.171 millones de pesos, obteniendo con las mismas una cobertura superior a los compromisos contraídos, alcanzando un cubrimiento anual del 12,77% y un cubrimiento acumulado del 50,79%, con lo cual se superó el exigido en el contrato de concesión.

Considerando que a la fecha de presentación del presente Informe no se ha expedido el Plan de Utilización de Frecuencias completo y definitivo para el despliegue de la red, que en el mercado no existen los receptores necesarios para captar las señales de DVB-T y DVB-T2 y que el operador público RTVC, no ha dado inicio a la operación de su red digital, se ha solicitado en varias oportunidades a la ANTV la suspensión del Plan de Expansión de la red de TDT. Actualmente, nos encontramos a la espera de la respuesta correspondiente.

- **Nuevo Canal Privado Nacional**

El proceso originado en la Licitación Pública No. 002 de 2010 para la concesión, operación y explotación de un tercer canal de televisión de operación privada de cubrimiento nacional, cuya apertura correspondió a la Comisión Nacional de Televisión, hoy ANTV, culminó el 14 de febrero de 2012 al proferir el Consejo de Estado sentencia mediante la cual declaró la nulidad del numeral 4.11 del Pliego de Condiciones de dicha Licitación.

Ante dicha decisión, la ANTV debía dar inicio a un nuevo proceso licitatorio, por lo cual en 2012 convocó a 2 concursos de méritos para elegir la banca de inversión que definiría el valor del nuevo canal nacional privado. Sin embargo, en agosto se cerró el primer concurso sin escoger banca de inversión, ya que ninguna de las que se presentó cumplía con los requisitos y el segundo se declaró desierto en el mes de diciembre del año 2012, toda vez que no se presentó ningún proponente.

La ANTV deberá adelantar un nuevo proceso para la contratación de una Banca de Inversión que realice la estructuración financiera, técnica y legal de las condiciones que permitan la entrada de una nueva oferta televisiva.

- **Contrato de Venta y Opción sobre los Programas y Libretos de RCN Televisión**

El 1 de mayo de 2012 se celebró entre RCN Televisión S.A. y RCN International Distribution LLC el Contrato de Venta y Opción (Sale and Option Agreement). En

virtud del mencionado contrato, RCN International Distribution tiene la primera opción para adquirir los derechos sobre todos los Programas y Libretos de RCN Televisión para el territorio de los Estados Unidos. El término del contrato es de 15 años prorrogables.

- **Investigación Contraloría General de la República.**

En el Informe de Gestión del año 2011 presentado a la Asamblea se informó que con ocasión de la fijación del precio de la prórroga de las concesiones de RCN y CARACOL, la Contraloría General de la República abrió dos indagaciones preliminares contra la Comisión Nacional de Televisión, argumentando un posible detrimento patrimonial por: 1) las devoluciones de dinero a los canales debido a los pagos anticipados y 2) no ajustar el valor de nuestra concesión por la no entrada en operación del tercer canal.

La primera, cuyo cierre y archivo quedó en firme el 18 de mayo de 2012, pretendía determinar si había existido algún detrimento patrimonial en la fijación del precio final de las prórrogas, en virtud de que la CNTV no estuvo de acuerdo con los informes del auditor ERNST & YOUNG respecto de la pauta publicitaria correspondiente a los años 2009 y 2010. Así mismo, la Contraloría cuestionaba la devolución de los dineros que efectuó la CNTV a los canales privados, como consecuencia de los pagos anticipados y en exceso respecto del precio final.

La segunda, por una presunta responsabilidad fiscal, pretende determinar si existió detrimento patrimonial por \$51.918 millones que supuestamente dejó de percibir la CNTV por el no ingreso del tercer canal. Sin embargo, se decretó la nulidad de esta investigación y el proceso deberá reiniciarse, aunque se ha presentado un memorial ante la Contraloría General adjuntando el laudo arbitral del 7 de noviembre de 2012, solicitando el archivo de la investigación por haber sido resuelto este aspecto en el proceso arbitral ya mencionado.

- **Canal RCN Telenovelas**

El canal RCN Telenovelas continúa posicionándose entre los 10 primeros lugares, como uno de los canales predilectos por los televidentes que ven la señal a través del cableoperador UNE. Esto lo corrobora el estudio general de medios realizado en las principales ciudades de Colombia donde llega la señal.

La actualización mensual de promociones genéricas, parrillas, tele buzones y programas propios de internet ha permitido que la señal sea mucho más dinámica y entretenida, despertado el interés de nuevos clientes de pauta publicitaria.

Además, la realización de campañas tanto para nuevas producciones, como para el cambio de imagen del canal, han generado mayor impacto en los televidentes, ello de forma tal que se ha incrementado el número de visitas en el portal WEB y opiniones a través de redes sociales.

Mensualmente se busca mantener al televidente actualizado con avances y resúmenes de cada una de las producciones emitidas a través de la señal y en el portal WEB.

Con respecto a la competencia hemos conseguido crecer constantemente en el número de usuarios y suscriptores. Para el 2013 se ha preparado una campaña comunicacional, que nos permita acercarnos mucho más a los televidentes a través de redes sociales y poder solucionar posibles falencias que se puedan presentar; además generar mayores seguidores de RCN TELENOVELAS. Para la realización de esta campaña contaremos con el apoyo de las áreas creativa e internet propio del canal novelas.

- **Canal Internacional de Noticias – NTN24**

El Total de Ingresos en NTN24 para el periodo Enero - Diciembre de 2012, ascendió a \$23.174.324.000, de los cuales \$2.955.487.000 corresponden a la Venta por Pauta Publicitaria; \$933.570.000 por concepto de un Contrato de Licencia de Exhibición por Televisión de Contenidos Audiovisuales celebrado con RCN Televisión S.A., cuyo objeto es otorgar una licencia exclusiva para exhibir por televisión abierta los contenidos de NTN24; \$18.307.580.000 por concepto de un Contrato de Licencia del Canal NTN24 celebrado con RCN Televisión S.A. en virtud del cual NTN24 concede a favor de RCN una licencia exclusiva e irrevocable para recibir y retransmitir la señal del Canal NTN24 a través de la Señal Abierta de la Televisión Digital Terrestre en el territorio, una vez dicho estándar entre en operación; \$930.538.000 que corresponde a la venta generada por operadores de cable y \$47.149.000 por concepto de otras ventas.

Durante el año 2012, la infraestructura técnica se hizo más confiable y se acomodó a las nuevas necesidades de operación y producción.

El portal NTN24.com aumentó sus visitas sirviendo 13 millones de páginas vistas por 4 millones de usuarios distribuidos en todo el mundo, el crecimiento en la penetración en las redes sociales ha impulsado que cada día más los nuevos lectores vengan de tráfico nativo de Social Media (Twitter, Facebook, Google, Youtube, etc). Actualmente, el 40% de las visitas proviene de redes sociales.

En 2012 se hizo un cambio en la parrilla del canal fortaleciendo los informativos, lo cual implicó una reducción de costos al suprimir algunos programas.

Dentro de las políticas de austeridad se detectaron tres cuentas específicas para el control de gastos: colaboradores free lance, satélites y gastos de viaje. El ahorro en 2012 ascendió a \$2.909 millones de pesos. En el total de costos y gastos, se obtuvo un ahorro de \$5.820 millones de pesos.

El periodo 2012 arrojó resultados positivos, ascendiendo la ganancia neta a \$621.187 millones de pesos.

- **Canal Deportes - WIN Sports**

El 16 de julio de 2012 mediante documento privado RCN Televisión S.A. y Directv Colombia Ltda, con 5.000 acciones cada una, constituyeron la sociedad por acciones simplificada Win Sports S.A.S., cuyo objeto principal consiste en: (i) la operación y la programación de un canal deportivo privado de televisión para su emisión por televisión cerrada; (ii) la producción, realización, compra, venta, arriendo, importación, exportación y en general, la comercialización y explotación de toda clase de obras y producciones audiovisuales; (iii) la adquisición y otorgamiento a título de cesión o licencia de derechos para la transmisión de señales de televisión pública, privada, abierta y cerrada.

La participación accionaria de cada una de las empresas socias corresponde al 50% del capital social del canal Win Sports.

En el periodo comprendido entre el 16 de julio y el 31 de diciembre de 2012, periodo inicial de la puesta en marcha del proyecto, Win Sports registró una pérdida de \$22.224 millones de pesos, motivada principalmente por el gasto relacionado con el valor de los derechos de los partidos del fútbol profesional colombiano, el cual asciende a la suma de \$19.800 millones durante el periodo ya mencionado.

Los aportes de capital de RCN Televisión a Win Sports a 31 de diciembre de 2012, ascienden a \$11.805 millones.

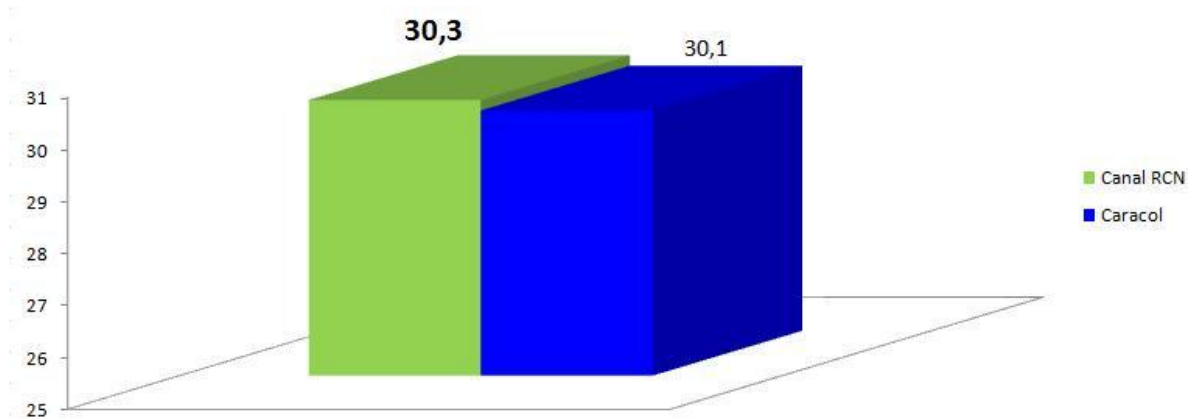
En el año 2012 Win Sports llegó a 58 operadores entre televisión por suscripción y comunitaria, lo que permitió cubrir la mayoría del territorio de Colombia. Se finalizó el año con 750.000 suscriptores.

AUDIENCIAS

En el año 2012 la parrilla de programación logró mantener a los hogares colombianos sintonizándonos por encima del enfrentado. Un 30.3% de las familias colombianas que encendieron el televisor se mantuvieron en promedio viendo el canal RCN todos los días.

La gráfica a continuación muestra el comparativo de share para 2012 frente a Canal Caracol.

Gráfica No. 1
Share promedio anual
Lunes a viernes
Target Hogares total Colombia

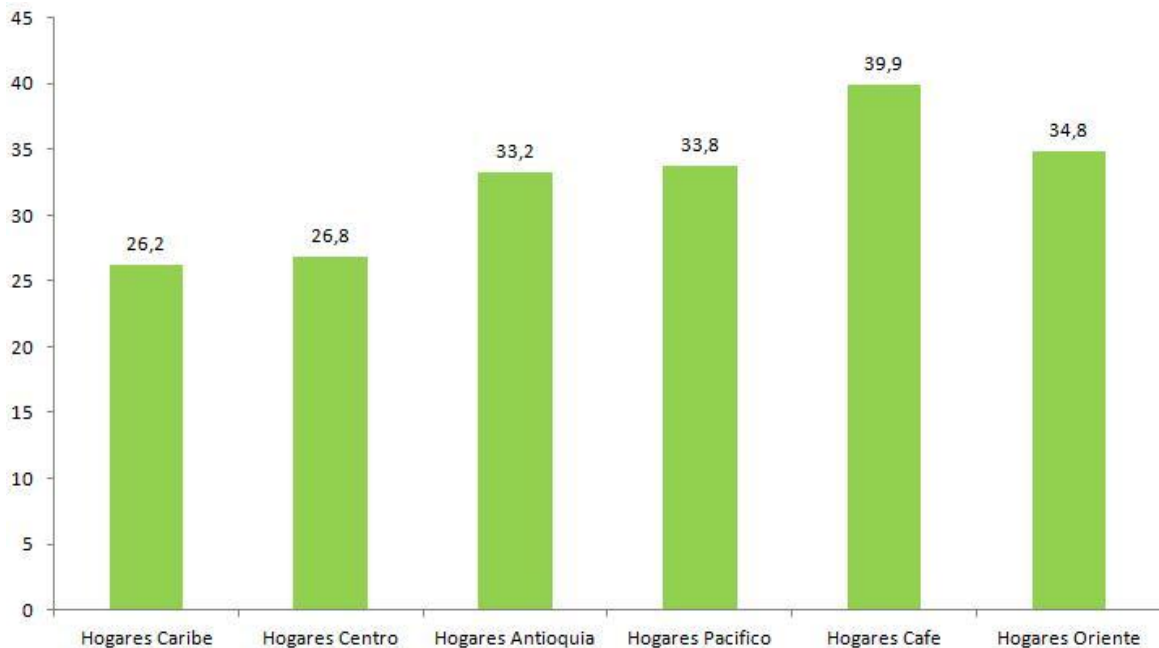


De igual manera en el prime time RCN tuvo un 35.2% de share en hogares promedio y en late un 36.3%, manteniendo la tendencia de años anteriores y consolidando ese horario con ratings por encima de los 18 puntos en promedio.

“Protagonistas de Nuestra Tele” y “Tres Milagros” se constituyeron en los productos de mayor audiencia para este año en la televisión nacional, logrando promedios de rating en hogares de 33.3 puntos y 32.4 puntos respectivamente. Se realizaron en total nueve estrenos en prime time, todos con excelentes resultados de audiencia.

En regiones se mantuvieron resultados homogéneos, teniendo en regiones como Antioquia, Pacífico, Cafetera y Oriente resultados superiores al 33% de share, similares a los resultados de años anteriores.

Gráfica No. 2
Share promedio anual
Lunes a viernes
Target hogares Regiones



Aunque el Canal tiene una penetración de televisión por suscripción y comunitaria superior al 82% de los hogares que hacen parte del universo Ibope y con crecimientos altos en la penetración en los estratos socioeconómicos bajos, se logró tener un 31% de share total día en ese tipo de hogares, 30.8% para los estratos medios y de un 27.9% en estratos altos.

- **PLAN DE AUSTERIDAD.**

Durante el año 2012, continuó en desarrollo la política de austeridad en el gasto que desde el año 1999 fijó la Junta Directiva. Es así como durante este año, se logró un ahorro de **\$10.576 Millones** en los rubros de descuento por pronto pago, renegociación contrato con Telecom por segmento satelital y servicios satelitales, entre otros.

- **PREMIOS**

En el año 2012 el Canal RCN reforzó y continuó con su propósito de consolidarse como líder entre los televidentes colombianos, entregándoles series, novelas y programas que merecieron diferentes reconocimientos por su calidad. Estos son algunos de los premios recibidos durante este año:

PREMIOS INDIA CATALINA 2012

- **FACTOR XS3**

Mejor presentador o animador de programas de entretenimiento - Andrea Serna.

- **EL JOE, LA LEYENDA**

Mejor Banda Sonora - Nicolás Uribe

Mejor Edición de Telenovela– Catalina García

Mejor Fotografía de Telenovela– Jaime Gavilán

Revelación del Año- Jair Romero

Mejor Actor Antagónico de Telenovela y/o Serie - Andrés Suarez

Mejor Historia y Libreto Original de Telenovela

Mejor Director de Telenovela- Herney Luna

Mejor Telenovela

- **TRES MILAGROS**

Mejor Edición de Serie– Elsa Vásquez

Mejor Adaptación de Obra Literaria o Guión para Telenovela o Serie -Carlos Duplat y Luz Mariela Santofimio

- **CORREO DE INOCENTES**

Mejor Fotografía de Serie – Diego Jiménez y Andrés Gutiérrez –

Mejor Actriz Antagónica de Telenovela y/o Serie- Cristina Campuzano

Mejor Actriz de Reparto de Serie -Laura García

Mejor Actor de Reparto de Serie - Ricardo Leguízamo

Mejor Serie o Miniserie

Mejor Actriz Protagonista de Serie o Miniserie - Margarita Rosa de Francisco

Mejor Historia y Libreto Original de Serie o Miniserie - María Londoño y Rafael Noguera – RCN TV.

Mejor Director de Serie o Miniserie - Klych López y Felipe Cano

- **EL MAN ES GERMAN**

Mejor Actor Protagonista de Serie o Miniserie - Ganó Santiago Alarcón

PREMIOS TV Y NOVELAS 2012

- **LA TRAICIONERA**

Villana favorita de telenovela - Vicky Hernández

- **TRES MILAGROS**

Villana favorita de serie - Ana Bolena Meza

Serie favorita

- **NUESTRA SEMANA**

Presentador de entretenimiento favorito - Jéssica Cediél

Programa de variedades favorito

- **EL MAN ES GERMÁN**

Protagonista masculino favorito de serie – Santiago Alarcón

Actor de reparto favorito de serie -Santiago Reyes

Actriz de reparto favorita de serie -Aida Bossa

Villano favorito de serie - Santiago Rodríguez

Revelación del año - Rafael Zea





CAPITULO I
GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Las principales actividades ejecutadas en el área administrativa del Canal durante el año 2012, fueron:

A. GERENCIA ADMINISTRATIVA

TRANSPORTE

- Se atendieron más de 40.000 servicios de transporte.
- Se activaron nuevas estaciones de servicio de combustible, facilitando la operación diaria.
- Se implementó el seguimiento y control de la flota de transportes mediante sistema satelital.

VIAJES

- Se mantuvieron los beneficios a través de canje publicitario con Hoteles y Aerolíneas, bajo términos tarifarios muy favorables, lo que reduce los desembolsos de efectivo.

COMUNICACIONES

- Se inició una consultoría externa, para hacer una revisión general de los costos de comunicaciones e identificar los posibles ahorros.

ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

- Se efectuó la entrega por parte de IBERPLAS del archivo general de RCN, el cual será custodiado y administrado por la empresa G4S.

OBRAS Y ADECUACIONES

En el año 2012 se concluyeron las siguientes obras:

- Entrega y puesta en marcha del edificio de parqueaderos y helipuerto.
- Remodelación de los master 1 y 2.
- Construcción y entrega del canal deportes Win Sports.
- Sub estación eléctrica para la sede de Novartis.
- Inicio de la adecuación de las bodegas para almacén general y almacén técnico.

IMPORTACIONES

- Se dio inicio al diagnóstico y elaboración del proyecto para la unificación del área de comercio exterior.

MANTENIMIENTO Y ASEO

- Se incorporaron nuevos proveedores, logrando precios más competitivos.

B. GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

- Se implementó el módulo HCM HUMAN CAPITAL MANAGEMENT de SAP que involucra los componentes de OM Gestión de la Organización, PA Gestión de Personal, PD Desarrollo de Personal, RC Reclutamiento y Selección, PT Gestión de Tiempos y PY Calculo de Nomina. Esta herramienta permitirá que se realice una gestión eficiente e integrada de la información y procesos de cada uno de los colaboradores de la compañía.
- Con el apoyo de la Caja de Compensación Colsubsidio, se inició el levantamiento de la información de los colaboradores de la empresa para trabajar el proyecto de Vivienda Propia y poder obtener información relevante sobre esta práctica en otras empresas del país.
- Se mantuvo el beneficio del Fondo Rotatorio de Préstamo para educación, que hasta el momento ha beneficiado a 19 colaboradores de diferentes áreas que están cursando carreras como: Administración de Empresas, Diseño Gráfico, Publicidad, Logística, Ingeniería Electrónica, Contabilidad, Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad. La inversión realizada durante el año 2012 fue de \$35.000.000.
- Continúa el programa de "Bachillerato para Colaboradores" que durante el año 2012 graduó a dos (2) estudiantes de básica secundaria. La inversión realizada desde 2010 cuando comenzó el proyecto, ha sido de \$87.599.062.
- Se efectuaron ascensos de personal impulsando el desarrollo profesional de los colaboradores, buscando nuevas oportunidades de crecimiento al interior de la empresa. En 2012 se promovió a nuevos cargos a 20 colaboradores; 40% del área administrativa, 25% de producción y 35% del área técnica.
- De acuerdo con la política del Primer Empleo del Gobierno Nacional, RCN mantiene convenios de prácticas profesionales o pasantías con diferentes instituciones educativas en todo el país, siendo un mecanismo de

contratación y de oportunidades para los jóvenes profesionales. Durante el año 2012, cinco (5) estudiantes que realizaron prácticas, fueron contratados para diferentes labores dentro del Canal.

- Continúa la administración las actividades de la Zona Lúdica que durante el año 2012 atendió a un promedio de 500 colaboradores mensuales, en los diferentes espacios creados para su esparcimiento y bienestar.
- Durante el año 2012 el área de Salud Ocupacional continuó con su labor, y dentro de las actividades realizadas se atendieron a 1.055 empleados en consulta médica gratuita, 93 consultas por asesoría psicológica y un promedio de 20 colaboradores mensuales vistos por riesgo ergonómico y fisioterapia.
- Se realizaron exámenes médicos ocupacionales periódicos a 623 colaboradores, cuyos resultados fueron analizados por medicina laboral para realizar acciones de prevención de riesgos específicos.
- Se ofreció capacitación a los colaboradores de las áreas técnica, ambientación, escenografía y noticias para trabajo en alturas a nivel avanzado. Actualmente, el canal cuenta con 73 empleados aptos y entrenados para realizar este tipo de labor.
- Durante el año 2012, se realizó el Seminario-Taller sobre Manejo Decisivo y Seguridad Vial, con prácticas de inspección de vehículos y técnicas de manejo seguro para conductores de vehículos livianos, en el cual participaron 36 colaboradores pertenecientes a las áreas de Seguridad y Transportes.
- Con el apoyo de la ARP LIBERTY se capacitó a más de 271 colaboradores de áreas específicas en temas relacionados con la higiene y seguridad industrial, medicina preventiva y del trabajo.
- Se realizó la preparación, votación y elección del Comité Paritario y del Comité de Convivencia Laboral con vigencia 2012-2014.
- Se realizó el Simulacro General para todos los funcionarios de la empresa, logrando evacuar a los colaboradores (áreas no críticas) en un máximo de 5 minutos.
- Se realizó la Semana de La Salud en donde los colaboradores participaron en diversas actividades encaminadas a la búsqueda del bienestar físico y mental.

- Se lideraron importantes actividades dentro de los temas de bienestar de la empresa, a través de la ***Fiesta de Halloween*** que contó con la participación de 800 niños hijos de empleados y sus padres en el Cubo de Colsubsidio, y la ***Novena de Fin de Año*** con la participación y acogida de un importante número de colaboradores.

C. GERENCIA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

La Gerencia de Tecnologías de la Información tiene como misión proveer servicios y soluciones de tecnologías de la información (TI) innovadoras, de alta calidad, acordes a estándares de la industria que generen valor a las distintas áreas funcionales de la compañía, como apoyo al cumplimiento de los lineamientos y objetivos estratégicos del negocio.

En su alcance de servicios cubre a la empresa en:

- Mesa de Soporte
- Plataforma Computacional
- Redes y Comunicaciones
- Intranet y Extranet
- Seguridad de Información
- Administración de Servidores
- Gestión de Licenciamiento
- Configuración de Soluciones
- Implementación de Aplicaciones
- Inteligencia de Negocios
- Gestión y Gobierno TI

Servicios de Infraestructura y Servicios TI

El Área de Soporte TI durante 2012 continuó con los procesos de optimización de servicios y actualización de infraestructura de red y servidores.

- Reconfiguración y Actualización de los servicios corporativos de Mesa de Ayuda; migración de equipos de cómputo; actualización de servidores y configuración en alta disponibilidad.
- Actualización y Restructuración de la Infraestructura de Red:
 - Renegociación de la conectividad a internet. Incrementamos de 64 Mbps a 100 Mbps la capacidad de navegación en internet; se independizó la conectividad de correo electrónico, pasando de 4 Mbps a 16 Mbps y se independizó la capacidad de carga de contenido de diferentes áreas de 20

Mbps a 44 Mbps. Adicionalmente, se aumentó la capacidad de conexión hacia la sede de la 99 de 18 Mbps a 24 Mbps y hacia las sede de Cali y Medellín de 2 Mbps a 4 Mbps cada una.

- Actualización de software del equipo activo de los centros de cableado como de centro de cómputo principal.
- Ampliación de la capacidad de conexión de red del centro de cómputo principal (Aplicación del CORE).
- Montaje de Servicios Computacionales y de Red para WinSports
- Montaje de la nube privada de servicios compartidos en alta disponibilidad para NTN24, WINSPO RTS y RCN Televisión
 - Unificación de la plataforma, migración y depuración de información de las cuentas de correo. Permitiendo así integración de agendas y contactos.
 - Implementación de comunicaciones unificadas de manera integrada para los 3 canales. Permitiendo chat, conferencia de voz, videoconferencia, transferencia de archivos, entre otros servicios.
 - Unificación del sistema de Backups.
 - Implementación del sistema de actualizaciones automáticas de equipos de cómputo de manera centralizada.
- Adquisición y montaje de aproximadamente 30 computadores y repotenciación de 50 equipos de RCN Televisión.

Servicios de Análisis y Soluciones TI

El Área de Soluciones TI durante el 2012 se enfocó en implementar y mejorar algunos de los sistemas de información que actualmente apoyan la ejecución y gestión de diferentes dependencias del Canal RCN.

Entre las más representativas actividades tenemos:

- Implementación del Sistema de Nomina y RRHH Fase 1.
 - Módulo de Gestión de Estructura Organizacional.
 - Módulo de Selección y Contratación.

- Módulo de Gestión de Personal.
- Módulo de Nomina para empleados y contratos por servicios. Proyección de nómina de terceros (Temporal).
- Módulo de Gestión de Tiempos.
- Módulo de Desarrollo de Personal.
- Módulo de Gestión de Eventos (Capacitación)
- Desarrollo de:
 - Automatización de la plantilla de aprobación de proyectos de producción.
 - Automatización Plantilla de Gestión del Catálogo de Productos.
 - Desarrollo Sistema ABC (Modulo de Gestión de Históricos).
 - Migración de Aplicativos a Modelo Multiempresa.
 - Gestor de Solicitudes del Catálogo Musical.
 - Desarrollo del módulo de rendimientos el cual registra los tiempos de grabación, realizando proyección y notificación de ajustes y demoras.
 - Nuevas versiones del generador de Código Fuente. (Construcción automática de parte de la funcionalidad de las aplicaciones que requerimos construir.
 - Nueva versión Sistema de Desgloses de Producción.
 - Desarrollos y mantenimientos varios a aplicativos de pautas, legalizaciones, almacenes, entre otros.

Otras Actividades de la Gerencia

- Desarrollo de la Estructura Organiza del Área
- Actualización de Roles, Funciones y Competencias
- Actualización de Procesos TI
- Gestión de Indicadores de TI

- Gestión de la Arquitectura de Software.

D. DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

- Se realizó la capacitación de todo el personal del Departamento de Seguridad mediante cursos de actualización de escoltas, en vigilancia y operadores de medios tecnológicos.
- De acuerdo a la nueva reglamentación de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, se implementó el sistema RENOVA para reporte de novedades e información del Departamento de Seguridad.
- Se presentó la revista in situ programada por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada para el mes de abril 2012, arrojando excelentes resultados.
- Se implementó la seguridad electrónica (cámaras, control de accesos, talanqueras, arcos detectores, rotodor y máquina de rayos X) y de personas en la torre de parqueaderos ubicada en la sede Novartis.
- Se dictó curso de manejo decisivo al personal de escoltas del departamento de seguridad, por parte de la ARP.





**CAPITULO II
GESTIÓN TÉCNICA**

A. Inversión en infraestructura

Durante el año 2012 en el área técnica se hicieron inversiones estratégicas en los siguientes frentes:

- **Emisión**

Se instaló un master de emisión para producir la señal del canal Win Sports.

- **Estudios, Móviles y Postproducción**

- Se instaló el sistema de control de iluminación de los estudios 14, 15 y 16.
- Se renovó el sistema de edición de video para los programas "Reallity Shows".
- Se instaló el sistema de edición y post producción del canal Win Sports con sistemas de graficación y 9 salas de edición e ingesta.
- Se amplió el sistema de procesamiento y tras codificación de post producción para el despacho digital de contenidos por Internet.
- Se amplió la capacidad del archivo digital para novelas y unitarios.
- Se amplió en 2 salas el sistema de edición de novelas.

- **Noticias**

- Se actualizó el sistema de archivo digital de noticias para manejar contenidos en formato Ancho o 16:9.

- **Satélite y Microondas**

Se actualizaron los equipos de distribución satélite al estándar T2 MI necesarios para ser compatibles con el nuevo estándar de Televisión Digital DVB-T2 adoptado por la CNTV. Se renovó la antena de la flyaway 2 de Bogotá. Se instaló una antena de transmisión satélite para la distribución del canal Win Sports.

- **Red de Transmisión**

Para dar cumplimiento a los compromisos con la CNTV con respecto a la red para la televisión Digital Terrestre, se adquirieron los equipos para ampliar la red de transmisión digital para las estaciones de Cartagena, Manizales, Armenia, Pereira, Bucaramanga, Bogotá, Medellín.

- **Sistema Eléctrico**

Se renovó y amplió la subestación eléctrica de la sede Norte a 2 MVAs.

- **Operación**

Durante el año 2012, el Canal emitió programación las 24 horas del día. Se operó también la emisión del Canal RCN Novelas. Se produjeron novelas, realities, noticieros, programas unitarios, para lo cual se contó con lo siguiente en la operación técnica:

- Móviles: Se operaron 14 Unidades Móviles del Canal para la grabación de dramatizados, con un Jefe Técnico responsable de cada Unidad, con su grupo técnico de producción. Adicionalmente, se operó la unidad móvil de noticias.
- Red de transmisión: la Operación la realizó el Consorcio de Canales Nacionales Privados (CCNP), con 135 estaciones que cubren 762 municipios.
- Estudios: Se operaron 16 estudios del Canal para la grabación de Novelas, Reality Shows y Unitarios.
- Satélite y Microondas: la distribución vía satélite de las señales del Canal RCN, la contribución de noticias vía satélite y microondas, cinco (5) grupos de FlyAway y diez (10) grupos de microondas portátiles.

Para la recepción de señales se contó con el máster de contribuciones, en turnos para cubrir 24 horas de operación diaria. Se prestaron servicios de satélite a Univisión, Reuters, AP, Globovisión, TVE, entre otros.

- Post producción: Se dio soporte a 26 salas de edición no lineal, a 7 salas de musicalización, a multicopiado o tráfico y a los equipos de graficación de producción. En esta área se realizaron todas las ediciones de la programación del Canal y las copias de las ventas internacionales.
- Noticias: Se dio soporte técnico en la operación del sistema de informativos en los frentes de estudios, 18 salas de edición, 8 estaciones de graficación, veinticinco (25) equipos de reportería, mantenimiento e iluminación de estudio y exteriores.
- Productora de comerciales: Se dio soporte técnico en la operación de la Productora de Comerciales para dos salas de Edición, tres (3) salas de

composición gráfica, una (1) sala de sonido, master de multicopiado, y tres (3) estaciones de animación 3D.

- Close Caption: Para dar cumplimiento con la exigencia de la CNTV de codificar parte de la programación del canal para que las personas con impedimentos auditivos comprendan la programación, se codificaron a través del CCNP, los subtítulos escondidos (close caption), que permiten atender la exigencia actual.

- **Mantenimiento**

- Se contó con un laboratorio para el mantenimiento de los equipos de video, audio, iluminación, satélite y microondas del área de producción del canal.
- Se celebraron contratos de mantenimiento para las UPS que se revisaron periódicamente cada 4 meses; igualmente para las plantas eléctricas, se contrató en forma externa el mantenimiento mensual.
- El Consorcio de Canales Nacionales Privados prestó mantenimiento a los equipos de la red, torres de transmisión, sistemas radiantes, redes eléctricas, vías de acceso de las 135 estaciones que la conforman.





CAPITULO III
GESTIÓN JURÍDICA

A continuación se rinde el informe de la gestión de la Secretaría Jurídica:

- **Acerca del Laudo Arbitral proferido en el Tribunal de Arbitramento de la CNTV contra RCN Televisión.**

Tal como se informó al inicio del presente Informe, el 15 de noviembre de 2012 RCN interpuso recurso extraordinario de anulación ante el Consejo de Estado contra el Laudo Arbitral, proferido el 7 de noviembre de 2012, que resolvió la demanda interpuesta por la CNTV contra RCN Televisión y Caracol Televisión, con ocasión de la fijación del precio de la prórroga de las concesiones de los canales, de la devolución del mayor valor que hizo la CNTV a cada canal y por la no entrada del tercer canal. El referido recurso se fundamentó en las causales que se exponen a continuación:

El laudo es anulable por las causales contenidas en los numerales 6ª y 8ª del artículo 163 del Decreto 1818/1998, así como por la violación al debido proceso.

Causal 6ª de anulación: Haberse fallado en conciencia debiendo ser en derecho, siempre que esta circunstancia aparezca manifiesta en el laudo: La condena sin consideración a las pruebas acopiadas en el proceso es un fallo en conciencia. Los árbitros no valoraron ninguna de las múltiples pruebas obrantes en el plenario en las que estaba demostrado que (i) la CNTV incurrió en demoras para iniciar el proceso de adjudicación del tercer canal, de suerte que estuviera en funcionamiento el 1 de julio de 2010; (ii) las causas por las que no llegaron a feliz término las licitaciones 001 y 002 eran imputables a la CNTV; y (iii) que la no entrada del tercer canal fue por culpa de la CNTV.

Causal 8ª de anulación: Haber recaído el laudo sobre puntos no sujetos a la decisión de los árbitros o haberse concedido más de lo pedido:

El laudo adolece de la causal 8ª por las siguientes razones:

- **Por haber concedido más de lo pedido:** Dos razones llevaron a invocar esta causal: (i) El Tribunal concedió una pretensión distinta a la solicitada por la Convocante y no lo hizo "interpretando" la demanda, sino concediendo más de lo pedido, lo que hizo a conciencia porque de lo contrario no era posible viabilizar la cuarta pretensión condenatoria, que era consecuencial de la primera principal. (ii) El Tribunal de Arbitramento decidió no solo conceder la pretensión original de la demanda y condenar al canal a pagar los \$ 17.858 millones constantes del 2008, sino que decidió por cuenta propia condenar a los concesionarios al pago adicional de \$11.082 millones por concepto de la no entrada del tercer canal en el periodo comprendido entre el 1 de

enero de 2012 y el 31 de diciembre de 2012, pese a que en la demanda no se solicitó dicha condena ni tampoco se puede derivar de ningún otro acto procesal del demandado y mucho menos la competencia restringida del tribunal, le permitía formular una condena *pro futuro* (entre noviembre y diciembre de 2012).

- **Por haber recaído el laudo en puntos no sujetos a la decisión de los árbitros:** Algunas de las pretensiones subsidiarias de la demanda, correspondían a la acción de enriquecimiento sin causa o acción *in rem verso*, el Tribunal de Arbitramento debió abstenerse de asumir la competencia para estudiar y resolver las mismas, pues la cláusula compromisoria contenida en el Contrato de Concesión y su Prórroga sólo habilitaba al Tribunal para pronunciarse acerca de una "controversia o diferencia relativa a dicho contrato o relacionada con el mismo" y no a cuestiones que no estuvieran vinculadas con el Contrato, tal como la acción de enriquecimiento sin causa.
- **Violación al debido proceso:** Es posible proponer esta causal ante el juez de la anulación cuando existen violaciones groseras al debido proceso (por ejemplo: vía de hecho sustancial o probatoria).

El laudo arbitral desconoce abiertamente el artículo 27 de la Ley 80 de 1993, el cual señala que el restablecimiento de la ecuación económica del contrato solo es viable cuando dicho desequilibrio no obedezca a causas imputables a quien lo alega. Pese a que el Consejo de Estado declaró la nulidad del procedimiento para la adjudicación del tercer canal propuesto por la CNTV y que la Procuraduría pidió a dicha entidad revocar la primera licitación, el Tribunal de arbitramento ordenó el restablecimiento de la ecuación económica del contrato, porque en su criterio dichas "decisiones judiciales" no eran imputables a la entidad pública Convocante

Adicionalmente, el Tribunal de arbitramento no valoró individualmente ni en conjunto, ni una sola de las pruebas allegadas al proceso por el RCN en las que se demostró no solo que las causas por las que la autoridades habían impedido directa o indirectamente la continuación del proceso de adjudicación, eran imputables a la CNTV, sino que dicha entidad actuó con extrema negligencia en el mencionado proceso de adjudicación.

En el año 2012, la Autoridad Nacional de Televisión no impuso ninguna sanción a RCN y abrió solo una investigación administrativa con ocasión del programa "Protagonistas de Nuestra Tele". Actualmente hay 10 actuaciones administrativas, en las cuales caducó la facultad sancionatoria de la ANTV, aunque hasta el momento dicha caducidad no ha sido reconocida por la entidad.

El área jurídica hizo acompañamiento a la Presidencia del Canal y a la Secretaría General en todos los procesos e investigaciones que durante el año 2012 tuvo que atender la sociedad.

Igualmente, durante el año 2012, prestó asesoría a todas las áreas de la sociedad en materia de contratación de talento, obras civiles, adquisición de equipos, licencias de exhibición de las producciones del Canal a nivel internacional, licencias de adaptación de obras literarias del Canal a nivel internacional, atención de las acciones de tutela, derechos de petición y solicitudes de rectificación, asesoría en materia de propiedad intelectual y derechos de autor, entre otros.





CAPITULO IV

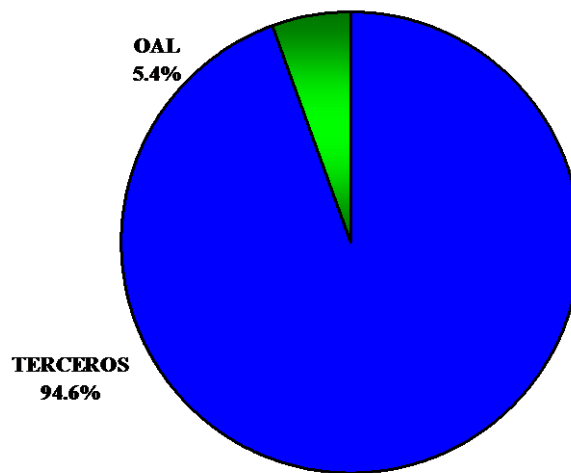
GESTIÓN COMERCIAL

Los resultados de la Vicepresidencia Comercial para el año 2012, fueron:

- El incremento en las tarifas promedio del mercado fue del 3%.
- El resultado en ventas fue: (datos en millones)

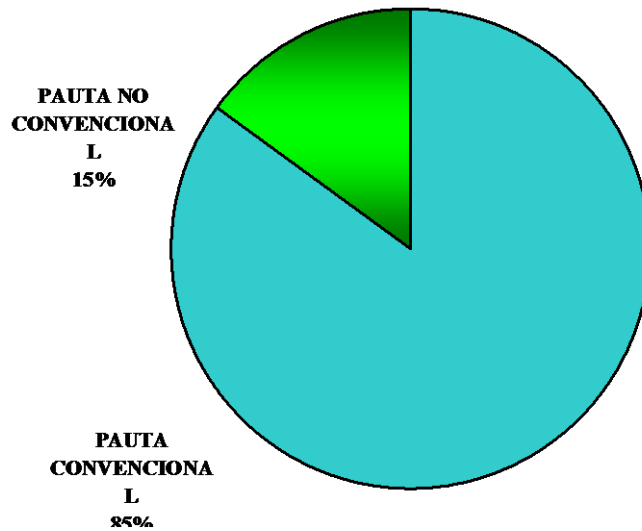
VENTA DE PAUTA	
TERCEROS	484.601
OAL	27.925
TOTAL	512.526

Distribución de las ventas



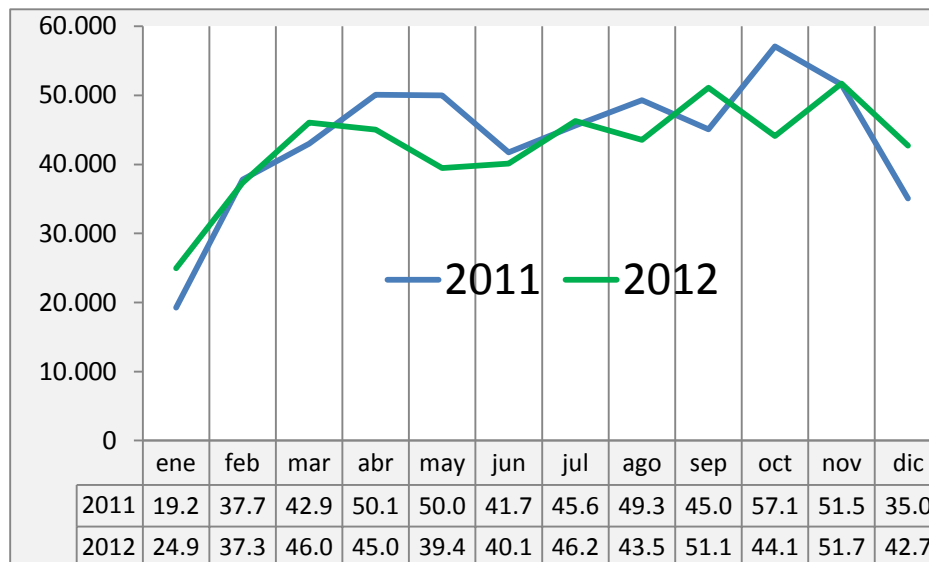
En el año 2012 el 94.6% de los ingresos por pauta del Canal fueron por Venta de Pauta a Terceros.

Participación de acuerdo al tipo de venta



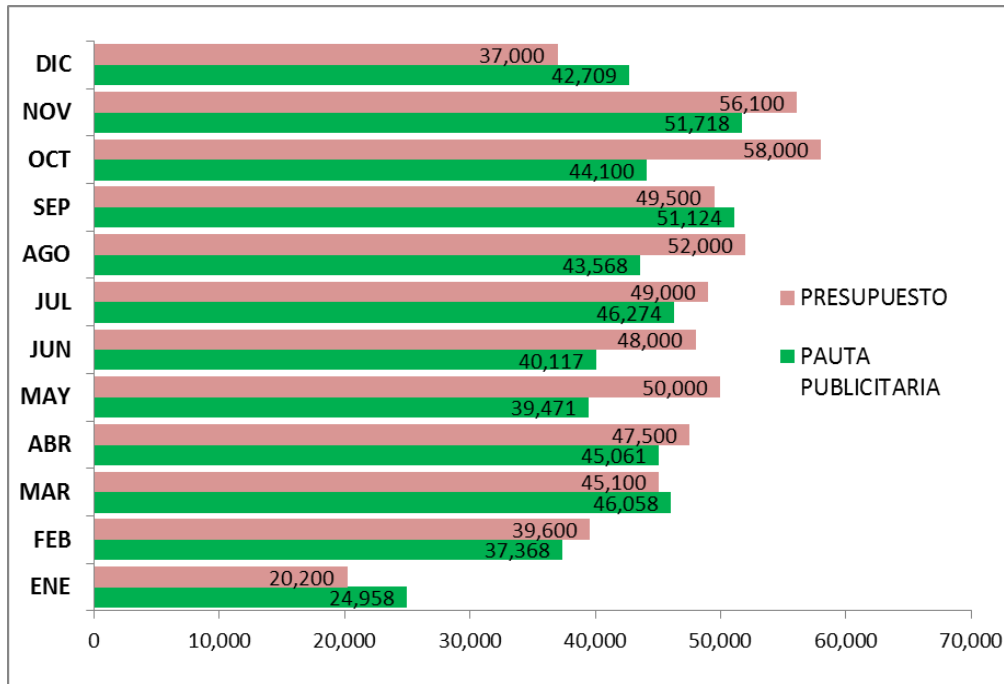
La pauta regular tuvo una participación del 85% de las ventas a terceros y Pauta no convencional un 15%; se mantuvieron los porcentajes frente al año anterior.

- Comparativo de ventas por mes



La venta total en el año 2012, fue de \$512.526 y en el año 2011, fue de \$525.688 con lo que se tuvo un decrecimiento del 2.5%.

- Comportamiento de las ventas frente al presupuesto mes a mes



Venta total 2012 : \$512.526
Presupuesto 2012 : \$552.000

La ejecución frente al presupuesto fue del 92.8%

- **Comparativo de venta 2012 vs. 2011 de nuestros primeros 50 clientes (terceros) ordenados de acuerdo con la inversión hecha en el año 2012**



2012

	CLIENTE	2010	2011	%	2012	%
1	PROCTER & GAMBLE COLOMBIA LTDA	22,318.1	18,829.8	-15.6%	17,584.4	-6.6%
2	PRODUCTOS FAMILIA S.A.	13,301.2	14,844.8	11.6%	13,315.9	-10.3%
3	UNILEVER ANDINA COLOMBIA LTDA	17,006.1	18,051.1	6.1%	12,587.2	-30.3%
4	GENOMMA LAB COLOMBIA LTDA	13,110.5	13,922.8	6.2%	12,532.6	-10.0%
5	COMUNICACION CELULAR S.A.	11,858.1	10,775.0	-9.1%	11,666.5	8.3%
6	COLGATE - PALMOLIVE COMPAÑIA	11,860.0	12,658.3	6.7%	10,924.7	-13.7%
7	ABBOTT LABORATORIES DE COLOMBIA S.A.	1,609.2	5,259.7	226.9%	10,207.8	94.1%
8	QUALA S.A.	7,200.0	7,200.0	0.0%	10,000.0	38.9%
9	GLAXO SMITH KLINE COLOMBIA S.A.	11,000.8	11,048.1	0.4%	8,664.8	-21.6%
10	BAVARIA S.A.	14,306.5	14,292.0	-0.1%	8,329.3	-41.7%
11	PEPSICOLA COLOMBIA LTDA.	7,019.8	8,440.6	20.2%	8,043.4	-4.7%
12	DIRECTV COLOMBIA LTDA	3,799.2	4,923.3	29.6%	6,880.7	39.8%
13	UNE EPM TELECOMUNICACIONES S.A.	4,192.2	3,152.0	-24.8%	6,565.8	108.3%
14	BOEHRINGER INGELHEIM S.A.	5,130.5	6,978.7	36.0%	6,400.3	-8.3%
15	COCA COLA +IND.NACIONAL DE GASEOSAS S.A.+NUEVAS BE	6,827.1	8,737.9	28.0%	6,140.0	-29.7%
16	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	2,310.7	3,940.1	70.5%	6,132.0	55.6%
17	TECNOQUIMICAS S.A.+TECNOSUR	2,677.5	2,762.4	3.2%	5,961.0	115.8%
18	SANOFI-AVENTIS DE COLOMBIA S.A.	3,785.2	4,992.8	31.9%	5,608.7	12.3%
19	ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.	5,704.8	6,171.2	8.2%	5,527.9	-10.4%
20	AVON COLOMBIA LTDA	9,718.8	7,801.3	-19.7%	5,504.3	-29.4%
21	NESTLE DE COLOMBIA S.A.	6,830.6	7,361.1	7.8%	5,464.3	-25.8%
22	CADBURY ADAMS COLOMBIA S.A+ALIMENTOS KRAFT	2,537.3	3,843.3	51.5%	5,318.0	38.4%
23	ALIMENTOS POLAR COLOMBIA S.A.S	2,400.0	2,900.0	20.8%	5,317.5	83.4%
24	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA	5,822.0	5,521.6	-5.2%	5,164.0	-6.5%
25	SC JOHNSON & SON COLOMBIA S.A.	5,496.0	6,987.1	27.1%	5,111.1	-26.8%
26	BAYER S.A.	3,965.6	4,033.5	1.7%	5,025.4	24.6%
	CLIENTE	2010	2011	%	2012	%
27	OLIMPICA S.A.	3,515.8	3,569.8	1.5%	4,936.3	38.3%
28	MINISTERIO DE LA PROTECCION SOCIAL	1,280.8	434.2	-66.1%	4,866.0	1020.7%
29	CLOROX DE COLOMBIA S.A.	6,940.2	4,497.1	-35.2%	4,861.5	8.1%
30	JOHNSON & JOHNSON DE COLOMBIA S.A.	4,435.1	5,574.0	25.7%	4,851.0	-13.0%
31	BEL STAR S.A.	9,891.9	8,215.9	-16.9%	4,783.5	-41.8%
32	CORPORACION PUBLICITARIA DE COLOMBIA	-	-		4,625.4	
33	COLOMBIA MOVIL S.A.E.S.P.	7,389.2	5,164.9	-30.1%	4,569.8	-11.5%
34	DESPEGAR ONLINE S.R.L.+SERVICIOS ONLINE	593.3	2,532.3	326.8%	4,516.4	78.4%
35	TELMEX COLOMBIA S.A.	1,972.5	4,492.4	127.7%	4,508.7	0.4%
36	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A. CORBETA S.A. ALKOSTO	6,424.4	5,009.1	-22.0%	4,508.3	-10.0%
37	TELEFONICA MOVILES COLOMBIA S.A. + TELECOM	10,447.1	9,384.6	-10.2%	4,405.5	-53.1%
38	ALMACENES EXITO S.A.	5,624.7	7,111.1	26.4%	4,393.8	-38.2%
39	KELLOGG DE COLOMBIA S.A.	3,539.8	4,203.9	18.8%	4,162.5	-1.0%
40	BDF BEIERSDORF S.A.	3,242.3	3,356.2	3.5%	3,826.7	14.0%
41	BANCOLOMBIA	5,589.1	6,485.8	16.0%	3,722.0	-42.6%
42	SOFASA S.A.	4,336.0	4,834.1	11.5%	3,609.6	-25.3%
43	MOLINOS ROA S.A.	1,813.5	1,778.6	-1.9%	3,592.8	102.0%
44	AUTOTECNICA COLOMBIANA S.A.S	432.6	3,372.5	679.7%	3,497.3	3.7%
45	GRASCO LTDA+DETERGENTES	392.3	2,209.2	463.2%	3,438.9	55.7%
46	YANBAL DE COLOMBIA S.A.	1,986.1	3,233.0	62.8%	3,438.1	6.3%
47	LABORATORIO FRANCO COLOMBIANO LAFRANCOL S.A.S.	3,960.6	4,547.2	14.8%	3,053.1	-32.9%
48	GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A	3,125.3	6,531.2	109.0%	2,947.0	-54.9%
49	LOREAL COLOMBIA S.A.	3,402.5	3,156.7	-7.2%	2,719.7	-13.8%
50	SODIMAC COLOMBIA S.A.	2,260.5	1,771.2	-21.6%	2,675.9	51.1%
	PRIMEROS 50 CLIENTES	294,383.1	316,893.0	7.6%	306,487.3	-3.3%

Dentro de los primeros 50 anunciantes (color amarillo), 14 son exclusivos (o con producto exclusivo).

La inversión de éstos frente a la suma de inversión de los primeros 50 clientes, representa el 30%.





CAPITULO V
GESTIÓN
PRODUCTORA DE COMERCIALES
Y
RCN CINE

A. PRODUCTORA DE COMERCIALES

Los resultados del año 2012 reflejan un crecimiento en facturación frente al 2011 del 48% pasando de \$14.651 a \$ 21.806 millones. El positivo resultado corresponde a un crecimiento tanto en la facturación de clientes de OAL como de terceros. En el primero, la facturación pasa de \$4.759 a \$9.512 y en terceros pasa de \$ 9.812 a \$ 12.294.

Para lograr este crecimiento, fue necesario hacer un esfuerzo especial en los precios finales de los comerciales lo que por ende afectó también los márgenes de resultados netos. Sin una baja en los precios competir en el mercado de los comerciales va a ser cada vez más difícil. La tendencia, marcada desde años anteriores, en el sentido de la aparición en el mercado de un creciente número de productoras independientes de bajos costos, provoca esta situación que parece irreversible. Por otro lado, los costos inherentes a la producción, tienen una tendencia constante al alza. Se trata mayormente de honorarios de talento, casting, modelos, dirección, dirección de arte y fotografía que por la mayor demanda tienden naturalmente a subir. Esta situación deja a las productoras de comerciales en una encrucijada de la que se saldrá bien incorporando gran parte de los servicios tercerizados a la estructura interna para controlar los precios o logrando acuerdos por volumen con los proveedores para hacer una política más racional de precios. Ambas estrategias se intentarán en el año 2013.

B. RCN CINE

En el año 2012 se estrenaron 7 películas apoyadas por RCN Cine. De ellas, tres películas fueron seleccionadas y exhibidas en el festival de cine de Cannes. 2012 fue un año record en estrenos nacionales con 21 películas, lo que hizo que el promedio de espectadores se repartiera y bajara en el cálculo individual de 211 mil a 191 mil espectadores por película en promedio.

Entre las películas más destacadas de 2012 están "**La Cara Oculta**", película que apoyamos en promoción y que hizo una taquilla de 611 mil espectadores. Otro proyecto que estuvo en salas fue "180 segundos" que logró 180 mil espectadores. Los demás estrenos fueron "Porfirio", "Sofía y el Terco", "La Sirga" y "La Playa DC".





RCN TELEVISION

CAPITULO VI

VENTAS INTERNACIONALES

Durante el año 2012 las relaciones comerciales, convenios y alianzas con los principales clientes se mantuvieron con resultados muy positivos. Mediante la oferta de nuestras excelentes producciones y el seguimiento constante a todos los clientes, la marca se fortaleció y el portafolio de productos se extendió a más clientes y territorios.

- **Argentina:** Los clientes en este territorio son bastante conservadores en el momento de escoger material para sus franjas de novelas; sin embargo, se les ha enviado material de evaluación de todas nuestras producciones nuevas y de catálogo, generando de esta forma recordación de nuestra marca y productos.
- **Belleville Investment Limites - Ángel Gonzalez:** Se conservó la relación comercial con este cliente para los diferentes territorios que maneja: Costa Rica, Guatemala, República Dominicana, Perú, Chile, Paraguay, Bolivia, Argentina, Nicaragua y Honduras.
- **Bolivia:**
 - ✓ **ATB:** No compraba producto desde el año 2009 debido a algunos cambios en su programación. En el año 2012 retomamos la relación comercial y adquirieron "El Man es Germán" y "Pobres Rico".
 - ✓ **RTP:** Desde 2006 este cliente no nos había solicitado producto, en 2012 compro "Enigmas del mas Allá".
- **Costa Rica:** En este territorio se cuenta con un cliente que compra la mayoría de producciones que están disponibles en estreno. Adicionalmente, Canal 9 licenció para su exhibición, "El Joe la Leyenda".
- **Ecuador:**
 - ✓ **TC Ecuador:** A este cliente se le debe suministrar un mínimo de 600 horas de estreno al año, según lo que estipula el Acuerdo Marco celebrado entre las partes. Durante el año 2012 se le licenciaron aproximadamente 690 horas, en las cuales están incluidas las siguientes producciones: "Retratos de una Mujer", "Tres Milagros", "La Mariposa", "Las Santísimas", "Historias Clasificadas", "Pobres Rico", "El Capo II" y "Corazones Blindados".

- **El Salvador:**
 - ✓ **Telecorporación Salvadoreña Inc.:** El consumo de este cliente se incrementó en el año 2012 notablemente frente al 2011, el consumo de horas en el 2011 fue de 475 horas y en el 2012 de 1022,5 horas.
- **Guatemala:**
 - ✓ **TVN- Guatevision:** Este cliente ha mostrado gran interés en nuestras producciones, en el 2012 incrementó su consumo.
- **Honduras:**
 - ✓ **Compañía Televisora Hondureña:** Existe un acuerdo marco con este cliente, según el cual se le deben suministrar mínimo 480 horas. En 2012 se le suministraron 525 horas, las cuales se componen de los siguientes productos: "Pobres Rico", "Corazones Blindados", "Tres Milagros", "Amo de Casa", "Habla con ellos", "Miss Colombia 2012", "El Capo 2" y "Casa de Reinas".
- **Panamá:**
 - ✓ **Corporación Medcom Panamá:** A este cliente se le deben suministrar un mínimo de 1.000 horas de estreno o repetición durante los tres años de vigencia del contrato. Durante 2012 logramos satisfacer las demandas del cliente y de las 330 horas mínimas al año, le suministramos alrededor de 370 horas.
- **Perú:**
 - ✓ **Frecuencia Latina:** Este cliente eliminó la franja de novelas extranjeras en el año 2010 y a finales de 2012 decidieron abrirla de nuevo en la tarde. Para la misma seleccionaron "El Joe la Leyenda" y "El Man es German".
- **Venezuela:** A pesar de las barreras que tiene este territorio para transmitir algunos contenidos relacionados en la Ley del Resorte, se ha logrado posicionar productos de la sociedad en dos canales muy importantes, Televen y Venevision. Los títulos licenciados son: "Pobres Rico", "Tres Milagros", "Las Santísimas", "La traicionera", "Retratos de una Mujer", "Corazones Blindados", "Historias Clasificadas" y "Amo de Casa".

- **Estados Unidos y Puerto Rico:** Se dio inicio a la ejecución del contrato entre RCN International Distribution y MundoFox. Confirmaron los siguientes productos: "A mano limpia 1", "Yo soy Betty la Fea", "Chepe Fortuna", "Corazones Blindados", "Correo de Inocentes", "El Capo 2", "El Joe la Leyenda", "El Man es German", "La hija del Mariachi", "La Mariposa", "Las Detectivas y el Víctor", "Las Santísimas", "Las Trampas del Amor", "Pobres Rico".

- **Televisa:** En la consolidación de una excelente relación comercial con Televisa S.A. de C.V., durante el año 2012, se licenció la adaptación de los libretos de "Pobres Rico", "Merlina Mujer Divina", "Pobre Pablo", "El Man es German" y "La Costeña y el Cachaco" en desarrollo del Convenio a través del cual RCN y Televisa licencian libretos de ambas compañías. De igual manera en desarrollo del convenio, licenciaron las latas de las producciones: "Retrato de una mujer", "Tres Milagros" y "Correo de Inocentes" para emisión en los canales de cable panregional de Televisa Networks. En Mayo se celebró un Nuevo Acuerdo que incluye:
 - Opción en exclusiva para la adquisición de la licencia de adaptación de 5 Obras literarias de RCN para los territorios de **Europa** (territorios y posesiones de Francia, Alemania, Italia, Holanda, Rusia, CEI, Países Bálticos); **Medio Oriente** (Algeria, Bahrain, Chad, Djibuti, Egipto, Eritea, Irán, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Mauritania, Marruecos, Oman, Catar, Islas Qumorus, Arabia Saudita, Somalia, Sudan, Siria, Tunes, Emiratos Árabes Unidos, los territorios controlados por la autoridad nacional palestina, Sahara occidental y Yemen) y **Asia** (excepto China, Japón, Korea, India).
 - Novela con Talento Mexicano
 - Compra de latas por Televisa
 - Compra libretos por Televisa

- **España:** En desarrollo del Acuerdo Marco con Antena 3, se licenciaron las siguientes obras para exhibición: "Pura sangre", "La traicionera", "Mañana es para siempre". Este Acuerdo finalizó el 31 de diciembre de 2012.

- **Netflix:** En desarrollo de la negociación con Netflix se licenciaron para el año 1 las siguientes producciones: "Chepe Fortuna", "Amor sincero", "Las detectivas y el Víctor", "El último matrimonio feliz", "Hasta que la plata nos separe", "Café con aroma de mujer", "Enigmas del mas allá", "Rosario Tijeras", "Maria". Para el Año 2 escogieron las siguientes producciones: "Yo soy Betty la Fea", "Correo de Inocentes", "Tres Milagros"; y la repetición de "Rosario Tijeras", "Café con aroma de mujer" y "Hasta que la plata nos separe" por un total de US\$1.200.000.

- Adicionalmente se cerraron negociaciones con clientes como:
 - **O3:** Licencia de adaptación de "El ultimo matrimonio feliz" para los países del medio oriente.
 - **Sony:** Licencia de adaptación de "Yo soy Betty la fea" para los países del medio oriente. De igual manera se licencio la exhibición de "Las santísimas" para México.
 - **Alshana:** Licencia de Exhibición de "El capo" para los países africanos de habla francesa.
 - **Double V:** Licencia de Exhibición de "El capo" para Francia.
 - **Venevision Plus:** Licencia de Exhibición de "El capo" para cable en Venezuela.
 - **Imedi:** Licencia de Exhibición de "La viuda de la mafia" para Georgia.
 - **1TV:** Licencia de Exhibición de "La mariposa" y "Sin retorno" para Afganistán.
 - **Rede TV:** Licencia de Exhibición de "Yo soy Betty la fea" para Brasil.
 - **NCN:** Licencia de Exhibición de "El capo", "Sin retorno", "Crónicas del fin del mundo" para Transilvania (Rumania).
 - **Directv:** Licencia de Exhibición de "Miss Colombia 2012" para la señal panregional.

- **Estrategias de Venta**
 - En el 2012 la compañía participó nuevamente en ferias internacionales en Estados Unidos (Natpe y LA Screenings), en Francia (MIP TV y Mipcom) y en Europa del Este (Discop), con lo cual se afianzó el contacto directo con los clientes y la gestión de promoción y venta de catálogo y novedades.

 - Mercadeo a través de medios: Con la inclusión de pauta y promoción de lanzamientos en publicaciones de medio como World Screen News, Prensario y C21 se ha logrado posicionar la marca RCN Televisión y los lanzamientos para cada feria internacional. De igual manera, se le entrega a clientes un boletín de ventas enfatizando información relevante de cada una de las novedades como ratings, desempeño y países en donde se han vendido producciones de la compañía para atraer la atención de los compradores.

 - Mercadeo Directo: Envío masivo de DVD con material publicitario, con demos y algunos capítulos de los lanzamientos de cada una de las producciones audiovisuales.

 - Posicionamiento de la imagen corporativa: Se trabajó conjuntamente con el Inhouse para consolidar una marca corporativa más fuerte a nivel

Internacional, y aumentar el reconocimiento, preferencia y lealtad por nuestros productos para generar un incremento medible de los ingresos.

- Página de Internet y redes sociales: Durante 2012 se llegó a 264 seguidores en Facebook y 3476 en Twitter, publicando mensajes diarios, informando a nuestros seguidores de nuestra actividad o invitándolos a visitar nuestro portal web. Se difundió el catálogo de RCN Televisión en el mundo y somos fuente de consulta para nuestros clientes. El objetivo en 2012 fue tener vínculo directo con los clientes con la ayuda de estas nuevas herramientas y así posicionar la marca (RCN Ventas Internacionales) en las redes sociales especializadas en temas que nos competen





RCN TELEVISION

CAPÍTULO VII

GESTIÓN PRODUCCIÓN

En el transcurso del año 2012, la Vicepresidencia continuó con la implementación y el fortalecimiento de los procesos creativos y de evaluación, en la dinámica permanente de autoevaluación, actualización y mejoramiento. Participó en el proceso creativo de desarrollo de los productos dramatizados y unitarios; aplicó la mecánica de evaluación de proyectos y trabajó en el fortalecimiento y crecimiento de la plataforma académica CREA. En el marco de la sociedad con MundoFox, inició la generación y evaluación de contenidos para dicha pantalla.

A. DRAMATIZADOS

Área creativa:

- Coordinó procesos creativos de contenidos, de diseño, desarrollo y consolidación de proyectos dramatizados, de entretenimiento y de la plataforma académica.
- Aplicó el sistema de evaluación y aprobación de proyectos, junto con la metodología del sistema de seguimiento y acompañamiento de lectura y ajustes de libretos de dramatizados y de formatos unitarios.
- En pro de mantener la calidad en los contenidos que son la fortaleza de RCN Televisión a nivel nacional e internacional, se continuó con el trabajo del Comité Asesor de libretos y lectores, que generó discusiones creativas en búsqueda de la actualización de tendencias, géneros y formatos, velando porque los contenidos sean espejo del país y de su diversidad; sean locales y universales; variados, dinámicos y emotivos. Leyó, analizó y evaluó los proyectos, (188 reuniones) teniendo en cuenta la dramaturgia, pertinencia, veracidad, actualidad, innovación, viabilidad y creatividad de los mismos.
- Continúo con la administración del banco de proyectos dramatizados y unitarios del canal.
- Continúo con la actualización y levantamiento de libretos impresos y digitalizados que existen en el Canal, para la generación del archivo histórico de proyectos dramatizados. Continúo con el almacenamiento de biblias de contenido y producción.
- Fortaleció el Taller de Lectores Junior a través de nuevos convenios con universidades de Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Manizales, y Cali, pasando de 150 a 213 lectores.
- Consolidó el equipo propio de libretistas y halló nuevos talentos para garantizar un grupo constante, complementario y versátil.
- Consolidó el equipo de lectores.
- Continúo con el diseño de proyectos que buscan el desarrollo de la telenovela auténticamente colombiana, series, y nuevos formatos de dramatizados y unitarios, que tengan acogida a nivel nacional e internacional.

- Aplicó *focus group* a dramatizados, unitarios y/o formatos internacionales, en los que se evaluó, desde el punto de vista de la audiencia, el contenido, la estructura y el interés de seguir viendo un producto. Se realizaron un total de 30 *focus group* (151 capítulos visualizados). De ellas se repitieron 5 productos (Casa de reinas, Doctor Mata, La rueda de la fortuna, Sketches de humor, y Contra las cuerdas)
- Incrementó el volumen de proyectos en escritura y en todas y cada una de las etapas de desarrollo.
- Se consolidó el trabajo de la coordinación de gestión académica; se fortalecieron y generaron nuevas alianzas con Universidades, pasando de trabajar con 6 a un total de 16, en 6 ciudades del país; se configuró el primer Laboratorio de Lectores Productores con 15 estudiantes de 2 Universidades Bogotanas, para apoyar el desglose de libretos y presupuesto; se gestionó la participación en la primera Mesa Sectorial de Audiovisuales del país y de manera adicional, se ingresó al Clúster de Industrias Creativas y de Contenido de Bogotá, el cual lidera CCB, Mincultura y MinTic's; se inició el diseño de la plataforma digital RCN-CREA y del manual de implementación de los procesos de la Vicepresidencia de Producto.
- Se continuó con la dirección de calidad y acompañamiento a los procesos de post producción y seguimiento de productos dramatizados desde la etapa inicial de desarrollo hasta su salida del aire y se controló la calidad en el contenido, la narración, la factura de producción y la técnica.
- Se consolidó y amplió "RCN CREA", en el que se benefició la formación de 500 personas, entre ellas, 45 en procesos de actuación, escenografía y producción. Se contó con la participación de libretistas jóvenes que escribieron 131 libretos unitarios para "Entérese", primer proyecto que surgió de la plataforma.
- Se inició el proceso de diseño de 3 proyectos dramatizados: Milton el del medio, El Chat, Noticia criminal y Con la vida en la mira (títulos provisionales) para la continuidad de procesos de formación de escritores y producción de la plataforma.
- En alianza con el Sena, se continuó el proceso de formación de actores, directores, productores ejecutivos, escritores, presentadores, y camarógrafos.
- Se consolidaron y ampliaron las alianzas interinstitucionales de la Plataforma Académica a nivel nacional e internacional (Embajada de Corea, Embajada de Estados Unidos y EICTV San Antonio de los Baños, Cuba).
- La Plataforma CREA y las Gerencia de Responsabilidad Social desarrollaron y participaron conjuntamente en diversas campañas y causas sociales, como el Proyecto de Voluntariado Corporativo.

En el transcurso del año se recibieron 147 Propuestas para Dramatizados. De las cuales 127 fueron rechazadas, 2 están en estudio (Menudo y Casino) y 18 fueron aprobadas, a saber:

- La playita
- Manual para ser feliz
- Todo o nada
- El laberinto de Alicia
- La maldición del paraíso
- La maleta de pandora
- Los Tres Caínes
- El monstruo de los naranjos
- Los Graduados
- La Prepago
- Milton el del medio
- Rebelde de la sabana
- Divino Pecado
- Noticia Criminal
- El Kid Pambelé
- Diomedes Díaz

Se compraron 2 telenovelas coreanas:

- Escalera al cielo
- Amor, pan y sueños

Se evaluaron 39 Propuestas de no dramatizados. De ellas, 35 fueron rechazadas y 4 fueron aprobadas:

- Colombia tiene talento
- El Súper televidente
- La Rueda de la Fortuna
- Fuera de Chiste (Sketches de humor)

Área de Producción

- Se dividió la Gerencia de Producción, creando la Gerencia de Producción Interna y la Gerencia de Productoras Externas. La primera, se encarga de toda la producción al interior de RCN como dramatizados, unitarios y eventos especiales y la segunda, se encarga del manejo de las productoras que trabajan para RCN tanto en dramatizados como en concursos, realities, etc.

Gerencia de Producción Interna

Esta Gerencia desarrolló las siguientes actividades:

- Se administró el software para los diferentes procesos de producción y control de costos: presupuestos, reporte de costos, casting, pre-producción y realización
- Se obtuvo la información consolidada diaria sobre la ejecución presupuestal.
- Se realizaron 5 Dramatizados en el transcurso del año.
- Se finalizó la producción de 2 telenovelas:
 - Allá te espero, 128 horas
 - A mano limpia, Segunda temporada, 95 horas
- Se produjeron 3 series:
 - Casa de Reinas, 51 horas.
 - Doctor Mata, 50 horas
 - Entérese, 131 medias horas
- Se comenzó la producción de 1 telenovela:
 - El Día de la Suerte
- Se produjo el Documental sobre la vida de Alfredo Gutiérrez
- Se hicieron pruebas para grabación de escenas completas con Croma para el proyecto Mulata

Gerencia de Productoras externas

- Se trabajó con las siguientes Productoras:
 - Teleset
 - FoxTelecolombia
 - Vista
 - Resonant
 - Televideo
 - Colombo Films
 - Dramax
 - 11:11 TV
 - PRTI

- 2 y 2
- Se terminaron 8 producciones:
 - Corazones Blindados Teleset
 - La Traicionera FoxTelecolombia
 - Amo de Casa FoxTelecolombia
 - Pobres Rico Resonant
 - El Capo II FoxTelecolombia
 - Contra las cuerdas Teleset
 - Historias Clasificadas Televideo
 - Mamá también Teleset
- Se Comenzaron 5 producciones:
 - Chica Vampiro Televideo
 - La Maldición del Paraíso Vista
 - 3 Caines PRTI
 - Comando Élite Dramax
 - Graduados FoxTelecolombia

2 ENTRETENIMIENTO

- **Área creativa:**
 - Se realizó la coordinación de Unitarios, área encargada de liderar procesos creativos y acompañar el diseño y desarrollo de los contenidos
Análisis de nuevos proyectos
 - Se adelantaron procesos de evaluación, dentro de todos los programas de entretenimiento.

Recepción de 30 proyectos Externos, de los cuales:

- Se aprobaron 7 proyectos:
 - Mundos Opuestos
 - Colombia tiene talento -2 temporada
 - Atrévete a Cantar
 - Doctor S.O.S
 - El blog de Majo
 - Súper Televidente

- 2 proyectos están en proceso de evaluación:
 - Dejá vu
 - Sálvese quien pueda
- 1 proyecto está en proceso de análisis:
 - Alexandra Rampolla
- 20 proyectos fueron rechazados.

Recepción de 14 proyectos internos, de los cuales:

- Se aprobaron 6 proyectos:
 - Al Derecho
 - Crónicas del Fin del Mundo
 - Mejor hablar con ellos
 - Fuera de chiste
 - Entusados
 - La Rueda de la Fortuna
- 3 proyectos están en proceso de evaluación:
 - Los Ángeles de Charria
 - La Canasta del Humor
 - Misión Impacto
- 2 proyectos están en proceso de análisis:
 - Noticiero de la salud
 - Profesión Mamá
- 3 proyectos fueron rechazados.
- **Área de Producción**

Gerencia de Producción interna

- Durante el periodo continuó la realización de los siguientes proyectos:
 - Los Comediantes
 - Tu Planeta Bichos
 - Reinado Nacional de Belleza de Cartagena

- Como en Casa (TV Colombia)
- El Lavadero
- El Mundo Según Pirry
- Estilo RCN
- The Suso's Show (Coproducción con Tele Medellín)
- Fuera de Lugar
- Muy Buenos Días
- Tu Tele – Defensoría del Televidente
- Nuestra Semana Nuestra Tele

- Se produjeron 5 proyectos nuevos:
 - Crónicas del Fin del Mundo
 - Mejor hablar con ellos
 - La rueda de la fortuna
 - Al Derecho
 - Protagonistas de Nuestra Tele
 - Fuera de chiste

- **Producción de Eventos y Especiales:**
 - Se produjeron los siguientes eventos:
 - Festival de música clásica
 - Hay festival
 - Premios India Catalina
 - Premios Tv y Novelas
 - Premios Nuestra tierra
 - Reinado nacional del bambuco
 - Caminata de la Solidaridad
 - Inauguración XIX Olimpiadas FIDES
 - Megafest
 - Carrera de la mujer
 - Lanzamiento del Festival de música clásica
 - Gran premio de Cartagena
 - Celebra la música
 - Fiesta de fin de año
 - Especial RCN 2013 "Lo que viene"

Gerencia de Productoras Externas:

- Se hicieron 5 productos:

- | | |
|--------------------------|---------------|
| ○ Colombia Tiene Talento | Teleset |
| ○ Doctor S.O.S II | Teleset |
| ○ Súper Televidente | 11:11 TV |
| ○ Mundos Opuestos | Resonant |
| ○ El blog de Majo | Colombo Films |
- Se comenzaron 3 productos:

○ Quien Quiere ser Millonario	Teleset
○ Atrévete a cantar	Teleset
○ Colombia Tiene Talento II	Teleset

Producción de Formatos Comerciales

- Se produjeron 115 cápsulas atendiendo a clientes como: Nestlé de Colombia, Avon Colombia, Nike, Suzuki, Asociación de porcicultores, Tv y Novelas, Rama, Arden for men, Clínicas Jasban, Cía nacional de chocolates, Clear, Papeles nacionales, Movistar, Oster, Dove, UNE, Alimentos Polar, Fritolay
- Otras producciones, que se desarrollan durante todo el año:
 - Telebuzón,
 - Contenidos para sistema AVOD de AVIANCA
 - Sorteos Baloto

Área de Producción Técnica

Área de Producción

- Se operaron 13 unidades móviles todas en alta definición, 100% de todos los dramatizados y productos del prime hechos en HD.
- Se continuó con la transición de algunos programas de la tarde y la mañana a alta definición, ya se tienen Muy Buenos Días, Fuera de Lugar, La Rueda de la Fortuna, Crónicas del fin del Mundo, Mejor Hablar con Ellos y Estilo RCN en HD.
- Se operaron 7 estudios para dramatizados en alta definición y 3 estudios para unitarios y formatos pequeños y 3 estudios para WIN Sports.
- Se lanzó al aire el canal de deportes WIN Sports, en un tiempo de sólo 2 meses se adecuaron master de emisión, salas de edición, estudios de grabación y de directos para prestar todos los servicios técnicos de producción a WIN.

- Se comenzaron pruebas en finalización para la inclusión de escenarios remotos o virtuales en los dramatizados, ejemplos en Dr Mata, Allá te Espero y Chica Vampiro.
- Se prestaron satisfactoriamente todos los servicios técnicos necesarios a las producciones del canal, destacándose como producciones de gran despliegue técnico Protagonistas de Nuestra Tele, Dr. Mata, Allá te Espero y El día de mi Suerte.
- Gracias a la plataforma de CREA y la alianza con el SENA se dictaron seminarios y conferencias en los temas de post producción, efectos digitales y animación.

Productos por Encargo a Proveedores

- Se supervisó y acompañó a cada una de las producciones para que sus entregas cumplieran con nuestros estándares y los estándares internacionales.
- En los casos en que nuestra capacidad técnica permitió proveer de servicios a proveedores de productos, se asignaron estos recursos técnicos a sus producciones, garantizando una alta calidad técnica, con disminución de costos de producción y flujos de caja y éxito en las producciones como Colombia Tiene Talento, Contra las Cuerdas, Chica Vampiro, Pobres Rico, Mundos Opuestos.





CAPITULO VIII

GESTIÓN PROGRAMACIÓN Y MERCADEO

Programación

Para el año 2012 el Canal RCN tuvo un share promedio en franja prime de 35.2% con promedios de rating de 24.3 puntos en hogares con productos exitosos al aire como "Protagonistas de Nuestra Tele", que tuvo un promedio de rating de 33.3 puntos y 44.5% de share, siendo el producto más visto de 2012. Esto se vio reflejado por ejemplo en la página web del Canal que logró durante los meses de julio y agosto los niveles más altos de visitas al portal durante los últimos 3 años, alcanzando más de 18 millones de personas por mes.

De igual manera, en 2012 hubo un empate técnico con la competencia, donde nuestro rating promedio durante todo el día fue de 13.5 puntos promedio y logramos ampliar el horizonte de programación al mantener ratings de prime time en el late fringe. Este año tuvimos 18.3 puntos de rating en esa franja que nos generaron un 36.3% de share entre las 10:30 y las 12 de la noche.

Siendo fieles a nuestro ADN como canal, donde somos reconocidos mundialmente por nuestras telenovelas, este año tuvimos un total de siete estrenos en prime time con novelas y series exitosas como "Dónde está Elisa", "3 milagros", "La Mariposa", "El Capo 2", "Pobres Rico", "Corazones Blindados" y solamente tres fueron otro tipo de formatos como "Protagonistas de Nuestra Tele", "Mundos Opuestos" y la versión colombiana del concurso de talento más importante del mundo que es "America's got talent": "Colombia Tiene Talento".

Para la tarde tuvimos la introducción del drama coreano, telenovela pura y de muy pocos capítulos donde con "Escalera al Cielo" tuvimos un rating de 15 puntos en promedio y 34.3% de share, siendo el programa más visto para la tarde durante 2012, superando todo tipo de formatos y contenidos.

Área de Mercadeo

Gracias al proceso de capacitación y creación de competencias se logró la etapa de investigación para evaluación de productos, permitiendo un total de 30 test de auditorio sin tener incrementos en presupuesto o aumento del talento humano. En el 2012 logramos un total de 23 evaluaciones, un aumento del 30.4% en ejecución.

- Se mejoraron las estructuras de investigación continua por sondeo telefónico aumentado la cobertura a las franjas early y prime time para 49 semanas al año, permitiendo un total de 80 temas evaluados en los módulos semi continuos y una completa evaluación de la parrilla de programación durante todas las semanas.

- Se generaron lineamientos de campaña en modelo 360° para todos los productos lanzados durante el 2012 en la franja prime, permitiendo el control de contenidos en las actividades de promoción por free press, noticias, unitarios, internet y radio.
- Se hicieron un total de nueve eventos de lanzamiento con más de 180.000 personas convocadas en 6 ciudades del país.
- Se coordinó la totalidad de los votantes elegidos por el Canal para los premios India Catalina
- Se coordinó, produjo y ejecutó el evento de lanzamiento para el libro: "Colombia cuenta" que anualmente promueve el departamento de Responsabilidad Social del canal RCN. Además, apoyamos desde la logística y con los practicantes, la actividad de *Voluntariado* interno del Canal RCN.
- También se llevaron a cabo actividades de posicionamiento de marca como:
 - Caminata de la Solidaridad por Colombia.
 - Actividad con "El capo" durante "La Mega Movistar Fest 2012"
 - Caminata Navidad 2012
 - Chiva de lanzamiento de "Casa de Reinas II"
- Se diseñó el plan de trabajo en conjunto con RCN Radio que permitió a la producción de Colombia Tiene Talento la entrega de boletas a los asistentes de los teatros en las principales ciudades del país.
- Se mantuvieron todas las otras actividades de investigación como Infonews, evaluación de competencia y monitoreo.

In House

Para el in house es un reto la creatividad en cada una de las campañas y piezas que desarrollamos, campañas estratégicas y vendedoras que han puesto en los primeros lugares de sintonía los productos del canal. En 2012 trabajamos en el desarrollo gráfico y en la campaña de lanzamiento de:

NOVELAS Y SERIES

- 1-La Mariposa
- 2-Colombia Tiene Talento
- 3-Donde está Elisa
- 4-Pobres Rico
- 5-Historias Clasificadas
- 6-Protagonistas de Nuestra Tele
- 7-Corazones Blindados
- 8-El Capo
- 9-Mundos Opuestos
- 10-Casa de Reinas
- 11-A mano Limpia

UNITARIOS

Crónicas del fin del mundo
Fuera de Chiste
Habla con Ellos
Doctor SOS
Rcn Celebra Chespirito
La Rueda de la fortuna
Relanzamiento de Bichos

NUEVA IMAGEN DEL CANAL

En el año 2012 cambiamos la imagen del canal

CAMPAÑAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Concurso Nacional de Cuento
FIDES y las Fuerzas Militares
Festival de Música de Cartagena

PARA VENTAS INTERNACIONALES

Hicimos los brochures y videos para las producciones que este departamento ofreció a sus clientes en el 2012.

PREMIOS

3 Premios Promax

Adicionalmente, lanzamos productos para la tarde y trabajamos en campañas de sostenimiento y avances de los diferentes productos del canal.

Área de Internet

- En el año 2012 nos consolidamos como el portal de entretenimiento número 1 de Colombia. Durante los meses de julio y agosto recibimos 18 millones de visitas. (Fuente comscore)
- Realizamos más 40 web cam RCN. Algunos de nuestros invitados: Sara (PDNT), Suso, Manuela Gómez (PDNT), Andrés Sandoval (CB), J. Balvin, Jhoan Álvarez, Edwin Garrido (PDNT), Shaira, Marbelle, Víctor Hugo Aristizábal (MO), Reina Carolina, Adriana Arango (Corazones Blindados), Oscar Borda (Elcapo/ Corazones), lograron convocar en nuestra página más de 20.000 usuarios simultáneos.
- Por segunda vez consecutiva, el equipo de internet viajó a Cartagena para hacer un cubrimiento exclusivo del Concurso Nacional de Belleza que incluyó en esta ocasión la alfombra roja de la fiesta Caras.
- Mantuvimos el liderazgo de la página frente a su competencia directa según las cifras de Comscore y EGM.

- Consolidamos un excelente equipo de trabajo, con la contratación de un videógrafo, su asistente, y una periodista adicional para la sección de programación.
- Cambiamos la imagen del home principal, teniendo en cuenta las necesidades de los visitantes y una mejor navegabilidad.

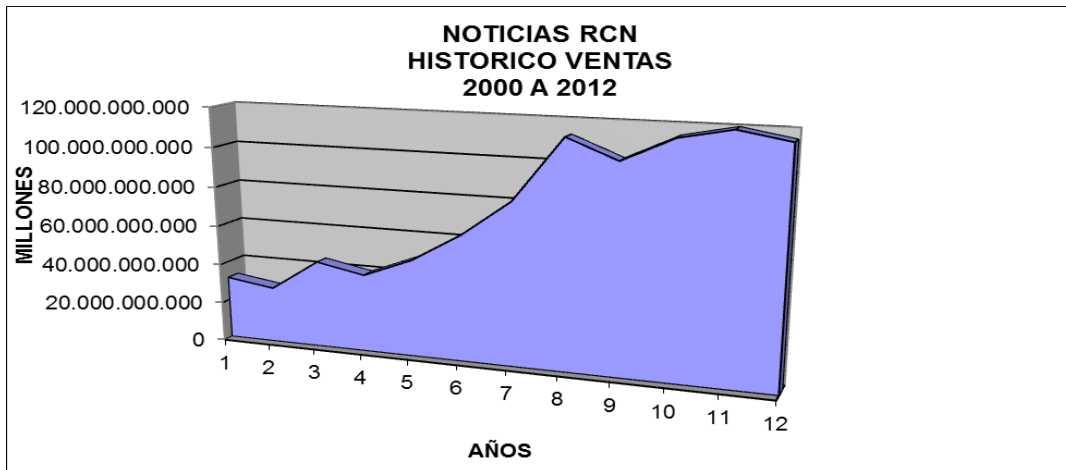




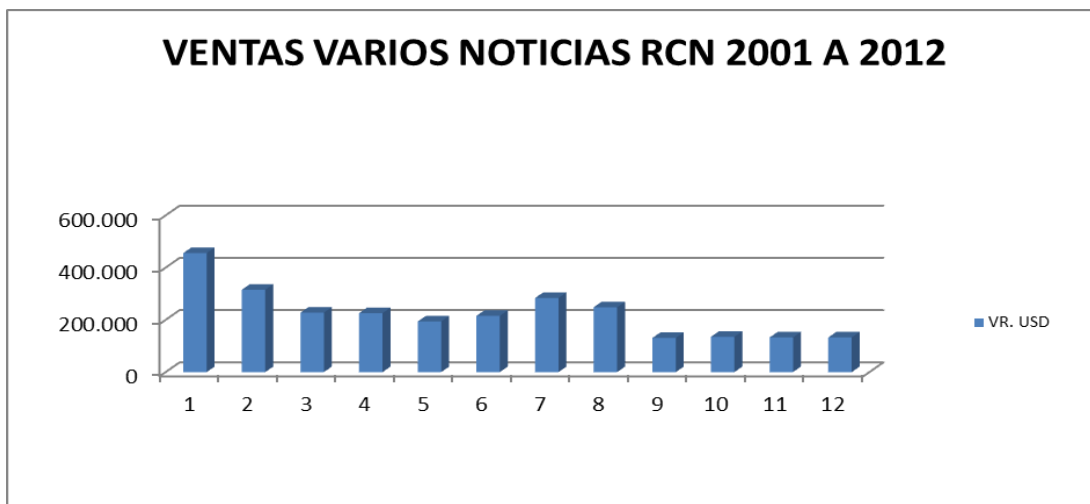
2012



CAPITULO IX
GESTIÓN DE INFORMATIVOS



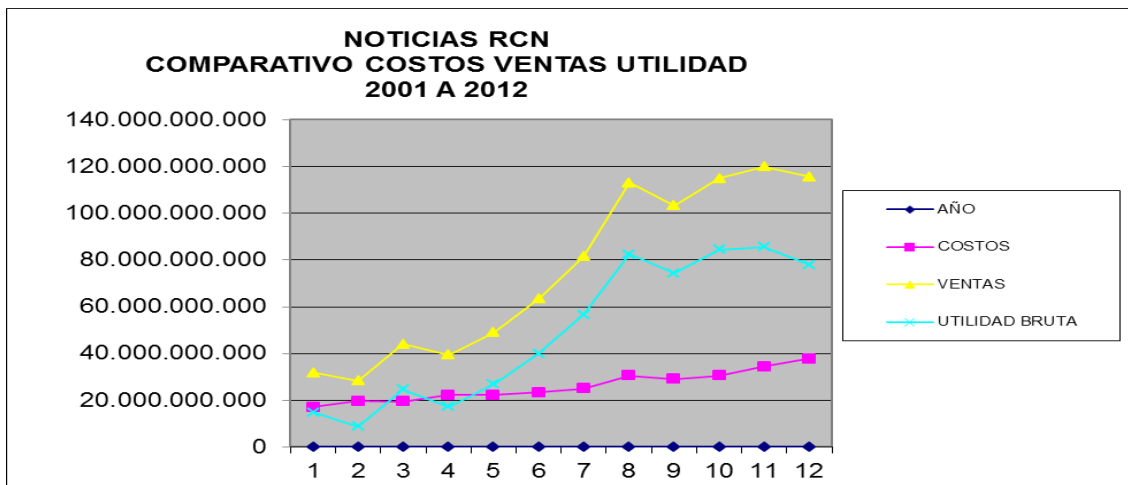
AÑO	VENTAS	VARIACION
2001	31.785.837.121	
2002	28.277.000.000	-11,03
2003	44.056.500.000	55,8
2004	39.387.864.500	-10,59
2005	49.047.065.000	24,52
2006	63.406.450.000	29,27
2007	81.508.395.000	28,54
2008	113.059.053.000	38,7
2009	103.352.428.000	-8,58
2010	115.031.078.000	11,29
2011	119.927.404.000	4,25
2012	115.640.167.000	-2,93



NOTICIAS RCN - VENTA DE VARIOS

AÑO	VR. USD
-----	---------

2001	455.650
2002	315.315
2003	227.984
2004	225.859
2005	193.951
2006	215.420
2007	283.723
2008	248.590
2009	130.865
2010	135.251
2011	132.736
2012	132.736



RCN TELEVISION S.A.

NOTICIAS RCN

COMPARATIVO COSTOS VENTAS Y UTILIDAD 2001 VS 2012

AÑO	COSTOS	VENTAS	UTILIDAD BRUTA	VAR.GASTOS
2001	17.037.920.329	31.785.837.121	14.747.916.792	
2002	19.566.133.428	28.277.000.000	8.710.866.572	15,00
2003	19.476.100.666	44.056.500.000	24.580.399.334	-0,05
2004	22.244.582.571	39.387.864.500	17.143.281.929	14,00
2005	22.269.625.318	49.047.065.000	26.777.439.682	0,01
2006	23.404.303.765	63.406.450.000	40.002.146.235	5,10
2007	24.985.851.721	81.508.395.000	56.522.543.279	6,76
2008	30.601.216.499	113.059.053.000	82.457.836.501	22,47
2009	28.994.243.866	103.352.428.000	74.358.184.134	-5,25
2010	30.573.549.529	115.031.078.000	84.457.528.471	5,45
2011	34.326.784.186	119.927.404.000	85.600.619.814	12,30
2012	37.648.417.465	115.640.167.000	77.991.749.535	9,68

Gestión de Informativos:

2012 fue un año de realizaciones para Noticias RCN. Los equipos periodísticos y técnicos desplegaron su gran capacidad en el cubrimiento de los grandes eventos: la Cumbre de las Américas, la liberación de los últimos secuestrados, los juegos Olímpicos, las elecciones en Venezuela y Estados Unidos, el fallo de la Corte Internacional de Justicia.

En todos estos eventos periodísticos, Noticias RCN hizo transmisiones especiales que siguieron una política informativa que incluyó: la presencia amplia en los lugares de las noticias; despliegue técnico sofisticado; equilibrio informativo; vinculación de analistas con distintos puntos de vista y notas de contexto elaboradas por el equipo de redacción del noticiero.

El 2012 fue también un año de innovación para Noticias RCN. Hubo cambio en la dirección del Noticiero, asumió el cargo Rodrigo Pardo. Además del registro diario de las noticias, en las cuatro emisiones de Noticias RCN se han introducido secciones de análisis y contextualización, con la vinculación de analistas con puntos de vista diferentes, y con interacción entre Noticias RCN y el programa de debate y opinión, "Dos Puntos con Rodrigo Pardo" (un esquema que, para asegurar el equilibrio, incluye dos visiones diferentes sobre los hechos). A eso se agrega la sección diaria "Columnista Invitado", en las emisiones de la noche, en las cuales un personaje con autoridad reconocida profundiza el significado de las noticias más importantes del día.

Dentro de su objetivo de profundizar la información, Noticias RCN presentó, en el año 2012, varias series de notas sobre denuncias e investigaciones sobre temas de interés social, tales como la situación de las pensiones; el maltrato animal; el microtráfico en las principales ciudades; las consecuencias del TLC con Estados Unidos, entre otros. Algunos de estos informes especiales fueron elaborados en interacción con la sección "El Cazanoticias", que recibe y publica a diario inquietudes y denuncias de los televidentes.

En el año 2012 Noticias RCN incluyó nuevas secciones en sus noticieros. Una de ellas "Internacional", amplió el tiempo y la atención a las noticias del mundo, especialmente en las emisiones de mediodía y de la noche. A ellas contribuye una red amplia de corresponsales permanentes (En Caracas, Washington, Nueva York, Madrid, Londres) y no permanentes. En eventos puntuales, Noticias RCN contrató a corresponsales especiales, como en el caso de los momentos más determinantes de la crisis en el Medio Oriente, en los que RCN fue el único medio colombiano con cubrimiento directo.

La sección Historias Memorables también fue introducida y repotenciada en 2012. Incluye notas periodísticas con el formato de crónica que siempre cierran la Emisión Central, a las 7 pm. Un equipo de cronistas elabora notas que por lo

general tienen relación con la actualidad y se enfocan en la dimensión humana de las noticias.

Además de los cambios de fondo enumerados, en el 2012 Noticias RCN se renovó en aspectos formales (nuevo set, tipo de graficación, presentación general) que construyeron una imagen más moderna, limpia y amigable para los televidentes.

Premios

A lo largo del 2012, Noticias RCN obtuvo los siguientes galardones.

Mayo 8 de 2012

Premio de Periodismo Álvaro Gómez Hurtado, otorgado a Eccehomo Cetina, con la Crónica "Un Cupo en Transmilenio".

Mayo 8 de 2012

Premio de Periodismo Álvaro Gómez Hurtado, conferido a Iván Serrano, en la categoría de Periodismo Económico, con el trabajo "Millonarias adiciones a la 26".

Noviembre 21 de 2012

Premio de Periodismo Económico ANIF, concedido a Luis Segundo Gámez y María Paula Vernaza, por el trabajo "Radiografía de las Pensiones en Colombia".

Octubre 20 de 2012

Premio de Periodismo Eficiencia Energética, Viviendas Seguras, a Camilo Chaparro y Mauricio Zuluaga, con el trabajo periodístico "A Gas".

Diciembre 20 de 2012

El Premio Nacional al Periodismo Agropecuario SAC, entregó el galardón en la categoría de Televisión a Katriz Castellanos, con el trabajo "Cambio Climático y el Cambio".





CAPITULO X

GESTIÓN COMUNICACIONES

La Dirección de Comunicaciones y Prensa del Canal RCN es la dependencia, encargada de la promoción y divulgación de las noticias y novedades más importantes del Canal. El equipo de trabajo está conformado por la Directora de Comunicaciones, una coordinadora y tres periodistas responsables de promocionar todos los productos tales como novelas, series, programas y eventos especiales de RCN, tanto en nuestros espacios como en prensa externa en televisión, radio, Internet y medios escritos. También se manejan los temas relacionados de las comunicaciones internas de la familia de Nuestra Tele, a través de la página de Intranet.

PROMOCIÓN DEL TALENTO Y PRODUCCIONES: La Dirección de Comunicaciones, Programa y hace acompañamiento a las actividades de promoción y posicionamiento del talento y producciones del Canal y los eventos de lanzamiento de las películas de RCN CINE - ENNOVVA. Estas promociones se realizan a través de radio, programas unitarios y otros medios externos de prensa y televisión en canales independientes. Así mismo, se hace promoción mensualmente de las producciones más importantes que el Canal tenga al aire, a través de la revista Avianca.

MATERIAL DE PROMOCIÓN: Constantemente se realizan boletines de prensa, novedades, fotografías de detrás de cámaras, avances de las producciones, escenas destacadas y en general, material actualizado que está a disposición de periodistas y clientes internacionales.

APOYO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Diariamente se reciben las solicitudes de los periodistas nacionales e internacionales que tienen algún requerimiento específico sobre entrevistas o material de alguna de las producciones.

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: Para el lanzamiento de las nuevas producciones, el Departamento de Comunicaciones y Prensa, organiza una rueda de prensa a la que asisten en promedio 300 periodistas de todo el país, quienes ven en exclusiva el primer capítulo y tienen la oportunidad de entrevistar de primera mano a los actores, libretistas y productores del próximo estreno.

AUTOPROMOCIÓN: El contenido que genera el Departamento de Comunicaciones es utilizado por programas unitarios y Noticias RCN quienes a través de notas especiales con el talento de los productos realizan la promoción de las producciones.

RESULTADOS 2012

- La Dirección realizó 12 ruedas de prensa en la que en promedio se invitaron 300 periodistas, entre los cuales se encuentran cerca de 20 medios regionales que varían en cada uno de los eventos.
 - La Mariposa
 - Colombia Tiene Talento
 - ¿Dónde Está Elisa?
 - Pobres Rico
 - Lanzamiento Protagonistas de Nuestra Tele
 - Final Masculina Protagonistas de Nuestra Tele
 - Final Femenina Protagonistas de Nuestra Tele
 - Corazones Blindados
 - El Capo 2
 - Mundos Opuestos
 - Casa De Reinas
 - A Mano Limpia 2
- Publicaciones en los diferentes medios de comunicación impresos del país, resaltando las características de producción y el talento de las novelas, series y realities de Nuestra Tele. Los registros en prensa representan un importante mecanismo de posicionamiento de las producciones del Canal RCN. En 2012 se lograron las siguientes publicaciones:
 - **Protagonistas de Nuestra Tele:** 669 medios impresos (revistas, periódicos, etc) y 756 de web.
 - **El Capo 2:** 145 medios impresos y 325 en Internet.
 - **Pobres Rico:** 265 publicaciones medios impresos y 245 publicaciones en Internet.
 - **Colombia tiene talento:** 244 en medios impresos y 121 en Internet.
 - **Mundos Opuestos:** 194 medios impresos y 266 en Internet.
 - **La mariposa:** 148 publicaciones en impreso y 196 en Internet
 - **¿Dónde está Elisa?:** 264 impresos y 275 en Internet
 - **Casa de reinas:** Impresos 87 y en Internet 120
 - **A Mano Limpia (aún al aire):** 72 impresos y 105 en Internet
 - **Corazones blindados (aún al aire):** 104 impresos y 142 en Internet
- Se consolidó y se mantuvo en constante actualización la página de Internet para el uso exclusivo de periodistas especialistas en el tema de entretenimiento. En este sitio, los comunicadores encuentran toda la

información necesaria para sus artículos sobre las novelas, series y programas del canal. Los periodistas de Colombia y el exterior que se encuentran inscritos a esta página, reciben diariamente información actualizada sobre nuestros productos como:

- Avances de las novelas.
 - Lanzamientos
 - Intimidaciones
 - Convocatorias de programas
 - Estrenos
 - Cambios de parrilla de programación
 - Entrevistas con los actores
 - Perfiles
 - Información de personajes y de las producciones
-
- Todos los años se realiza un proceso de actualización de la base de datos de periodistas nacionales e internacionales a los cuales se les envía diariamente la información que se produce desde el Departamento de Comunicaciones y Prensa. En 2012 la cifra de periodistas inscritos aumentó en un 25% pasando de 1020 a 1275.
 - Monitoreo diario en los medios de todo lo que aparece de RCN Televisión y se lleva un archivo digital de los informes de prensa de cada una de las novelas en páginas de Internet.
 - Se apoyó a la Presidencia del Canal en la realización de boletines, anunciando alianzas estratégicas o decisiones de la compañía que tuvieron resonancia en medios nacionales e internacionales.
 - Se coordinaron entrevistas con los con los diferentes medios de comunicación para entregar detalles de decisiones importantes como la alianza entre RCN y FOX, para la creación de Mundo Fox.
 - Apoyo en el lanzamiento y difusión de la información de Mundo Fox, durante el estreno del Canal como los eventos de posicionamiento de cada una de las producciones. El Departamento de Comunicaciones y Prensa del Canal RCN, se ha convertido en un medio de enlace entre el talento de las producciones y MundoFox, realizando un trabajo en conjunto que permite la realización de entrevistas y material de apoyo para la promoción y posicionamiento de la programación del Canal en Estados Unidos.
 - Apoyo en la promoción y posicionamiento de la nueva alianza entre el Canal RCN y DirecTv para la creación del canal deportivo Win Sports. Difusión de

la información más relevante de Win Sports, como el talento que hace parte de los programas y el evento de lanzamiento y presentación ante los medios de comunicación, del nuevo canal.

APOYO EN EVENTOS ESPECIALES

- La oficina de Prensa coordinó para que los programas del Canal y Noticias RCN hicieran la promoción de los eventos que cuentan con el apoyo de la compañía y en algunas ocasiones colaboró en la consecución de talento para sus eventos especiales.
- Durante todo el año se apoyó a la Fundación Fides en sus eventos con la consecución de actores, boletines de prensa y *'free press'* con periodistas externos y programas del Canal.
- Se realizó la difusión y seguimiento de prensa de las giras de ***'Vamos por ti Colombia'*** en las ferias y fiestas más importantes del país, convocando medios de cada una de la regiones que se visitaban para resaltar las diferentes actividades que RCN Televisión realizaba durante su visita a cada ciudad.

APOYO Y DIFUSIÓN DE LOS SIGUIENTES EVENTOS

- El Concurso Nacional de Cuento RCN - Ministerio de Educación
- Festival de Cine de Cartagena
- El Festival de Teatro de Bogotá
- Carrera de la Mujer
- Festival de Cine de Bogotá
- Fundación Rastrillo
- Fundación Juan Pablo Gutiérrez
- Partido por la vida, liga contra el cáncer
- Caminata de la solidaridad por Colombia
- Se prestó todo el apoyo a RCN CINE – ENNOVVA con la coordinación de informes en los diferentes espacios del Canal y medios externos para el lanzamiento a medios de las películas:
 - La Cara Oculta
 - Apaporis
 - Porfirio
 - 180 Segundos
 - Sofía Y El Terco
 - La Playa
 - La Sirga

INTRANET

- Se realizaron boletines de prensa en los que se generaba noticia sobre los productos y las novelas que se llevaron a NATPE, MIPCOM y demás ferias a las que RCN asistió.
- Constantemente se prestó colaboración en temas de prensa a clientes internacionales.
- En estos momentos tenemos a disposición de los clientes internacionales un completo archivo de prensa de nuestras novelas con entrevistas de actores, boletines de escenas importantes y fotos en alta resolución.
- Se apoyó al Departamento de Ventas Internacionales en la realización de saludos de los actores e información de las novelas para los canales internacionales a los cuales se vendieron las producciones del Canal.
- Se generó contenido informativo a partir de las ventas realizadas a otros países, que tuvieron difusión en medios importantes.
- Se afianzó el portal de Intranet del Canal, el cual se alimenta diariamente con contenido importante para los colaboradores de Nuestra Tele.
- En Intranet se informa sobre los cambios en algunos cargos, las nuevas adquisiciones, los detalles del restaurante y la cafetería, los horarios de las rutas de transporte e informes sobre lo que hacen los diferentes departamentos, entre otros.
- También cuenta con dos grandes galerías de fotos que muestran imágenes de las actividades dentro del Canal o de los viajes de la gente de Nuestra Tele. Por este medio se mantienen también informados sobre sus beneficios, deberes y derechos como integrantes de la gran familia de RCN Televisión.
- Con esta herramienta se intenta crear mayor sentido de pertenencia entre los empleados. En el último año se crearon nuevas secciones para atraer más lectores.
- Como indicador se puede decir que 865 equipos en RCN TV y NTN24 abren a diario esta aplicación cuando sus usuarios ingresan a Internet. Esto quiere decir que en 667 personas de RCN TV y 198 de NTN24 acceden diariamente a esta aplicación.
- Este año también se logró activar una herramienta para subir un video en la página con información destacada.

LAS SECCIONES DE INTRANET

UN DÍA CON

Es un reportaje que cuenta cómo funciona cada área en el Canal con la intención de que todos nos conozcamos.

FOTOS EN FAMILIA

Es una sección que está a disposición de los empleados que quieren compartir sus experiencias y sus viajes con sus compañeros.

TE RECOMIENDO

En 2012, Intranet estrenó una nueva sección en la que los colaboradores del Canal, recomiendan a sus compañeros una serie de aspectos que según sus gustos sean los favoritos.

Esta sección es una de las favoritas de los colaboradores, pues les sirve de guía al momento de escoger una película, un restaurante o un sitio nuevo para conocer.

FOTOS NUESTRA GENTE

Es una completa galería con el registro de eventos especiales que se realizan como lanzamientos de producciones, visitas, fiesta de los niños, etc.

Esta sección sirve como una herramienta para resaltar el trabajo que realizan las dependencias del Canal, en el cubrimiento de eventos especiales como la producción y transmisión del Concurso Nacional de Belleza en Cartagena que se realiza todos los años.

LO MÁS DESTACADO

Como su nombre lo indica, en esta sección se publican noticias con los temas más importantes que tienen que ver con la gente de Nuestra Tele.

Aquí se habla de cada una de las personas que llegan a trabajar a la compañía, que cambian su cargo o que ascienden. Cada persona explica cuáles son sus funciones y su experiencia laboral.

CLASIFICADOS

Todos los empleados tienen la oportunidad de ofrecer lo que necesitan vender como carros, casas y otro tipo de bienes

Esta es una sección donde la gente de RCN habla y presenta fotos de sus hobbies, sus gustos o simplemente cuentan sobre alguna actividad que quieran compartir con la familia RCN.

SERVICIOS

- Tienen acceso a los documentos para la solicitud de vacaciones, recibo de pago de nómina, políticas de contratación entre otros.
- Diferentes aplicaciones como el *Real Acces* (ingresos de personas a las instalaciones de RCN) Look, que le permite a las personas autorizadas saber en qué casete y departamento se encuentran las imágenes que necesita.
- La página de Intranet tiene acceso a un directorio con las extensiones de los empleados, el menú del restaurante que está ubicado en la terraza y la lista de precios de todos los productos que se venden en la cafetería del primer piso. Además cuenta un espacio sobre las novedades de Responsabilidad Social, la escuela Crea, los cumpleaños y el Fondo de Empleados





CAPITULO XI

CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS

- **OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LAS REDES DE TRANSMISIÓN.**

Durante el año 2012 se adelantó la operación y el mantenimiento de 135 estaciones de transmisión para la red analógica y de 6 estaciones para la red digital. Los gastos de operación ascendieron a la suma de \$8.174 millones de pesos para la red analógica y de \$619 millones para la red digital.

Las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo realizadas a torres, obras civiles, plantas eléctricas y sistemas de transmisión de la red, ascendieron a la suma de \$978 millones de pesos para la red analógica y a \$50 millones de pesos para la red digital. La disponibilidad de las redes de transmisión en promedio durante el año 2012 fue mayor al 99% para ambas redes.

- **RED DE TELEVISIÓN ANALÓGICA.**

Las inversiones totales adelantadas para el mejoramiento de la Red de transmisión analógica en el año 2012, ascendieron a la suma de \$254 millones de pesos, valor que corresponde a los siguientes conceptos:

- 1. REPOSICIÓN TRANSMISORES ESTACIONES DE GALERAS Y LA POPA**

En desarrollo de las actividades de mantenimiento preventivo de las estaciones de la red de transmisión, fue necesario adelantar la reposición de los equipos transmisores las estaciones Galeras, ubicadas en el municipio de Pasto y la estación La Popa, localizada en el Distrito de Cartagena, por valor de \$222 millones de pesos.

- 2. REGULADOR DE TENSIÓN ESTACIÓN LA BARRA.**

Debido a los frecuentes inconvenientes presentados en el suministro de energía eléctrica en la estación La Barra, ubicada en el municipio de Ciénaga de Oro, Córdoba, se adelantó la compra de un equipo regulador de tensión para garantizar la estabilidad del sistema eléctrico y la calidad de la energía recibida. El valor de la inversión realizada ascendió a la suma de \$32 millones.

- **RED DE TELEVISIÓN DIGITAL.**

- 1. SIMULCAST DVB-T / T2**

La CNTV mediante acuerdo 004 de 2011, adelantó la actualización del estándar de televisión digital DVB-T a su nueva versión DVB-T2, estableciendo la obligación de transmitir la señal análoga y digital simultáneamente en las ciudades de Bogotá y

Medellín. Para tal efecto, fue necesario adquirir equipos combinadores y la resintonización de los transmisores a las frecuencias provisionales, en las estaciones de Suba (Bogotá) y La Palma (Medellín). El costo de los equipos requeridos para el cambio de frecuencia fue de \$110 millones.

2. OPERACIÓN TELEVISIÓN DIGITAL RTVC

Debido a las implicaciones técnicas de la actualización del estándar de Televisión Digital Terrestre y con el fin de evitar sobrecostos en materia de segmento satelital para la emisión de señales simultaneas en DVBT y DVBT-2, los Canales Nacionales Privados acordaron con la Comisión Nacional de Televisión, adquirir, instalar, operar y mantener un equipo transmisor para la prestación del servicio en DVB-T del operador público RTVC, en la estación La Palma, ubicada en Bello, Antioquía.

Para tal efecto, fue necesario adquirir adicionalmente un combinador de antenas y dos receptores (principal y reserva) para la señal satelital. La inversión total de este proyecto ascendió a la suma de \$167 millones, y los gastos de esta operación se encuentran incluidos en los costos de la estación La Palma.

3. ACTUALIZACIÓN EQUIPOS TRANSMISORES DVB-T A DVB-T2

Considerando la actualización del estándar de televisión digital a DVB-T2, fue necesario realizar una actualización de los transmisores adquiridos para las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, inversión que ascendió a la suma de \$315 millones.

Estos equipos transmisores iniciaron su operación en el mes de julio de 2012, en las estaciones de Santa Librada (Bogotá), Seminario (Medellín), Cristo Rey (Cali) y Barranquilla (Barranquilla).

4. COMPRA DE EQUIPOS MEDICIONES

Para la realización de las mediciones de campo en el estándar DVB-T2, se realizó la actualización del hardware y software del analizador de espectro ETL adquirido previamente a la compañía Rohde & Schwarz. Así mismo, se efectuó la compra de un Workstation Dell Precisión con el fin de realizar las simulaciones de cobertura de la Red Digital, junto con los correspondientes equipos de cómputo. El valor total de estas inversiones corresponde a la suma de \$51 millones.

5. COMPRA DE PREDIOS

Durante el año 2012 se adquirieron dos predios, destinados a ubicar las estaciones de Televisión Digital en el municipio de Turbaco (Bolívar) por valor de \$40 millones y en Pereira (Risaralda) por valor de \$60 millones.

6. PLAN DE EXPANSIÓN

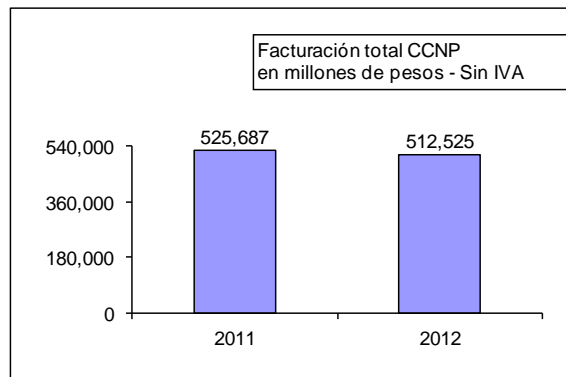
De conformidad con las obligaciones contraídas mediante contratos de Concesión, el cubrimiento poblacional en Televisión Digital a diciembre del año 2012, debía ser del 49.88%. Para tal efecto, se adelantó la adecuación y ampliación de la infraestructura existente en las estaciones de Santa Marta (Santa Marta), La Popa (Cartagena), Turbaco (Turbaco, Arjona y Cartagena), El Nudo (Pereira), La Castellana (Manizales), Armenia (Armenia), Tasajero (Cúcuta) y Lebrija (Bucaramanga).

El valor total de las inversiones realizadas en el año 2012 para la construcción y puesta en servicio de estas ocho estaciones fue de \$9.171 millones de pesos, obteniendo con las mismas una cobertura superior a los compromisos contraídos, alcanzando un cubrimiento anual del 12,77% y un cubrimiento acumulado del 50,79%.

• FACTURACIÓN Y CARTERA

Durante el año 2012, la facturación por pauta publicitaria sin incluir IVA, fue de \$512.525 millones, reflejando una disminución del 2.5%, respecto de los \$525.687 millones facturados durante el año 2011.

La disminución de la facturación es del 2.5% respecto al año 2011.



Para el año 2012 el porcentaje de refacturación con relación a las ventas, fue del 2.4% y para el año 2011 del 4.6%, reflejando una disminución favorable a la

compañía. Este indicador se evalúa en el comité de facturación y cartera que se realiza mensualmente.

Deducidos los descuentos financieros, se recaudaron \$ 532.083 millones de clientes directos, mientras que en el año 2011 el recaudo fue de \$ 561.375 millones, presentando una disminución en el recaudo de la cartera del 5.2%. La ejecución del presupuesto de recaudos fue del 100%, sin tener en cuenta las empresas OAL.

Durante el año 2012, incluyendo las cifras de las empresas OAL y sin tener en cuenta los descuentos financieros, el recaudo disminuyó a la suma de \$557.890 millones, reflejando una disminución del 3.6 % respecto del año anterior cuando se recaudaron \$578.826 millones.

El indicador de rotación promedio semestral de cartera del canal incluyendo las empresas OAL se mantuvo en un promedio de 51 días igual que en el año 2011, inferior al plazo contemplado de 60 días que se otorga a los clientes para el pago de pauta publicitaria.

Los descuentos financieros, presentaron una disminución de \$505 millones en las operaciones manejadas por el CCNP, el promedio anual con respecto a las ventas fue del 1.14%.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones y los resultados presentados en los diferentes comités de cartera, los cuales se realizan mensualmente, se concluye que los indicadores de gestión de los procesos de facturación y recaudos que realiza el CCNP, se han mantenido acordes con el comportamiento de la facturación del canal, garantizando una operación óptima.

- **CODIFICACIÓN DE COMERCIALES.**

Durante el año 2012 los ingresos por codificación de comerciales de la Sociedad MEDIOS Y SERVICIOS INTEGRADOS LTDA, ascendieron a la suma de \$4.356.293.000. Se codificaron 9.175 comerciales, de los cuales 8.815 corresponden a comerciales facturados y 360 a comerciales cívicos y mensajes institucionales, e igualmente se facturó la ampliación de vigencia de 277 comerciales.

A 31 de diciembre de 2012, se han codificado 102.264 comerciales.





CAPÍTULO XII
RESPONSABILIDAD SOCIAL

A. EDUCACIÓN Y CULTURA

- **Concurso Nacional de Cuento**

Desde su inicio, el Concurso Nacional de Cuento (CNC) ha buscado ayudar a mejorar la calidad de la educación en Colombia, en particular las habilidades de los niños y jóvenes para leer y escribir bien. Paralelo a la enorme convocatoria realizada a través de RCN Radio y Televisión, el proyecto incluye talleres de actualización docente en creación literaria y talleres de escritura para estudiantes.

En las seis versiones del CNC hemos recibido un total de 188.914 cuentos enviados de todos los puntos de la geografía nacional. Gracias a los 809 talleres de formación, en asocio con ASCUN, hemos capacitado a 20.000 docentes y 11.000 estudiantes, en escritura creativa y fomento de la lectura. A continuación los resultados más significativos del 2011 y 2012:

Resultados	2011	2012	Acumulado (6 versiones)
Cuentos registrados	25.333	33.899	188.914
Participación municipios	878	878	976
Instituciones educativas (IE) participantes	5.243	5.659	6.300
Instituciones de educación superior	295	300	300
Docentes capacitados	2.500	3.200	20.000
Estudiantes capacitados	9.000	2.000	11.000
Presencia en ferias y fiestas del país	5 ferias (Bogotá, Medellín, Cali, Cúcuta, Bucaramanga), impactando a más de 3.000 personas	5 ferias del 2011 + Festival de Cine Verde de Barichara	9.000 personas
Distribución de libro <i>Colombia Cuenta</i>	15.000 en homenaje a José Estaquio Palacios	8.000 en homenaje a Rafael Pombo	61.000
Presencia en redes sociales	Micrositio Colombia Aprende: 140 mil visitas al año (promedio); Blog: aprox 60 mil	Micrositio Colombia Aprende: 900 mil visitas al año (promedio); Facebook: aprox.	Un total de 25.000 usuarios en redes sociales que incluyen: Facebook,

	visitas; Facebook: aprox. 3 mil personas; Twitter: 3.500 seguidores	6 mil personas; Twitter: 5.500 seguidores	Youtube, Twitter, Flickr, G+
--	---	---	------------------------------

Durante el año 2012, estudiantes del curso de Responsabilidad Social de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, evaluaron el impacto del Concurso entre los 165 ganadores, buscando recomendaciones, críticas y aportes para el mejoramiento del proyecto. Le hicieron seguimiento a 45 ganadores de ediciones pasadas del Concurso, encontrando que el CNC los motivó y que la gran mayoría continuaron escribiendo.

- **Punto de Partida**

Punto de Partida es un proyecto de la Fundación Hay Festival-Colombia que busca apoyar a los docentes de barrios vulnerables de Cartagena para que mejoren sus prácticas de enseñanza de lectura y escritura. Parte del aporte económico que RCN le ofrece a la Fundación se destina a financiar este proyecto, que beneficia a 3.000 niños y niñas y 79 docentes de siete colegios de los barrios Nelson Mandela, Membrillal, Tierra Baja y Puerto Rey. La idea con esta iniciativa es que el Hay Festival, además de ofrecerle al país un evento literario de alto nivel, le aporte a las zonas más deprimidas de Cartagena.

El proyecto lleva tres años de ejecución, y cuenta con el respaldo de la Alcaldía de Cartagena, la Fundación Plan y la Gobernación de Bolívar.

- **Promoción de lectura**

- Jornada de lectura “El 23 de abril leer a Pombo es mi cuento” - Ministerio de Cultura y Fundación Rafael Pombo

RCN Televisión apoyó la primera jornada de lectura “El 23 de abril leer a Pombo es mi cuento”, que se realizó con el objetivo de conmemorar el día del libro y del idioma. Para esto y con la intención de rendirle un homenaje al “poeta de los niños”, a través de diferentes actividades de cobertura nacional, hablamos sobre Rafael Pombo y celebramos su poesía a lo largo de todo el territorio colombiano. El Noticiero y los unitarios de Televisión se unieron para hacer este llamado a través de su talento, que logró como resultado que se inscribieran a la jornada del 23 de abril, 442 entidades (instituciones educativas, bibliotecas públicas, hogares infantiles, alcaldías) de 148 municipios con la participación de 128.748 personas.

- **Clásico RCN Social**

Desde hace varios años la competencia ciclística *Clásico RCN* va acompañada de un proyecto social, ofreciendo soluciones en salud, educación, prevención de enfermedades, entre otros. En el año 2012 el Clásico Social se concentró en la promoción de lectura y escritura en todos los municipios que recorrió, con el cubrimiento permanente de RCN TV. A las jornadas se vinculó el Ministerio de Cultura y la empresa Carvajal que donó 8.000 libros para niños. Participaron más de 1.100 niños y jóvenes. En alianza con el Instituto Nacional para Ciegos (INCI) se hizo una edición en *braille* del libro Colombia Cuenta y se realizaron jornadas de lectura para población con discapacidad visual.

- **Festival del Libro Infantil**

Desde el año 2011, RCN Televisión apoya el Festival del Libro Infantil que se realiza en el mes de octubre y es organizado por la Cámara Colombiana del Libro Infantil, con: pauta, cubrimiento periodístico, libros, talleres y conversatorios. Durante la 6° versión del Festival del Libro Infantil se realizaron actividades artísticas y culturales relacionadas con literatura infantil y juvenil en librerías, bibliotecas y parques de Bogotá y ciudades principales; así como talleres, horas del cuento y charlas con autores.

- **Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)**

En el 2012 la Organización Ardila Lülle se convirtió en el aliado institucional de la FNPI para contribuir con su fortalecimiento institucional y apoyar el buen periodismo en Colombia y América Latina. Como parte de la alianza, periodistas de RCN TV, RCN Radio y NTN24 tienen cupos permanentes en todas las actividades de formación que realiza la Fundación durante el año.

- **Alianza Fundación Éxito por la Primera Infancia**

El programa "Noticias Musicales" de la Fundación Éxito comenzó en el año 2010 con el fin de ofrecerles formación musical a niños menores de 5 años en el país. El reto durante el año 2012 fue llegarles a 7.500 niños, para lo cual donamos pauta y cubrimiento periodístico. A través del noticiero y programas unitarios se convocó a la ciudadanía a respaldar este programa.

- **FIDES**

En septiembre de 2012 se llevó a cabo la Primera Olimpiada FIDES - Fuerzas Militares y de Policía "Por los hijos de Nuestros Héroes", con los hijos especiales de los miembros de las Fuerzas Armadas. Aportamos la producción y nuestro talento para los eventos de inauguración y clausura. Igualmente a lo largo del 2012

cubrimos múltiples eventos de FIDES: I Encuentro Nacional de Danzas en Neiva, XVIII Olimpiadas Especiales Nacionales en Santa Marta, Festival Vallenato Especial en Valledupar, Semana Especial en Pereira, Festival Nacional del Folclor, FIDES Pasarela en el Círculo de la Moda de Bogotá, Festival de Artes Especiales, Pasarela en el Cali Expo Show y Semana internacional de la Moda de Bogotá. Estas actividades son coordinadas desde el área de Mercadeo Social del Canal RCN.

- **Hay Festival**

Como patrocinadores del Hay Festival desde el 2007, RCN Radio y TV se vinculan a este evento con un aporte económico y un importante cubrimiento en radio, televisión e Internet.

En 2012 el Hay Festival realizó 94 eventos y tuvo 107 artistas invitados (20% más que en el 2011) para adultos y niños en la ciudad de Cartagena. El Festival contó con 39.000 asistentes (8.000 más que en el año anterior), artistas de 20 nacionalidades y más de 230 periodistas acreditados. En el 2012 participaron escritores como Santiago Gamboa, Claudia Piñeiro, Mario Mendoza, Carlos Fuentes, Edmundo Paz, Xavier Velasco, Nérida Piñón, William Ospina, y artistas musicales como Carlinhos Brown.

- **Festival Internacional de Música de Cartagena**

Como socios fundadores del Festival Internacional de Música de Cartagena, organizado por la Fundación Salvi, apoyamos sus actividades durante todo el año y contribuimos a la financiación de los eventos que se desarrollan en el marco del Festival. Hicimos la producción para la transmisión del concierto prelude en Bogotá, y la producción de 10 conciertos en enero de 2012. Se realizaron 33 conciertos con asistencia aproximada de 25 mil personas, así como más de 80 sesiones de clases magistrales que beneficiaron a 466 estudiantes de música de todo el país.

- **Festival Internacional de Cine de Cartagena**

RCN es el socio principal del Festival de Cine de Cartagena. El apoyo a estos eventos ha contribuido al desarrollo de la cinematografía en el país y en América Latina. La versión 52 del Festival contó con la asistencia de más de 1,500 personas, participaron 24 países y se proyectaron 116 películas. Se llevó el cine a los barrios de Cartagena y por primera vez todas las funciones fueron 100% gratis.

- **Festival de Cine de Bogotá**

El 29 Festival de Cine de Bogotá de 2012 tuvo una asistencia aproximada de 15 mil espectadores, con dos premieres mundiales, 230 películas, 40 invitados, entre cineastas y periodistas internacionales, 18 jurados y 5 conferencias, cine clásico, documentales, homenajes, conferencias y presencia en colegios.

El Festival se tomó 17 sedes, 8 tradicionales como el Teatro Embajador, la Cinemateca Distrital y el Teatro México; y 9 nuevas salas como, El Museo de los Niños, El Jardín Botánico José Celestino Mutis y la Cárcel Distrital. Logró además realizar, cinco encuentros sobre la mirada de la Academia al cine en la Biblioteca Nacional y conversatorios de Cine Sagrado en el Auditorio de la Universidad Católica.

Desde el Canal apoyamos con pauta publicitaria y cubrimiento periodístico la realización del Festival.

B. CAMPAÑAS EDUCATIVAS

- **OIM – trata de personas**

A través del área de Mercadeo Social se realizó una alianza con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), para concientizar a la población sobre el fenómeno de la trata de personas. Iniciando la estrategia, especialistas de la OIM dictaron talleres a los libretistas del Canal para el manejo del tema en los contenidos de las producciones. Asistieron 25 libretistas que aprendieron sobre terminología correcta, rutas para la prevención, mitos alrededor del tema y sobre la dimensión del problema. De igual forma emitimos 43 notas (entre menciones y comerciales).

C. APOYO A LOS EMPLEADOS

La responsabilidad social empieza por la casa. En 2012 apoyamos al área de recursos humanos en su esfuerzo por incrementar el nivel educativo de los empleados del Canal.

- **Fondo Rotatorio para la Educación**

En el 2012 desarrollamos junto al área de Recursos Humanos un proyecto piloto para implementar el Fondo Rotatorio para la Educación de RCN TV. Durante el año 2012, 15 personas de las áreas de Producción, Técnica y Administrativa, estudiaron gracias al Programa carreras como: Ingenierías, Administración de Empresas, Periodismo, Comunicación Gráfica, Diseño Gráfico, Mercadeo, entre otros.

- **Programa de Voluntariado RCN**

Junto con el área de Recursos Humanos desarrollamos el proyecto de Voluntariado RCN. Para ello realizamos una encuesta que reveló que el 73,2% de los empleados está interesado en apoyar algún tipo de causa social, en especial las relacionadas con medio ambiente, infancia y crisis humanitarias (desastres naturales, ola invernal, navidad, etc.).

Estudiantes del curso Responsabilidad Social de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes apoyaron el diseño del Programa de Voluntariado y la implementación de la encuesta para definir el interés de los colaboradores del Canal hacia el proyecto.

Para la primera actividad se escogió la empresa social AeioTú de la Fundación Carulla. Vinculamos 40 empleados, incluyendo un grupo de estudiantes de la Escuela Crea, y visitamos durante una mañana un jardín infantil estrato II de Suba que atiende 300 niños entre 3 y 5 años. Mediante actividades lúdicas y teatrales se promovieron valores de convivencia, la ecología, el reciclaje, la identidad, el entorno, la promoción de la lectura, la identificación corporal, el auto respeto, la cultura deportiva, el respeto por el otro, la imaginación y el orgullo patrio.

- **Regalos de Navidad Fundación La Luz**

La segunda actividad con el grupo de Voluntarios RCN y estudiantes de la Escuela Crea tuvo lugar en el Hogar Infantil Rutas de Luz, que acoge a niños desplazados y vulnerables de la Localidad cuarta de San Cristóbal, Barrio La Belleza. Para esta actividad ubicamos una urna en el primer piso de las instalaciones del Canal e invitamos a todos los colaboradores a donar un regalo. La meta era dar un regalo de Navidad a los 188 niños entre los 0 y los 14 años que tiene el Hogar. Se logró el objetivo y entregamos los regalos en la sede de la Fundación el 22 de diciembre de 2012.

- **Biblioteca Rodante – *Leer es un Viaje***

Con el propósito de promover la lectura y la cinematografía colombiana entre los colaboradores del Canal, lanzamos en el primer semestre de 2012 el proyecto "*Bibliotecas Rodantes: Leer es un Viaje*". A través de dos bibliotecas rodantes que salen dos veces por semana a recorrer todas las áreas de RCN TV, los colaboradores pueden tomar en préstamo libros y películas entre más de 1200 ejemplares de 11 categorías y 30 producciones de RCN Cine. Con esta iniciativa, pretendemos promover a través de espacios culturales, la creatividad, el amor por la lectura y por la cinematografía colombiana, entre toda la familia RCN. De igual manera, los mismos colaboradores alimentaron la biblioteca, donando durante el año donando más de 500 libros que depositaban en las urnas ubicadas en las porterías del Canal.

- **Concurso de Cuento Interno**

Ante el éxito del Concurso Nacional de Cuento y con la intención de promover la lectura y la escritura entre los colaboradores de RCN, organizamos por segunda vez el Concurso de Cuento Interno que se ha ido poco a poco consolidando dentro del Canal.

Durante 2012 recibimos 19 cuentos: 14 de la categoría 1, 4 de la categoría 2 y 1 de la categoría tres. Obtuvimos participación mayoritaria de los hijos de los colaboradores de las áreas de Seguridad, Noticias y Producción. Los cuentos fueron evaluados por dos jurados de la Asociación Colombiana de Universidades, según los siguientes criterios: *autoría, fluidez, creatividad, aspectos literarios y aspectos formales de manejo del lenguaje.*

Premiamos los ganadores y los invitamos con sus padres a un desayuno en las instalaciones del Canal. Los ganadores en primer lugar obtuvieron como premio el viaje con un acompañante con todos los gastos pagos al Hay Festival de Cartagena y un computador portátil. El segundo y tercer lugar recibieron un bono por \$200.000 y \$100.000 respectivamente. A todos los ganadores y finalistas se les entregó un diploma por su participación.

- **Taller de escritura y lectura para los hijos de los colaboradores**

Paralelo al proceso de inscripción del Concurso de Cuento Interno dictamos un taller de escritura creativa para los hijos de los colaboradores. Asistieron 30 niños de los 7 a los 14 años. Varios de ellos inscribieron luego su cuento. Manifestaron haber quedado muy satisfechos con el taller que fue dictado por el asesor de contenidos del Concurso Nacional y tallerista, Johansson Cruz.

- **Capacitación sobre valores de contenido**

Durante el 2012 realizamos con la Vicepresidencia de Producto una jornada de capacitación dirigida a todos los libretistas del Canal sobre nuestros valores de contenido definidos en el Informe de Sostenibilidad 2009- 2010. La charla giró entorno a los valores que defendemos en RCN y el enorme impacto de nuestros contenidos en la sociedad. Finalmente dialogamos sobre las herramientas y la manera como el área de Responsabilidad Social puede apoyar los contenidos de los libretos y capacitar en temas álgidos a través de aliados con instituciones expertas.

D. OTROS PROGRAMAS

- **Caminata por la Solidaridad**

Como todos los años nos vinculamos a la Caminata de la Solidaridad. Para el año 2012 estuvimos presentes con carrozas de nuestras producciones en las cuales participaron actores, cantantes, reinas y modelos de Nuestra Tele. Además de la producción, aportamos pauta y cubrimiento. Nuestro aporte en pauta tuvo un valor de \$858.860.835 y en producción de \$27.664.260.

- **Tejido Humano**

Apoyamos la campaña "Sello Social" mediante la cual la Asociación Tejido Humano recauda dinero para el desarrollo de sus principales proyectos. Durante el 2012, nuestro apoyo consistió en el desarrollo de notas alusivas a los programas que la Fundación lleva a cabo.

- **Carrera de la Mujer**

Por sexto año consecutivo, RCN Televisión fue el canal aliado de la Carrera de la Mujer. En el desarrollo de este proyecto, la Carrera de la Mujer cubre los costos de producción del cubrimiento especial que hacemos e invierte en pauta. Por nuestra parte brindamos apoyo editorial significativo y vinculamos nuestro talento. La meta de atletas para el 2012 se fijó en 17.000 corredoras (1.000 más que el año pasado); sin embargo, logramos una participación de 17.171 mujeres.

- **Corazón Colombia – Fundación Shaio**

Los actores de Corazones Blindados del Canal RCN, acompañaron una jornada del programa Corazón Colombia. Los protagonistas de las novelas, les leyeron cuentos del libro *Colombia Cuenta* a niños enfermos del corazón y de escasos recursos, que los médicos de la Clínica Shaio operaron completamente gratis.

- **Tiempo de Juego**

La Fundación Tiempo de Juego tiene como propósito ofrecerles alternativas deportivas, lúdicas, artísticas y culturales a niños, niñas y jóvenes en zonas de extrema pobreza. Hoy en día benefician más de 1.000 niños en Altos de Cazucá (Soacha) y en Cartagena. Con el apoyo de Especiales Pirry realizamos una serie de 3 desayunos en el Canal, a los que invitamos patrocinadores potenciales para financiar la construcción de la sede de la Fundación. Gracias a esta iniciativa se logró concretar el apoyo de Cemex, Constructora Bolívar, Ladrillera Santa Fé, Alcaldía de Soacha, Fundación Bavaria, entre otras.

- **Fundación Matamoros**

En el 2012 fuimos intermediarios entre Genomma Lab y la Corporación Matamoros, para la donación de 25.000 unidades de talcos para los soldados y policías heridos en combate. La donación se realizó en el Batallón de Sanidad. 50 soldados recibieron de manera simbólica los talcos.

- **Hospital de la Misericordia – Plaza Sésamo**

Servimos de intermediarios para que los personajes de Plaza Sésamo que estuvieron de gira en Colombia, visitaran a los niños, niñas y jóvenes del Hospital de la Misericordia. Los personajes se compartieron la mañana con los niños y se tomaron fotos con ellos.

- **Fundación Se Vale Soñar**

Durante el 2012, apoyamos a la Fundación Se Vale Soñar quien les cumple los sueños a niños en condiciones críticas de salud y/o en estado de vulnerabilidad. Varios niños escribieron en el “libro de los sueños” que querían conocer las instalaciones del Canal y algún actor, actriz o presentador. Nuestra labor es coordinar la visita de estos niños al Canal.

- **Fundación Compartir**

La Fundación Compartir creó desde 1998 el Premio Compartir al Maestro, que tiene como objetivo promover la labor del maestro, apoyando su profesionalización y haciéndole un homenaje a aquellos que impactan día a día a sus estudiantes.

Durante el año 2012, la Fundación creó el Premio Compartir al Rector en reconocimiento a la importancia que tienen como líderes en el buen funcionamiento de una Institución Educativa. Este Premio recibió en su primera edición 480 inscripciones, superando la meta propuesta.

RCN Televisión apoyó la convocatoria de los maestros y rectores del país durante el 2012, a través de menciones y notas en el Noticiero y los unitarios.





CAPÍTULO XIII

GESTIÓN FINANCIERA

- **GENERACIÓN Y USO DE FONDOS**

En el 2012 la empresa presentó una generación interna de fondos (Ebitda) de \$140,447 millones.

Los recursos fueron utilizados principalmente en la producción de programación (\$60,970 millones), inversión en activos (\$27,815 millones), inversiones en sociedades (\$12,562 millones) y pago de Dividendos (\$40,000 millones).

- **DEUDA BANCARIA**

Las obligaciones bancarias al 31 de diciembre de 2012, sumaban \$110,000 millones, distribuidos por entidad, Banco de Bogotá \$90,000 millones y Davivienda \$20,000 millones.

Las obligaciones financieras en el año pasaron de \$68,875 a \$110,000 millones, incremento de \$41,125 millones, el cual se explica principalmente por el pago de \$32,363 millones relacionado con el Laudo arbitral con la CNTV.

- **VALORIZACIONES**

En el 2012 se registró en la cuenta de "Valorizaciones", un incremento de \$7,092 millones, pasando de \$119,247 millones al cierre de 2011 a \$126,339 al cierre de 2012.

La variación corresponde principalmente al incremento en la cuenta de "Propiedades y Equipos" de \$18,279 millones, pasando de \$59,964 millones a \$78,243 millones.

El valor del inventario de programación denominado "Librería", el cual forma parte de las valorizaciones, se mantuvo similar en pesos, pasando de \$55,684 millones (US\$28.7 millones) a \$55,097 millones (US\$31.2 millones).

- **RESULTADOS 2012**

El Estado de Resultados, así como el Balance General de la Compañía se presentan en el Informe de Estados Financieros, anexo al presente documento (Anexo No 1) y que hace parte integral del mismo. Este informe será sustentado en forma detallada por la administración en la Asamblea de Accionistas.

SITUACIÓN ECONÓMICA

- Resultados

En el 2012, el canal obtuvo ingresos operacionales de \$604,116 millones en pesos corrientes, incremento del 0.35% sobre el nivel de ventas del 2011 distribuidos:

\$512,525 millones por concepto de venta de pauta publicitaria (reducción del 3%), \$21,809 millones de producción de comerciales (incremento del 54%), \$55,701 millones de ventas internacionales (US\$27.9 millones), incremento del 28% en pesos y \$22,366 millones de otras ventas.

El costo de ventas en el 2012 fue de \$324,616 millones (reducción del 4%), de los cuales \$264,511 millones corresponden a programación (reducción del 10%).

El costo de la programación como porcentaje de la venta de pauta publicitaria fue del 52%, lo cual se considera dentro de los parámetros de la industria de la televisión.

La utilidad bruta en el 2012 fue \$ 279,500 millones (margen del 46%).

Los gastos operacionales fueron \$194,444 millones, incremento del 7% comparado con el 2011, distribuidos, de administración y ventas \$158,273 millones (incremento del 12%) y por concepto de amortizaciones \$36,171 millones.

La utilidad operacional en el 2012 fue \$85,056 millones (margen del 14%).

El costo financiero en el 2012 fue de \$16,520 millones (incremento del 14%), distribuidos, \$5,775 millones de intereses, \$1,764 millones por diferencia en cambio (revaluación 9.1%) y \$8,981 millones por descuentos comerciales y gastos bancarios.

La utilidad antes de impuestos en el 2012 fue \$ 72,701 millones.

La provisión para impuesto de renta \$22,133 millones.

La utilidad neta en el 2012 de \$50,568 millones, comparada con \$50,813 millones el año anterior.

El Ebitda o flujo de fondos generado por la operación, antes de pago de intereses e impuestos y amortizaciones, fue \$140,447 millones, incremento del 1% y 23% de los ingresos.

- Balance

Al 31 de diciembre del 2012 la sociedad presenta un total de activos de \$914,644 millones.

El Activo se discrimina principalmente, en Caja y Bancos (\$4,160 millones), Deudores y Cuentas por Cobrar \$174,772 millones (17%), Intangible - Concesión, \$179,799 millones 20%, Propiedades y Equipos \$166,766 millones (18%), Valorizaciones \$126,339 millones (14%) e Inventarios, principalmente de programación, (\$263,032 millones).

El Pasivo a diciembre del 2012 suma \$257,110 millones.

El índice de endeudamiento (Pasivo/Activo) 28%.

La estructura del pasivo se discrimina, 43% en Obligaciones Bancarias, 29% en Proveedores y Cuentas por Pagar y 28% en Otros, principalmente Impuestos y Pasivos Estimados y Provisiones.

El Patrimonio a diciembre del 2012 suma \$659,046 millones, compuesto principalmente por \$197,398 millones en aportes de capital y prima, \$126,339 millones de superávit por valorizaciones, \$213,588 millones en Reservas y \$50,568 millones del resultado del ejercicio.

TRANSACCIONES CON ACCIONISTAS

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley 222 de 1995 y en la Circular Externa 2 de 1998 de la Superintendencia Financiera, se incluye como Anexo No 2 al presente informe, el cuadro que contiene la descripción de las operaciones celebradas con accionistas de la sociedad.

Así mismo, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 446, literales a y b del Código de Comercio, se adjunta al presente informe el respectivo Anexo No 3.





CAPITULO XIV
EVOLUCIÓN DEL CANAL

A. Vicepresidencia Financiera

- La principal función del área financiera consiste en vigilar el cumplimiento de las obligaciones y compromisos derivados de contratos suscritos con entidades financieras.
- Coordinar la preparación y actualización del Plan de Negocios del canal.
- Coordinar lo correspondiente a las fuentes de financiación para inversiones, tales como televisión digital e infraestructura para la expansión del canal en el área de producción.
- Vigilar el movimiento contable del canal para que se mantenga la estricta política de control de gastos y austeridad.
- Revisión permanente del comportamiento de los flujos de ingresos y egresos de tesorería, para coordinar los pasos a seguir en cuanto al cumplimiento de obligaciones tales como servicio de deuda, inversiones en activos, pagos a proveedores y giros al exterior.
- Coordinar los pasos correspondientes para la elaboración del Presupuesto de la empresa, así como vigilar mensualmente el cumplimiento del mismo.

B. Vicepresidencia Comercial

- Cerrar negociaciones por un periodo superior a un año, ideal 3 años.
- Consolidar e incrementar los negocios de exclusividad existentes.
- Diseñar y ejecutar estrategias comerciales innovadoras para la comercialización de: canales de cable, Internet, BTL, Talento, etc. para cumplir los objetivos propuestos (venta multimedia).
- Consolidar el área de BTL y Talento
- Afianzar la relación con el cliente directo.
- Diseñar y ejecutar estrategia para atraer clientes de otros medios sin inversión en televisión o con participación muy baja.
- Capacitar permanentemente al grupo de ventas en los nuevos productos y tecnología para un mejor desempeño comercial.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos comerciales.
- Identificar productos que hayan desaparecido del medio en el último año y revisar propuestas de activación con apoyo del canal.
- Diseñar estrategias para incrementar el porcentaje de inversión en televisión frente a los otros medios de los clientes habituales.

C. Vicepresidencia Administrativa

OBRAS Y ADECUACIONES

- A mediados del año entrará en funcionamiento las nuevas bodegas de almacenes para RCN.

- Se presentará el proyectos para la optimización de áreas físicas
- Adecuación de áreas de servicio para la sede de Novartis

ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

- Se pondrá en marcha el proyecto de digitalización de documentos para hacer una trazabilidad a la correspondencia y consultas desde cualquier lugar.
- Adecuación del área para archivo activo de RCN

ACTIVOS FIJOS

- Se hará el inventario y avalúo general de RCN, además de la estructuración de los procesos de activos fijos basados en las normas internacionales.
- Implementación del software de activos fijos que permite tener los inventarios al día.

COMERCIO EXTERIOR

- Proyecto unificado de comercio exterior

MANTENIMIENTO Y ASEO

- Proyecto mantenimiento general de RCN
- Creación de una mesa de ayuda o asistencia

TRANSPORTES

Cambio general en el modelo de trasportes

SEGUROS

- Póliza de grandes beneficiarios
- Revisión de un plan de pólizas funerarias.

Gerencia de Recursos Humanos

➤ Recursos Humanos

- A partir del 1 de enero de 2013 entrará en funcionamiento el sistema de Recursos Humanos en SAP. Todos los temas que involucran los procesos del área, serán realizados de manera integral, desde el proceso de selección de personal hasta el pago de nómina. Se espera que en el mes febrero de

2013 se realice el primer pago de las personas de honorarios y servicios, utilizando esta herramienta.

- Entre los meses de febrero y abril se continuará con la segunda fase de este proyecto que contempla la implementación del Employee Self Service, herramienta que permitirá que cada uno de los colaboradores de RCN pueda acceder a su información personal, de pagos, actualizar datos, imprimir certificaciones y certificados de ingresos y retenciones, realizar solicitudes de vacaciones, entre otros.
- Con la aplicación de SAP en el módulo PD (Desarrollo de Personal), se espera que para el segundo semestre de 2013 se realicen las primeras evaluaciones de desempeño por área a los colaboradores del canal, con el fin de tener un seguimiento continuo de su labor, y propiciar la mejora de sus habilidades a través de capacitaciones en temas específicos.
- Para finales del año 2013, RCN Televisión graduará a los 31 colaboradores que iniciaron el programa de Bachillerato para Adultos BAC en 2010, y continuará apoyándolos en sus estudios técnicos, tecnológicos y profesionales relacionados con la Televisión, que se están impartiendo en la Plataforma CREA. Así mismo, podrán recibir el beneficio de hasta el 50% de descuento en la institución Tecnológica de la Caja de Compensación Familiar Colsubsidio.
- Para mejorar la dinámica y aumentar la inversión del Fondo Rotatorio se viene estudiando la propuesta hecha por LUMNI, una empresa que diseña y administra programas de responsabilidad social que permiten el acceso a educación superior de jóvenes talentosos de bajos ingresos. A través de ellos se pretende cambiar el mecanismo de trabajo del fondo, de modo que pueda crecer en capital y de esta manera los beneficios de este Fondo Rotatorio sean ampliados a otros colaboradores del Canal.
- Se espera que durante el año 2013 Colsubsidio realice el análisis de la capacidad de endeudamiento de los colaboradores interesados en el proyecto de Vivienda, para proyectar los montos máximos a prestar para la adquisición de vivienda, y de igual manera establecer las condiciones y forma de pago del préstamo.
- Capacitar a 50 nuevos colaboradores en el SENA, sobre Trabajo Seguro en Alturas (nivel avanzado) y mantener las certificaciones (anuales) de los empleados que ya realizaron y aprobaron el curso.

➤ **Gerencia de Tecnologías de la Información**

Infraestructura y Servicios TI

Para el Área Infraestructura y Servicios TI se proyecta para el 2013 la ejecución de los siguientes Proyectos:

- Infraestructura y Conectividad de Red
 - Actualización de centros de centros de cableado. Configuración en alta disponibilidad y renovación tecnológica.
 - Actualización del CORE del centro de cableado principal. Configuración en alta disponibilidad y renovación tecnológica.
 - Reestructuración Física y de Configuración del Centro de Cableado Principal.
- Plataforma Computacional
 - Virtualización de escritorios de las salas de redacción de NTN24 y RCN.
 - Escalamiento progresivo a plataforma Windows 8.
 - Renovación 100 Equipos de Cómputo.
 - Ampliación del servicio de Inalámbrica.
 - Renovación de los Contratos de Soporte y mantenimiento de la Plataforma de Virtualización.
 - Renovación de los Contratos de Soporte y mantenimiento de Equipos activos de Red.
- Licenciamiento
 - Renovación licenciamiento Microsoft 2013 - 2016.
 - Renovación de los Contratos de Soporte y mantenimiento del licenciamiento actual.
- Políticas TI

- Actualización y socialización de políticas (uso de contraseñas, servicios de red, correo electrónico, gestión y responsabilidad sobre aplicaciones, otras)
- Tablero de control unificado de indicadores de TI.
- Gestionar la creación de una oficina encargada de la implementación y gestión de procesos funcionales (Proyecto en conjunto con Auditoría).
- Plan de formación en ofimática.

Análisis y Soluciones TI

Para el área de soluciones TI se proyecta para 2013 la ejecución de los siguientes Proyectos:

- Soluciones
 - Implementación del Capítulo Técnico Normas IFRS (International Financial Reporting Standards). (Proyecto en conjunto con Financiera)
 - Implementación Sistema de RRHH Fase 2. Portal del Empleado. (Proyecto en conjunto con RRHH)
 - Implementación reingeniería compras, almacén y presupuestos (Proyecto en conjunto con Financiera y Administrativa)
 - Implantación del Sistema de Gestión de Inventarios. (Proyecto en conjunto con Técnica y Administrativa)
 - Implantación del Módulo SAP para Gestión de Importaciones y Exportaciones (Proyecto en conjunto con Administrativa)
 - Implementación de la nueva plataforma de Intranet (Proyecto en conjunto con Prensa).
 - Sistema de Gestión de Extras. (Proyecto en conjunto con Producción)
 - Sistema de Gestión del Catálogo de Productos (Proyecto en conjunto con Secretaría General)
 - Sistema de Proyecciones ABC. (Proyecto en conjunto con Producción)

- Sistema de Planeación y Gestión de Presupuestos de Producción. (Proyecto en conjunto con Producción)
- Tablero de Control de Indicadores de Producción (Inteligencia de Negocios). (Proyecto en conjunto con Producción)
- Migración de la Nómina de NTN24 (Herramienta por Definir).
- Servicios
 - Implantación de la Mesa de Servicios SAP.
 - Publicación Externa de Bibliotecas Documentales (SharePoint)
- **Gerencia de Seguridad**

Novartis:

Sistema de Seguridad Electrónica

Se plantea el diseño, montaje y puesta en marcha de los sistemas de seguridad electrónica (CCTV, control de accesos e incendios detección y extinción) para los estudios de Win Sport y cuartos eléctricos de esta sede.

Portería Sur Novartis

Diseño y construcción de la Portería sur de Novartis para estandarizar y mejorar los procedimientos de seguridad en esta sede.

Sede Principal:

Renovación tecnológica a equipos de seguridad

Conscientes de los retos que en materia de seguridad se imponen se contempla como prioritaria la renovación tecnológica de equipos ya que los equipos actuales cuentan con más de nueve años de antigüedad y en esta materia es necesario contar con tecnología de punta lo cual nos volverá más eficientes y eficaces con el manejo de situaciones peligrosas.

Panorama de riesgo Industrial de la Gerencia de Seguridad

Nuestro departamento desea apoyar las labores del departamento de gestión de talento a través de la realización de un panorama de riesgo industrial interno, cuya finalidad principal es corregir a tiempo aquellos aspectos que puedan generarle riesgos a nuestros empleados, apoyándonos en nuestra experiencia y en un examen minucioso a los procedimientos que se están ejecutando.

Modelo de Servicio al Cliente

Pretendemos implementar un modelo de servicio al cliente en el cual comenzaremos a trabajar, donde se unifique el criterio de como se debe tratar una persona que ingresa al Canal, sin que la imagen del departamento se vea afectada por la rigurosidad de nuestros procedimientos.

Arreglo de vías de acceso a la empresa

Una de nuestras metas será el seguimiento continuo a las obras que está programando el IDU en nuestra zona, para que nuestros alrededores sean incluidos en los cronogramas de mantenimiento y en obras a la malla vial, ya que nuestra actividad se ve retrasada por estos baches.

Implementación del módulo de activos fijos

Los sistemas de entrada y salida de activos actuales, no permiten generar una búsqueda especializada o por categorías, sin que se lleve con certeza un listado de los equipos que se encuentran por fuera o en misión. Esto en coordinación con TI.

Módulo de inducción para visitantes

Uno de retos será la implementación de un sistema de inducción para visitantes, que comprenderá ayudas audiovisuales en las salas de espera de las porterías principales cuyo contenido se referirá a las normas que en seguridad física e industrial se deben cumplir al interior de las instalaciones, del mismo modo se gestionará que los ingresos de contratistas se deberán soportar con sus afiliaciones a EPS y ARL.

D. Vicepresidencia de Producto

- **Objetivo General**

Consolidar la creación y producción de programas de televisión de excelente calidad incrementando cada día los niveles de eficiencia de manera que se fidelice la audiencia.

- **Objetivos Específicos Dramatizados:**

Área Creativa

- Generar contenidos en el marco de la sociedad del Canal con Mundo Fox.
- Continuar con la elaboración de las biblias de producción y contenido de las producciones del Canal.
- Seguir con la creación de historias originales que potencien la marca del Canal RCN a nivel nacional e internacional.

- Continuar con el grupo de libretistas del canal, y ampliarlo para garantizar volumen de historias a desarrollar.
- Continuar con los semilleros internos de ideas y proyectos.
- Continuar la recepción y búsqueda de proyectos dramatizados y unitarios de entretenimiento.
- Consolidar mecanismos que durante el proceso de escritura, permitan identificar posibles alianzas comerciales y de mercadeo social.
- Continuar con el mejoramiento de mecanismos para garantizar una escritura productiva.
- Consolidar los sistemas de seguimiento y evaluación de contenidos.
- Experimentar nuevos formatos.
- Consolidar la plataforma CREA para dar comienzo a la etapa de producción de la misma, en pro de desarrollar nuevos talentos y la línea de telenovela industrial.
- Fortalecer las alianzas actuales, regionales e internacionales e incrementarlas, de acuerdo con las necesidades del mercado.
- Continuar con el diseño de la plataforma digital RCN-CREA para lograr su implementación en el año 2013.
- Consolidar los acuerdos con las universidades a nivel regional .
- Reforzar la promoción e innovación de los programas unitarios ya establecidos y consolidarlo como un activo importante de talento y producción.

Área de Producción

- Incrementar la productividad, rentabilidad y eficiencia
- Hacer un acompañamiento a los proyectos desde su nacimiento, para hacer un efectivo diseño de producción
- Apoyar y complementar el área creativa
- Apoyar a la plataforma académica
- Desarrollar en conjunto con la Plataforma, la producción de la línea de telenovela industrial
- Acoplarnos e implementar nuevas tecnologías de producción
- Implementación de la tecnología virtual en las novelas
- Encontrar, desarrollar y promover nuevos talentos que oxigenen y traigan nuevas formas de producir
- Arriesgar y atrevernos a experimentar nuevos formatos y dinámicas para producir las nuevas ideas

E. Vicepresidencia de Programación

- Continuar dando parámetros para la creación de nuevos productos acordes a la tendencia mundial.

- Insistir en la necesidad de hacer más televisión propia para evitar la deserción a cable.
- Competir con los medios que segmentan con una parrilla cargada de productos exclusivos, historias novedosas y diferentes géneros.
- Fortalecer la marca con eventos especiales como el futbol, reinados de belleza, conciertos, entrega de premios y películas taquilleras.
- Seguir en la conquista de los estratos bajos.

Área de Mercadeo

- Dentro del proceso propio del Canal, es necesario tener en cuenta que nos debemos adaptar a las necesidades de información de nuestros clientes. Tenemos muy claro que nuestra labor debe ser oportuna, eficiente y sobre todo, debe generar valor agregado y crear necesidades.
- Para 2013 continuaremos en el desarrollo y evolución de las herramientas de investigación de mercados que manejamos, de tal manera que no sean un fin de nuestra labor, sino un medio para cumplirla.
- Con el proceso de capacitación y creación de competencias en nuestros colaboradores, que comenzamos en 2011, para este nuevo año queremos comenzar a implementar un plan de mercadeo integral a todos los productos de nuestra pantalla.

Área in House

En el 2013 la creatividad será la bandera del in House, buscando que las campañas sean memorables y vendedoras.

Vamos a incluir en las campañas desarrollos para las redes sociales y los mecanismos digitales.

Trabajaremos en la marca RCN, para fortalecerla.

Capacitar al grupo creativo y grafico permitiéndole asistir a ferias y eventos de tecnología y creatividad.

Área de Internet

- Optimizar el servicio de video con el que cuenta la página (streaming y publicación de capítulos).
- Implementar aplicaciones para dispositivos móviles con el fin de posicionar la marca en el mercado.
- Posicionar en la red la segunda temporada del magazine *Break on line* y lanzar la primera temporada del programa online dedicado a tecnología.
- Lograr mayor interacción con los usuarios de nuestras redes sociales, basados en productos como El blog de Majo y Chica Vampiro, y generar actividades que les permitan sentirse como parte del canal.

- Incrementar los contenidos exclusivos para internet, con base en videos, la herramienta más buscada por visitantes de la web.

F. Vicepresidencia Informativos

Corresponsalía en San Andrés

- Con el fin de hacer presencia en la isla de San Andrés, se plantea la necesidad de tener una corresponsalía permanente, con un periodista, un camarógrafo y un ingeniero de transmisión.

Crónicas RCN

- Es un espacio que busca rescatar la crónica como género periodístico, con un lenguaje audiovisual, el cual contará con alta calidad de imagen.
- Crónicas RCN, se emite todos los domingos después de la última emisión de Noticias.

Unidad Investigativa

- La Unidad Investigativa busca fortalecer un equipo dedicado a construir historias con contenido propio, con revelaciones sobre grandes temas, descubrir versiones contradictorias y acudir a fuentes diversas, lo cual nos permite imponer agenda periodística.

Página Web

- En el 2013, Noticias RCN llevará su marca a la web y en una nueva página, exclusiva para noticias, entregará información al instante de los hechos más importantes de Colombia y el mundo. Se. Transmisiones vía streaming, noticieros web, infografías, sondeos, reportajes y entrevistas para internet, entre otros productos, harán parte del contenido.

Canal 24 Horas

- Consolidar un esquema de servicio informativo del Canal para emitir noticias nacionales 24 horas por cable.
- Ofrecerá franjas variadas con programas especializados en deportes, entretenimiento, economía y entrevistas.

Consolidar rating en Ciudad Bolívar

- Trabajaremos en la difusión e intercambio de contenidos periodísticos y de interés general.
- Se brindará apoyo a los Canales locales y a los medios alternativos.
- Ofreceremos capacitación y formación a los reporteros de la zona con los cronistas de Noticias RCN

G. Dirección de Comunicaciones y Prensa

- Contratar un monitoreo de medios que incluya radio, televisión y prensa de forma digital que además permita valorar y cuantificar económicamente el trabajo de prensa de una forma más ágil. La oficina no cuenta con equipos para grabar los comentarios de radio y las notas de televisión.
- Archivar toda la información de las novelas y sus fotos en una dirección en el sistema a la que tengan acceso con una clave que será asignada a las personas interesadas.
- Crear interacción mediante redes sociales con los periodistas, labor para la cual se requiere un periodista especialista en estos temas
- Establecer un mecanismo de comunicación eficaz con la Presidencia del Canal, para dar una pronta respuesta a los medios de comunicación.
- Afianzar la imagen de RCN en el exterior teniendo en cuenta el ingreso en este mercado de MundoFox
- Trabajar en una estrategia en conjunto con FOX, tanto en Colombia como en Estados Unidos, para el lanzamiento del nuevo canal.

H. Vicepresidencia Técnica

- Ampliar la red de transmisión de Televisión Digital Terrestre para dar cumplimiento con la cobertura poblacional comprometida con la ANTV.
- Actualizar el sistema de distribución satelital para la red de transmisión Analógica.
- Ampliar el sistema de archivo digital de novelas y unitarios.
- Actualizar los sistemas de edición de los programas Unitarios del Mundo Según Pirry.
- Ampliar los servicios de "streaming" de video para los portales Web para atender más usuarios de video.
- Ampliar los servicios de "Hosting" para alojar el nuevo portal web de Noticias RCN

I. Secretaría Jurídica

- Participar activamente en la implementación de la Televisión Digital Terrestre.
- Acompañar a la presidencia del Canal en todos los procesos que se deban implantar en el Canal a partir de la entrada en funcionamiento del servicio de Televisión Digital Terrestre.
- Hacer seguimiento a cada uno de los procesos de nulidad y restablecimiento del derecho que se adelantan contra los actos administrativos expedidos por la Autoridad Nacional de Televisión.
- Acompañar a la presidencia del Canal en el seguimiento que se hará al proceso de adjudicación del tercer Canal para velar por que se garantice el principio de igualdad que consagra la ley.

En cumplimiento de la Ley 603 de 2000, se informa que la Gerencia de Sistemas de la sociedad RCN TELEVISION S.A. efectuó una revisión general del hardware de propiedad de la sociedad, determinando la completa legalidad del software de las Unix Y NT.

Así mismo, RCN TELEVISION S.A. en la producción y emisión de sus obras audiovisuales cumple con todas las disposiciones legales que regulan la Propiedad Intelectual y derechos de autor.

Hacen parte del presente informe de gestión los documentos exigidos por el artículo 446 del Código de Comercio, la Circular Externa No 7 de 1997 de la Superintendencia de Valores (hoy Superintendencia Financiera) y demás normas sobre el particular, así como los anexos anunciados en el mismo.

Cordialmente



GABRIEL REYES COPELLO
Presidente