ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

RCN TELEVISION S.A.

ORDEN DEL DÍA

31 de Marzo de 2014

1. **ELECCIÓN DE PRESIDENTE Y SECRETARIO DE LA REUNIÓN**
2. **VERIFICACIÓN DEL QUORUM**
3. **INFORME DE GESTIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA Y DEL REPRESENTANTE LEGAL**
4. **INFORME DEL REVISOR FISCAL**
5. **LECTURA Y APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**
6. **APROBACIÓN PROYECTO DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES 2013**
7. **PROPUESTAS DE LOS ACCIONISTAS**
8. **DESIGNACIÓN DE LA COMISIÓN APROBATORIA DEL ACTA**

JUNTA DIRECTIVA

Carlos Julio Ardila Gaviria

Miguel Gutiérrez Navarro

Fernando Molina Soto

Jairo Gómez Domínguez

Ricardo Salazar Arias

Bogotá, 5 de marzo de 2014

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 2013, el cual fue leído y aprobado por la Junta Directiva en la sesión del 5 de marzo de 2014.

Durante la gestión correspondiente al año 2013 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.

- **Red de Televisión Digital. Plan de Expansión**

RCN TELEVISIÓN y la ANTV suscribieron un Otrosí al contrato de concesión, mediante el cual se modifica el desarrollo del plan de expansión de la red digital. De acuerdo con el Otrosí, se suspende la implementación de la TDT durante los años 2013 y 2014 y se desplaza anualmente, reanudando la misma en el 2015, siempre y cuando sean asignadas en mayo de 2014, las frecuencias necesarias para tal efecto. El apagón de la televisión analógica continúa siendo en diciembre del 2019.

Como consecuencia de la condiciones del Otrosí, se proyectó en valor presente neto, un beneficio en el flujo de caja del Canal durante el tiempo de ejecución del proyecto, de $4.160 millones en el costo financiero de las inversiones y $4.594 millones de ahorro en gastos de operación, para un total de $8.754 millones.

- **Canal RCN Telenovelas**

En el año 2013 el Canal RCN Novelas llegó a más de 2.250.000 hogares, fue distribuido por el cable-operador UNE y desde el 8 de octubre de 2013 a través de CLARO. Estas dos grandes compañías garantizan suscriptores en 15 ciudades del país, recibiendo programación con contenido de alta calidad que ha superado los

más altos estándares de producción y que ha logrado gran aceptación en el público gracias a la marca RCN que lo respalda.

La marca ha evolucionado, pasando de llamarse RCN Telenovelas a RCN Novelas. Ya son 4 años en los 10 primeros lugares de la lista de los canales más vistos por los colombianos. Esto lo corrobora el estudio general de medios realizado en las principales ciudades de Colombia.

La actualización mensual de promociones genéricas y parrillas ha permitido que la señal sea mucho más dinámica y entretenida, despertando el interés de nuevos clientes con mayor pauta, tales como productos Familia y RCN Radio.

El desarrollo del producto promocional del canal en material interno como promociones, contenido y programación atractiva, en conjunto con las estrategias de marketing que incluyen desde videos promocionales del canal hasta material impreso, no paran de generar el interés de las grandes marcas que traen su pauta en inversión.

La renovación de la comunicación publicitaria y la continuidad de una propuesta en contenido, que ya capturó una gran teleaudiencia, nos asegura el incremento del top of mind de la marca que se ve reflejado en su comportamiento en la web.

- **Canal Internacional de Noticias – NTN24**

El total de Ingresos de NTN24 para el periodo Enero - Diciembre de 2013, ascendió a $26.847 millones, por venta de Vallas Publicitarias $7.149 millones, por Pauta Publicitaria $2.275 millones, por concepto de Licencia exclusiva concedida a RCN Televisión S.A. para retransmitir la señal del Canal NTN24 $15.600 millones, por venta generada a operadores $1.295 millones y por otras ventas $528 millones.

Durante el año 2013, la infraestructura técnica creció y se modificó para responder a las nuevas necesidades de Mundo Fox y del equipo de la página WEB.

NTN24.com aumentó su número de lectores, sirviendo 28 millones de páginas vistas a más de 8 millones de usuarios distribuidos en el mundo.El crecimiento de nuestra kaudiencia en nichos específicos como Colombia, Venezuela y Estados Unidos creció representativamente. Las visitas desde estos países aumentaron de un 57.67% en 2012 a un 68.71% en 2013.

El periodo 2012 arrojó una pérdida Operacional de $1.591 millones y un neto de Ingresos y Egresos no operacionales por valor de ($344) millones.

- **Canal Deportes - WIN Sports**

En 2013 el Canal de Deportes Win Sports tuvo un importante incremento en el número de suscriptores con respecto al año anterior. A diciembre de 2013 el total de suscriptores del canal ascendió a 1.085.057, 44.2% más que en diciembre de 2012. El acumulado de los ingresos por suscriptor a diciembre de 2013, fue de $26.663 millones.

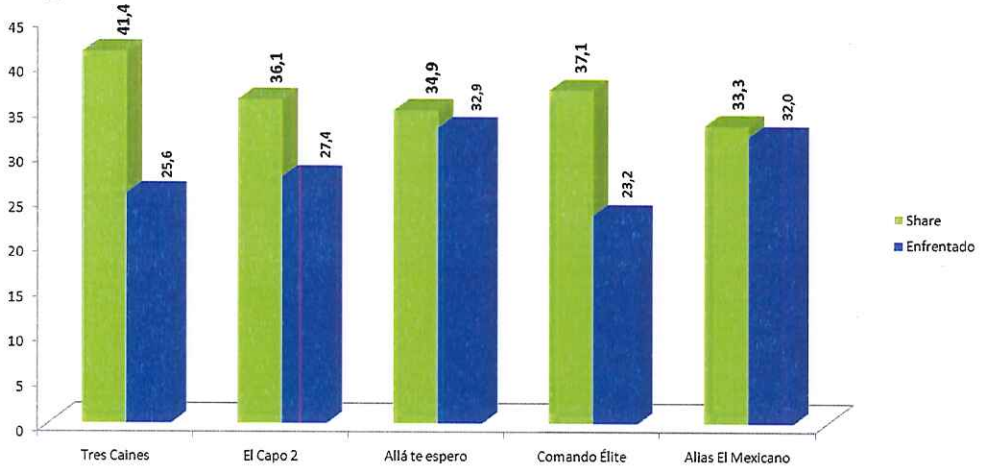
Durante el año 2013, se trabajó en la búsqueda y ofrecimiento de alternativas para poder contar con la distribución del Canal en los cable operadores Claro, UNE y Telefónica.

- **Audiencias**

En 2013 un promedio de 29.3% de los hogares colombianos sintonizaron el Canal RCN durante el prime time. Logramos se mantuvieran en sintonía durante casi 41 minutos cada noche, gracias a productos como Tres Caínes, El Capo 2, Allá te Espero, Comando Élite y Alias El Mexicano. Los resultados en audiencia muestran la capacidad de nuestros productos en llamar la atención de los televidentes.

Ejemplos de esto son los siguientes:

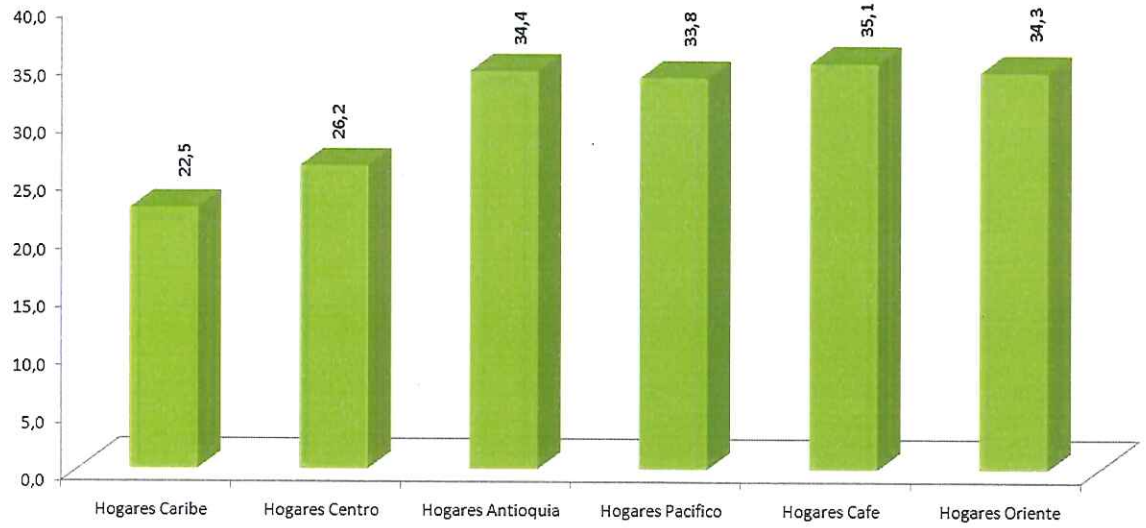
Gráfica No. 1
Share promedio por programa
Lunes a viernes
Target Hogares total Colombia



No obstante el constante crecimiento de la cobertura de la televisión internacional que llegó a un 84% para este año teniendo en regiones como la Pacífico cifras cercanas al 92%, hemos logrado mantener la participación en la audiencia en niveles similares a las del año 2012. Antioquia, Pacífico, Oriente y Cafetera se

mantienen siendo las regiones donde nuestra audiencia es más fiel y afín a nuestros contenidos.

Gráfica No. 2
Share promedio por región
Lunes a viernes



En la franja late, donde el encendido y la audiencia han presentado un crecimiento en su consumo durante los últimos años, hemos logrado mantener el liderazgo. Mientras el 22% de los hogares que tienen la televisión encendida entre las 10:30 y las 12:00 de la noche están en el enfrentado, nuestras series, telenovelas y noticieros logran que un 32,8% nos prefieran.

- **Plan de Austeridad.**

Durante el año 2013, 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 $11.147,0 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 2013 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 2013

- **POBRES RICO – RESONANT TV PARA RCN TELEVISIÓN**
  Mejor Actor de Reparto de Telenovela - Diego Vásquez

- **LA TRAICIONERA – FOXTELECOLOMBIA PARA RCN TELEVISIÓN**
  Mejor Actriz Antagónica de Telenovela Serie o Miniserie
  - Vicky Hernández

- **CORAZONES BLINDADOS – TELESET PARA RCN TELEVISIÓN**
  Mejor Actor Antagónico de Telenovela, Serie o Miniserie - Julián Román
  Mejor Edición de Telenovela - Elsa Vásquez

- **ESPECIALES PIRRY – RCN TELEVISIÓN**
  Mejor Programa Periodístico y/o de Opinión

PREMIOS TV Y NOVELAS 2013

- **POBRES RICO – RESONANT TV PARA RCN TELEVISIÓN**
  Villana favorita de telenovela - Alejandra Azcárate
  Actor de reparto de telenovela favorito - Diego Vásquez
  Libretista favorito de telenovela - Juan Manuel Cáceres, Héctor Alejandro Moncada, Liliana Guzmán y Juan Carlos Troncoso
  Tema musical favorito de telenovela o serie - "Rico pa´los"

- **CORAZONES BLINDADOS – TELESET PARA RCN TELEVISIÓN**
  Actriz protagonista de serie favorita - Majida Issa
  Revelación del año favorito - Alejandro Buitrago

- **EL CAPO 2**
  Villana favorita de serie - Cristina Umaña

- **LA MARIPOSA**
  Villano favorito de serie - Lincoln Palomeque

- **A MANO LIMPIA 2**
  Actriz de reparto de serie favorita - Julieth Restrepo

- **ESTILO RCN**
  Programa de variedades favorito

- **COLOMBIA TIENE TALENTO**
  Programa de concurso o reality favorito

- **PROTAGONISTAS DE NUESTRA TELE 2013**
  Presentadora de entretenimiento favorita - Andrea Serna

CAPITULO I

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Las principales actividades ejecutadas en el área administrativa del Canal durante el año 2013, fueron:

A. GERENCIA ADMINISTRATIVA

El área administrativa generó ingresos no operacionales por cerca de $300 millones, especialmente por concepto de arrendamiento y servicios prestados a terceros, principalmente a las productoras asociadas y al canal de deportes WIN SPORTS.

TRANSPORTE

- Se adelantó un análisis general de la operatividad durante los últimos años, tomando como base estadística el año 2012, con planteamiento de las siguientes soluciones estratégicas, que se encuentran por definir:
    - Cambio en el modelo operativo
    - Renovación de flota
    - Cambio en el modelo de contratación
- Coordinación y asignación de aproximadamente 5.100 servicios de transporte mensual con vehículos propios y alquilados, para las áreas de producción y administrativa.
- Se dio inicio al Plan Estratégico de Seguridad Vial, en razón a la flota de vehículos con que cuenta el Canal.

VIAJES

- En razón a las necesidades, especialmente de producción, y para efectos de presupuestos y negociaciones, se establecieron tarifas por categoría de hoteles a nivel nacional.
- Gracias a la negociación con LAN, se obtuvo un ahorro del 20% en tiquetes aéreos frente al año anterior para el proyecto de Concurso Nacional de Belleza.

COMUNICACIONES

- Se obtuvieron ahorros importantes, cerca de $80 millones, como resultado de un estudio general de las tarifas y consumos de comunicaciones:
    - Telefonía local 40.5%
    - Telefonía fijo a móvil 24%

- Modem 3G internet 52%
- Avanteles 50%

SEGUROS

- Por intermedio de las aseguradoras se dio inicio al estudio general de las instalaciones de líneas de las vidas, con el fin de minimizar los riesgos. Se esperan los resultados en los primeros meses del año 2014 para adoptar las medidas que se requieran.

GESTIÓN AMBIENTAL

- Se gestionó el inventario y creación de fichas técnicas de los árboles de las sedes del Canal. Adicionalmente se dio inicio a trámite ante la Secretaria Distrital de Ambiente para cumplir con la norma oficial (Permiso o autorización de tala, poda, bloqueo y traslado o manejo de arbolado en Propiedad Privada en el Distrito Capital.)
- El reciclaje de materiales se incrementó en un 32%.

ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

- Se implementó el software AZ DIGITAL con el modulo Radicación y distribución de Correspondencia recibida a través de códigos de barra para el seguimiento de los documentos.
- Se inició el proceso de modernización del archivo físico del Canal.

OBRAS Y ADECUACIONES

- Las principales obras que se adelantaron fueron las bodegas del almacén general y del almacén técnico.
- Se gestionó ante la Alcaldía Local la pavimentación de la calle novena entre carreras 65 y 66.

IMPORTACIONES

- Durante el año 2013, se consolidaron 263 procesos de importación del área técnica.
- Se dio inicio al proyecto de unificación del departamento de comercio exterior, que involucra las áreas administrativa, tráfico, ventas internacionales, entre otras.

ACTIVOS FIJOS

- En el año 2013 se realizó el inventario y avaluó general del canal con base en normas internacionales y se esquematizó el software de control de activos que entrará en funcionamiento en el año 2014.

B. GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

- Desde el 1 de enero de 2013 entró en funcionamiento el sistema de Recursos Humanos en el sistema SAP. Desde entonces, los pagos de nómina y los demás temas que involucran los procesos del área, se realizan de manera integral. En el mes de febrero de 2013, se realizó el primer pago de los colaboradores de honorarios y servicios utilizando SAP.

- La segunda fase del proyecto SAP que contemplaba la implementación del Employee Self Service o portal del empleado, se retrasó debido a razones técnicas que incluían ajustes en la plataforma, instalaciones y servidores; actividades que la Gerencia de Tecnologías de la Información realizó en el transcurso del año.

- Durante el segundo semestre de 2013 se realizaron las primeras evaluaciones de desempeño a través del módulo de SAP (PD Desarrollo de Personal). Estas evaluaciones se implementaron para el grupo de trabajo de la novela "El Día de la Suerte". Como resultado, se tiene el seguimiento a los colaboradores que participaron de este proyecto y se analizaron sus fortalezas y debilidades, con el fin de considerar su participación en proyectos futuros.

- Durante el año 2013, RCN Televisión graduó de básica secundaria a 31 colaboradores que participaron del programa de Bachillerato para Adultos BAC. Este era el grupo más grande que comenzó el proyecto en el año 2010.

- Se continuó con la labor del Fondo Rotatorio de Préstamo para Educación, que durante el año 2013 benefició a 11 colaboradores con $16 millones de pesos para el pago de sus semestres de carreras universitarias de interés para la compañía como: Administración de Empresas, Diseño Gráfico, Publicidad, Logística, Ingeniería Electrónica, Contabilidad, etc. Durante 2013 también se graduaron de sus carreras profesionales, dos (2) colaboradores (Psicología y Mercadeo)

- La Caja de Compensación Familiar Colsubsidio realizó durante el año 2013 el análisis de la capacidad de endeudamiento de los colaboradores interesados en adquirir vivienda propia y proyectó en cifras reales, el monto máximo a prestar, así como las condiciones y formas de pago.

- Durante el año 2013 se capacitaron 36 nuevos colaboradores en el curso de nivel avanzado para Trabajo en Alturas y 32 colaboradores realizaron su reentrenamiento anual.

- Se realizó el plan de capacitación anual con los miembros de la Brigada de Emergencias en los cuales se trataron temas como: primer respondiente y soporte vital, técnicas de camillaje y traslado de lesionados, sistemas contra incendio, sistema comando de incidentes, organización y ejercicio del simulacro.

- Se realizó la revisión documental de la habilitación del consultorio médico. Se realizaron ajustes como la revisión periódica y calibración de los equipos biomédicos del consultorio, se realizó la afiliación al sistema de recolección de residuos de riesgo biológico con Ecocapital y se dividieron los servicios de salud ocupación y atención médica en dos espacios diferentes.

- Se realizaron las pruebas de aptitud psicológica para porte de armas a 42 colaboradores del área de seguridad, saliendo aptos para esta labor, según las normas legales vigentes.

- Se realizó el proyecto de señalización del Canal, para verificar la existencia y necesidades de señalización de emergencia en todas las sedes. En el segundo semestre del año se compraron e instalaron las señales en Avenida de la Américas, Sonolux y Novartis.

- En conjunto con el área de transportes, se organizaron los temas relacionados con el Plan Estratégico de Seguridad Vial y se hicieron las consultas pertinentes con respecto a la obligatoriedad de incluir dicho plan dentro de las actividades de la compañía.

- Durante 2013 Recursos Humanos siguió administrando todas las actividades de la Zona Lúdica incluyendo el Gimnasio con educadores físicos de la caja de compensación familiar Colsubsidio. Se realizaron capacitaciones en diversos temas de prevención y promoción de la salud y los programas de bienestar de la compañía.

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 RCN Televisión en:

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

Horario de atención de 5:00 AM a 11:00 PM de lunes a viernes. Sábado y domingo de 7:00 AM a 09:00 PM

Servicios de Mesa de Ayuda e Infraestructura TI

El Área de Soporte TI durante el año 2013 continuó con los procesos de optimización servicios y actualización de infraestructura de red y servidores.

- Reconfiguración y Actualización de los servicios corporativos de RCN Televisión:

    - Mesa de Ayuda. Se atendieron 6.147 solicitudes, 712 más que en 2012. Se mejoró la efectividad de cumplimiento de los acuerdos de niveles de servicio, pasamos de 97,99% al 98,45%. Este comportamiento ratifica que la mesa de servicios cada día es más consultada por parte de los usuarios con el fin de solucionar sus inconvenientes en relación a servicios de TI.

    - Identificación de equipos en la red de datos. Promedio mensual de 875 equipos en red incluyendo servidores. Antes de 2011 solo se identificaban automáticamente un promedio mensual de 667 equipos lo que dificultaba la capacidad y despliegue de nuevos servicios. Esta identificación ha permitido

mantener actualizados los inventarios en línea, la aplicación de políticas de gestión de máquinas y el despliegue de actualizaciones a programas de una forma integrada y controlada.

- Actualización de equipos de cómputo a Windows 7 Enterprise y Office 2010 Profesional, porcentaje de cumplimiento del 99,99%. Pasamos de 157 equipos en Windows XP en 2011 a solo 1 equipos en el 2013. La adecuación de Windows 8 y Office 2013 se está realizando de manera controlada ya que los usuarios deben ser recapacitados para el uso de estas nuevas versiones.

- Reducción a 2,63% de equipos de cómputo de generación Pentium IV (Tecnología de hace 13 años), pasando de 34 equipos a 23 equipos. Reducción a 1,14% de equipos de cómputo con configuración de memoria RAM menor a 2 Gb, pasando de 49 equipos a 10 equipos. Esta mejora en las capacidades computacionales disponibles para los usuarios ha permitido que estos de una u otra forma desarrollen sus actividades de una forma más rápida.

Actualización y Restructuración de la Infraestructura de Red

- Renegociación de la conectividad a internet. Incrementamos de 100 Mbps a 125 Mbps la capacidad de navegación en internet, se amplió la conectividad de correo electrónico pasando de 16 Mbps a 17 Mbps y se independizó la capacidad de carga de contenido de diferentes áreas de 44 Mbps a 52 Mbps. Adicionalmente, se aumentó la capacidad de conexión hacia las sede de Cali y Medellín de 4 Mbps a 6 Mbps cada una. En total la conexión gestionada para servicios TI en el canal es de 330 Mbps.

- Actualización controlada del software del equipo activo de los centros de cableado como de centro de cómputo principal incluyendo (1) un mantenimiento preventivo anual.

- Ampliación de la capacidad de conexión de red del centro de cómputo principal (Aplicación del CORE), pasamos de una capacidad de procesamiento (Troughtput) de 192 Gbps a 488 Gbps. Esto ha permitido optimizar la respuesta frente a peticiones, desde los equipos de los usuarios, a los servicios de aplicaciones y navegación a internet. El anterior CORE tuvo una vida útil de 10 años. Los equipos sobrantes fueron reutilizados en otros centros de cableado.

- Configuración de la conectividad en alta disponibilidad de los centros de cableado hacia el centro de cómputo principal. Actualmente de los 16

centros de cableado, 7 se encuentran en alta disponibilidad. Esto permitió ampliar la capacidad de conexión desde los centros de cableado de 1 Gb a 2 Gb.

- Configuración y segmentación del control de acceso a la Red Inalámbrica con el fin de ocultar la visibilidad de la red interna para equipos externos conectados a este servicio.

- Adquisición y montaje de 40 computadores de escritorio, 6 portátiles y repotenciación de otros 39 equipos. Los equipos de cómputo se adquieren bajo estándares empresariales y con garantía a 3 años.

Servicios de Análisis y Soluciones TI

El Área de Soluciones TI durante 2013 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 de Normas Internacionales IFRS para RCNTV, NTN24 y WinSports.

- Implementación de mejoras sobre la plataforma SAP a los procesos de compras, almacén y presupuestos (Proyecto en conjunto con Financiera y Administrativa)

- Migración de la Nómina de NTN24 una nueva herramienta (SysWin de Datatecnología)

- Tablero de control (Indicadores de Gestión) para producciones internas.

- Estabilización de los proceso de Nomina y RRHH junto al equipo del área y los consultores externos.

- Implementación del sistema de gestión documental empresarial AZ Digital bajo la operación de la Gerencia Administrativa.

Otras Actividades de la Gerencia

- Desarrollo de la Estructura Organizacional del Área.

- Gestión de Indicadores de TI.

- Actualización de roles, funciones y competencias.

- Actualización de Procesos PI.

D. DIRECCIÓN DE SEGURIDAD

- Se realizó la capacitación de todo el personal del Departamento de Seguridad mediante cursos de actualización de escoltas, vigilancia y operadores de medios tecnológicos. Así mismo, se dictó un curso de manejo decisivo al personal de escoltas por parte de la ARL

- De acuerdo a la reglamentación de la Superintendencia de Vigilancia, se continuó con la implementación del sistema RENOVA para reporte de novedades e información del Departamento de Seguridad

- Se ha aumentado el número de pruebas de vulnerabilidad al interior de la compañía, con el objeto de verificar y comprobar el buen funcionamiento de los sistemas de seguridad implementados.

- Plan de trabajo seguridad electrónica. En desarrollo de dicho plan, se realizaron las siguientes actividades

CAPITULO II
GESTIÓN TÉCNICA

A. Inversión en infraestructura

Durante el año 2013 en el área técnica se hicieron inversiones estratégicas en los siguientes frentes:

- **Estudios**

  Se actualizo la casa estudio de protagonistas de Nuestra Tele a alta definición.

- **Postproducción**

  - Se actualizaron las tres salas de edición de El Mundo según Pirry a alta definición.
  - Se amplió el almacenamiento del archivo digital de Novelas
  - Se renovó la librería digital de cintas del archivo digital de novelas

- **Noticias**

  - Se adicionaron a la infraestructura de postproducción de noticias tres salas de Edición para el Programa Crónicas RCN
  - Se adicionaron dos equipos de reportería para la producción de notas del Programa Crónicas RCN.

- **Satélite y Microondas**

Se actualizaron los equipos de la cabecera del sistema principal de distribución satélite en banda C para la red analógica de transmisión, al estándar MPEG4 H264 con lo cual se mejoró la calidad del video y la confiabilidad del sistema de distribución.
Se actualizaron los equipos de la cabecera del sistema de respaldo de distribución satélite en banda KU para la red analógica de transmisión, al estándar MPEG4 H264 con lo cual se mejoró la calidad del video y la confiabilidad del sistema de distribución.

Red de Transmisión

Se actualizaron los equipos de las 135 estaciones de la red Analógica para la recepción satélite de la señal de RCN al estándar MPEG4 H264, adicionalmente se actualizaron los equipos de recepción satélite de los operadores de cable. Para la red Digital TDT se reprogramaron las ampliaciones para el 2015 considerando el aplazamiento de las obligaciones por la ANTV.

• Operación

Durante el año 2013, 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 Analógica : la Operación la realizó el Consorcio de Canales Nacionales Privados (CCNP), con 135 estaciones que cubren 762 municipios o el 93% de la población colombiana.

- Red de Transmisión Digital TDT : la Operación la realizó el Consorcio de Canales Nacionales Privados (CCNP), con 12 estaciones que cubren 10 municipios o el 50 % de la población colombiana.

- 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 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, 20 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, microondas y fibra óptica 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

El área jurídica hizo acompañamiento a la Presidencia del Canal y a la Secretaría General en todos los procesos que durante el año 2013 tuvo que atender la sociedad ante la Autoridad Nacional de Televisión, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Agencia Nacional del Espectro y la OMPI en relación con la implementación de la televisión digital terrestre, la actualización regulatoria de contenidos, la compartición de la infraestructura para televisión radiodifundida y la definición de servicios de mercados relevantes audiovisuales en un entorno convergente, entre otros.

Igualmente, durante el año 2013, 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.

Atendió la elaboración de los contratos que cada una de las Vicepresidencias y demás áreas de la sociedad requirieron para su normal funcionamiento; atendió derechos de petición; solicitudes de rectificación y acciones de tutelas por el derecho a la información.

CAPITULO IV

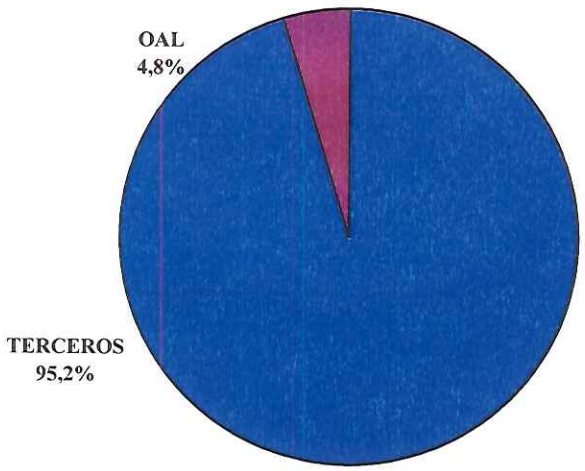
GESTIÓN COMERCIAL

Los resultados de la Vicepresidencia Comercial para el año 2013, fueron:

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

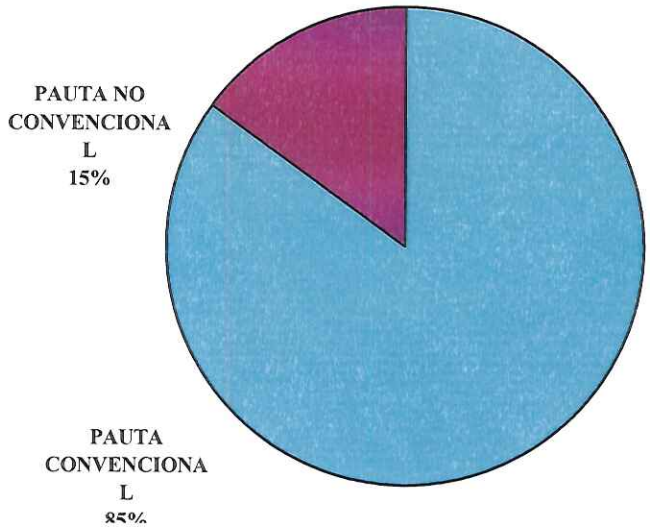
VENTA DE PAUTA	
TERCEROS	475.622
OAL	24.105
TOTAL	**499.727**

Distribución de las ventas



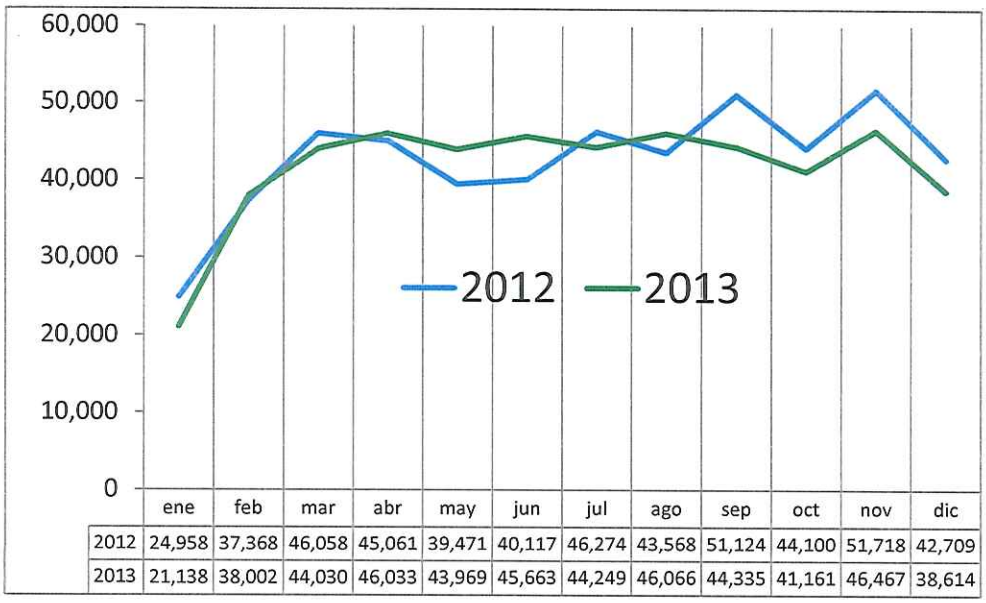
En el año 2013, el 95.2% de los ingresos por pauta del Canal fueron por Venta de Pauta a Terceros, en el 2012 fue del 94.6%.

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.

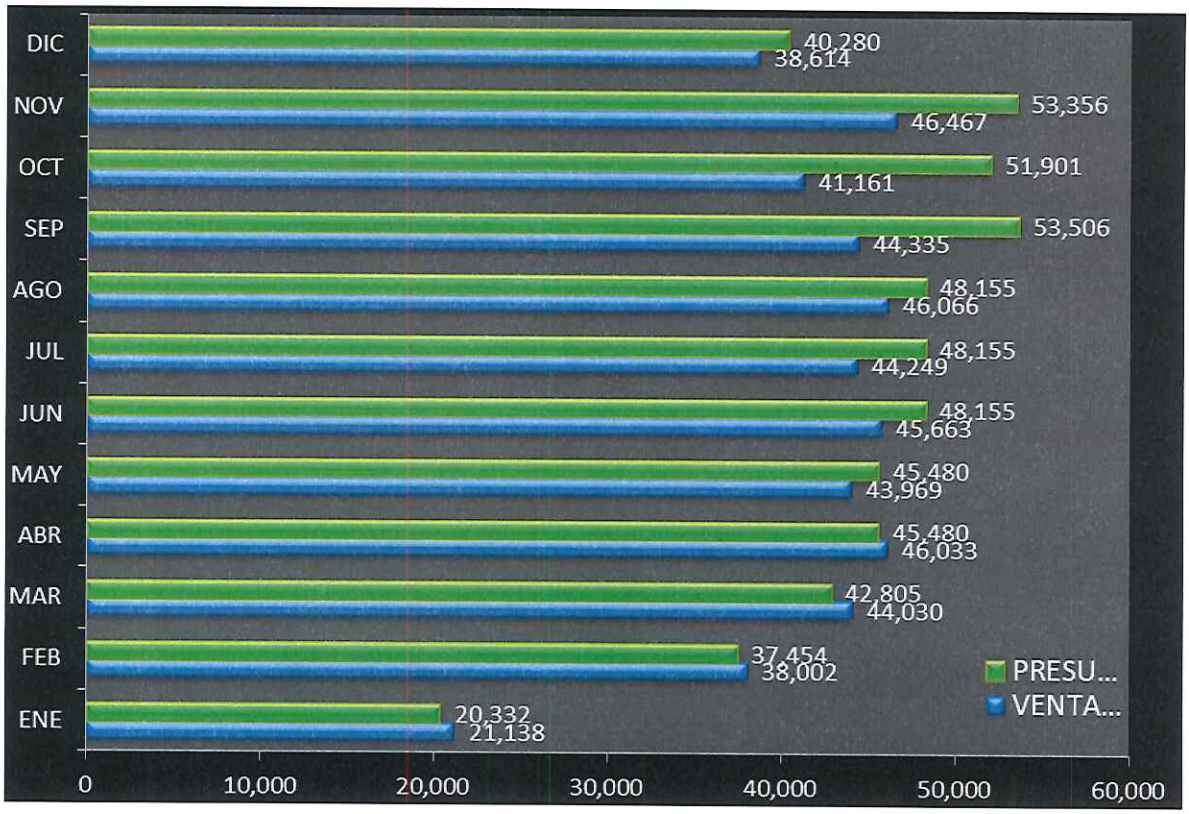
- Comparativo de ventas por mes (cifras en millones)



	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
2012	24,958	37,368	46,058	45,061	39,471	40,117	46,274	43,568	51,124	44,100	51,718	42,709
2013	21,138	38,002	44,030	46,033	43,969	45,663	44,249	46,066	44,335	41,161	46,467	38,614

La venta total en el año 2013, fue de $499.727 y en el año 2012, fue de $512.526 con lo que se tuvo un decrecimiento del 2.5%.

- Comportamiento de las ventas frente al presupuesto mes a mes



Venta total 2013	:	$499.727
Presupuesto 2013	:	$ 535.060

La ejecución frente al presupuesto fue del 93.4%

- **Comparativo de venta 2013 vs. 2012 de nuestros primeros 50 clientes (terceros) ordenados de acuerdo con la inversión hecha en el año 2013.**

	CLIENTE	2011	%	2012	%	2013	%
1	PROCTER & GAMBLE COLOMBIA LTDA	18,830	-15.6%	17,584	-6.6%	18,974	7.9%
2	UNILEVER ANDINA COLOMBIA LTDA	18,051	6.1%	12,587	-30.3%	14,536	15.5%
3	GENOMMA LAB COLOMBIA LTDA	13,923	6.2%	12,533	-10.0%	13,331	6.4%
4	PRODUCTOS FAMILIA S.A.	14,845	11.6%	13,316	-10.3%	12,997	-2.4%
5	ABBOTT LABORATORIES DE COLOMBIA S.A.	5,260	226.9%	10,208	94.1%	12,133	18.9%
6	QUALA S.A.	7,200	0.0%	10,000	38.9%	11,000	10.0%
7	GLAXO SMITH KLINE COLOMBIA S.A.	11,048	0.4%	8,665	-21.6%	10,332	19.2%
8	PEPSICOLA COLOMBIA LTDA.	8,441	20.2%	8,043	-4.7%	9,328	16.0%
9	CENCOSUD COLOMBIA S.A.	7,252	2.1%	6,259	-13.7%	8,245	31.7%
10	UNE EPM TELECOMUNICACIONES S.A.	3,152	-24.8%	6,566	108.3%	8,009	22.0%
11	ALMACENES EXITO S.A.	7,111	26.4%	4,394	-38.2%	7,398	68.4%
12	COMUNICACION CELULAR S.A.	10,775	-9.1%	11,666	8.3%	7,225	-38.1%
13	DIRECTV COLOMBIA LTDA	4,923	29.6%	6,881	39.8%	7,018	2.0%
14	BAVARIA S.A.	14,292	-0.1%	8,329	-41.7%	6,891	-17.3%
15	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	3,940	70.5%	6,132	55.6%	6,808	11.0%
16	COLOMBIA MOVIL S.A E.S.P.	5,165	-30.1%	4,570	-11.5%	6,801	48.8%
17	COLGATE - PALMOLIVE COMPAÑIA	12,658	6.7%	10,925	-13.7%	6,250	-42.8%
18	JOHNSON & JOHNSON DE COLOMBIA S.A.	5,574	25.7%	4,851	-13.0%	6,237	28.6%
19	NESTLE DE COLOMBIA S.A.	7,361	7.8%	5,464	-25.8%	5,952	8.9%
20	BAYER S.A.	4,033	1.7%	5,025	24.6%	5,869	16.8%
21	ALIMENTOS POLAR COLOMBIA S.A.S	2,900	20.8%	5,318	83.4%	5,664	6.5%
22	BOEHRINGER INGELHEIM S.A.	6,979	36.0%	6,400	-8.3%	5,645	-11.8%
23	TECNOQUIMICAS S.A.+TECNOSUR	2,762	3.2%	5,961	115.8%	5,412	-9.2%
24	ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.	6,171	8.2%	5,528	-10.4%	5,319	-3.8%
25	OLIMPICA S.A.	3,570	1.5%	4,936	38.3%	5,182	5.0%
26	COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A E.S.P+TELECOM	9,385	-10.2%	4,405	-53.1%	4,978	13.0%
27	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A. CORBETA S.A. ALKOST(	5,009	-22.0%	4,508	-10.0%	4,871	8.1%
28	BEL STAR S.A.	8,216	-16.9%	4,784	-41.8%	4,603	-3.8%
29	BANCOLOMBIA	6,486	16.0%	3,722	-42.6%	4,557	22.4%
30	TELMEX COLOMBIA S.A.	4,492	127.7%	4,509	0.4%	4,361	-3.3%
31	KELLOGG DE COLOMBIA S.A.	4,204	18.8%	4,163	-1.0%	4,301	3.3%
32	BDF BEIERSDORF S.A.	3,356	3.5%	3,827	14.0%	4,252	11.1%
33	CADBURY ADAMS COLOMBIA S.A+ALIMENTOS KRAFT	3,843	51.5%	5,318	38.4%	4,200	-21.0%
34	SC JOHNSON & SON COLOMBIA S.A.	6,987	27.1%	5,111	-26.8%	4,108	-19.6%
35	AVON COLOMBIA LTDA	7,801	-19.7%	5,504	-29.4%	4,080	-25.9%
36	FALABELLA DE COLOMBIA S.A.	3,181	-37.1%	2,465	-22.5%	4,025	63.3%
37	LABORATORIOS SYNTHESIS S A S	-		1,957		3,915	100.1%
38	SANOFI-AVENTIS DE COLOMBIA S.A.	4,993	31.9%	5,609	12.3%	3,888	-30.7%
39	LABORATORIO FRANCO COLOMBIANO LAFRANCOL S.A.S	4,547	14.8%	3,053	-32.9%	3,767	23.4%
40	SECRETARIA GENERAL DE LA ALCALDIA MAYOR DE BTA	-		263		3,762	1329.2%
41	YANBAL DE COLOMBIA S.A.	3,233	62.8%	3,438	6.3%	3,681	7.1%
42	LABORATORIOS RECAMIER	927	-21.3%	1,213	30.8%	3,644	200.4%
43	SODIMAC COLOMBIA S.A.	1,771	-21.6%	2,676	51.1%	3,587	34.0%
44	DESPEGAR ONLINE S.R.L.+SERVICIOS ONLINE	2,532	326.8%	4,516	78.4%	3,584	-20.6%
45	CLOROX DE COLOMBIA S.A.	4,497	-35.2%	4,862	8.1%	3,500	-28.0%
46	DIANA CORPORACION S.A./DICORP S.A.	1,296	-50.2%	1,968	51.8%	3,356	70.5%
47	COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S	2,286	-15.2%	2,373	3.8%	3,109	31.0%
48	COLOMBINA S.A.+ COLOMBINA DEL CAUCA	3,015	53.7%	2,060	-31.7%	3,090	50.0%
49	GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A	6,531	109.0%	2,947	-54.9%	2,705	-8.2%
50	PATRIMONIO AUTONOMO FONDO NACIONAL DEL TURIS	-		-		2,625	
	TOTAL	304,805	4.9%	287,392	-5.7%	309,103	7.6%

Dentro de los primeros 50 anunciantes, 14 son clientes exclusivos, la inversión de éstos frente a la suma de inversión de los primeros 50 clientes, representa el 29%.

CAPITULO V

GESTIÓN

PRODUCTORA DE COMERCIALES

Y

RCN CINE

A. PRODUCTORA DE COMERCIALES

Los resultados del año 2013 reflejan un sostenimiento en el mercado de comerciales, en comparación con los resultados del año inmediatamente anterior, en donde se presentó un crecimiento del 48%. En el año 2013 la facturación de la OAL estuvo en 9.492 millones y la correspondiente de terceros en 11.886, para un total de 21.378 millones.

El mercado de producción de comerciales sigue marcando una fuerte tendencia a la participación de innumerables productoras de bajo costo, donde las estructuras son muy ligeras y en muchos casos son empresas unipersonales. Esto hace que competir en el mercado de comerciales requiera un esfuerzo aún mayor en la estructura de costos. Igualmente, es importante tener en cuenta que se presenta un aumento de costos mayoritariamente en honorarios de talento, casting, modelos, dirección, dirección de arte y fotografía que por la mayor demanda tienden naturalmente a subir.

Por lo anterior, para 2014 se hace necesario hacer énfasis en el control de costos, acuerdos por volúmenes con proveedores y una fuerte estrategia de fidelización de clientes.

B. RCN CINE

En el año 2013 se estrenaron tres películas apoyadas por RCN Cine: "Edificio Royal", "Roa" del director Andy Baiz y "Crimen con Vista al Mar" del director español Gerardo Herrero.

"Edificio Royal" y "Roa" fueron seleccionadas y participaron el en el festival de cine de Cartagena, esta última fue escogida para la noche de apertura del FICCI.

Entre las películas más destacadas de 2013 está "Crimen con Vista al Mar", película que apoyamos en producción y en promoción. Tuvo una taquilla de 102.000 espectadores.

Durante el año 2013 se estrenaron un total de 17 películas colombianas, 6 películas menos que en 2012. La asistencia a producciones colombianas durante 2013 descendió un 35,85% en comparación el año 2012. La asistencia promedio por película fue de 68,416 espectadores.

RCN TELEVISION

CAPITULO VI

VENTAS INTERNACIONALES

Durante el año 2013 las relaciones comerciales, convenios y alianzas con los principales clientes se mantuvieron con resultados positivos, mediante la oferta de nuestro variado y excelente portafolio de producciones y el seguimiento constante a todos los clientes. A pesar de la variedad de productos que se encuentran en el mercado, la marca sigue fortaleciéndose y extendiéndose a más clientes y territorios.

- **Belleville Investment Limited - Ángel González:** Es un cliente importante y estratégico para RCN; por el volumen de sus compras, las producciones de RCN Televisión llegan a varios territorios, lo cual le aporta a la compañía gran presencia de marca y recordación entre los televidentes.

  A través de este cliente estamos llegando a los siguientes territorios: Costa Rica, Guatemala, República Dominicana, Perú, Chile, Paraguay, Bolivia, Argentina, Nicaragua y Honduras.

- **Ecuador:**

  - ✓ **TC Ecuador:** A este cliente le suministramos un mínimo de 600 horas de estreno al año, según lo que estipula el Acuerdo Marco. Durante el año 2013 se le despacharon producciones como Allá te Espero, Tres Caines, Amo de Casa, Contra las Cuerdas y Mamá También.

- **El Salvador:**

  - ✓ **Telecorporación Salvadoreña Inc.:** Este año el cliente compró un alto volumen de producciones de RCN Televisión, lo cual demuestra que los productos del Canal tienen buena aceptación en ese territorio.. Algunos de los producto sadquiridos por el cliente en 2013 son: A mano Limpia 2, El Man es German, Amo de Casa, Pobres Rico, Chica Vampiro, El día de la Suerte, entre otras.

- **Guatemala:**

  - ✓ **TVN- Guatevision:** Este cliente se ha activado en los dos últimos años adquiriendo licencias de exhibición de obras como Casa de Reinas y El Man es German, es un cliente con el que constantemente hay oportunidades de negocio.

- **Honduras:**

  - ✓ **Compañía Televisora Hondureña:** Existe un Acuerdo de Volumen con este cliente, en virtud del cual se le deben suministrar mínimo 480 horas al año. Hasta el momento, hemos cumplido con las expectativas del cliente y hemos logrado gran posicionamiento con productos como El Capo 2, Tres Caines, Comando Elite, Concurso Nacional de Belleza, Las Santísimas, entre otras.

- **Panamá:**

  - ✓ **NEXTV:** Es un nuevo cliente estratégico el cual confió en nuestra experiencia y en nuestros productos para posicionarse en el mercado. Tenemos el compromiso de despacharles 1.560 horas anuales; hasta el momento han tenido en su pantalla exitosas producciones como Café con Aroma de Mujer, Alla te Espero, Comando Elite, Chica Vampiro, El Mexicano, Comediantes de la Noche, entre otros.

- **Perú:**

  - ✓ **Frecuencia Latina:** Desde el año 2012 este cliente decidió retomar las franjas para productos extranjeros. En este momento están interesados en la comedia, por lo tanto tenemos gran oportunidad de negocio con productos como La Playita y El día de la Suerte.

- **Venezuela:** Este territorio, está atravesando por situación muy compleja, en la cual el mercado publicitario de televisión ha sufrido una reducción importante, por lo que apenas podría alcanzar los 40 millones de dólares. A esto se le suman factores como la más alta inflación de la región, alcanzando un 55%, la devaluación de más de 100%, la dificultad de acceder a divisas y por último el cumplimiento a la nueva ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión, la cual los obliga a reducir el número de horas de novelas extranjeras de 9.5 horas diarias a solo 2 novelas al día.

  - ✓ **Venevisión:** Este cliente siempre nos ha comprado un significativo volumen de obras audiovisuales, pero debido a la situación económica del país el volumen de compras ha disminuido.

  - ✓ **Televen:** Este cliente también presenta problemas similares a Venevisión por la situación actual del país.

- **Estados Unidos y Puerto Rico:** En desarrollo del contrato de opción de compra celebrado entre RCN Televisión S.A. y RCN International Distribution se cedieron o licenciaron las siguientes obras: Allá te espero, Tres Milagros, A mano Limpia 2, Amo de casa, El capo 1, El capo 2, Comando Elite, Marido a sueldo, Los reyes, Secretos del Paraíso, Tres Caines, Contra las cuerdas, Historias Clasificadas, El Mexicano, Juegos Prohibidos, Documental de Gacha, Entérese.

- **Televisa**: En desarrollo del acuerdo marco para la adaptación de obras audiovisuales, se licenció la adaptación de los libretos de: Las Juanas, La Madre, Café con Aroma de Mujer, Pura Sangre, La potra Zaina y Yo soy Betty la Fea. De igual manera, en desarrollo del Acuerdo Marco, se licenciaron las latas de las producciones: El Capo, Pobres Rico y Yo soy Betty la Fea.

- **Netflix**: En desarrollo de la negociación con Netflix, se licenciaron para el año 3 las siguientes producciones: Allá te espero, Chica Vampiro, Café con aroma de mujer, Yo soy Betty la fea y Hasta que la Plata nos Separe por un total de US$1.050.000

- Adicionalmente, se cerraron nuevas negociaciones con clientes como:

  - **RTL Hungría**: Licencia de Exhibición de La Mariposa
  - **Incomsa Colombia**: Licencia de Exhibición de La otra raya del Tigre, La maria, La vorágine, La casa de las dos palmas, La lectora
  - **GEM Iran**: Licencia de exhibición de El capo 2
  - **Moby Afganistán**: Licencia de exhibición de El capo 2
  - **Nickelodeon Latinoamérica**: Licencia de exhibición de Chica Vampiro
  - **Stardust Rusia**: Licencia de Adaptación de En los tacones de Eva
  - **SBT Brasil**: Licencia de exhibición de Café para Brasil
  - **Fox International Channels Latinoamérica**: Licencia de exhibición de Amo de casa, El capo 1, El capo 2, La mariposa
  - **Turner Italia**: Licencia de Exhibición de Chica Vampiro
  - **Directv Latinoamérica**: Licencia de Exhibición de Miss Colombia

- **Estrategias de Venta**

  - En 2013 la compañía participó nuevamente en ferias internacionales en Estados Unidos (Natpe y LA Screenings), Francia (MIP TV y Mipcom) y Suráfrica (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, TodoTv 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 continuó trabajando conjuntamente con el In House 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 el 2013 se lanzó www.rcnventasinternacionales.com una nueva versión de nuestra página web contenedora del catálogo completo de producciones de RCN Televisión, convirtiéndose en fuente de consulta para nuestros clientes y en una herramienta de venta. Las redes sociales nos sirvieron como medio de interacción y difusión de contenido noticioso para nuestro público objetivo, teniendo al día de hoy 6.346 usuarios en Facebook y Twitter, atentos a nuestras publicaciones. El objetivo es seguir innovando y estando a la vanguardia.

CAPÍTULO VII

GESTIÓN PRODUCCIÓN

En el transcurso del año 2013, la Vicepresidencia continuó con la implementación y el fortalecimiento de los procesos creativos y los de evaluación en todos los proyectos presentados a esta Vicepresidencia para su aprobación. La Vicepresidencia 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 RCN-CREA, donde se continuó con la experimentación de nuevos formatos como las series web.

1. DRAMATIZADOS

Área creativa:

- Coordinó procesos creativos de contenidos, 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 series unitarias.
- En aras 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 senior, quienes leyeron, analizaron y evaluaron proyectos del Canal, de productoras externas y de independientes (121 reuniones), teniendo en cuenta la dramaturgia, pertinencia, veracidad, actualidad, innovación, viabilidad y creatividad de los mismos.
- Continuó 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.
- Consolidó el equipo propio de libretistas y halló nuevos talentos para garantizar un grupo constante, complementario y versátil.
- Incrementó el volumen de proyectos en escritura y en todas y cada una de las etapas de desarrollo.
- Continuó con la administración del banco de proyectos dramatizados y unitarios del canal.
- Continuó con la actualización y levantamiento de libretos impresos y digitalizados que existen en el Canal, para la generación del archivo histórico de proyectos dramatizados.
- Continuó con el almacenamiento de biblias de contenido y producción.
- Fortaleció el Taller de Lectores Junior a través de nuevos convenios con universidades de Bogotá, Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Manizales, y Cali, Santa Marta y Cartagena, pasando de 213 a 315 lectores.

- Consolidó el trabajo de la coordinación de gestión académica: formó y capacitó el talento interno en más de 14 áreas del conocimiento, a través del SENA y universidades, beneficiando durante este año a 292 empleados del Canal. Realizó el posicionamiento de marca, con la alianza universitaria en 8 ciudades del país (11 a 15 universidades representadas en 17 sedes en el país) y próximamente en el sur de los Estados Unidos a través de un convenio con FIU. Conformó el primer clúster nacional entre la academia y la industria del entretenimiento para: visibilizar nuevo talento, empoderar grupos regionales de trabajo, descentralizar la realización de productos y contenidos, y coproducción. Hizo entrega del manual de implementación de los procesos de la Vicepresidencia de producto.
- Consolidó y amplió "RCN CREA", beneficiando la formación de 636 personas, entre ellas, 29 en procesos de actuación y 315 en los laboratorios de escritura y lectura. Semillero de libretistas, 85 personas las cuales se desempeñan escribiendo 5 proyectos de la Plataforma en diferentes géneros: Zancadilla, Noticia Criminal, El Chat, Vidas en la Mira, La maleta de Pandora
- Consolididación de 5 sistemas de trabajo con las universidades: Lectores de Libretos, Lectores Productores, Laboratorio de Escritura Creativa, Laboratorio de Manejo de Imágenes Digitales y Multimedia. Gestión y fortalecimiento de la alianza Colombo-Coreana.
- Aplicación de 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 29 focus group: 22 Dramatizados (18 en la ciudad de Bogotá y 4 en la ciudad de Barranquilla) y 7 focus de formatos y programas de entretenimiento.
- 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. Veló por la calidad en el contenido, la narración, la factura de producción y la técnica desde la oficina de Dirección de Calidad.

En el transcurso del año 2013 se recibieron 241 propuestas

195 Dramatizados. De las cuales, 179 fueron rechazadas; 2 están en estudio y 14 fueron aprobadas:

- La Zancadilla
- En la boca del lobo
- Negocios Oscuros - Tráfico
- El Capo 3

- Falcao
- Vidas en la Mira
- El chat
- Celia
- Los hijos Negados
- Lluvia Ácida
- Garzón
- Sala de emergencias (adaptación E.R.)
- La luz de mis ojos
- 50 y 20

Área de Producción

A. Gerencia de Producción Interna

Esta Gerencia desarrolló las siguientes actividades:

- Administración de software para los diferentes procesos de producción y control de costos: presupuestos, reporte de costos, casting, pre-producción y realización
- Obtención de información consolidada diaria sobre la ejecución presupuestal.
- Se finalizó la producción de 1 telenovela:
    - El Día de la Suerte, 132 horas
- Se produjo 1 producto:
    - La Playita 1° temporada, 104 1/2 horas (52 horas).

B. Gerencia de Productoras Externas:

Durante el año 2103 se trabajó con 9 Productoras Externas:

- 2 y 2.
- Dramax.
- Fox Telecolombia.
- 11:11.
- Resonant.
- RTI.
- Teleset.
- Televideo.

- Vista.

Se produjeron 982 horas de dramatizados distribuidas así:

Chica Vampiro	120 horas	Televideo.
La Maldición del Paraíso	120 horas	Vista.
El Estilista	80 horas	Vista.
El Laberinto de Alicia	80 horas	Vista.
3 Caines	80 horas	RTI.
Comando Élite	84 horas	Dramax.
Graduados	120 horas	Fox Telecolombia.
El Capo 2	76 horas	Fox Telecolombia.
Alias El Mexicano	80 horas	Fox Telecolombia.
Manual para ser Feliz	90 horas	Teleset.
Plaza Sésamo	52 1/2 h	2 & 2.

Se Comenzó la producción de 60 horas de Dramatizados:

El Capo 3.	60 horas	Fox Telecolombia.

Contratos con la Productoras Externas vigentes a la fecha:

El año 2013 presentó una realidad, que nos obligó a evaluar internamente la cantidad de horas que teníamos contratadas con las productoras externas y la duración de sus contratos. Si bien fue una estrategia en su momento para fortalecernos, no lo es menos que el entorno competitivo cambió, lo cual nos llevó a plantear a las productoras externas la búsqueda de fórmulas para reestructurar o modificar cada uno de los Acuerdos Marco celebrados bien fuera reduciendo la cantidad de horas contratadas por año y extendiendo un año más el acuerdo; estableciendo coproducciones o en todo caso acordando una mezcla de producciones que nos permitiera compartir el costo de cada proyecto.

2 ENTRETENIMIENTO

- **Área creativa:**

En el transcurso del año 2013 se recibieron 46 propuestas para la producción de unitarios. 34 propuestas fueron rechazadas; 7 están estudio y 5 fueron aprobadas:

1. Idol Colombia
2. Los Colores de la Pasión
3. Quién Quiere ser Millonario
4. Misión Impacto
5. Contenedor Zodiac

- **Área de Producción**

Gerencia de Producción interna

Durante el año 2013 se continuó con la realización de los siguientes proyectos:

- Los Comediantes
- Tu Planeta Bichos
- Reinado Nacional de la Belleza
- 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 produjo 1 producto:
  - Protagonistas de Nuestra Tele 2013
- Se inició la producción de 2 nuevos proyectos :
  - Misión Impacto
  - El Color de la Pasión

- **Producción de Eventos y Especiales:**
  - Se produjeron los siguientes eventos:
    - Festival de Música Clásica
    - Hay Festival
    - Premios India Catalina
    - Teletón
    - Premios Tv y Novelas

- Premios Nuestra tierra
- Olimpiadas Fides
- Vamos por Ti Meta
- Caminata de la Solidaridad
- Festival de Verano
- Carrera de la Mujer
- Color Run Bogotá (septiembre y diciembre)
- Color Run Manizales
- Carrera de las Estrellas
- Fiesta de Fin de Año

Gerencia de Productoras Externas

- Se Produjeron 162 horas de programas de entretenimiento:

  - Quien Quiere Ser Millonario 26 horas Teleset.
  - Atrévete a Cantar. 80 horas Teleset.
  - Colombia Tiene Talento 2013 56 horas Teleset.

- Se prepararon 348 horas de dramatizados y concursos para 2014:

  - Brothers & Sisters 80 horas Vista.
  - Quien Mató a Patricia Soler 120 horas RTI.
  - Idol Colombia 62 horas 2 & 2.
  - Quien Quiere ser Millonario 2. 26 horas Teleset.
  - ER 60 horas Resonant.

Producción de Formatos Comerciales

- Se produjeron 234 cápsulas atendiendo clientes como: Nestlé Fitness, Almacenes Éxito, Suzuki, Movistar, UNE, Tv y Novelas, Doria, Fab, MasterCard, Avianca, Rosal plus, Alpifrut, Rama, Avon, Vale mi gente de Postobón, Pantene, Genoma, El Corral, Oral B, Chocolate Corona

- Otras producciones, que se desarrollan durante todo el año:

  - Telebuzón (hasta mitad de año)
  - Contenidos para sistema AVOD de AVIANCA
  - Sorteos Baloto

CAPITULO VIII

GESTIÓN PROGRAMACIÓN Y MERCADEO

Programación

El año 2013 marca el regreso de las grandes telenovelas. El estreno de "Allá Te Espero" mostró que este tipo de formatos con la calidad representativa de Nuestra Tele cautiva a los televidentes colombianos y a las mujeres, principales consumidoras de televisión, logrando un promedio de rating de 24.6 puntos con 34.9% de share.

En 2013 se lanzaron series de acción, siendo "Tres Caínes" y "Comando Élite" líderes en su horario, obteniendo resultados satisfactorios en la franja prime. "Tres Caínes" fue el programa más visto de RCN en el año 2013 con 27.3% de rating y 41.4% de share y "Comando Élite" tuvo gran éxito gracias a su calidad y contenido, entregando un promedio 37.1% de share en el horario de las 10 de la noche, superando a todos sus enfrentados.

Estos y otros productos lanzados y emitidos en 2013, tales como "Alias el Mexicano", "A Mano Limpia II", "La Prepago", "Los Graduados" , "Mamá También", "Amo de Casa", "Corazones Blindados" y "Chica Vampiro", permitieron tener al 45.6% de los televidentes que sintonizaron los canales de televisión abierta pegados a la oferta durante el prime time.

De igual manera se programaron en el prime time formatos de entretenimiento claves para la televisión abierta, tales como "Colombia Tiene Talento" en su segunda temporada y "Protagonistas de Nuestra Tele", productos que atrajeron a un público que no ve Televisión como niños y jóvenes, lo cual se vio reflejado en la actividad de la página web, las redes sociales y los índices de audiencia.

Área de Mercadeo

La mejora continua de los procesos en el área de investigación de mercados permitió llevar a cabo 20 investigaciones de nuevos productos para parrilla disminuyendo el tiempo para tener disponible el informe final, de 8 a 4 días, manteniendo la misma metodología y calidad. De igual manera, se mejoraron y optimizaron las estructuras de los módulos para la investigación por medio de sondeo telefónico lo que nos permitió tener aproximadamente 33% más de información respecto a los resultados de los años anteriores, con un nivel de profundidad mayor y sobre todo un menor tiempo de respuesta.

Dentro de las actividades habituales del área se tuvieron los siguientes hitos:

1. Realización, coordinación, producción y ejecución de lanzamientos de productos en la franja prime tales como: "Allá Te Espero", "Amo de Casa", "Chica Vampiro", "Retrato de una Mujer", "Protagonistas de Nuestra Tele", "El Día de la Suerte", "Los Graduados", "Mamá También" y "Comando Élite" en varios centros comerciales de las ciudades más importantes del país.

2. Coordinación de toda la actividad que implicó realizar la inscripción del canal RCN, sus producciones y sus Miembros Votantes para la premiación de los Premios India Catalina 2013.

3. Coordinación, producción y ejecución del evento de lanzamiento para el libro: "*Colombia cuenta*" que anualmente promueve el departamento de Responsabilidad Social del canal RCN.

4. Seguimiento y análisis a cada una de las emisiones de Noticias RCN y su competencia. Para esto, contamos con la herramienta de INFONEWS y la realización, periódica, de informes sobre los hábitos de consumo de la audiencia en las diferentes regiones del país.

5. Se coordinó la negociación con los centros comerciales para las visitas de los últimos cuatro finalistas de "Protagonistas de Nuestra Tele" a sus ciudades de origen.

6. Coordinación y ejecución de eventos para activación de marca en eventos como eliminatorias al Mundial de Fútbol, coberturas especiales de Noticias RCN y Futbolmanía así como apoyos al área de ventas durante sus actividades para venta de pauta como el Exposhow.

7. Se mantuvo la realización de la mayoría de las promociones de expectativa y de lanzamiento de las producciones del Canal en el In House.

Área de Internet

Durante 2013 el área hizo cambios importantes en su plataforma que permiten a los cibernautas una mejor experiencia web en un mercado creciente como el de los smartphones y las tablets: www.canalrcnmsn.com, www.noticiasrcn.com, www.deportesrcn.com y las páginas de las producciones lanzadas durante el año cuentan con RESPONSIVE (diseño que se adapta a dispositivos móviles). Entre otras: *Chica Vampiro, Colombia Tiene Talento, Comando Elite, El Día de la Suerte,*

Los Graduados, Mamá También, Concurso Nacional de Belleza, Protagonistas de Nuestra Tele, Estilo RCN.

Sobre la entrega VOD se hizo una actualización tecnológica pensando en la experiencia del usuario: gracias al SEUDOSTREAMING, los visitantes pueden adelantar o atrasar el video o capítulo de su producción o noticia favorita y repetirlo cuantas veces lo deseen.

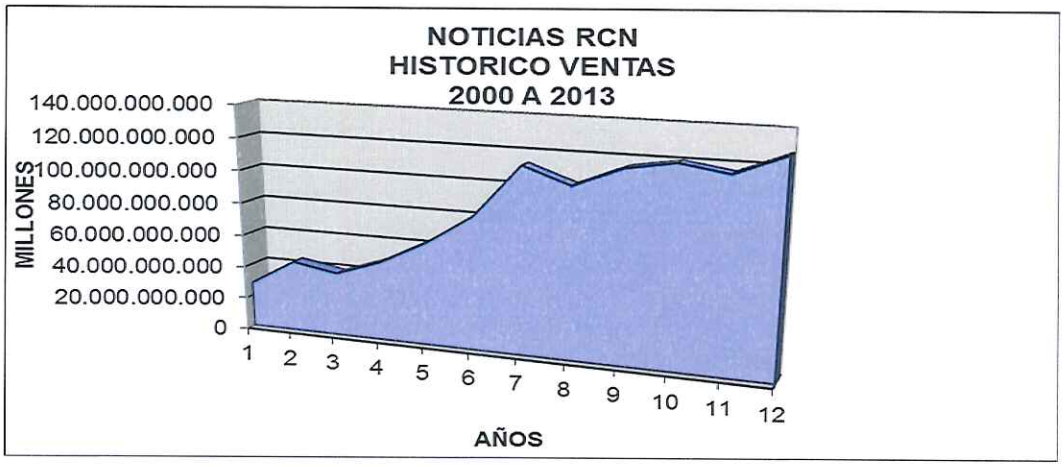
Se hizo in house un desarrollo que permite realizar sondeos o encuestas, en un mínimo de tiempo, con estándares de diseño y seguridad optimizados. También realizamos otras implementaciones como: Video en demanda para móviles, streaming en vivo para móviles, pseudoenvivo (chica vampiro), multisondeo con foto, versus y notificaciones dentro del portal.

Tras ocho meses al aire, www.noticiasrcn.com registra más de 3'000.000 de visitas mensuales, con un crecimiento continuo mes a mes. Más de 80 notas diarias, entre videos y artículos, y una actualización las 24 horas los siete días de la semana, han convertido en poco tiempo a NoticiasRCN.com en un referente informativo en el país.

Se realizaron más de 60 web cams RCN, lo que sumado le produjo al web site más de 24.000 usuarios simultáneos y 140.000 usuarios totales. Algunos de los invitados: Gustavo Bolívar - Tres Caines, Rolando Tarajano - Amo de Casa, Greeicy Rendón- Chica Vampiro, Keller Wortham - Allá Te Espero, Carolina Soto – Entretenimiento, Julián Román - Fin Tres Caínes-Inicio La Prepago, Jhoan Álvarez y Sara Uribe – PDNT, Tommy Vásquez - Comando Élite, Carolina Gaitán - Ana Belén en Alias el Mexicano, Gaby Garrido y Juver Bilvao: Ganadores PDNT 2013, Miguel González - Mamá También, Nikolás Rincón - Julián en Alias el Mexicano y Felipe Correa y Estefanía Piñeres- Mamá También, entre otros.

CAPITULO IX

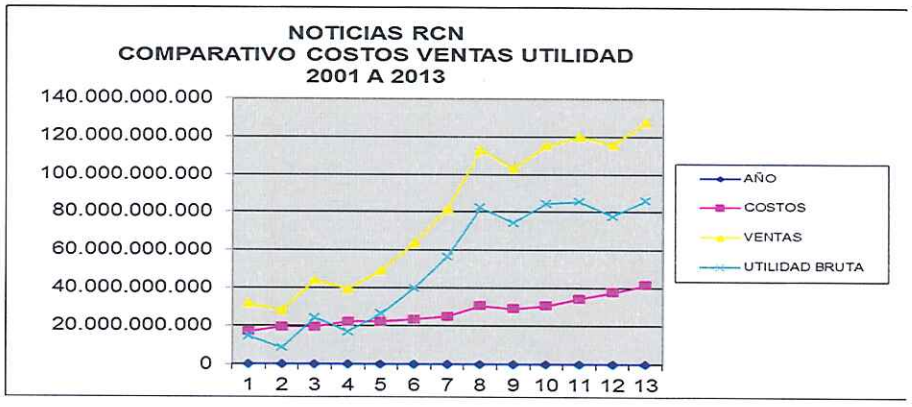
GESTIÓN DE INFORMATIVOS



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	-3,57
2013	127.593.384.000	10,33

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	123.167
2013	147.712



RCN TELEVISION S.A.
NOTICIAS RCN
COMPARATIVO COSTOS VENTAS Y UTILIDAD 2001 VS 2013

AÑO	COSTOS	VENTAS	UTILIDAD BRUTA	VARIACION 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	**9,64**
2013	41.513.197.919	127.593.384.000	86.080.186.081	**10,27**

Gestión de Informativos

Para noticias RCN, el año 2013 fue un año de grandes retos periodísticos. Con el acompañamiento de un inmejorable equipo técnico y humano realizamos transmisiones en vivo para las distintas emisiones de noticias en el transcurrir de hechos como: Renuncia al Pontificado Benedicto XVI, muerte de Hugo Chávez, Elección de nuevo Pontífice, elecciones presidenciales en Venezuela, Cumbre de la Alianza del Pacífico, Juegos Mundiales de Cali, entre otros.

Desde el 28 de febrero y durante todo el mes de marzo, Noticias RCN realizó un histórico cubrimiento desde el Vaticano con las dos noticias más importantes del primer trimestre de 2013, la renuncia de Benedicto XVI y la elección del Papa Francisco. Noticias RCN estuvo a la altura de los medios de comunicación más grandes del mundo, no solo trasladó un equipo de periodistas, sino que llevo una unidad satelital para transmitir en directo todos los detalles de este acontecimiento.

Durante el cubrimiento de las elecciones presidenciales en Venezuela, tras la muerte del presidente Hugo Chávez, hecho que también cubrimos oportunamente, manejamos un enfoque que estuvo centrado en divulgar las posiciones del candidato oficialista Nicolás Maduro y del opositor Henrique Capriles, así como del ambiente social y la situación en calles y mercados, ante la inusual situación que vivía el país: elegir a un nuevo jefe de estado ante la desaparición de Chávez.

Con el fin de brindar una visión clara y objetiva a los televidentes durante el desarrollo de las noticias, se creó un espacio que permite debatir y analizar con invitados expertos el significado de las noticias más destacadas del día y presentar las noticias con un mayor grado de elaboración y análisis. Estos espacios se denominan *Protagonista del Día, Noticia en Profundidad* y *Noticia en Contexto,* las cuales se resaltaron con nuevas cortinillas diseñadas para promocionar los cambios.

El tema internacional recibió mayor prioridad y atención, con una sección nueva en la emisión del medio día y una mayor participación, en todas las emisiones, de los periodistas que conforman la red más amplia de corresponsales del país.

El 2013 fue también un año de innovación para Noticias RCN, se creó Noticias RCN.com, un portal de noticias de Internet, separado de la página del canal, que informa a millones de colombianos: www.noticiasrcn.com. El portal, salió al aire en agosto en un tiempo menor al esperado se ha consolidado como una nueva alternativa noticiosa en el país. Hoy, la página recibe más 3'400.000 visitas mensuales y se alimenta con una redacción propia, que crea contenido en tiempo

real las 24 horas del día. Además, replica en VOD y streaming las emisiones del noticiero. Un amplio trabajo en redes sociales se suma a la labor de este equipo.

En materia de innovación tecnológica, pusimos en marcha el cambio de relación de aspecto en la imagen de 4.3 a 16.9., los editores de imagen recibieron una amplia capacitación.

Y desde el punto de vista de contenidos, se puso en marcha en el mes de marzo **Crónicas RCN**, un proyecto periodístico que se ha consolidado con historias basadas en rigurosas investigaciones sobre temas nacionales e internacionales, resaltando el género y todas sus características.

En los días festivos, un equipo de periodistas ha venido realizando **Reportajes Especiales** en los que se han contado historias noticiosas sobre sucesos relevantes de la agenda pública.

Premios

A lo largo del año 2013, Noticias RCN obtuvo los siguientes galardones:

Septiembre de 2013
El Programa para Afro descendientes Indígenas de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID), otorgó el reconocimiento a Noticias RCN "Medios para la Inclusión", en la categoría Mejor Iniciativa de Televisión.

Noviembre de 2013
Premio de Periodismo Fasecolda otorgado a Katriz Castellanos, con el trabajo "Está Seguro".

Noviembre de 2013
El concurso de Periodismo Energía para crecer de Gas Natural Fenosa, otorgó el Premio a Mauricio Zuluaga con el trabajo "Gas: Ahorro y Seguridad".

Igualmente importantes han sido los premios Gabriel García Márquez, a un equipo dirigido por Carlos Julio Betancourt, por su trabajo "Un Sueño Llamado Paz", que fue destacado como finalista y que recoge las experiencias de negociación entre diversos gobiernos y la guerrilla, previas a los diálogos de La Habana.

En los Premios CPB, Catalina Gómez, corresponsal de Noticias RCN en el Medio Oriente –única periodista latinoamericana con licencia para trabajar como periodista en Irán- recibió el galardón como mejor corresponsal. En el mismo premio, fueron finalistas Natalia Orozco, por el documental "Benghazi: Desde el

Frente No Armado", y Alejandro Callejas y Juan Carlos Giraldo por la Crónica "El Vallenato....".

CAPITULO X

GESTIÓN COMUNICACIONES

La función fundamental de la Dirección de Comunicaciones y Prensa, es la promoción y divulgación de la información más importante del Canal RCN y sus producciones, destacando los valores de producción, el prestigio y reconocimiento de los directores, libretistas y equipos de trabajo de cada espacio, además de dar a conocer las novedades y noticias de mayor relevancia de cada uno de los talentos que hacen parte de las novelas, series, programas y diferentes espacios de la programación, así como la difusión de las alianzas y nuevos proyectos que se adelantan en los Canales aliados de Nuestra Tele.

Para realizar esta labor, el equipo humano de la Dirección de Comunicaciones y Prensa del Canal RCN, está conformado por la Directora de Comunicaciones, una Coordinadora y tres periodistas, además de un fotógrafo y un asistente de fotografía. Todos ellos, son responsables de promocionar 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. Además, están en contacto constante con los periodistas de medios externos, tanto nacionales como internaciones que diariamente presentan solicitudes para la realización de entrevistas con el talento del Canal.

Adicionalmente, la Dirección de Comunicaciones y Prensa es la encargada del manejo de las comunicaciones internas del Canal, en aras de generar un buen ambiente comunicacional entre los colaboradores, generando sentido de pertenencia y reconocimiento de cada uno de los colaboradores, como parte importante del proceso de proyección y posicionamiento del Canal. Para eso se maneja la página de Intranet, en la que constantemente se publican temas relacionados con las producciones, novedades e información útil y actual para quienes hacen parte del grupo de empleados del Canal.

A continuación se presenta una descripción detallada de cada una de las funciones de esta Dirección.

- Generación de material de promoción y posicionamiento de las producciones del Canal.

- Apoyo a los medios de comunicación.

- Promoción del talento y de las producciones en los diferentes medios de comunicación.

- Organización de eventos para lanzamiento de las producciones

- Autopromoción

RESULTADOS 2013

- La Dirección realizó 14 ruedas de prensa en la que en promedio se invitaron 300 periodistas, entre los cuales se encuentran entre 25 y 30 medios regionales. Las rueda de prensa que se realizaron fueron:

    - Allá te espero
    - Amo de casa
    - Tres Caínes
    - La Prepago
    - Comediantes de la Noche
    - Colombia tiene talento
    - Chica Vampiro
    - Retrato de una mujer
    - Protagonistas de Nuestra Tele
    - El día de la suerte
    - Los graduados
    - Comando Élite
    - Alias El Mexicano
    - Mamá también

  Gracias estas ruedas de prensa y los diferentes procesos de promoción, se lograron destacadas 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, convirtiéndose en un mecanismo muy importante para el posicionamiento y reconocimiento de las del Canal RCN. En 2013 se lograron las siguientes publicaciones:

    - **Protagonistas 2013:** 369 medios impresos (revistas, periódicos, etc) y 1154 de web.
    - **Tres Caínes:** Impresos 157 y en Internet 315
    - **Allá te espero -** 137 medios impresos (revistas, periódicos, etc) y 280 de web.
    - **Comando Élite:** 145 medios impresos y 225 en Internet.
    - **Amo de casa**: 97 publicaciones medios impresos y 120 publicaciones en Internet.
    - **Casa de reinas**: 88 en medios impresos y 136 en Internet.
    - **Chica Vampiro:** 179 medios impresos y 182 en Internet.
    - **La Prepago:** 95 publicaciones en impreso y 125 en Internet
    - **Mamá también (aún al aire):** 65 impresos y 130 en Internet
    - **Alias El Mexicano (aún al aire):** 72 impresos y 105 en Internet
    - **El día de la suerte (aún al aire):** 185 impreso y 164 en Internet

- **Los graduados (aún al aire):** 78 en medios impresos y 76 en Internet.
- **A mano limpia 2:** 102 en impresos y 135 en web
- **Retrato de una mujer:** 6 en impresos y 11 en Internet

- El portal web, de acceso exclusivo para los periodistas, continúa consolidándose como una herramienta fundamental para permitir el acceso de los periodistas al material que les permite mantenerse actualizados sobre en las novedades de cada producción. En este sitio, se consolidó y se mantuvo en constante actualización a los periodistas de Colombia y el exterior que se encuentran inscritos a esta página, reciben diariamente información actualizada sobre nuestros productos como:

  - Avances
  - Lanzamientos
  - Intimidades
  - Convocatorias de programas
  - Estrenos
  - Cambios de parrilla de programación
  - Entrevistas con los actores
  - Perfiles
  - Información de personajes y de las producciones
  - Últimas Noticias de Nuestra Tele

- 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 2013 la cifra de periodistas inscritos aumentó en un 30% pasando de 1275 a 1655, un aumento de 382 periodistas durante todo el año, teniendo en cuenta que se realizó una actualización de la base de datos y de los medios escritos se incluyeron representantes tanto de los equipos de redacción de impresos como de plataformas web.

- La Dirección de Comunicación y Prensa, realiza diariamente un monitoreo de las publicaciones impresas que se generan en los diferentes medios del país y sus equivalentes medios virtuales a través de Internet.

- Se mantiene una constante comunicación con la Presidencia del Canal, con el fin de apoyar la realización de boletines de prensa y material de difusión de las alianzas estratégicas y decisiones de la compañía que merecen ser de conocimiento de los medios nacionales e internacionales.

- Desde la entrada de funcionamiento de MundoFox, la Dirección de Comunicaciones y Prensa, ha apoyado constantemente la difusión de los estrenos y aspectos más importantes de la programación del Canal aliado en los 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. Además de la difusión de las transmisiones especiales que se realizan a través de WinSports.

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
- 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
- Teletón

- 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:
- Crimen con vista al mar

INTRANET

- En la sección de 'Lo más destacado' se dan a conocer las noticias más importantes que se generan en torno a los productos del Canal y las transmisiones especiales que se realizan.
- Constantemente se presta colaboración en temas de prensa a clientes internacionales.
- 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.
- En el mes de diciembre, se realizó un video institucional de Navidad, en el que participaron colaboradores de las diferentes áreas, integrando de esta manera a todos, en torno a las celebraciones de fin de año.

CAPITULO XI

CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS

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

Durante el año 2013 se adelantó la operación y el mantenimiento de 138 estaciones de transmisión. Los gastos de operación ascendieron a la suma de $8.052 millones de pesos para la red analógica y de $1.768 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 $1.424 millones de pesos para la red analógica y a $191 millones de pesos para la red digital. La disponibilidad de las redes de transmisión fue en promedio durante el año, mayor al 99%.

- **RED DE TELEVISIÓN ANALÓGICA.**

La inversión adelantada para el mejoramiento de la red de transmisión analógica en el año 2013, ascendió a la suma de $1.629 millones de pesos, valor que corresponde a los siguientes conceptos:

a. REPOSICIÓN RECEPTORES SATELITALES

En mayo de 2013, la firma Ericsson informó que no continuaría ofreciendo soporte técnico al sistema de encripción Director 4, utilizado en los sistemas de distribución satelital de RCN Televisión, razón por la cual fue indispensable adelantar la migración de este sistema a Director 5. Para realizar este proceso, fue necesario adquirir 226 nuevos receptores satelitales para la red de transmisión. La compra ascendió a un valor de $505 millones de pesos.

Adicionalmente, debido a esta misma situación, fue necesario adquirir 383 receptores para reponer los equipos entregados en comodato a empresas de televisión por suscripción y canales comunitarios en todo el país, con el fin de que los mismos accedan a la señal de RCN TV mediante satélite. Para este proceso se invirtieron $1.105 millones de pesos.

b. COMPRA DE PREDIOS

Durante el año 2013 se adquirió el predio donde se encuentra ubicada la estación Bañaderos en el municipio de Hatonuevo (Guajira), luego de un proceso de saneamiento de los títulos correspondientes. El valor pagado al vendedor fue de $19.5 millones, incluyendo una servidumbre de tránsito activa.

- **RED DE TELEVISIÓN DIGITAL.**

a. PLAN DE EXPANSIÓN

Tal como ya se informó a la Asamblea RCN TELEVISIÓN y la ANTV suscribieron un Otrosí al contrato de concesión, mediante el cual se modifica el desarrollo del plan de expansión de la red digital. De acuerdo con el Otrosí, se suspende la implementación de la TDT durante los años 2013 y 2014 y se desplaza anualmente, reanudando la misma en el 2015, siempre y cuando sean asignadas en mayo de 2014, las frecuencias necesarias para tal efecto. El apagón de la televisión analógica continúa siendo en diciembre del 2019.

b. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN TDT

El CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS contrató a la Agencia de Publicidad Lowe SSP3, con el fin de implementar una estrategia de comunicación de la Televisión Digital Terrestre. El valor de la campaña para RCN TELEVISIÓN es de $10.000.000 mensuales, por el término de 6 meses.

La campaña se adelantará en 4 fases, haciendo especial énfasis en el mundial de futbol 2014, considerando la importancia de este evento. Las 2 primeras, pretenden facilitar el conocimiento y la comprensión de la nueva tecnología utilizando redes sociales e internet, y el objetivo de las 2 restantes, consisten en fidelizar y convencer a los televidentes de las ventajas de la TDT.

- **SIMULCAST DVB-T / T2**

De conformidad con el Acuerdo 004 de 2011 de la CNTV, se adelantó la actualización del estándar de televisión digital DVB-T a su nueva versión DVB-T2. De acuerdo con el Otrosí suscrito a los contratos de concesión, es obligación de RCN TELEVISIÓN transmitir la señal análoga y digital simultáneamente en las ciudades de Bogotá y Medellín. Para tal efecto, se adquirieron 2 transmisores para operar en DVB-T2 para las estaciones de Suba (Bogotá) y La Palma (Medellín). El costo de los equipos requeridos fue de $205 millones.

- **SERVIDOR POWEREDGE RED DE GESTION**

Debido a la obsolescencia tecnológica del servidor de la red de gestión donde se procesan y registran todas las novedades y alarmas de las 34 estaciones gestionadas de la red analógica y digital, se adquirió un nuevo servidor.

Igualmente, se compraron los equipos necesarios para ampliar el ancho de banda del sistema de transporte de la red de gestión, requerido para las nuevas estaciones de digital, el cual hace parte del presupuesto de suministro de amplificadores y equipo de redundancia satelital contemplado en 2012. El valor de estas inversiones ascendió a la suma de $28 millones.

- **CARTERA**

El indicador de rotación promedio semestral de cartera del canal incluyendo las empresas OAL se incrementó en 5 días, al pasar de 51 en el 2012 a 56 días en el año 2013. Sin embargo, el promedio de días es inferior al plazo contemplado de 60 días, que se otorga a los clientes para el pago de pauta publicitaria.

Los descuentos financieros, presentaron un incremento de $624 millones en las operaciones manejadas por el CCNP; el promedio anual con respecto a las ventas fue del 1.11%.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones y los resultados presentados en los diferentes comités de cartera, 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 óptima operación.

- **CODIFICACIÓN DE COMERCIALES.**

Durante el año 2013 los ingresos por codificación de comerciales de la Sociedad MEDIOS Y SERVICIOS INTEGRADOS LTDA, ascendieron a la suma de $4.678.365.000 Se codificaron 9.644 comerciales, de los cuales 9.213 corresponden a comerciales facturados y 431 a comerciales cívicos y mensajes institucionales. Igualmente se facturó la ampliación de vigencia de 253 comerciales.

A 31 de diciembre de 2013, se codificaron 111.908 comerciales.

CAPÍTULO XII

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- **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 siete versiones del CNC hemos recibido un total de 218 mil cuentos enviados de todos los puntos de la geografía nacional. Gracias a más de 1.000 talleres de formación, en asocio con ASCUN, hemos capacitado a más de 30 mil estudiantes y docentes, en escritura creativa y fomento de la lectura. A continuación los resultados más significativos del 2012 y 2013:

Resultados	2012	2013	Acumulado (7 versiones)
Cuentos registrados	33.899	28.621	218.000
Participación municipios	878	875	976[1]
Instituciones educativas (IE) participantes	5.659	5.003	6.300
Instituciones de educación superior	300	300	300
Docentes capacitados	3.200	3.200	20.000
Estudiantes capacitados	2.000	2.000	11.000
Presencia en ferias y fiestas del país	5 ferias (Bogotá, Medellín, Cali, Cúcuta, Bucaramanga), Festival de Cine Verde de Barichara, impactando a más de 3.000 personas	5 ferias (Bogotá, Medellín, Cali, Cúcuta, Bucaramanga), impactando a más de 3.000 personas	12 mil personas

[1] Es el número más alto de municipios que han participado en el CNC de los 1.123 municipios que tiene el país.

Distribución de libro *Colombia Cuenta*	8.000 en homenaje a Rafael Pombo	8.000 en homenaje a Andrés Caicedo	73 mil libros
Presencia en redes sociales	Micrositio Colombia Aprende: 900 mil visitas al año (promedio); Facebook: aprox. 6 mil personas; Twitter: 5.500 seguidores	Micrositio Colombia Aprende: 900 mil visitas al año (promedio); Facebook: aprox. 6 mil personas; Twitter: 7 mil seguidores	Un total de 26.000 usuarios en redes sociales que incluyen: Facebook, Youtube, Twitter, Flickr, G+

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

Desde 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, los periodistas de RCN Televisión, RCN Radio y NTN24 tienen cupos permanentes en todas las actividades de formación que realiza la Fundación durante el año.

Adicional a la programación abierta de actividades para periodistas se organizaron 2 charlas en el Canal, una con Jean-François Fogel el 17 de septiembre a la que asistieron 27 periodistas del Canal; y otra el 31 de octubre con Gumersindo LaFuente a la que asistieron 13 periodistas del Canal.

El 21 de marzo se llevó a cabo el lanzamiento del libro Gabo Periodista en el Centro Cultural Garcia Márquez en la Candelaria con un conversatorio moderado por Jaime Abello, con la participación de Rodrigo Pardo, con Juan Villoro, María Elvira Samper y María Jimena Duzan.

- **FIDES**

A lo largo del 2013 se apoya a la Fundación FIDES a través de la producción de comerciales y cubrimiento para los múltiples eventos que se organizan en el año. Entre las actividades que apoyamos este año se encuentran: las XX Olimpiadas Iberoamericanas, La Pasarela Moda Social FIDES en el marco del Cali ExpoShow, la campaña "Todos tenemos un amigo especial" con motivo de los 40 años de FIDES y el Carnaval Especial de Barranquilla FIDES 2013.

- **Hay Festival**

Como patrocinadores del Hay Festival desde el 2007, RCN Televisión se vincula a este evento con un aporte económico y un importante cubrimiento periodístico en televisión. En el 2013 el Hay Festival realizó 119 eventos y tuvo 110 artistas invitados de más de 25 nacionalidades. Contó con 47.420 asistentes en los

diferentes eventos del Festival. Entre los escritores/participantes destacados este año fueron Alex de la Iglesia, Susana Baca, Herta Müller, Mario Vargas Llosa, Javier Cercas, Fernando Savater y Eduardo Sacheri.

En el marco del Hay se organiza el Hay Festivalito Comunitario dentro de la ciudad amurallada y en los barrios de Cartagena, con el acompañamiento de la fundación PLAN, RCN y la Gobernación de Bolívar. Todos los eventos son gratuitos y tienen lugar en espacios comunitarios habilitados para este uso. En esta edición de Hay Festivalito Comunitario- Hay Para Leer, se organizaron 17 eventos en varias localidades de Cartagena y Bolívar, dentro del programa Crecer Leyendo. (La Boquilla, Tierra Baja, El Pozón, Las Palmeras, Ciudad Amurallada, Arjona, Palenque y Turbaco). Más de 7.000 niños y jóvenes participaron en los eventos. Estuvieron presentes autores nacionales e internacionales, entre ellos: Francisco Montaña (Colombiano), Helena Robledo (Colombia), Menena Cottin (Venezuela), Miss Rosi (Perú), Eduardo Sacheri (Argentina) y José María Plaza (España).

- **Festival Internacional de Música de Cartagena**

En el 2013 el Festival Internacional de Música de Cartagena realizó 37 conciertos (de los cuales 14 fueron gratuitos), con la participación de 157 artistas y contó con la asistencia de 21.860 espectadores. Se organizaron 68 clases magistrales y 2 talleres de reparación y mantenimiento de instrumentos de viento y cuerdas.

Como socios fundadores del Festival, RCN Televisión se vincula con la Fundación Salvi, organizadora del Festival, con un aporte económico y con un importante cubrimiento periodístico en televisión de las diferentes actividades desarrolladas en el año. En el 2013 RCN Televisión apoyo el Festival con la producción de 10 conciertos, con cubrimiento y con la producción de los comerciales para el lanzamiento de imagen y el Festival 2014.

- **Festival Internacional de Cine de Cartagena**

Como socio principal del Festival de Cine de Cartagena, RCN Televisión se vincula a este evento con un aporte económico y un importante cubrimiento periodístico en televisión. El apoyo a estos eventos ha contribuido al desarrollo de la cinematografía en el país y en América Latina.

La versión 53 del Festival contó con la asistencia de más de 100.000 personas, participaron 32 países y se proyectaron 140 películas. Se llevó el cine a los barrios de Cartagena y las funciones continuaron siendo 100% gratuitas.

- **Festival de Cine de Bogotá**

RCN Televisión apoya el Festival con pauta publicitaria y cubrimiento periodístico la realización del Festival. En el 2013 el Festival celebro sus 30 años con la asistencia aproximada de 15 espectadores, 198 largometrajes de 69 países, entre ellos

Francia, Alemania, España, Brasil, Japón, Filipinas, Corea del Sur, China, Argentina, Chile, Serbia y Vietnam quienes competirán en la selección oficial.

- **Acompañamiento ICBF**

El área de Responsabilidad Social del Canal sirvió como puente entre el ICBF y el equipo de libretistas del Canal encargados del proyecto que aborda el nacimiento del Reggaetón en Colombia "Todo o Nada". Los libretistas buscaban un acompañamiento técnico y legal del proyecto en el que se manejan temáticas juveniles (adolescentes, clubes de fans, alcohol, rumba, sexo, entre otros.) para ajustarse a las normas y sobre todo para evitar estereotipos perjudiciales para la audiencia

- **Programa de Auxilio para Educación**

Durante el año 2013, 21 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.

- **Fundación Corazón Colombia**

En octubre de 2013 se apoyó a la Fundación Clínica Shaio en la Jornada XXII del programa Corazón Colombia en la que 40 niños de bajos recursos entre los 0 – 15 años fueron operados de manera gratuita en la Clínica. En la actividad desarrollada por el Area de Responsabilidad Social participaron 4 alumnos de la Escuela CREA en la lectura de cuentos y acompañamiento a los niños operados el 31 de octubre.

- **Fundación Nogal**

En diciembre de 2013 se apoyó a la Fundación Nogal con la presentación de Shaira Selena Peláez en la Cena Navideña organizada por la Fundación. Uno de los objetivos de la Fundación el Nogal es el apoyo a la educación tanto de las víctimas del atentado del Club El Nogal del 2003 como población infantil frágil de la ciudad.

- **Voluntariado RCN**

Con el fin de empoderar a los voluntarios de RCN Televisión para que sean líderes en reciclaje y logren impactar de manera positiva a sus hogares y lugares de trabajo, el pasado 20 de julio de 2013, se llevó a cabo la tercera actividad de voluntariado denominada "Reciclador por un día". A la jornada asistieron en total 17 personas, entre personal del Canal y sus familiares.

La actividad dirigida por John Ramírez, representante de la Fundación El Golero, consistió en la capacitación de los voluntarios del Canal y sus familias en la correcta separación de los residuos, la clasificación de materiales PVC por colores y tipos de plásticos, separación de tapas y etiquetas, y la separación de varios materiales (PVC, cartón, chatarra y papel) de un solo elemento, entre otros.

- **Quién Quiere Ser Millonario**

Los productores del programa Quien Quiere Ser Millonario, buscaron la orientación del área de Responsabilidad Social del Canal para escoger 3 fundaciones para recibir las donaciones de los 3 programas especiales que hicieron con fines sociales.

Estas fueron los fundaciones beneficiadas:

Capitulo	Fundación	Monto Donado
Capítulo 24	Fundación Tiempo de Juego	$100.000.000
Capítulo 25	Fundación Corazón Verde	$50.000.000
Capítulo 26	Fundación Granitos De Paz	$50.000.000

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

Con el propósito de promover la lectura y la cinematografía colombiana entre los colaboradores del Canal, en el 2013 se continuó 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 del Canal, 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 2012 más de 500 libros.

CAPÍTULO XIII

GESTIÓN FINANCIERA

- **GENERACIÓN Y USO DE FONDOS**

En el año 2013 se presentó una generación interna de fondos (Ebitda) de $116,547 millones.

Los recursos fueron utilizados principalmente en la producción de programación ($62,600 millones), inversiones en sociedades ($45,000 millones) e inversiones en activos ($10,700 millones).

- **DEUDA BANCARIA**

Las obligaciones bancarias al 31 de diciembre de 2013, sumaban $205,000 millones, distribuidos por entidad de la siguiente manera: Banco de Bogotá $110,000 millones, Davivienda $40,000 millones, Bancolombia $30,000 millones y Helm Bank $25,000 millones.

Las obligaciones financieras pasaron de $110,000 millones en 2012 a $205,000 millones en 2013, hubo un incremento de $95,000 millones. Los recursos fueron utilizados principalmente para atender necesidades de capital de trabajo tales como incremento de cuentas por cobrar ($19,000 millones) y pago de dividendos ($40,000 millones).

- **CONVERGENCIA A NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACION FINANCIERA**

De conformidad con la Ley 1314 de 2009 y los decretos reglamentarios 2706 y 2784 de diciembre de 2012, RCN Televisión, está obligada a iniciar el proceso de convergencia de las normas de contabilidad generalmente aceptadas en Colombia a las normas internacionales de información financiera (NIIF). Para éste propósito, el Consejo Técnico de la Contaduría Pública emitió el Direccionamiento Estratégico clasificando las compañías en tres grupos, RCN Televisión pertenece al Grupo uno (1), cuyo período de transición comienza el 1 de enero de 2014 y la presentación de los primeros estados financieros comparativos bajo NIIF será al 31 de diciembre de 2015.

- **VALORIZACIONES**

En el año 2013 se registró en la cuenta de "Valorizaciones" una reducción de $88,660 millones con respecto al año pasado, pasando de $126,339 millones en 2012 a $37,679 millones en 2013.

La variación corresponde principalmente a reducción de $35,764 millones en la cuenta de "Propiedades y Equipos", pasando de $78,243 millones a $42,479 millones y de $37,815 millones en la cuenta de "Inversiones en Sociedades", pasando de menos $7,001 millones a menos $44,816 millones (generado por desvalorización de inversiones en Win Sports SAS y Sports195).

El inventario de programación denominado "Librería", utilizado principalmente para transacciones en el exterior y que forma parte de las valorizaciones, se redujo en $15,080 millones, pasando de $55,097 millones (US$31.2 millones) a $40,017 millones (US$20.8 millones).

- **RESULTADOS 2013**

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 General de Accionistas.

SITUACIÓN ECONOMICA

- RESULTADOS

En 2013, el canal obtuvo ingresos operacionales de $619,919 millones, incremento del 2.6% sobre el nivel de ventas de 2012, distribuidos así:

Ventas de pauta publicitaria $499,725 millones (reducción 2.5%), producción de comerciales $21,183 millones (reducción 2.9%), ventas internacionales US$36 millones incremento 16% en pesos y otros ingresos $34,536 millones.

El costo de ventas ascendió a $368,010 millones (incremento 13%), de los cuales $295,597 millones corresponden a programación (incremento 12%).

La utilidad bruta en 2013 fue de $251,909 millones (margen 41%).

Los gastos operacionales fueron $192,816 millones (reducción del 1% respecto del año 2012), distribuidos así: de administración y de ventas $155,485 millones (reducción 1.8%) y amortizaciones $37,331 millones.

La utilidad operacional $59,093 millones (margen 10%).

Costo financiero $17,107 millones (incremento 4%), distribuidos, intereses $10,990 millones, ingreso por diferencia en cambio $2,186 (devaluación 9%) y descuentos y gastos bancarios $8,303 millones.

Utilidad antes de impuestos en el año 2013 fue de $49,667 millones.

Provisión impuesto de renta $19,572 millones.

Utilidad neta $30,095 millones comparada con $50,568 millones en 2012.

El Ebitda o flujo de fondos generados por la operación, antes de pago de intereses, impuestos y amortizaciones, $116,547 millones (reducción 17%) y 19% de ingresos.

- BALANCE

El activo total a diciembre 31 de 2013 suma $ 901,417 millones.

El activo se discrimina principalmente en: caja y bancos $11,702 millones, cuentas por cobrar $173,355 millones, intangible - concesión $179,799 millones, inventario de programación $325,663 millones, propiedades y equipos $155,029 millones, inversiones $70,689 millones y valorizaciones $37,679 millones.

El pasivo a 31 de diciembre de 2013 suma $340,940 millones, de los cuales $205,000 millones corresponden a obligaciones financieras.

El índice de endeudamiento (Pasivo/Activo), 38%.

El patrimonio a diciembre de 2013 suma $560,477 millones, compuesto principalmente de aportes de capital y primas $197,402 millones, reservas $224,148 millones, revalorización $71,153 millones, valorizaciones $37,679 millones y resultado del ejercicio $30,095 millones.

TRANSACCIÓN CON ACCIONISTAS

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley 222 de 1005 y en la Circular Externa 2 de 1998 de la Superintendencia Financiera, se incluye como Anexo 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.

- **EVENTOS POSTERIORES AL CIERRE CONTABLE**

La compañía no ha tenido información de acontecimientos importantes ocurridos con posterioridad del cierre contable y a la fecha, que puedan comprometer la evolución de los negocios y el patrimonio de sus accionistas.

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.
- Continuar implementando las políticas de tarifa de CPR a fijas.
- Consolidar e incrementar los negocios de exclusividad existentes.
- Diseñar y ejecutar estrategias comerciales innovadoras para la comercialización de: 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

- Ampliar y centralizar el área de Internet, en razón a su crecimiento e importancia.
- Adecuar las áreas de servicio para la sede de Novartis.
- Adelantar el proyecto de control de filtraciones e inundaciones.
- Estructurar el plan de mantenimiento general del canal

ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

- Implementar el proyecto de modernización de archivo y correspondencia

ACTIVOS FIJOS

- Implementar el software de control y gestión de activos fijos que permitirá tener los inventarios actualizados de forma permanente

COMERCIO EXTERIOR

- Adelantar el proyecto de unificación del departamento de comercio exterior
- Iniciar la certificación como OEA (Operador Económico Autorizado)

TRANSPORTES

- En el año 2014 se dará inicio a los planteamientos definidos en el análisis general del transporte

SEGUROS

- Se estudiará la contratación de la póliza de grandes beneficiarios (contratistas)

GESTIÓN AMBIENTAL

- Elaborar el plan para el manejo integral y adecuación de cuarto para el mantenimiento temporal de residuos peligrosos (RESPEL) y residuos electrónicos (RAES)

➢ Gerencia de Recursos Humanos

- Negociar el Pacto Colectivo cuya vigencia de 5 años expira el 31 de diciembre de 2014.

- Implementar el módulo de SAP, Employee Self Service, (portal del empleado), 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.

- Realizar la evaluación de desempeño de los colaboradores de las diferentes áreas de Noticias RCN a través del módulo de SAP de desarrollo de personal, 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, se espera la graduación de los últimos tres (3) colaboradores del proyecto Bachillerato para Adultos BAC. A todos los colaboradores se les continuará apoyándolos en sus estudios técnicos, tecnológicos y profesionales relacionados con la Televisión, que se están impartiendo en la Plataforma CREA.

- 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.

- Finalizar el Plan Estratégico de Seguridad Vial de la compañía, con las capacitaciones y requerimientos específicos para la flota de transportes de RCN Televisión, en coordinación con la Gerencia Administrativa.

- Una vez se cuente con la Habilitación del Consultorio Médico, solicitar el apoyo de dos nuevas EPS para atención de medicina general a los colaboradores de manera gratuita dentro de las instalaciones.

➢ Gerencia de Tecnologías de la Información

Infraestructura y Servicios TI

Para el Área Infraestructura y Servicios TI se proyecta para el 2014 la ejecución de los siguientes Proyectos:

- Infraestructura y Conectividad de Red

- Actualización de centros de cableado bajo configuración en alta disponibilidad y renovación tecnológica. La meta es pasa de 7 centros de cómputo en alta disponibilidad a 11.

- Restructuración física del centro de cómputo principal y de los centros de cableado secundarios. La meta es adecuar a buenas prácticas el centro de cómputo principal y 6 centros cableados secundarios.

- Control de acceso a conexiones físicas en la red interna a los equipos de cómputo externos y de visitantes. (Servicio Network Access Control)

- Optimización del Servicio de Navegación en Internet (Control de contenido y Gestión de Ancho de Banda)

- Adquisición de un nuevo servidor para la plataforma virtual y un nuevo arreglo de discos.

- Plataforma Computacional

  - Virtualización de escritorios computacionales de las salas de redacción de NTN24 y RCNTV.

  - Virtualización de escritorios computacionales remotos para servicios de iNews para corresponsales externos.

  - Renovación de 50 Equipos de Cómputo.

- Licenciamiento

  - Renovación de los Contratos de Soporte y mantenimiento de las aplicaciones de negocio implementadas (SAP, ORACLE, Microsoft, VMware, entre otros)

- Políticas TI

  - Actualización y socialización de políticas (uso de contraseñas, servicios de red, correo electrónico, gestión y responsabilidad sobre aplicaciones, otras)

  - Plan de formación en ofimática.

- Ejecución del plan de capacitación a los colaboradores de la Gerencia de TI

Análisis y Soluciones TI

Para el área de soluciones TI se proyecta para 2014 la ejecución de los siguientes Proyectos:

- Soluciones TI
  - Estabilización SAP de las Normas IFRS (International Financial Reporting Standards). (Proyecto en conjunto con Financiera)
  - Implementación Sistema de RR.HH. Fase 2. Portal del Empleado. (Proyecto en conjunto con RRHH)
  - Implantación del Sistema de Gestión de Inventarios. (Proyecto en conjunto con Técnica y Administrativa)
  - Implementación de la nueva plataforma de Intranet (Proyecto en conjunto con Prensa).
  - Sistema de Gestión de Ventas Internacionales (Modulo del Sistema de Gestión del Catálogo)
  - Tablero de Control de Indicadores de Producciones Externas (Inteligencia de Negocios). (Proyecto en conjunto con la Gerencia de Producciones Externas)

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.
- 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 con la elaboración de las biblias de producción y contenido de las producciones del Canal.
- Continuar la recepción y búsqueda de proyectos dramatizados y unitarios de entretenimiento.
- Continuar con el mejoramiento de mecanismos para garantizar una escritura productiva.
- Consolidar los sistemas de evaluación y seguimiento de contenidos con los comités asesores, lectores senior y taller de lectores junior para velar por la calidad del contenido de los productos.
- Continuar con el acompañamiento a los procesos de post producción y seguimiento de productos dramatizados desde la etapa inicial de desarrollo hasta su salida del aire, desde la oficina de dirección de calidad.
- Experimentar nuevos formatos como las series web.
- 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.

Área de Producción

- Incrementar la productividad, rentabilidad y eficiencia.
- Hacer una 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.
- 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.
- 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.
- Conocer cada vez mejor los gustos y hábitos de los televidentes.
- Seguir en la conquista de Caribe y Centro.
- Insistir en la necesidad de hacer historias propias, novedosas que creen identificación para que compitan con el cable y otras plataformas.
- Proponer hacer más historias de colombianos famosos que la gente admire y quiera.
- Tener al aire los formatos de entretenimiento más importantes del mundo de lunes a viernes durante todo el año.
- Fortalecer la marca con eventos que solo se vean por RCN como fútbol Nacional, Reinados, entregas de premios de televisión y cine.

Área de Mercadeo

- Diseñar e implementar una estructura interna para estudios de competencia y seguimiento de parrillas en canales internacionales. Resultados, contenidos, benchmarking.
- Aumentar el alcance de las diferentes investigaciones actuales tanto de producto como de programación así como la adaptación de estas a los cambios inherentes al mercado y la competencia.
- Profundizar el alcance del proceso actual con los procesos de definición de lineamientos para los lanzamientos montando una estructura que permita dirigir y verificar que los recursos de promoción vayan dirigidos hacía los targets tanto demográficos como geográficos que requiere la Vicepresidencia de Programación para el éxito de la parrilla.
- Definir parámetros, estudios e informes para crear unificación en el mensaje y el uso del mercadeo digital del Canal. Redes sociales, páginas web, contenidos, análisis de competencia para información del área de internet del Canal.
- Mantener la filosofía de entregar información oportuna y de calidad en todas las investigaciones y trabajos que realizamos.

Área de Internet

- Ratificar nuestro liderazgo digital con un diseño innovador del portal del canal, que incluye la producción de contenidos especializados para web, en una plataforma más rápida y eficiente. (Rediseño para mayo 2014).
- Implementar in house un ecosistema digital para Idol Colombia, con el objetivo de llevar audiencia a la pantalla, generarle tráfico al portal y lograr ruido y posicionamiento en redes sociales.
- Probar y medir el comportamiento de las web series producidas por CREA y de esta manera estimular la producción de los contenidos especializados en público digital.
- Incrementar el tráfico de los portales canalrcn.com, noticiasrcn.com y deportesrcn.com, entre otras, con la herramienta de NEWSLETTER, medir su envío y obtener una base de datos óptima que pueda generarnos información detallada sobre nuestros visitantes.

F. Vicepresidencia Informativos

- **Cubrimiento Elecciones**

Noticias RCN, continuará la alianza con La FM, RCN Radio y Revista Semana, para realizar debates y realizar encuestas para medir el pulso electoral de cara a las elecciones de Congreso en marzo y las elecciones presidenciales en mayo. Las encuestas serán contratadas con la firma Ipson Napoleón Franco.

El equipo periodístico se reforzará durante la época electoral y con alianzas con medios especializados como la Silla Vacía y la Misión de Observación Electoral.

Durante el proceso electoral se implementarán varias secciones:

Contra la Pared, es un espacio que invita a los diferentes candidatos al Congreso a responder 5 preguntas sobre temas de actualidad.

Bajo la lupa, recoge denuncias sobre posibles irregularidades en época electoral.

Yo Propongo, es un espacio donde los candidatos exponen sus ideas en 10 segundos.

Gira Electoral, es una sección que registra la actividad de los candidatos a la Presidencia de la República. Se emitirá en los noticieros de fin de semana.

La Cosa Política cuenta con dos sub secciones **Enredados** y el dato de cierre, donde se incluye información política y electoral.

Copa Mundial Brasil 2014

Noticias RCN se tomará la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014 desde el lunes 19 de mayo con 37 personas que cubrirán el torneo que comenzará el jueves 12 de junio y coronará un campeón el domingo 13 de julio.

Noticias RCN tendrá cuatro puntos básicos de transmisión, dos en Rio de Janeiro y dos en Sao Paulo. En la capital carioca se concentra la atención de los medios porque allí la FIFA instaló el Centro Internacional de Prensa, IBC. A este sitio llegarán las imágenes de las 32 selecciones clasificadas, información que estará a cargo de dos periodistas. Para darle otra mirada a esta fiesta del fútbol, un cronista y una presentadora de farándula estarán con notas especiales desde las playas cariocas.

La sede de Sao Paulo también tendrá dos puntos de información, porque en Cotía, una ciudad que colinda con la capital paulista, estará la sede de la selección. Al lado de Colombia estará un periodista deportivo y un cronista produciendo las notas informativas de nuestro equipo e informes de color de los hinchas nacionales que ya tienen más de 62 mil entradas asignadas por la FIFA. El otro punto de información, con una panorámica de Sao Paulo estará un presentador de deportes y un presentador de noticias generales que además relatarán los por menores de las 14 selecciones que escogieron esta ciudad como sitio de entrenamiento. Parte de este equipo se desplazará a las ciudades donde jugará Colombia, para apoyar las transmisiones de Futbolmanía RCN.

Se producirá información para las cuatro emisiones de noticias entre semana y para las dos emisiones del fin de semana, además de boletines especiales cada hora. Viajarán 8 camarógrafos de reportería, 3 camarógrafos de estudio, 3 editores, un realizador, dos luminotécnicos, dos sonidistas y 6 operadores de fly away.

- **Expedición RCN Brasil 2014**

Se trata de un equipo compuesto por 14 personas, entre periodistas y técnicos que con la excusa del Mundial de Fútbol Brasil 2014, emprenden la aventura de viajar a Brasil por tierra desde Bogotá, pasando por Ecuador y Perú hasta llegar a Rio de Janeiro, todo esto fundamentado en el deseo de muchos colombianos de acompañar a la selección Colombia al Mundial de Brasil y que por muchas razones no lo podrán hacer por vía aérea.

Este equipo de manera informal y coloquial informará a través de crónicas e informes en vivo, todas las incidencias de su travesía. Además de las emisiones de noticias se presentarán los informes en la página web y en el programa Muy Buenos Días.

El propósito periodístico del proyecto es mostrar a través de este cubrimiento; la gente, la historia, las costumbres, curiosidades y lugares de interés que ofrecen cuatro naciones por las que transitarán en esta emocionante aventura. La expedición estará al aire desde el 17 de marzo, recorrerá 9.000 kilómetros y transmitiremos en vivo durante 63 días consecutivos.

- **Deportesrcn.com**

De la mano de www.noticiasrcn.com y en busca del más amplio cubrimiento digital del Mundial de Fútbol de Brasil, se creará la página www.deportesrcn.com. Precisamente, la transmisión vía streaming de los 64 partidos de este evento deportivo, cuyos derechos fueron adquiridos por el Canal RCN, supone actualmente un gran reto tecnológico y editorial para el equipo de Internet Noticias. El portal acogerá información sobre todo el mundo deportivo y contará también con un trabajo propio en redes sociales.

- **Proyecto Especial Sobre el Proceso de Paz**

Ante la responsabilidad que comporta el cubrimiento de un hecho histórico como es la negociación de un acuerdo para poner fin al conflicto interno, Noticias RCN ha diseñado y ha puesto en marcha un ambicioso plan dirigido a cubrir, analizar y explicar los alcances de los diálogos entre el gobierno y los grupos guerrilleros. Entre ellos, se incluye:

- Documental "Un sueño de Paz", dirigido por Carlos Julio Betancourt, que ya salió al aire. Ahora haremos una nueva versión, sobre el ELN, para publicar en el momento en que se inicien los diálogos con ese grupo y con igual formato: basado en material de archivo, con entrevistas y análisis, sobre los anteriores intentos fallidos de negociación.

- Especiales periodísticos, dirigidos por un equipo encabezado por Patricia Gómez, sobre los cinco puntos de la agenda de negociación entre el Gobierno y las Farc. En cada tema habrá una historia real, con rostro humano, y análisis y opiniones que muestren por qué es importante un acuerdo sobre cada punto, desde el punto de vista de la paz.

- Documental dirigido por Natalia Orozco para contarles, a los colombianos y al resto del mundo, los últimos días de la guerrilla más antigua del mundo. Cómo se llegó a la paz y cómo librarán la guerrilla, y la sociedad, la batalla de transformar la guerra por la participación política.

E. Dirección de Comunicaciones y Prensa

- Modernizar los canales de comunicación entre el Departamento de Comunicaciones y Prensa, y los periodistas externos e internos, utilizando plantillas más modernas y que presenten de una forma más atractiva la información y que permitan una mayor interacción, respondiendo de manera adecuada a los avances tecnológicos.
- Optimizar el sistema de archivo de publicaciones a través de la inclusión de un mecanismo de monitoreo que será contratado de manera externa, con el fin de lograr tener un registro digitalizado de las menciones que se hacen del Canal RCN y sus producciones, tanto en radio, como en prensa, televisión y sitios web.
- Actualizar el archivo fotográfico, teniendo en cuenta que se trata de una pieza fundamental de la memoria histórica del Canal y su evolución.
- Crear un mecanismo de comunicación con los periodistas externos, que permita resolver de manera más rápida y efectiva las diferentes solicitudes que realizan frente a cada una de las producciones.
- Fortalecer los procesos de comunicaciones internas a través de los recursos existentes, actualizando la plataforma en la que actualmente funciona la Intranet y aprovechando esta herramienta para promover el sentido de pertenencia con la empresa; realzando la importancia de las actividades de responsabilidad social y de promoción de las producciones del Canal RCN, involucrando a los colaboradores en el fortalecimiento de la imagen institucional.
- Contar con un espacio para adecuar el estudio de fotografía donde se tenga la posibilidad de realizar la toma de imágenes que se requieran para el material de promoción de las diferentes producciones.

F. Vicepresidencia Técnica

- Ampliar la red de transmisión de Televisión Digital Terrestre para dar cumplimiento con la cobertura poblacional comprometida con la ANTV.
- Automatizar y Actualizar el Estudio de Noticas RCN.
- Actualizar el sistema de graficas de Noticas RCN a alta definición.
- Actualizar el archivo digital de Noticas RCN a alta definición.
- Ampliar la capacidad eléctrica de la subestación principal.
- Ampliar el sistema de emisión para alojar un canal de televisión adicional

- Ampliar el sistema de distribución satélite para un canal de televisión adicional.
- Ampliar la sala de redacción de NoticiasRCN.COM
- Integrar el sistema de producción de NoticiasRCN.COM con la sala de redacción del noticiero
- Renovar los sistemas de telecomunicaciones para el envió de noticias de las ciudades intermedias

En cumplimiento de la ley 603 de 2000, se informa que la Gerencia de tecnologías de la Información de la sociedad RCN Televisión 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 Televisión 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