

TELEVISIÓN REGIONAL DEL ORIENTE LTDA



WWW.CANALTRO.COM



INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2020

JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL



MAURICIO AGUILAR HURTADO
GOBERNADOR DE SANTANDER



Gobernación
de Norte de
Santander

SILVANO SERRANO GUERRERO
GOBERNADOR DE NORTE DE SANTANDER



ALCALDÍA DE
BUCARAMANGA
Municipio de Bucaramanga

JUAN CARLOS CÁRDENAS REY
ALCALDE DE BUCARAMANGA



JOHNNY WALTER PEÑALOZA NIÑO
GERENTE IDESAN



Instituto Financiero para el
Desarrollo de Norte de Santander

SANDRA MILENA ZAPATA ORTEGA
GERENTE IFINORTE



LOTería
Santander

Solidéz, Confianza y Responsabilidad Social

GONZALO MEDINA SILVA
GERENTE LOTERÍA DE SANTANDER



El futuro digital
es de todos

Gobierno
de Colombia
MinTIC

KAREN ABUDINEN ABUCHAIBE
MINISTRA DE LAS TIC

WALID DAVID JALIL NASSER
VICEMINISTRO DE LAS TIC



instituto
municipal
de cultura
y turismo
Bucaramanga

NESTOR JOSÉ RUEDA GÓMEZ
DIRECTOR INSTITUTO MUNICIPAL
DE CULTURA Y TURISMO



Es el Gran Santander

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	5
3.	OBJETIVOS	6
4.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS POR ÁREAS DE TRABAJO	7
4.1	ÁREA DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN	9
4.2	ÁREA FINANCIERA Y PRESUPUESTAL	41
4.3	ÁREA TÉCNICA Y EMISIÓN	49
4.4	COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	65
4.5	TRO DIGITAL	68
4.6	PROCESOS DE APOYO	81

1. INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar cumplimiento a los logros establecidos durante la vigencia del año 2020, la Gerencia de la Televisión Regional del Oriente (Canal TRO) rinde el informe general de la gestión de las siguientes áreas: Producción y Programación, Financiera y Presupuestal, Técnica y Emisión, Comercialización y Ventas, TRO Digital y Procesos de Apoyo. Es preciso resaltar que la planeación estratégica de la alta gerencia se ha convertido en una herramienta fundamental para afrontar los retos de la organización durante el año inmediatamente anterior.

En el mismo sentido, el desempeño institucional de cada una de las áreas que conforman la institucionalidad, ha sido fundamental para que el engranaje de la compañía se haya mantenido de manera dinámica, generando su consolidación a nivel local, regional y nacional.

2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

Somos la televisión pública regional que integra, gestiona, difunde y proyecta la identidad cultural del Oriente Colombiano al mundo.

VISIÓN

Para el 2030 ser una empresa líder en la realización de contenidos multiplataforma, generando una experiencia que cautive el corazón de nuestras audiencias.

VALORES CORPORATIVOS

- ✓ Somos una empresa dinámica con **RESPONSABILIDAD SOCIAL** que busca generar valor y compromiso por el bienestar de la comunidad.
- ✓ Trabajamos con **PASIÓN** para llegar al latido de nuestra audiencia. Somos un solo corazón.
- ✓ La **INNOVACIÓN** que nos caracteriza es un factor clave de competitividad y liderazgo para lograr destacar en nuestra región
- ✓ Nos caracteriza la **TRANSPARENCIA** en cada cosa que hacemos.
- ✓ El **COMPROMISO** es el reflejo del alcance intelectual y emocional de nuestros trabajadores y su contribución personal es el éxito de nuestro canal.
- ✓ Buscamos generar espacios de **PARTICIPACIÓN** con nuestros televidentes que nos permitan mejorar acorde a sus necesidades.
- ✓ Queremos con nuestros contenidos **EDUCAR**, informar y entretener al mundo con productos y contenidos de CALIDAD, propendiendo por el DESARROLLO del oriente colombiano y su proyección al mundo.

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Presentar a la Junta Administradora del Canal TRO los resultados obtenidos en la vigencia 2020.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

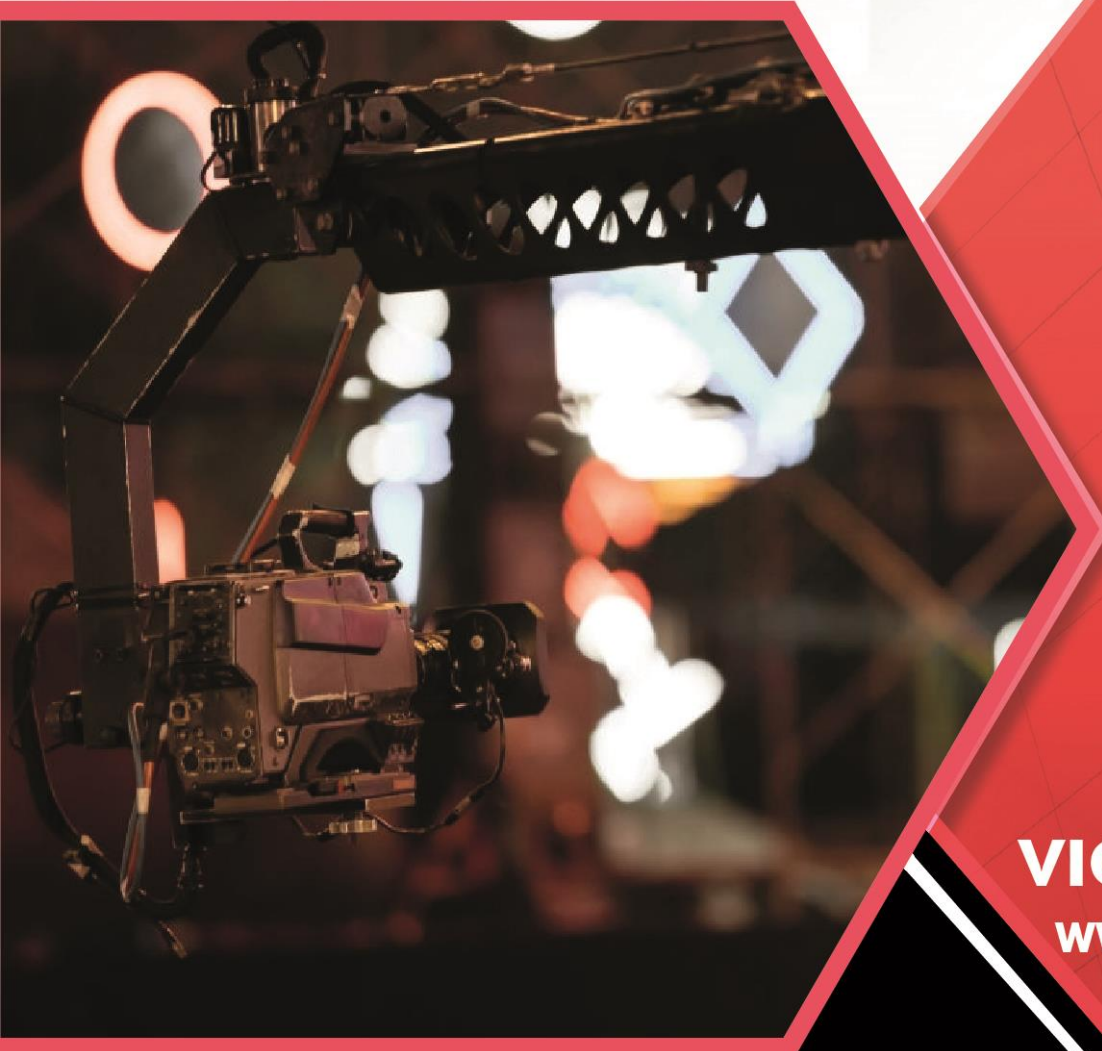
- Fortalecer los grupos de trabajo de cada una de las áreas que conforman la estructura organizacional.
- Velar por la gestión en la inversión de recursos económicos y humanos de la compañía de manera lógica, planificada y transparente.
- Generar el soporte administrativo y de liderazgo a cada una de las áreas que conforman la estructura organizacional.

4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS POR ÁREAS DE TRABAJO

Los resultados obtenidos y presentados a continuación, fueron suministrados por los líderes de área, quienes manifestaron en reiteradas oportunidades dificultades en su desempeño institucional, debido a la emergencia sanitaria desatada por la pandemia del COVID-19.

No obstante, dentro de los lineamientos establecidos por la alta gerencia, se han destinado todos los recursos humanos y económicos al alcance de la compañía para la puesta en marcha de un entramado de estrategias, que en un corto y mediano plazo marcarán la diferencia, consolidando al medio de comunicación como el más influyente de la televisión pública regional en el Gran Santander.

INFORME DE GESTIÓN



Es el Gran Santander

VIGENCIA **2020**

WWW.CANALTRO.COM



PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

4.1 ÁREA DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

La Dirección de Programación y Producción integra dos procesos misionales de la entidad como lo son la Gestión de Programación y la Gestión de Producción dichos procesos son los encargados de gestionar el diseño, producción, posproducción y emisión de los contenidos audiovisuales, que se emiten por nuestras señales de televisión de Canal TRO y TRO Plus.

Dentro de su gestión esta Dirección también diseña, ejecuta y supervisa la adecuada realización de las producciones propias financiadas con recursos del MINTIC y recursos propios del Canal, así como que se encarga de la ejecución y seguimiento a las producciones que contratan terceros como parte de nuestra prestación de servicios a otras entidades de la región y el país. Todas estas actividades se ejecutan en el marco de los objetivos consagrados en cada uno de los Tópicos del Plan Estratégico Situacional (PES) 2020 –2023.

El propósito de esta Dirección es ejecutar de manera exitosa todos los lineamientos consagrados en nuestros procesos con el equipo de colaboradoras que integra cada uno de los proyectos que lidera esta dependencia y que está alineada con las estrategias de gestión diseñadas por la Alta Dirección del Canal.

Siendo así este informe describe las actividades realizadas por la Dirección de Programación y Producción en la vigencia 2020 para la consecución de los objetivos planteados por la Alta Dirección del Canal.

ESTRENOS DE PRODUCCIONES PROPIAS 2020

Esta estrategia de estrenos se diseñó para dar cumplimiento a los objetivos PES planteados por esta Dirección para la Gestión 2020-2023 dichos objetivos son los que se mencionan a continuación:

1. Diseñar y ejecutar estrategias de contenido alineadas en el fortalecimiento de la identidad cultural con el gran Santander.
2. Aumentar los niveles de audiencia de los contenidos que forman parte de la parrilla de programación.

3. Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.
4. Crear y producir nuevos formatos televisivos e innovadores que alimenten la parrilla de programación, con contenidos para todo tipo de público.
5. Crear una parrilla de programación por franjas con una frecuencia establecida por género de contenido.

SERIES DE FICCIÓN

En la vigencia 2020 la apuesta de posicionar en la franja prime producciones de tipo documental, crónicas y de seriados de ficción se apertura los estrenos en el espacio horario de 9:00 a 9:30 p.m., esta estrategia permite que la audiencia se conecte siempre con nuestros grandes estrenos en este espacio horario, es así como el Canal TRO pudo emitir cuatro grandes producciones en formato seriado.



No Fue Alberto

Alberto es un joven, de origen humilde que vive con su mamá, por ayudar a su amigo se quedó sin cupo en el colegio y le toco trabajar desde muy temprana edad. Hace mucho que trabaja en un almacén como bodeguero hasta que un día su suerte cambio, cuando fue ascendido a Jefe de Bodega. Pero recién ascendido fue acusado de robo y lo despidieron, las deudas lo aquejan, y además su Madre se enfermó. ¿Qué hará Alberto? Si no fue quien robo y sin poder demostrarlo aquejado por las deudas ¿Robará?

Número de Capítulos:12

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar

Zona Roja

En el Charco, un pequeño pueblo de la Colombia rural y profunda, la violencia hace parte del diario vivir. José Vicente Flórez, “Chepe” un fiscal sin más expectativas que la de jubilarse, tiene que enfrentar la investigación del presunto suicidio de un viejo amigo acosado por la enfermedad y las deudas. Pero la reciente llegada desde la capital de un nuevo fiscal, un tecnócrata frio y apegado a la ley, le dará un nuevo significado a su oficio estrellándolo con el verdadero mundo que lo rodea.

Número de Capítulos:12

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar

MITOAGENTES

Daniel (13) y Sofía (16) dos disparejos hermanos, reciben la prestigiosa responsabilidad de ser los Mito-agentes, compromiso con el que deberán aprender a enfrentar sus temores y fortalezas para de esta forma resguardar la tradición oral del Gran Santander. Ellos son guiados por su abuela Josefa, miembro y maestra de la ancestral y mágica hermandad. La misión de ellos, ayudados por algunos elementos mágicos como lo son, el talismán y la enciclopedia ancestral, es viajar en el tiempo al origen de esas historias, en busca de cuidar que los mitos y las leyendas de toda la región estén protegidos y perduren en el tiempo. Para ello viajarán al inicio de estas narraciones y las protegerán en busca de su postergación por generaciones. Sin embargo, Cleofás otro miembro de la hermandad en busca de venganza atacará constantemente los mitos con el macabro objetivo final de acabar con los mito-agentes de todo el país.

Por lo tanto, Daniel y Sofía tendrán que unirse y aprender el valor de la familia para vencer a ese enemigo en común.

Cada una de estas aventuras irán forjando su coraje y su conocimiento, dejando en ellos el grandioso valor de la tradición cultural de su región y el legado familiar.

Número de Capítulos:5

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Juvenil

LIBRE Y OCUPADO:

A Juan Manuel lo conocemos minutos antes de entrar en coma. Se pasó un semáforo en rojo y se estrelló contra un camión. El Spark dio contra la llanta del enorme vehículo, al conductor del camión no le pasó nada, pero a Juan Manuel el impacto contra el panorámico y la llanta lo dejaron en un profundo coma del cual los médicos no se atreven a hacer ningún pronóstico pues por momentos lo pierden y ha tenido ya dos muertes aparentes.

Efectivamente Juan Manuel alcanzó a morir y en ese lapso, al encarar a San Pedro y ver que estaba en el lobby de la “vida eterna”, lo primero que se le ocurre es intentar sobornarlo y que lo deje bajar de nuevo a la vida: “colaborémonos” le decía Libre al guardián del cielo. Su argumento era que él tiene que sacar adelante a su familia a la que ciertamente ama entrañablemente San Pedro, nunca había visto a un mortal tan intenso y tan dispuesto a cualquier cosa por sacar adelante a su familia. Es tal la intensidad de las suplicas que el Apóstol, que todo lo ha visto, se conmueve y le propone a Juan Manuel un trato.

Número de Capítulos:8

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar

PROGRAMAS INFANTILES Y JUVENILES

La gran apuesta de la Alta Dirección en 2020 fue la de generar contenidos para las audiencias infantiles y juveniles a través de franjas de programación con contenidos especializados que permitieron reforzar los conocimientos, los valores y nuevas habilidades en los más pequeños de las casas, es así como se lograron grandes estrenos propios en la vigencia en mención.



ZOOLOGICO DE TINA:

Es una historia de una niña de 8 años, que acompaña a su padre, veterinario en el Zoológico de la ciudad, en su trabajo los fines de semana. Desde pequeña Tina descubrió que tenía la habilidad de entender a los animales y hablar con ellos. Desde entonces Tina, acompañada con Polly, su fiel mascota vive aventuras que nos llevan a aprender sobre el valor de los animales, las diferentes especies y la importancia de este nuestro ecosistema.

Número de Capítulos:8

Duración: 5 Minutos

Audiencia: Infantil – Edad 5-8 Años

PRESENTE PROFE

Es un espacio apropiado para que los niños reciban desde sus casas el conocimiento necesario para reforzar su desarrollo académico en la primaria, según el grado en que se encuentre. Posee un concepto multiplataforma que permitirá a los niños acceder a la información desde cualquier dispositivo y su contenido programático se encuentra avalado con el programa de formación del Ministerio de Educación Nacional de Colombia a través de la Secretaria de Educación del Departamento de Santander.

Número de capítulos: 41 Temporada 1 – 76 Temporada 2

Duración: 52 Minutos

Audiencia: Infantil – Edad 6-10 Años (Niños en Edad Escolar de Primero a Quinto Primaria).

MI CLASE MI PARCHE:

Es una propuesta que le permite a jóvenes y adolescentes de la secundaria y media, continuar con el refuerzo de su desarrollo académico desde Casa. Posee un concepto multiplataforma que permitirá a los jóvenes acceder a la información desde cualquier dispositivo y su contenido programático se encuentra avalado con el programa de formación del Ministerio de Educación Nacional de Colombia a través de la Secretaria de Educación del Departamento de Santander.

Número de capítulos: 76 Temporada 1

Duración: 52 Minutos

Audiencia: Adolescente – Edad 12-17 Años (Adolescentes en Edad Escolar de Bachillerato).

Las Producciones Presente Profe y Mi Clase Mi parche consolidaron en el segundo semestre del 2020 la franja de programación Generación TRO que se emitió en el espacio horario de 9:00 a 11:00 a.m. en estreno y con repetición en el espacio horario de 4:00 a 6:00 p.m. de lunes a viernes, dónde nuestras audiencias se habituaron a encontrar contenidos de refuerzo académico de una manera divertida y de fácil recordación.



FAN FEST:

El lunes festivo del año 2020, a las 9:00 a.m., la pantalla del Canal TRO se convirtió en un lugar de aprendizaje, herencia histórica y diversión para toda la familia con el programa infantil Fan Fest, que se enfocaba en contarle a nuestras audiencias infantiles el significado de las celebraciones patrias festivas.

Número de Capítulos:5

Duración: 52 Minutos

Audiencia: Infantil – Edad 6 a 12 años.

CHIQUITRÓPOLIS:

Este es un programa contenedor infantil que con sus contenidos todos los fines de semana desde el mes de noviembre acompañan a las audiencias infantiles a fortalecer sus valores con historias divertidas de formatos internacionales y nacionales que recrean el conocimiento de nuestras audiencias.

Número de Capítulos: 16

Duración: 15 Minutos

Audiencia: Infantil – Edad 6 a 12 años.

ROMPECABEZAS:

Es una serie documental que recorre los municipios del Gran Santander contando historias relacionadas con los derechos del niño y un futuro cercano ligado a la era del postconflicto. Entusiasmados con la idea de vivir en un país sin guerra, los **NNA** darán a conocer lo que piensan de la escuela, los amigos, la familia, la diversión y otros temas que sean producto de sus propias vivencias o que provengan de su imaginario.

Número de Capítulos:25

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Adolescentes – Edad 12 a 15 años.

CRÓNICAS Y DOCUMENTALES

Los contenidos que preservan la cultura y la tradición del Gran Santander fueron parte de nuestros estrenos en el año 2020, es así como se lograron producir y emitir varios programas en formato crónica y documental para la estrategia de estrenos de la vigencia.



ALBUM SANTANDER:

Es una serie documental que busca hacer una construcción de memoria por medio del archivo fotográfico personal de las familias Santandereanas, donde se almacenan momentos memorables en los cuales se recuerda la cotidianidad de las personas que habitan la región, sus costumbres características, sus logros conseguidos y recuerdos congelados en el tiempo que se convierten en fragmentos de la vida casi olvidados y que en su momento fueron importantes para cada hogar, resaltando la importancia del contenido oral que posee cada imagen en los álbumes de familia, en los cuales reposa una importante parte de nuestra historia, y secretos que se han olvidado por el pasar del tiempo, historias de individuos y colectividades que dejaron huella y cuyo momento se capturó en el tiempo para que otros pudieran admirar.

Número de Capítulos:8

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

SANTURBÁN EL LEGADO:

Nuestros protagonistas nos introducen en la magia de las siete maravillas de Santurbán, como legado de los habitantes del Gran Santander, y por ser uno de los mayores afluentes de agua en el País, ellos se sienten identificados y se hacen dignos representantes defensores de un patrimonio natural de nuestro país.

Número de Capítulos:7

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

MARAVILLAS DEL SANTANDER:

Es un recorrido por algunas regiones del Gran Santander reconocidas por su riqueza natural y entorno paisajístico, su desarrollo turístico, económico y su valor cultural. En el oriente colombiano existen parques naturales, senderos ecológicos, reservas ambientales, ríos, cascadas, áreas estratégicas y únicas, áreas de producción agrícola y patrimonios arquitectónicos que serán visualizados como una manera de promover el arraigo por lo nuestro y de esa manera fomentar sentido de pertenencia a las nuevas generaciones. El método de cómo se llevará a cabo cada recorrido será por medio de Drones, teniendo en cuenta las nuevas tendencias digitales que permiten visualizar y crear nuevas sensaciones desde otro alguno, en este caso desde las alturas.

Número de Capítulos:6

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

SANTANDER ES:

Se convierte en una ventana que busca evidenciar la grandeza de la región y su gente, de una manera descriptiva dando a conocer los secretos que identifican a los Santandereanos, una mirada profunda a las raíces que conectan a la región y que producen el cimiento de los habitantes de Santander, una joven influenciadora busca las respuestas que definen al santandereano, encontrando el origen por medio de un viaje en la memoria colectiva de la región rastreando los rasgos de su personalidad en los bastos terrenos que componen los paisajes rurales del territorio.

Número de Capítulos:6

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

MEMORIAS 25 AÑOS

Documental que mostrara los distintos episodios que atravesó la región y volverá a consultar a los testigos de los mismos, con el fin de hacer un marco comparativo en donde el pasado y presente se conjuguen para enseñar como un medio de las vicisitudes, las tragedias, estos nos han definido como raza.

Número de Capítulos:25

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

LA COCINA DE LA ABUELA:

Es un programa temático de cocina para televisión, que contará con la conducción de un presentador acompañado por un cocinero (a) o cheff que variará según el municipio en que se encuentre para preparar las recetas propias de las subregiones que ambos departamentos, el perfil de los cheff invitados deben ser personas del común que se destaquen por mantener viva la tradición gastronómica de los municipios que se visiten.

Número de Capítulos:25

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.



DE BARRIO EN BARRIO:

"**TODOS LOS BARRIOS TIENEN SU PROPIA HISTORIA**, es la premisa del nuevo seriado de CANAL TRO que recorrerá las calles de los 30 barrios más antiguos y de mayor riqueza cultural en el oriente colombiano, barrios que se destacan por ser el eje de las comunidades en el cual influyen distintos factores como: contexto social, político, personajes típicos y otros tantos que fortalecen el acervo cultural de todo un país que ha encontrado en cada calle y cada casa, una parte indispensable para edificar toda una sociedad; en otras palabras, el barrio ha sido, es y será, el alma del pueblo.

Número de Capítulos:30

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar

PROGRAMAS DE ENTREVISTA

Dentro de la estrategia de estrenos bajo este formato se realizaron producciones de programas de Genero como Tacones en la Mano, así mismo que los programas en formato entrevista de corte documental también formaron parte de los estrenos del año 2020.



TACONES EN LA MANO:

Las mujeres de hoy en día necesitan su propio espacio, bien sea para recibir consejos de otras mujeres o para recibir información sobre las diferentes situaciones que deben enfrentar diariamente, sin importar si son amas de casa o gerentes de una entidad bancaria. También conoceremos esas historias de vida y/o superación por las que muchas mujeres de la región han tenido que atravesar para salir adelante.

Número de Capítulos: 188

Duración: 52 Minutos

Audiencia: Familiar.

SANA DISTANCIA:

‘Saber para prevenir’ lleva a través de cada una de sus emisiones temas de interés para los ciudadanos, abordando temas que van desde la salud, el cuidado, la prevención, hasta temas recomendaciones para el hogar, la economía, el trabajo y la familia.

Número de Capítulos: 83

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

EDITORIAL ORIENTE NOTICIAS:

Es un espacio informativo de análisis a profundidad con los temas más importantes y de actualidad noticiosa diaria que se desarrolla en el Gran Santander, esto se realiza en una entrevista de 30 minutos con los personajes y protagonistas.

Número de Capítulos: 139

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

FOROS TRO 25 AÑOS:

Es un espacio de reflexión sobre la producción audiovisual en la era digital. Contó en su primera temporada con invitados de amplio reconocimiento nacional e internacional en los campos del periodismo, la realización de TV, la academia, las tecnologías de información y comunicación, así como con la interacción de las audiencias, quienes hacen preguntas sobre el tema a los panelistas. Foros TRO se convirtió en una opción de participación ciudadana, de alto nivel por la calidad de sus participantes y el nivel de análisis sobre el deber ser del ejercicio comunicativo en los medios. Fue creado en el marco de los 25 años del Canal TRO y se realizó tanto en formato presencial en auditorios, como con conexión digital desde los estudios del Canal TRO.

Número de Capítulos: 7

Duración: 52 Minutos

Audiencia: Familiar.

PUNTO DE GIRO

Vivimos en una sociedad que hemos sido testigos del desarrollo cinematográfico y como este, se ha convertido en un elemento de integración, con el cual se han quebrado las barreras idiomáticas y los esquemas mediáticos tradicionales para expresar la manera de pensar y sentir frente a las situaciones cotidianas e imaginarias que pueden ocurrir en la mente humana. Punto de giro es una propuesta audiovisual creada con el objetivo de visibilizar el trabajo realizado por todas las personas dedicadas al maravilloso mundo de la producción cinematográfica y descubrir el aporte de este sector del arte para el departamento de Santander.

Número de Capítulos: 5

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

JUNTOS LO LOGRAREMOS

Es un espacio de carácter social donde los protagonistas (emprendedores) Nortesantandereanos narran sus historias y experiencias vividas durante el proceso de inicio y avance de sus ideas de negocio.

Número de Capítulos: 16

Duración: 48 Minutos

Audiencia: Familiar.

PROGRAMA COMERCIAL

Con el ejercicio de activación comercial que necesitó el Canal en el segundo semestre del año 2020, se diseñó una estrategia de un formato tipo feria para que las marcas de la región tuvieran presencia en nuestra programación y con ello se pudiera entretener al televidente a través de la participación de una reconocida humorista como parte del elenco de presentación es así como nace el programa propio Comercial para algunos domingos Festigangas.



FESTIGANGAS:

Al Canal TRO llega un programa especial para todos los comerciantes, Festigangas es la primera gran feria comercial del Gran Santander. Una transmisión de una hora en primera pantalla con presencia en streaming para todo el oriente colombiano su marca y empresa estará en la mejor vitrina comercial Festigangas es la oportunidad que permite que las personas conozcan y reconozcan su marca y empresa el éxito de tu negocio está aquí.

Número de Capítulos: 4

Duración: 48 Minutos

Audiencia: Familia

NUEVOS FORMATOS

En el ejercicio de integrar la televisión con las artes escénicas el Canal TRO concibió un espacio para visibilizar a la danza, el ensamble musical, el teatro y el circo el cual denomino La Gran Carpa, así mismo se diseñó un formato para que en la época de navidad se evocara en familia esta tradición que en décadas se ha practicado en Colombia y la región la celebración de la novena de navidad.



LA GRAN CARPA:

A disfrutar de espectáculos artísticos de danza, teatro, circo y ensamble musical con La Gran Carpa. Este programa nace con el objetivo de apoyar a las compañías de Artes Escénicas, Fundaciones y Corporaciones con trayectoria destacada en Santander y Norte de Santander.

Los hogares del nororiente colombiano podrán disfrutar de esta demostración de talento de artistas que integran escuelas como Casa Teatro Cúcuta, Duncan Danza Estudio, Teatro Manotas, Ensamble Igsabelar y la Fundación Sin Límites a la Inclusión 'Luc y la Caravana de los Deambulantes' todos los fines de semana en el mismo horario.

Número de Capítulos: 9

Duración: Entre 48 y 72 Minutos

Audiencia: Familiar.

CUENTOS DE NAVIDAD: Cuentos de Navidad llega para unir a las familias en sus hogares y que sientan que el Canal TRO está acompañándolos en estas fechas tan importantes, donde a través de nuestra señal los acompañamos en la tradicional novena de navidad.

Número de Capítulos: 9

Duración: 24 Minutos

Audiencia: Familiar.

TRANSMISIONES:

A pesar de las dificultades presentadas por la medida de emergencia nacional declarada en el mes de Marzo del año 2020, el canal TRO pudo realizar algunas coberturas para la parrilla de programación, se realizaron alianzas con otros medios para enlaces de producciones audiovisuales que no fueron posibles de cubrir por nuestros sistemas tradicionales de producción como es el caso de la semana mayor desde el Municipio de Pamplona en Norte de Santander, en total se tuvo cobertura de 30 nuevos contenidos de programación especial para el año 2020.

ITEM	EVENTOS TRANSMITIDOS
1	Transmisión cancha marte
2	Talleres Siempre Santander- provincia Vélez
3	Talleres Siempre Santander- provincia Matanza
4	talleres Siempre Santander- provincia Yariguíes
5	Foro 25 años
6	enlaces ewtn santa misa cena del señor roma
7	enlaces ewtn rezando con Jesús en el huerto de los olivos
8	Transmisión misa vespertina de la cena del señor presidida por monseñor Víctor Manuel Ochoa Cadavid Obispo de Cúcuta
9	enlace celebración de la pasión del señor desde el vaticano enlace
10	Transmisión viernes santos presidida por monseñor Víctor Manuel Ochoa Cadavid obispo Cúcuta
11	Transmisión sermón de la siete palabra por monseñor Víctor Manuel Ochoa Cadavid obispo Cúcuta
12	Vigilia pascual con el Papa Francisco desde roma enlace ewtn
13	Enlace mensaje del urbi et orbi ewtn
14	Enlace el Papa Francisco celebra la misa solemne de pascua en el domingo de la resurrección desde roma ewtn
15	Transmisión Donatón Cúcuta
16	Transmisión Donatón Gran Extra Solidario
17	Serenata mariachi Vargas de Tecalitlan
18	transmisión especial internacional del orgullo LGBTI
19	Festival de Piano
20	Festival de Piano
21	Tranmisión cultural la Gran Carpa
22	Luc y la caravana de los deambulantes
23	Titeres arlequin
24	Río animas la hsitoria de amor mas grande del mundo
25	Teatro obra cabeza de dragon
26	Seis piezas santandereana
27	Transmision rye recreación - títeres
28	La variete del circo manotas
29	Transmision cucuta creativa fúntic
30	El nublado silencio de los paramos

Canal TRO en el año 2020 y en su gestión de contenidos tuvo un promedio de estrenos de 157 nuevos contenidos para la parrilla de programación de origen propio, nacionales externos y contenidos internacionales que permitieron dar expansión y credibilidad a nuestra programación en tiempos donde las dinámicas habituales de producción fueron suspendidas por la declarada emergencia social y de salud.

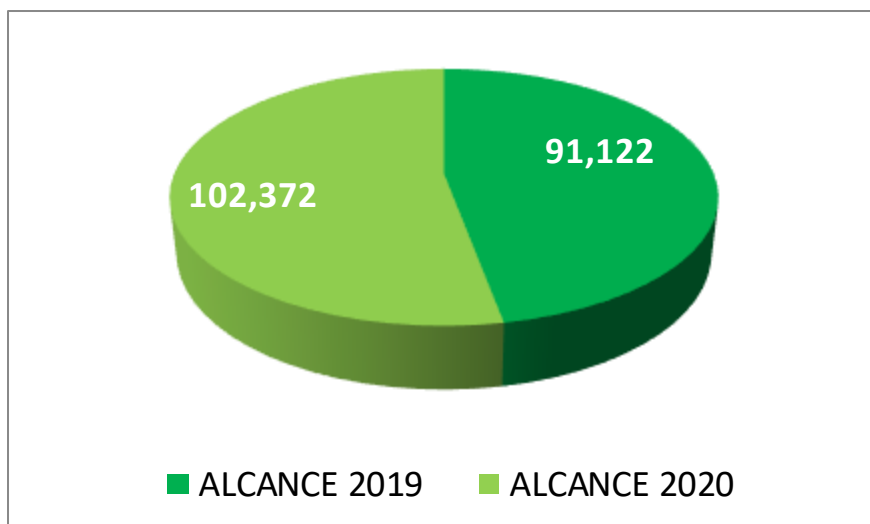
Así como que con la gestión de otros contenidos no habituales para la parrilla de programación se gestionaron estrenos de las alianzas con otros medios y producciones tipo transmisión realizada desde varios sitios del gran Santander.

Programas Propios	24
Programas Externo	95
Programas Internacionales	38
Enlaces	7
Transmisiones	23

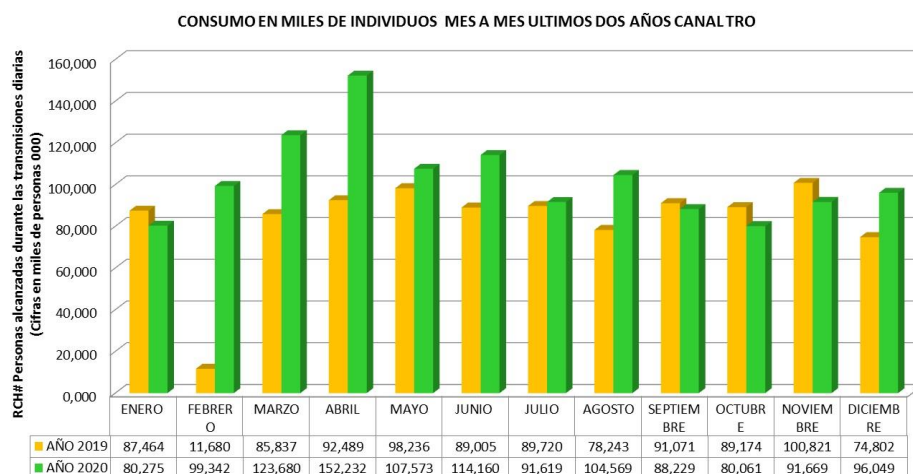
1.1 Total, de programas consolidado de estrenos 2020

RESULTADOS DE AUDIENCIAS SEÑAL CANAL TRO

Para el caso de la totalidad del año 2020 se presentó un incremento de la audiencia en comparación de la vigencia 2019 del 12,34% lo que represento en un promedio poblacional de 11.250 nuevos televidentes para nuestra señal en esa vigencia.



A continuación, se evidencia el consumo mes a mes del año 2019, en comparación con 2020 y lo que va del año 2021, en donde el comienzo de la pandemia entre los meses de marzo y abril marcaron un incremento significativo para las mediciones de nuestro canal.



INCREMENTO DE AUDIENCIAS INFANTILES Y JUVENILES POR LA SEÑAL CANAL TRO

En el año 2020 Canal TRO se caracterizó por llevar a los televidentes contenidos de calidad, en donde se apostó por fortalecer la parrilla de programación con contenidos para todo tipo de público, en especial priorizando esfuerzos por llegar a las audiencias infantiles y juveniles del gran Santander.

Una de estas apuestas nació a raíz de la pandemia en donde desde la Gobernación de Santander en conjunto con Televisión Regional del Oriente vieron la oportunidad de crear una franja educativa para impartir clases de básica primaria y secundaria por medio de la tv publica; programas como Presente Profe y Mi Clase Mi Parche llegaron a los hogares de más de 100.000 niños y Jóvenes del oriente colombiano, según estudios Kantar Ibope media y métricas de Facebook Live, convirtiéndose en programas de gran interés por parte de la audiencia.

Posteriormente, se logró ubicar otro tipo de espacios infantiles como lo es la franja Chiquitropolis, una franja que sin duda ha logrado cautivar a niñas y niños generando así un aumento en este tipo de público en comparación a periodos pasados.

En 2019 ya llegábamos a audiencias infantiles y juveniles, pero en el 2020 con apuestas como la franja generación TRO, y Chiquitropolis hemos logrado conquistar el corazón de alrededor de 14,117 niños y jóvenes del Oriente Colombiano.



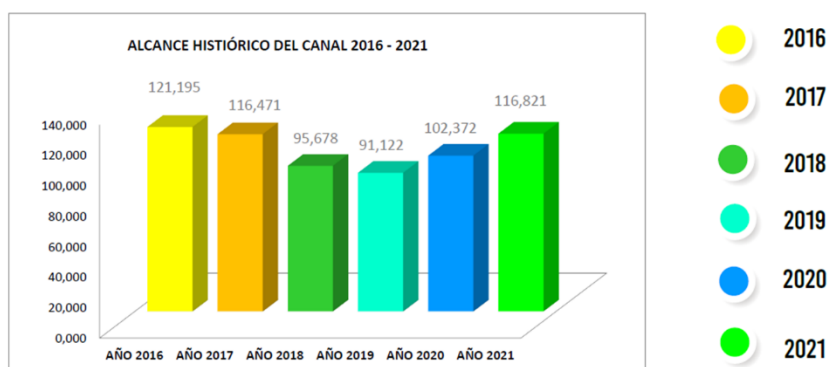
Por otra parte, según estudios de Kantar Ibope Media se resalta nuestro contenido informativo con el programa 'Oriente Noticias del medio día' siendo este de gran sintonía. Así mismo en la franja de la tarde encontramos programas que resaltan como lo es 'Actúe en Derecho' un espacio dirigido a personas adultas interesadas en conocer sobre asuntos de tipos legales, lo que ocasionó una respuesta positiva en nuestras audiencias, de la misma manera contenidos como Tacones en la Mano.

En la franja de la noche, se apostó por generar varios contenidos como Sana Distancia, Oriente Noticias Editorial, Mito agentes, Libre y ocupado, Punto de Giro que sin lugar a dudas han proyectado a mejorar en los niveles de audiencia de nuestro canal.

Así mismo en el año 2020 se emitieron contenidos originarios de nuestra región entre ellos De Barrio en Barrio, Juntos lo Lograremos, La Cocina de mi Abuela entre otros que generaron un arraigo con el televidente.

Ahora bien, también llegaron a nuestra parrilla documentales de producto de las alianzas internacionales de medios aliados como ATEI – RED TAL, los cuales marcaron la diferencia con un alto alcance en nuestra zona de cobertura lo cual permitió un crecimiento de nuestras audiencias en el año 2020 frente a lo logrado en el año 2019.

EL CRECIMIENTO EN AUDIENCIAS DE NUESTRO CANAL SE VE REFLEJADO EN ESTOS ÚLTIMOS AÑOS



GESTION DE CONTENIDOS

Para la Gestión de Contenidos diseñada en la parrilla de Programación la Alta Dirección de la entidad logro firmar 12 alianzas Nacionales e internacionales no realizadas antes por el canal, aperturando con este tipo de alianzas la posibilidad de exponer la marca Canal TRO con otros países de habla hispanoamericana.



- **Alianzas Nacionales Concertadas:**

Fundación Patrimonio Fílmico de Colombia: Con esta Alianza por primera vez el canal podrá con el acompañamiento y asesoramiento de la preservación y conservación del material de archivo audiovisual, así como el de la visibilización de contenidos producidos por esta institución a través de nuestra señal.

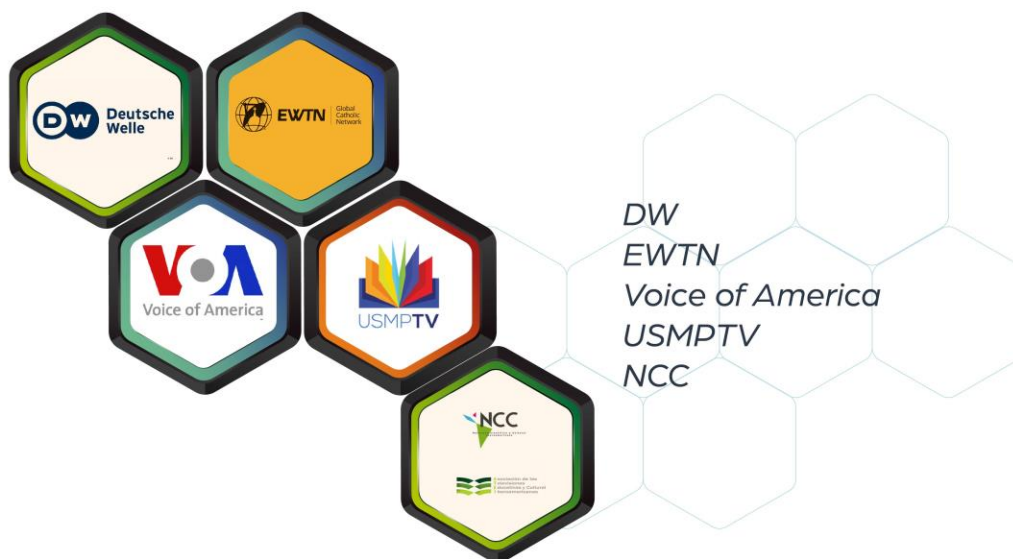
Alianza Informativa TV Pública – RTVC: Esta fue una iniciativa expuesta en la mesa de Gerentes de Canales regionales realizada en la ciudad de Cartagena en el mes de marzo por parte de la Alta Dirección de Canal TRO y fue avalada por el equipo de Gerentes quienes se vincularon con la entrega de informes Diarios a esta red de noticias que se emite en nuestros espacios informativos del Canal TRO en su parrilla de programación y se muestra un panorama nacional desde la región.

CANAL ZOOM – Canal Universitario Zoom: Esta iniciativa busca el intercambio de contenidos y producciones para educativas entendiendo el origen y la naturaleza del Canal Universitario de Colombia, es primera vez que el canal hace una alianza de este tipo.

Alianza Contenidos Infantiles TV Pública; Con un aporte de todos los canales públicos regionales y nacionales se consolidó el primer banco de contenidos infantiles para nuestras señales de programación y Canal TRO puso a disposición su plataforma virtual para realizar la carga y descarga de estos contenidos por parte de la TV Pública, así como que incorporo a su parrilla de programación la Franja de TEO con contenidos para la audiencia infantil y juvenil de la región.

Alianza Mi Señal Territorio – Canal TRO PLUS: Esta alianza actualmente alimentan los contenidos que demandan en la mañana la segunda señal de Canal TRO especializada en contenidos para audiencia infantil y juvenil del canal y que llega al Gran Santander desde el 11 de mayo de manera gratuita con contenidos distintos a los de la señal principal.

- **Alianzas Internacionales Concertadas:**



ATEI – Asociación de Televisión Educativa y Cultural de Iberoamérica: En el mes de Marzo el Canal TRO empezó a labrar su proyección internacional y exposición de contenidos a otros escenarios y fuimos admitidos como Socios de ATEI, esta es una posibilidad de acceso a contenidos internacionales documentales que alimentan nuestra demanda de programación los fines de semana, así como que hemos sido partícipes con corresponsalías con el noticiero internacional del Coronavirus del Canal 44 de México ubicando a nuestra marca en escenarios de reconocimiento internacional, dónde antes no se había tenido participación.

DW – Televisión Pública Alemana: Después de 4 años de inactividad en el mes de marzo se renovó el convenio internacional para traer a nuestra programación contenidos internacionales documentales, de entrevista, tecnología, ciencia, cocina e innovación ofertados por un canal internacional a cero costos y que brindara la posibilidad de reconocimiento y aprendizaje a quienes siguen estos contenidos en nuestra señal de Canal TRO.

EWTN - Canal Vaticano EU: Ante la llegada de la pandemia el canal TRO gestiono una alianza por primera vez con el canal del vaticano para traer en formato de alta calidad la transmisión realizada por el Vaticano a cerocosto a nuestra señal de televisión y dar cobertura a la tradicional semana mayor celebrada en el mes de abril.

USPM TV – Canal Educativo de Perú: Por primera vez Canal TRO hace una alianza con el canal educativo de Perú e involucra en sus contenidos juveniles nuevos formatos de aprendizaje para estas audiencias.

VOA – Voz de América EU; Se renovó por cuatro años más el convenio con el canal internacional de Estados Unidos y se participó desde la Alta Dirección en reuniones para futuras alianzas de Coproducción en esta renovación de alianzas, este convenio tiene aporte de formación para nuestros periodistas y tiene contenido internacional informativo que alimenta nuestra demanda de programación.

EJECUCIÓN DE PROYECTOS FINANCIADOS FUTIC



Para la estrategia de Estrenos de producciones Propias la Dirección de Producción y Programación hizo el seguimiento y programación a los contenidos aprobados y financiados por el MINTIC en la vigencia a continuación se entrega una relación de los proyectos financiados con el número de capítulos:

- PLAN DE INVERSION 2020**

Resolución 00093

Programa	Formato	Capítulos		
		Propuestos	Duración minutos	Emitidos
ORIENTE NOTICIAS	Informativo	460	60 y 90	460
ROMPECABEZAS	Documental	25	24	25
LA COCINA DE MI ABUELA	Documental	25	24	25
TRANSMISIONES CULTURALES Y/O DEPORTIVAS	Transmisiones	7	90	7
TACONES EN LA MANO	Entretenimiento	180	54	180
MEMORIAS: 25 Años, la historia detrás de la Televisión	Documental	25	24	25
ACTUE EN DERECHO	Eduentretenimiento	200	54	200
PUNTO DE GIRO- INVITACION PUBLICA	Doc-Entrevistas	4	24	4
VOZ A VOZ- INVITACION PUBLICA	Documental	4	12	0
SANTANDER ME GUSTA, ME ENCANTA Y ME DIVIERTE- INV. PUBLICA	Documental	4	24	0
MISTERIOS DE SANTANDER- INV. PUBLICA	Crónica	10	24	0
DEPORTE SUDOR Y LAGRIMAS -INVITACION PUBLICA	Documental	4	24	0
OPUESTOS-INVITACION PUBLICA	Crónica	10	24	0
Total		958		926

- **PROYECTOS ESPECIALES - Resolución 497**

Programa	Formato	Capítulos		
		Propuestos	Duración minutos	Emitidos
MITO AGENTES	FICCION	5	24	5
LIBRE Y OCUPADO	FICCION	8	24	8
CASATALENTOS	CRONICA	10	24	0
PATRIA CHICA NORTE SDER	CRONICA	10	24	0
PATRIA CHICA SANTANDER	CRONICA	10	24	0
DE BARRIO EN BARRIO	CRONICA	30	24	8
ETNIAS-LGTBI	CRONICA	4	24	0
Total		77		21

Como resultado de este proceso varias de estas producciones se estrenaron en la vigencia 2020 y quedaron otras producciones que no registran emisión proyectadas para estreno durante el primer semestre del año 2021.

ENCENDIDO SEGUNDA SEÑAL TDT TRO PLUS

Calle 5 - Cra 4
Antigua Sede Licorera de Santander
PBX 648 11 77
Sede Floridablanca - Santander - Colombia

Calle 5 No 2-38 Piso 3 Barrio Latino
Sede Universidad de Pamplona Cúcuta
PBX 589 3558
Sede Cúcuta - Norte de Santander - Colombia

El 11 de mayo del año 2020 a las 7:00 a.m. se apertura la segunda señal de nuestro sistema de Transmisión TDT para la audiencia del Gran Santander, esta señal se denomina TRO PLUS y tiene un diseño de programación enfocado en audiencias especializadas para niños y jóvenes del Gran Santander.

El montaje tecnológico y de estructuración de contenidos se realizó en un tiempo récord para entregar otros escenarios de aprendizaje a las audiencias infantiles y juveniles de la región que han tenido que reforzar sus metodologías de aprendizaje desde casa producto de la llegada de la Pandemia a Colombia en el mes de marzo.



Diseño de Programación:

AUDIENCIA OBJETIVO: La Parrilla de Programación diseñada para esta señal está conformada por contenidos diferentes al de la señal principal los contenidos están dirigidos para una audiencia infantil y juvenil y fueron programados por franjas.

PARRILLA ESPEJO: La parrilla de programación desde el 11 de mayo tiene 11 horas de contenido en estreno diarios para esta señal distintos a los contenidos que se emiten en la señal principal y a partir de las 6:00 p.m. se inicia la emisión en espejo de las 5 horas emitidas entre la 1:00 p.m. y hasta las 6:00 p.m. cerrando emisión a las 12:00 de la media noche.

ESTRUCTURACIÓN DE LA PARRILLA POR FRANJAS DE CONTENIDOS

FRANJA MUSICAL: Con una alianza con la casa Disquera Codiscos realizamos la emisión de Rondas Infantiles musicales durante una hora este contenido va dirigido para niños entre los 5 y los 8 años de edad.

FRANJA PRESENTE PROFE: En un horario distinto a él de la señal principal y desde el capítulo uno se empezó en la señal dos (TRO + PLUS) la emisión del programa dirigido para niños en edades entre los 6 y los 11 años, donde a través de la señal de televisión se lleva a cabo mediante clases didácticas con docentes especialistas delegados por la Secretaria de Educación del Departamento de Santander el contenido programático establecido por el Ministerio de Educación para las asignaturas de Matemáticas, Lengua Castellana, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales y Ética y Valores, esta es una producción original de Canal TRO que inició emisión en la señal principal desde el 4 de Mayo inicialmente está contemplada la producción y emisión de 40 capítulos.

FRANJA CONTENIDOS NACIONALES TV PÚBLICA: Con una alianza realizada con los 8 canales regionales de la televisión Pública y el Canal señal Colombia de RTVC liderada en el mes de marzo por MINTIC se gestionaron 1016 contenidos y se incluyeron estos contenidos en la señal dos en el horario de 3:00 a 5:00 p.m. en cuatro espacios de 30 minutos se programan contenidos entre concursos, series de ficción, animados, entre otros contenidos dirigidos a una audiencia en edades entre los 5 y 15 años de edad.



FRANJA INTERNACIONAL: Con una alianza realizada con el canal USPM TV de Perú se gestionó desde la Gerencia de Canal TRO 74 contenidos educativos y se inició con la emisión de un programa denominado A la Salida y Comunicación contenidos especializados para incentivar la lectura en niños y jóvenes.

Así mismo se programaron los contenidos infantiles entregados por la RED TAL a él MINTIC en el mes de abril que fueron en total 369 contenidos y se inició en la segunda señal la programación con el programa de la Mesa Amarilla un contenido dirigido para niños en edades entre los 6 y los 13 años.

INFORME DE GESTIÓN



VIGENCIA 2020

WWW.CANALTRO.COM

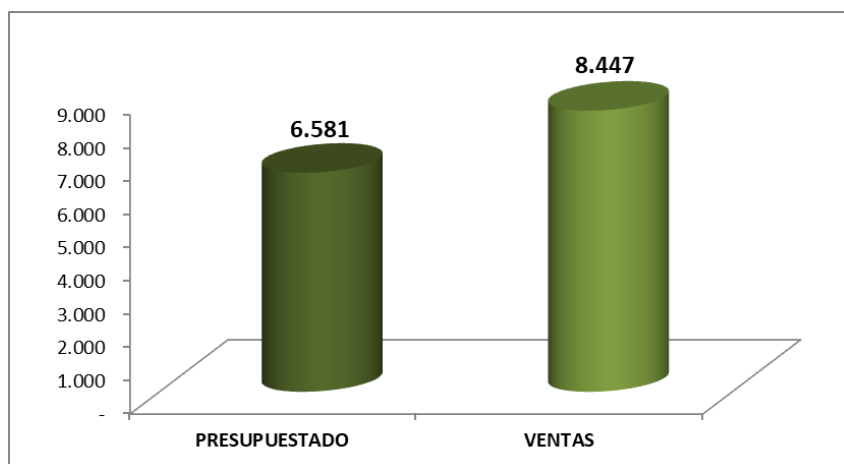


FINANCIERA Y PRESUPUESTAL

4.2 ÁREA FINANCIERA Y PRESUPUESTAL

CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE LOS INGRESOS DE RECURSOS PROPIOS EN RELACIÓN AL PRESUPUESTADO PARA EL AÑO 2020

SERVICIOS	PRESUPUESTO	VENTAS	AVANCE
Cesión de Espacios	1.616.885.025	958.542.094	59%
Pauta Publicitaria	2.182.975.106	1.753.479.843	80%
Producciones	900.458.000	2.046.906.648	227%
Plan de Medios	1.000.000.000	2.514.543.446	251%
Alquiler de Equipos	590.846.545	894.572.822	151%
Otros Ingresos	200.000.000	213.841.547	107%
Ley 14	90.000.000	65.542.525	73%
TOTAL	6.581.164.676	8.447.428.925	128%



Cesión de Espacios

Este rubro presenta una ejecución del 59% de acuerdo a lo presupuestado, obedece a la gestión realizada durante el año para seguir posicionando la parrilla de programación. Dentro de los espacios contratados se encuentran el Noticiero ORO NOTICIAS, programas de productores externos y programas de entidades públicas y privadas.

Comercialización

Este rubro presentó una ejecución del 80% de acuerdo con lo presupuestado. Esto obedeció a la gestión de la Gerencia, la Dirección Comercial y ejecutivos de venta para la comercialización de la pauta publicitaria, cuyos clientes más representativos son empresas privadas, entidades públicas nacionales y regionales, agencias de publicidad.

Producciones

Este rubro representó una ejecución del 227% de acuerdo con lo presupuestado, y correspondió a la venta de servicios de producción que se realiza a socios de la entidad como es la Gobernación de Santander, Lotería de Santander, MINTIC y empresas de la región.

Plan de medios

Este rubro tuvo una ejecución del 251% de acuerdo con lo presupuestado, y correspondió a la ejecución de planes de medios de entidades públicas como Gobernaciones, Alcaldías, Entes Territoriales.

Alquiler de equipos

Este rubro presentó una ejecución del 151% de acuerdo a lo presupuestado, el cual correspondió a la prestación de servicios de alquiler de equipos como son los estudios de televisión, las móviles, cámaras y otros.

Otros Ingresos

Este rubro presentó una ejecución del 107% de acuerdo con lo presupuestado, el cual correspondió a la prestación de servicios de Transfer, Certificaciones, Archivo Fílmico, Plataformas Digitales y Close Caption.

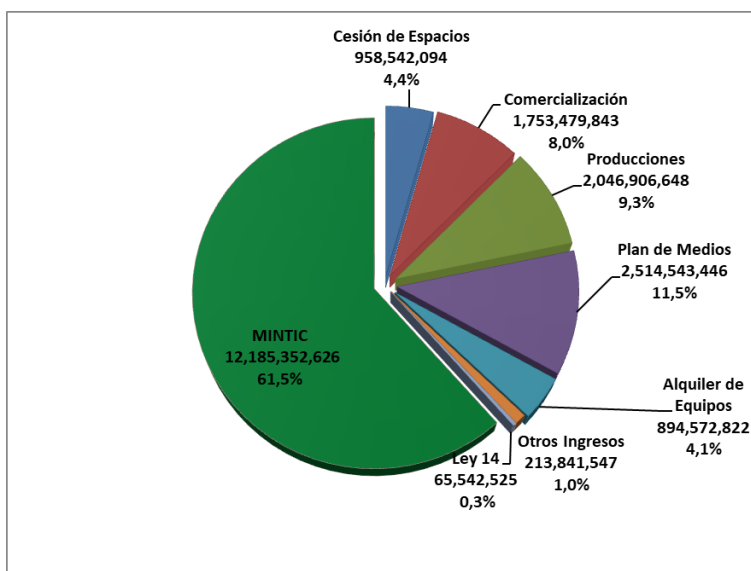
Ley 14

Este rubro presentó una ejecución del 73% de acuerdo con lo presupuestado, el cual correspondió al 2% del presupuesto de publicidad de las entidades descentralizadas.

En total a corte diciembre 31 de 2020 se cumplió la ejecución de los ingresos de acuerdo con lo presupuestado en un 128%.

PARTICIPACION DE LOS INGRESOS TOTALES DEL AÑO 2020

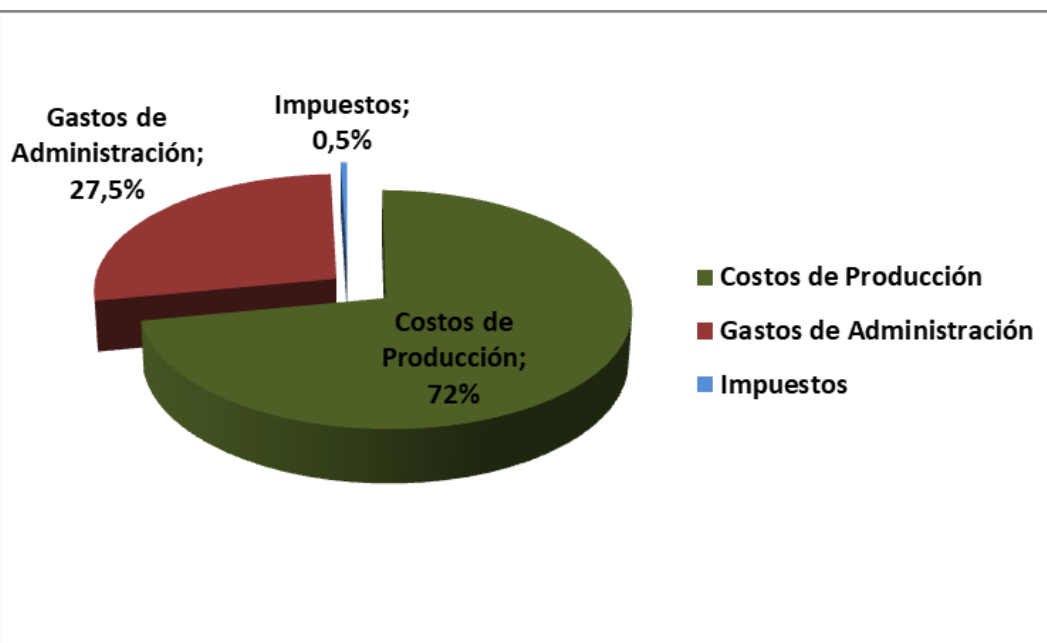
INGRESOS	AÑO 2020	%
Cesión de Espacios	958.542.094	4,4%
Comercialización	1.753.479.843	8,0%
Producciones	2.046.906.648	9,3%
Plan de Medios	2.514.543.446	11,5%
Alquiler de Equipos	894.572.822	4,1%
Otros Ingresos	213.841.547	1,0%
Ley 14	65.542.525	0,3%
MINTIC	13.504.173.511	61,5%
TOTAL	21.951.602.436	100%



Del total de los ingresos se muestra una comparación de la participación de cada uno de los conceptos de servicios que presta la entidad, en el cual se puede analizar que los recursos del Ministerio de las Telecomunicaciones son del 61.5% del total de los ingresos del año 2020, en cuanto al rubro de recursos propios la mayor participación está representada en el servicio de plan de medios con un 11.5%, y los servicios de producción con un 9.3%.

COMPORTAMIENTO DE LOS COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCION	2020	2019	ANALISIS HORIZONTAL	
			2020-2019	% VARIACION 2020-2019
Costos de Producción	15.500.409.805	17.723.404.774	-2.222.994.969	-13%
Gastos de Administración	5.924.580.299	5.170.482.829	754.097.470	15%
Impuestos	105.571.856	104.384.195	819.819	1%
TOTAL	21.530.561.960	22.998.271.798	- 1.468.077.680	-6%

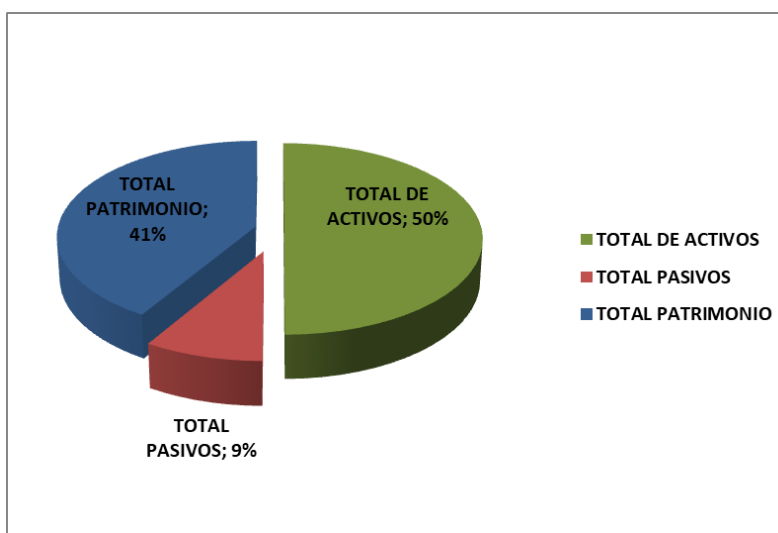


Del total de los Costos y Gastos la mayor participación la tienen los costos de producción con un porcentaje del 72%, y los gastos de Administración un 27.5%

COMPORTAMIENTO Y PARTICIPACION DE CUENTAS DE BALANCE

DESCRIPCION	2020	2019	ANALISIS HORIZONTAL	
			2020-2019	% VARIACION 2020-2019
TOTAL DE ACTIVOS	17.326.195.276	14.788.916.538	2.537.278.738	17,2%
TOTAL PASIVOS	3.005.806.943	787.480.092	2.218.326.851	281,7%
TOTAL PATRIMONIO	14.320.388.333	14.001.436.446	318.951.887	2,3%

Se concluye que el activo presenta un crecimiento del 17,2%, a su vez el pasivo presenta un aumento del 281,7%, siendo esto acorde con las cuentas por cobrar para la entidad, y el patrimonio presenta un crecimiento del 2,3%



Se evidencia que del 100% de las cuentas del balance el activo representa el 50%, el pasivo es bajo con una participación del 9% siendo esto positivo para la entidad, para un patrimonio total del 41%

INDICADORES FINANCIEROS

DESCRIPCION	2020	2019
INDICADORES DE LIQUIDEZ		
Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	2,26	3,46
Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	3.778.278.964,07	1.934.878.731,00
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO		
Nivel de Endeudamiento % = Pasivo Total / Total Activo	17%	5%
INDICADORES DE RENTABILIDAD		
Margen Bruto (de Utilidad) % = Utilidad Bruta / Ingresos Netos	29%	25%
Margen Operacional (de Utilidad) % = Utilidad Operacional / Ingresos Netos	18%	13%
Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	1%	1%
Margen Ebitda = Utilidad o Pérdida Operacional + Provisión y Depreciación	3.744.765.813	2.781.500.638
Ebitda % = Margen Ebitda / Ingresos Netos	17%	12%

Indicadores de Liquidez o Razón Circulante:

Razón Corriente. Muestra que Canal TRO a corte diciembre de 2020 dispone de (\$2.26) pesos para cancelar cada (\$1) peso que debe a corto plazo. Indica en qué proporción las obligaciones de corto plazo, están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir a efectivo, en un periodo de tiempo igual o inferior al de las obligaciones corrientes.

Capital de Trabajo. Es el excedente de los activos corrientes, (una vez cancelados los pasivos corrientes) que le quedan a Canal TRO, para atender las necesidades de la operación normal de la entidad.

Indicador de Endeudamiento:

Nivel de Endeudamiento. Indica el nivel de endeudamiento que tiene Canal TRO a corte Diciembre 31 de 2020, el cual corresponde al 17%.

Indicadores de Rentabilidad:

Margen Bruto: Indica cuanto se ha obtenido por cada peso de ingresos luego de descontar los costos de venta, el cual para el año 2020 corresponde al 29%

Margen Operacional: Indica que Canal TRO genero una utilidad operacional equivalente al 18%, con respecto a los ingresos del año 2020.

Margen Neto: Indica que Canal TRO para el año 2020 genera una pérdida que corresponde al 1%.

Margen Ebitda: Indica el valor de la utilidad o pérdida operacional de Canal TRO en términos de efectivo. La utilidad operacional reportada por Canal TRO es de \$3.744 millones por Ebitda.

INFORME DE GESTIÓN



Es el Gran Santander

VIGENCIA 2020

WWW.CANALTRO.COM



TÉCNICA Y EMISIÓN

4.3 ÁREA TÉCNICA Y EMISIÓN

A continuación, se presenta el procedimiento de desarrollo de trabajo del Área Técnica y Emisión.

PLAN ESTRATÉGICO DE TÉCNICA Y EMISIÓN

1. PLAN DE INVERSIÓN LÍNEA DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA 2020. RESOLUCIÓN MINTIC 00093 DEL 2020

Objeto: Fortalecer, renovar e integrar nuevas tecnologías para mejorar la producción audiovisual o los flujos de trabajo.

Cumplimiento: 100%

Los proyectos financiados por el MINTIC son los siguientes:

MINTIC PROYECTOS RESOLUCIÓN 00093 DEL 2020				
INFRAESTRUCTURA	PROYECTADO	EJECUTADO	% DE AVANCE	% DE PAGO
Master de Emisión TRO PLUS	\$ 113.277.290	\$ 113.277.290	100%	100%
Cabecera Satelital	\$ 429.184.636	\$ 429.184.636	100%	100%
Fortalecimiento Post-Producción	\$ 134.411.808	\$ 134.411.808	100%	100%
Fortalecimiento Producción	\$ 177.067.145	\$ 177.067.145	100%	100%
Fortalecimiento Automatización	\$ 70.352.579	\$ 70.352.579	100%	100%
Fortalecimiento Master de Emisión	\$ 3.420.881	\$ 3.420.881	100%	100%
Fortalecimiento Móvil 1	\$ 4.405.237	\$ 4.405.237	100%	100%
TOTAL	\$ 932.119.576	\$ 932.119.576	100%	100%

Tabla 2. Resumen proyectos de infraestructura ejecutado

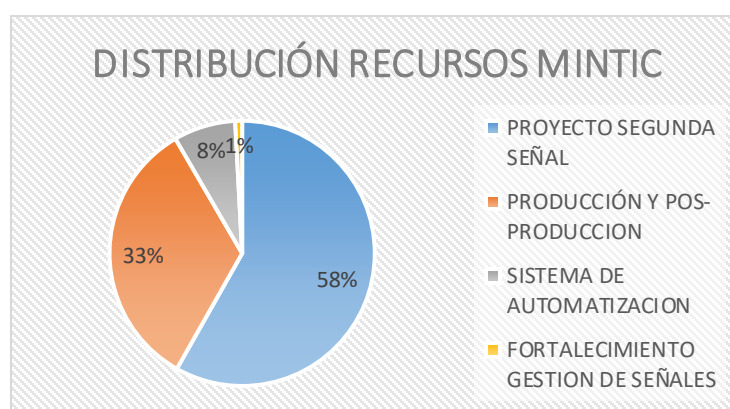


Imagen 5. Distribución recursos MINTIC Resolución 00093 del 2020.

PROYECTO SEGUNDA SEÑAL

Este proyecto se divide en dos momentos los cuales son:

- La adquisición de los equipos para el master de producción
- La renovación de la cabecera satelital.

IMPACTO PROYECTO SEGUNDA SEÑAL								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

2do Master de Emisión

La principal característica de este master de emisión es soporta señales HD para su transmisión y tener acceso a todos los sistemas de contribución de señales del canal, permitiendo que su programación sea ingesta desde un servidor de play-out o generada en vivo desde estudios o las unidades móviles desde en lugar del Gran Santander o Colombia.

Inversión:
\$113.277.290

Estado Finalizado

Resultado: Exitoso



Cabecera Satelital

La renovación de la cabecera satelital del Canal TRO permitió mejorar los algoritmos de compresión de señales y que sobre la misma portadora se aumentara el ancho de banda, logrando así, emitir la segunda señal en HD, esto diseño le permite al canal ahorrarse aproximadamente \$200.000.000 al año ya que no se tuvo la necesidad de ampliar el ancho de banda del segmento satelital entregado por RTVC. La configuración se conoce como N+1, es decir, que ambas señales HD o las señales de TRO HD y TRO PLUS tengan redundancia en toda su estructura.

Inversión: \$429.184.636

Estado Finalizado

Resultado: Exitoso



PROYECTO FORTALECIMIENTO AREA PRODUCCION

Este proyecto es el segundo de importancia del primer semestre e impacta directamente en 2 áreas mejorando su productividad y calidad audiovisual que posteriormente se reflejaran en nuestra señal al aire.

IMPACTO PROYECTO FORTALECIMIENTO PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Fortalecimiento área de post-producción		
Se fortalece la infraestructura de post-producción con el ingreso de 6 nuevos equipos tipo Workstation para edición y animación logrando optimizando las ediciones para los diferentes programas. En el fortalecimiento de esta línea se seguirá trabajando los próximos años.		
Inversión: \$134.411.808	Estado: Finalizado	Resultado: Exitoso



Fortalecimiento área de producción		
Con la inversión se mejora la producción en exteriores fortaleciendo a los camarógrafos y a las producciones especiales como serizados o formatos tipo documental.		
Inversión: \$177.067.145	Estado: Finalizado	Resultado: Exitoso



FORTALECIMIENTO SISTEMA DE AUTOMATIZACIÓN

Este proyecto se da para eliminar el riesgo de falla o salida de producción del equipo de copia legal y la librería del Canal TRO. Si alguna de las dos fallas se hubiese materializado afectaría los procesos de 7 áreas de producción.

IMPACTO PROYECTO FORTALECIMIENTO SISTEMA DE AUTOMATIZACIÓN								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Inversión: \$70.352.579

Estado: Finalizado

Resultado: Exitoso



FORTALECIMIENTO GESTIÓN DE SEÑALES

Este proyecto permite ganar flexibilidad y escalabilidad en los centros de producción. La adquisición de estos equipos impacta positivamente a 2 áreas del Canal TRO.

IMPACTO PROYECTO FORTALECIMIENTO SISTEMA DE AUTOMATIZACIÓN								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Fortalecimiento del Master de Emisión

Inversión: \$3.420.881

Estado: Finalizado

Resultado: Exitoso



Fortalecimiento de la Móvil 1

Inversión: \$4.405.237

Estado: Finalizado

Resultado: Exitoso



2. PLAN DE INVERSIÓN LÍNEA DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA 2020. RESOLUCIÓN MINTIC 497 PROYECTOS ESPECIALES DEL 2020

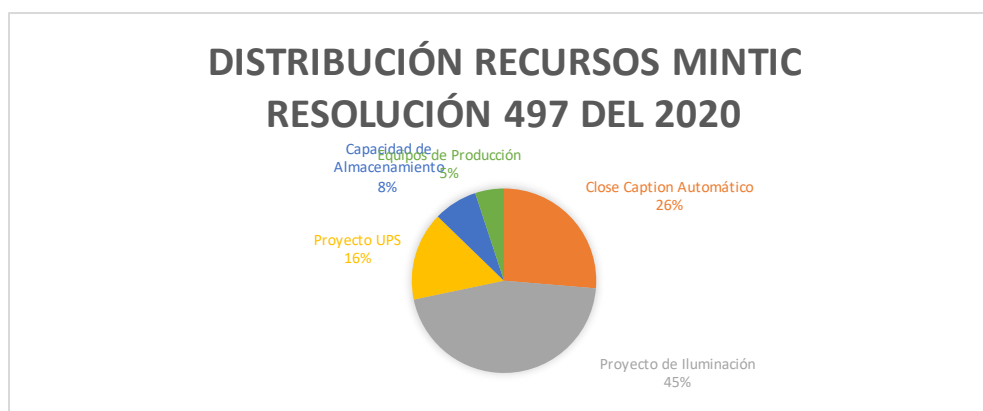
Objeto: Fortalecer, renovar e integrar nuevas tecnologías para mejorar la producción audiovisual o los flujos de trabajo.

Cumplimiento: 100%

Los proyectos financiados por el MINTIC son los siguientes:

MINTIC PROYECTOS ESPECIALES RESOLUCIÓN 497 DEL 2020				
INFRAESTRUCTURA	PROYECTADO	EJECUTADO	% DE AVANCE	% DE PAGO
Close Caption Automático	\$ 210.635.950	\$ 210.635.950	100%	100%
Proyecto de Iluminación	\$ 363.361.803	\$ 363.361.803	100%	100%
Proyecto UPS	\$ 124.323.684	\$ 124.323.684	100%	100%
Capacidad de Almacenamiento	\$ 61.523.000	\$ 61.523.000	100%	100%
Equipos de Producción	\$ 40.475.563	\$ 40.475.563	100%	100%
TOTAL	\$ 800.320.000	\$ 800.320.000	100%	100%

Tabla 4. Proyectos Resolución 497 del 2020



Proyecto Close Caption Automático

El sistema anterior de Close Caption del Canal TRO obligaba a contratar 3 operadores para esta función, quienes en diferentes turnos garantizan la prestación del servicio, desde las 6:00 a.m. hasta las 10:00 p.m.; con el sistema automático esas 3 personas pasaron a realizar otras actividades del Canal TRO, el servicio actualmente está activo las 24 horas del día y se obtiene un Retorno de la Inversión ROI al evitar la contratación para esta labor.

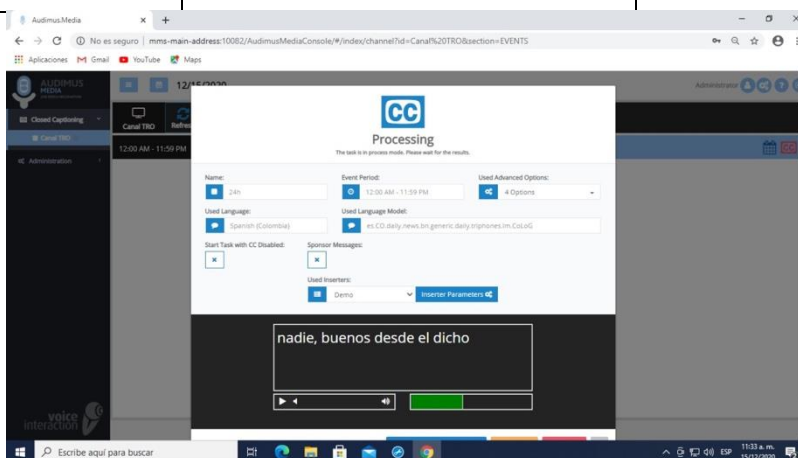
IMPACTO PROYECTO CLOSE CAPTION AUTOMATICO								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Inversión: \$210.635.950

Estado Finalizado

Resultado: Exitoso



Proyecto de Iluminación

Beneficios:

- Bajar la temperatura en el área de trabajo en estudios generando confort para los presentadores.
- Graduar la temperatura de color entre 2800°K a 6500°K, es decir, tener programas con fotografías cálidas o frías.
- Ahorros en el consumo energético al cambiar significativamente la potencia de las luminarias y al subir en el aire acondicionado el set de la temperatura un par de grados.
- Se logra una mayor definición en la señal al aire al eliminar las deficiencias en iluminación del estudio.

IMPACTO PROYECTO PARRILLA DE ILUMINACION

TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

Impacta
No impacta

Inversión: \$363.361.803

Estado Finalizado

Resultado: Exitoso



Proyecto UPS

Este proyecto se da en respuesta al reporte de obsolescencia generado por el área técnica, con el objetivo detectar equipos en operación que sobrepasan su tiempo de vida útil ó estén muy próxima a cumplirla; en este ejercicio se evidencio que algunas UPS superaban los 10 años de vida útil o estaban en ese límite. Las UPS son críticas para mantener la señal al aire, son unidades que, en el caso del master de emisión, producción o UPLINK nunca se apagan y tenían un rezago tecnológico de por lo menos 3 generaciones, con el fin de mitigar el riesgo de falla súbita por uso continuo se decide realizar la renovación de las misma. Otro factor importante para la toma de la decisión fue que las cargas de las UPS para los centros de producción de Floridablanca (Master de Emisión, Producción y UPLINK) superaban el 80%

IMPACTO PROYECTO UPS								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Inversión: \$124.323.684

Estado: Finalizado

Resultado: Exitoso



Proyecto Aumentar la Capacidad de Almacenamiento:

Servidor Play-Out: Actualmente el servidor de play-out del canal 1 tiene 3T efectivos para almacenamiento, siendo bastante bajo; la capacidad la aumentaríamos a 24 T efectivos mejorando el flujo de trabajo para ingesta y control de calidad.

SAN: El proyecto consistiría en aumentar en 30T efectivos la capacidad de la SAN, mejorando los flujos de trabajo de la producción audiovisual.

IMPACTO PROYECTO AUMENTO ALMACENAMIENTO								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Inversión: \$61.523.000

Estado Finalizado

Resultado: Exitoso



Proyecto Fortalecimiento Equipos de Producción

Con la inversión se mejora la producción en exteriores fortaleciendo a proyectos con formatos especiales como seriados o formatos tipo documental.

IMPACTO PROYECTO FORTALECIMIENTO PRODUCCIÓN								
TÉCNICA Y EMISIÓN	PROGRAMACIÓN	COMERCIAL	TRO DIGITAL	IN HOUSE	PRODUCCIÓN	ARCHIVO AUDIOVISUAL	ADMINISTRATIVOS	SEÑAL AL AIRE

 Impacta
 No impacta

Inversión: \$40.475.563

Estado: Finalizado

Resultado: Exitoso



TOTAL, INVERSION 2020

El total de inversión para infraestructura para el 2020 fue de \$1.732.439.576 COP y tuvo un incremento con respecto al 2019 en aproximadamente un 40% como se muestra en la gráfica 13.

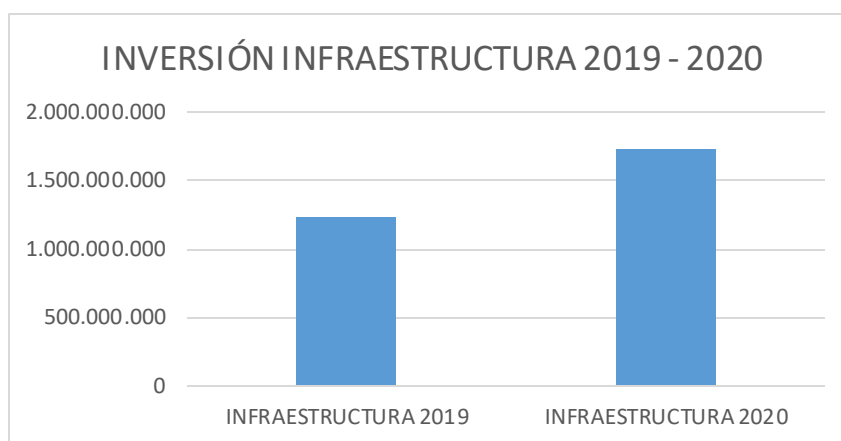


Imagen 13. Inversión infraestructura 2019 – 2020

COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS (ALQUILER DE EQUIPOS)

AÑO 2016												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 1.323.439	\$ 12.931.034	\$ 1.854.562	\$ 3.087.125	\$ 5.203.291	\$ 21.763.547	\$ 20.467.140	\$ 16.880.172	\$ 29.402.264	\$ 6.121.081	\$ 45.805.746	\$ 34.995.727	\$ 199.835.078
AÑO 2017												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 252.101	\$ 750.000	\$ 3.750.000	\$ 9.676.004	\$ 16.538.374	\$ 16.547.549	\$ 11.741.419	\$ 6.988.459	\$ 10.175.000	\$ 21.518.988	\$ 126.619.678	\$ 130.843.697	\$ 355.401.269
AÑO 2018												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 31.932.773	\$ 3.690.000	\$ 9.172.500	\$ 11.575.861	\$ 37.836.366	\$ 16.954.387	\$ 8.004.433	\$ 71.872.970	\$ 34.601.901	\$ 8.172.105	\$ 42.223.322	\$ 36.021.587	\$ 312.058.205
AÑO 2019												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 3.354.919	\$ 16.138.025	\$ 51.480.134	\$ 36.563.969	\$ 14.526.221	\$ 59.285.093	\$ 50.974.780	\$ 66.623.871	\$ 94.054.616	\$ 46.381.378	\$ 106.302.254	\$ 23.354.092	\$ 569.039.351
AÑO 2020												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 36.822.665	\$ 8.680.599	\$ 13.716.347	\$ 12.370.012	\$ 78.991.003	\$ 59.544.325	\$ 38.153.102	\$ 25.978.453	\$ 38.926.245	\$ 93.235.383	\$ 115.862.009	\$ 336.974.788	\$ 859.254.932

Imagen 14. Histórico Comercialización y Ventas

Como se observa en la imagen 14 el total de comercialización y ventas de Alquiler de Equipos para el 2020 fue de \$859.254.932 COP superando la meta establecida por financiera.

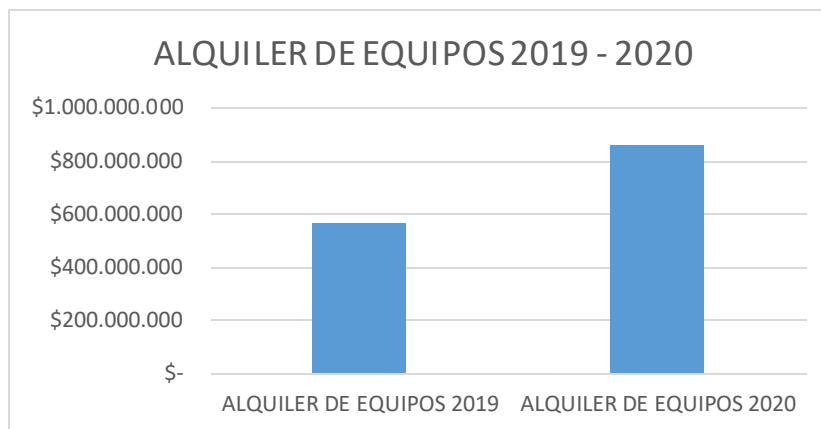
Es importante resaltar la producción deportiva para Sistemas de Medios Públicos RTVC en las disciplinas de microfútbol y básquetbol en las ciudades de Valledupar, Medellín y nuevamente Valledupar.

Con la producción de estos 3 eventos el CANAL TRO se consolida a nivel nacional como productor de eventos deportivos siendo una constante los últimos 4 años.



Fotografía 15. Producción deportiva para RTVC

Como se observa en la imagen 15 el incremento de ventas por alquiler de equipos con respecto al 2019 fue del 51%



Grafica 15. Alquiler de equipos 2019 - 2020

INFORME DE GESTIÓN



Es el Gran Santander

VIGENCIA 2020

WWW.CANALTRO.COM

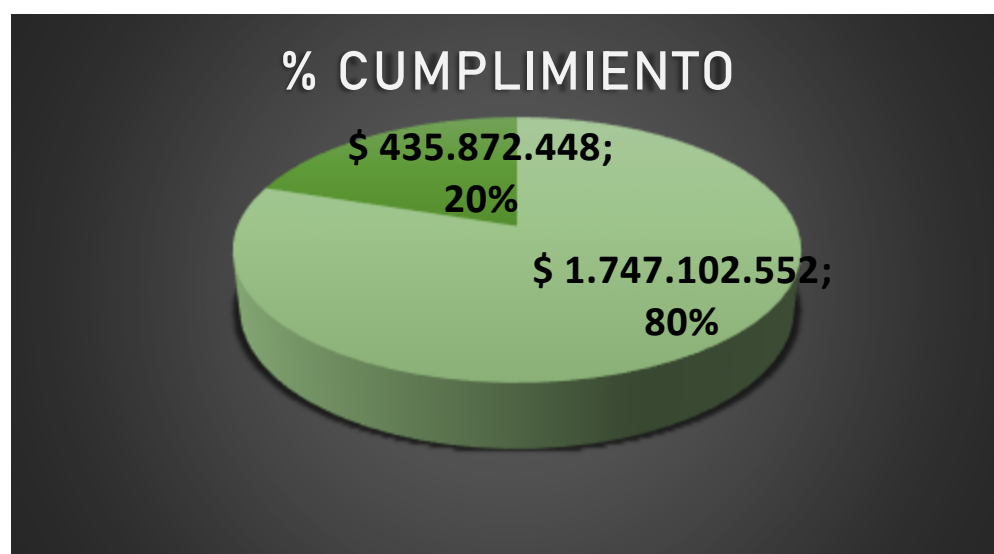


COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

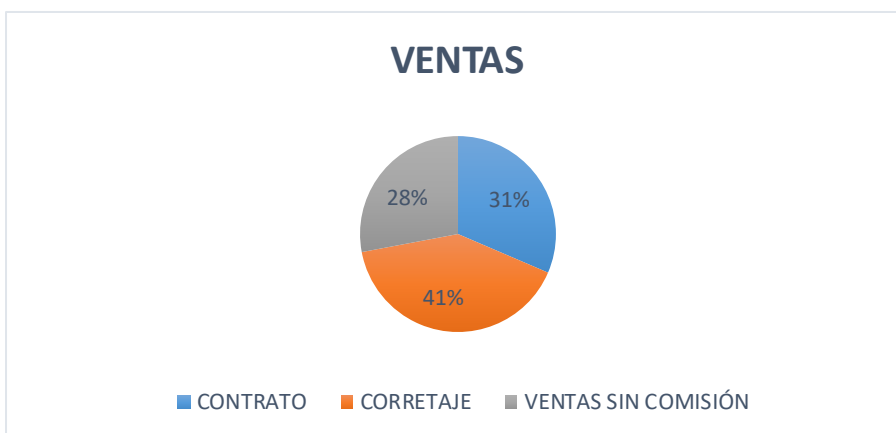
4.4 COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

Comparativo meta comercial 2020

PROYECCIÓN DE VENTAS	TOTAL ACUMULADO	DIFERENCIA
\$ 2.182.975.000	\$ 1.747.102.552	\$ 435.872.448
80%		20%



VENTAS		
CONTRATO	\$ 582.121.165	31%
CORRETAJE	\$ 751.677.007	41%
VENTAS SIN COMISIÓN	\$ 517.482.800	28%
TOTAL	\$ 1.851.435.453	100%



Resumen de ventas

MES	VALOR FACTURADO
ENERO	\$ 111.988.654,00
FEBRERO	\$ 99.764.081,00
MARZO	\$ 107.616.019,00
ABRIL	\$ 95.890.230,00
MAYO	\$ 144.801.776,00
JUNIO	\$ 144.443.406,00
JULIO	\$ 129.992.116,80
AGOSTO	\$ 128.113.830,00
SEPTIEMBRE	\$ 177.506.450,00
OCTUBRE	\$ 162.024.859,00
NOVIEMBRE	\$ 228.745.669,00
DICIEMBRE	\$ 320.548.362,00
TOTAL COMERCIAL	\$ 1.851.435.452,80
DEVOLUCIONES	\$ 104.332.900,00
TOTAL ACUMULADO	\$ 1.747.102.552,80



INFORME DE GESTIÓN



Es el Gran Santander

VIGENCIA **2020**

WWW.CANALTRO.COM



TRO DIGITAL

4.5 TRO DIGITAL

INTRODUCCIÓN

El 2020 fue un año de retos y dificultades. Las redes sociales crecieron aceleradamente ya que se convirtieron en un conector entre las personas y los medios de comunicación.

El Canal TRO no fue la excepción, el compromiso del área y de sus colaboradores, el apoyo de la gerente Amanda Jaimes Mendoza, permitió la generación de nuevos contenidos logrando así el crecimiento en redes sociales como: Twitter, Facebook, Instagram y YouTube. Además, la búsqueda de información veraz, oportuna y confirmada, permitió que nuestra página web www.canaltro.com, logrará un mayor número de visitas durante el año 2020, en comparación con el año 2019. Así están nuestras redes

RED SOCIAL	2019	2020
FACEBOOK	345.000	472.564
TWITTER	145.000	162.614
YOUTUBE	110.000	540.987
INSTAGRAM	50.600	80.300

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL

- Incentivar el uso confiable y adecuado de las nuevas tecnologías a través de una estrategia digital que contribuya tanto a nivel de marca como de productos y servicios que permitan el crecimiento y posicionamiento de las redes sociales del canal TRO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ▶ Definir plan de trabajo mensual de publicaciones en las redes sociales.
- ▶ Mejorar la comunicación y trabajar en conjunto con todos los directores y productores internos y externos del canal para potencializar todas las redes.
- ▶ Cumplir con los compromisos comerciales y convenios institucionales
- ▶ Realizar seguimiento a cada proceso.
- ▶ Mejorar la redacción y ortografía de las publicaciones.
- ▶ Mejorar la calidad de las piezas digitales.

DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA

- ▶ Cada una de las estrategias busca incrementar la productividad del área digital. Potenciar el incremento de las transacciones digitales: web, de mercadeo digital, multimedia, entre otras.
- ▶ Demostrar que lo que estamos haciendo está teniendo resultado y que es posible incluso medirlo a través de métricas, la única forma de saber si la estrategia funciona.
- ▶ Incrementar la monetización para que el área digital pueda auto sostenerse y mejorar sus recursos tecnológicos que le permitan consolidarse como una unidad de negocios sostenible y rentable

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

GESTIÓN DE FACEBOOK

- ▶ Diseño de banner para portada de Facebook.
- ▶ Personalizar el contenido referente a la marca Canal TRO.
- ▶ Se subirán todos los post creados para Facebook.
- ▶ Respuesta de comentarios y mensajería privada.
- ▶ Publicidad en grupos de Facebook de la zona.

GESTIÓN DE INSTAGRAM

- ▶ Mejoramiento del perfil de Instagram.
- ▶ Mejorar el contenido de color y noticias agradables.
- ▶ Diseño de grilla de publicaciones mensual.
- ▶ Diseños publicitarios y flyer (post para el feed).
- ▶ Diseños para las Stories.
- ▶ Creación de post animados (CAFÉ, TACONES, ORIENTE NOTICIAS, PROGRAMAS PROPIOS).
- ▶ Concursos flash para Instagram.
- ▶ Reporte estadístico cada mes

GESTIÓN DE TWITTER

- ▶ Aumentar el número de seguidores.
- ▶ Manejo de cuenta CMR.
- ▶ Generar contenido frecuentemente de los programas propios y lanzamientos especiales.
- ▶ Generar encuestas que permitan la interacción con los seguidores.
- ▶ Generar una pregunta del día en Oriente Noticias.
- ▶ Crear nuestro propio banco de imágenes de los municipios de Norte de Santander y Santander.
- ▶ Anticiparnos a festividades- Piezas de Fechas especiales (CRONOPOST).
- ▶ Supervisión de trinos de Canal TRO y Oriente Noticias.

GESTIÓN PÁGINA WEB- www.canaltro.com

- ▶ Aumentar el número de visitas e interacción con los visitantes.
- ▶ Generar contenidos de interés regional, nacional e internacional que permitan aumentar el número de visitantes.
- ▶ Refrescar imágenes, flyer y fotografías.
- ▶ Supervisión de contenido que se suba a la página
- ▶ Cumplir con los requerimientos y actualizaciones de Ley de Transparencia

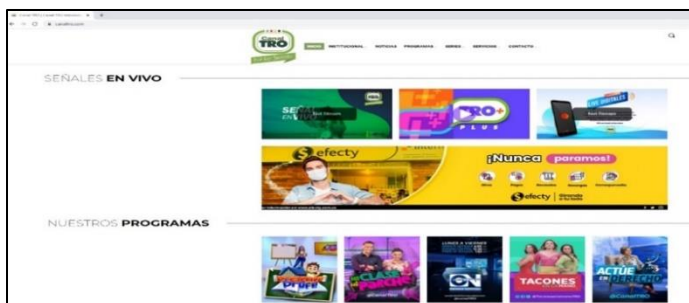
PRESENTACIÓN DE DATOS Y RESULTADOS:

RESULTADOS ALCANCE TOTAL EN FACEBOOK ÚLTIMO PERIODO



EL 9 DE NOVIEMBRE DE 2020 SE ESTRENÓ EL CAMBIO DE LOOK DE LA PÁGINA WEB DE CANAL TRO

La nueva página tiene una completa galería de imágenes de las series y los documentales que ha producido el Canal TRO en toda su historia. En su versión para dispositivos móviles, el renovado sitio, posee las tonalidades institucionales de la organización. Ofrece una gama de opciones funcionales para garantizar la navegación rápida y organizada a través del streaming y la visualización de datos y gráficos.



BALANCE PÁGINA WEB ORIENTE NOTICIAS DE 1 ENERO AL 30 DE DICIEMBRE

TOTAL, VISITAS A LA PÁGINA 2.729.110



AUMENTÓ EL PROMEDIO EN TIEMPO DE NAVEGACIÓN EN LA PÁGINA WEB DEL CANAL TRO

2 MINUTOS 38 SEGUNDOS

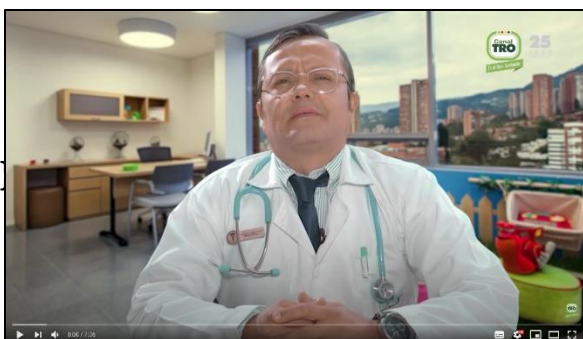
Para el último trimestre logramos una meta de 139%. Durante el mes de noviembre la página web: www.canaltro.com, estrenó el rediseño de look, por lo que se promocionó a través de nuestras redes sociales. Y con llamados a la acción en redes conocidos "swipe up" se logró generar más tráfico a nuestro sitio web. La estrategia funcionó con una tendencia positiva.

ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS:

PARRILLA DIGITAL. TODAS NUESTRAS AUDIENCIAS SON IMPORTANTES

Identificamos una necesidad, y nació el programa llamado PediaTRO, que orienta con expertos clínicos a padres y madres de familia. También se creó “Crianza Positiva” con una psicóloga experta en Mindfulness.

Otro de los espacios que se concibió fue un programa dirigido a las mujeres que están en el hogar, por eso nació “MODA EN CASA”, un programa que llegar con contenido de interés a mujeres que están en casa por la pandemia. Las cifras respaldan estos programas por su alcance e interacción. A continuación, nuestros programas:



ORIENTE DIGITAL



DERECHO A SABER



DOGTOR MASCOTAS





GRANDES ENTREVISTAS



Canal TRO ha publicado un video

Publicado Hace 2 meses

#EnVivo #GrandesEntrevistas con Diego Ja...

Hoy en #GrandesEntrevistas con Diego Jaimes
Rafa Taibo nos contará todo sobre sus...



175 Veces comparti... 22 Comentari... 25

Copiar enlace de la pub...

Ver publicación

BISUTERÍA EN CASA



Canal TRO ha publicado un video

Publicado hace 4 días

#EnVivo Aprende a diseñar una tira para ga...

Aprende a diseñar una tira para gafas en
#BisuteríaEnCasa con Liliana Jiménez-Accesorios...



13 Veces compartido 4 Comentarios 0

Copiar enlace de la pub...

Ver publicación

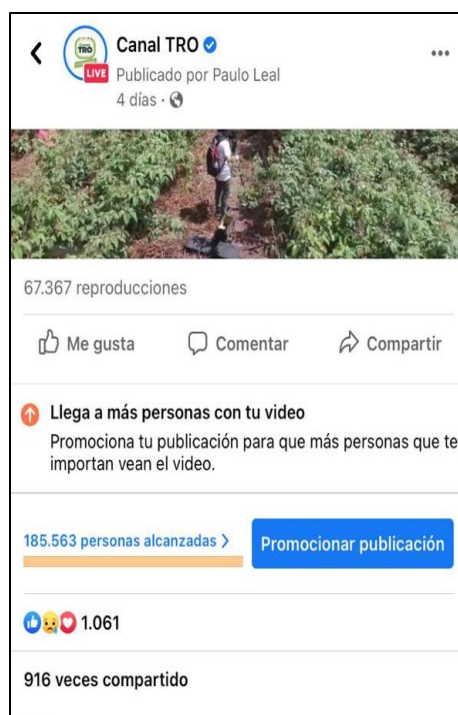
CIFRAS DE CRÓNICA RETRATOS

185.563 PERSONAS ALCANZADAS

67.367 REPRODUCCIONES

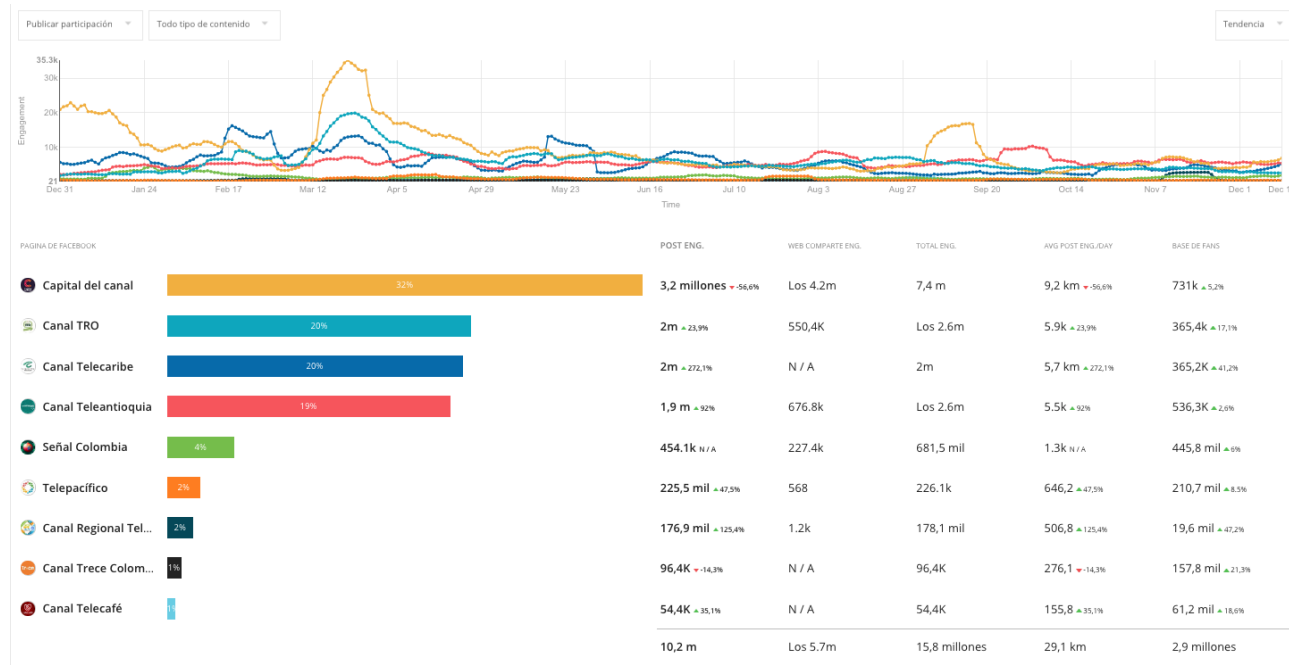
1061 ME GUSTA

916 COMPARTIDOS



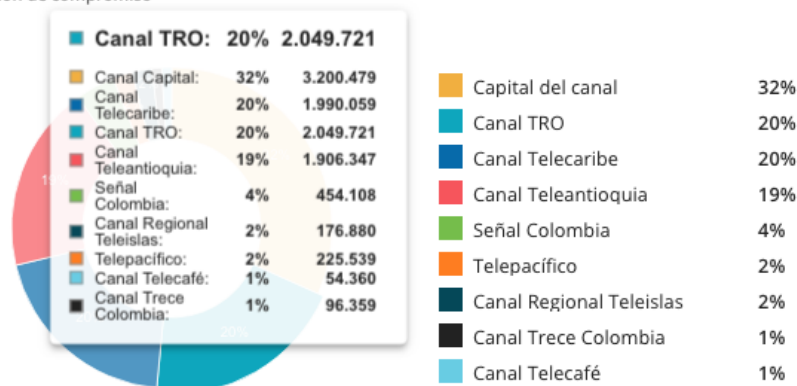
NÚMERO DE PERSONAS ALCANZADAS

Comparativo con los canales regionales del engagement del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020. (Canal TRO en segundo lugar). El Canal tiene un engagement de **2 millones**.

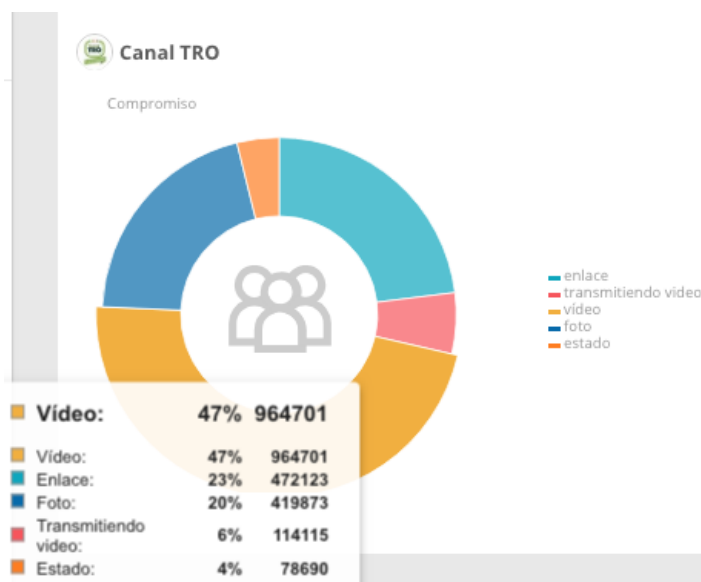


El engagement del Canal TRO durante el 2020 fue de 2.049.721 por encima de Canales como Telecaribe, Teleantioquia, Telepacífico. El Canal TRO solo fue superado por Canal Capital.

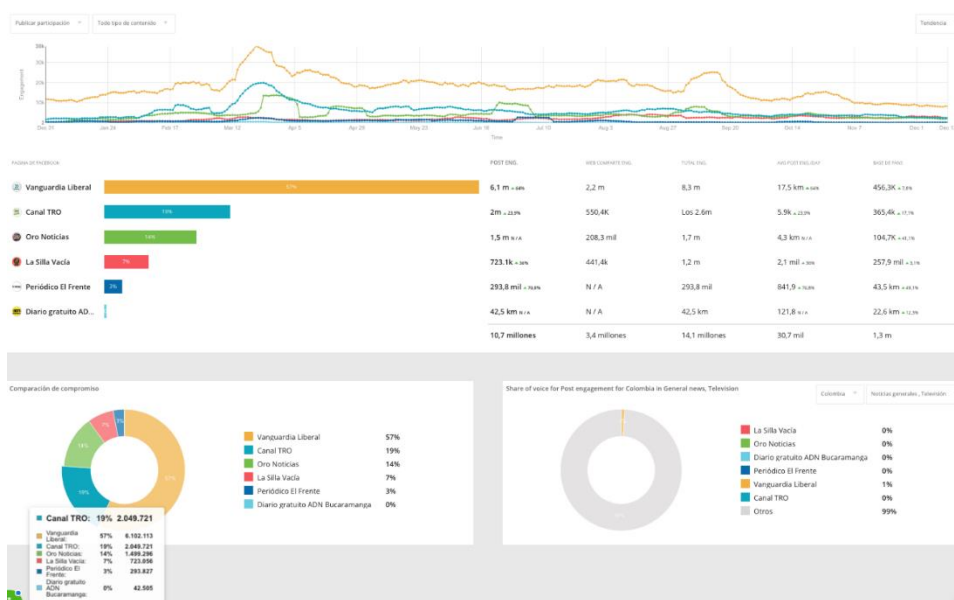
Comparación de compromiso



El video sigue siendo el contenido que generó mayor engagement en 2020 con 964.701. El video es seguido por el enlace con el 23% y la foto con un 20%.



Comparativo y número exacto del engagement con los medios digitales más representativos, tradicionales y/o convencionales de Santander en el 2020.



SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO O ACTIVIDADES

- Durante el segundo semestre de 2020 se logró la transformación de la oficina gracias al apoyo de la Gerente de Canal TRO, Amanda Jaimes Mendoza.
- Se organizaron procesos y se asignaron responsables
- Se mejoró la ortografía y redacción en las redes sociales.
- Se publicaron todos los promos de los programas para difusión.
- Se aumentaron los recursos de monetización comparado con el año anterior.
- Se definieron las etiquetas adecuadas en los videos que se suben a la plataforma YouTube
- Todos los días se sube el contenido a YouTube. Desde el primero de octubre todos los programas y notas están subidas a tiempo.
- Se logró ACTIVAR la monetización en Facebook.
- Se aumentaron las producciones digitales propias
- Se volvió a incentivar la gente del área
- Se responde oportunamente al plan de medios
- Se logró comercializar MODA EN CASA, DOGTOR MASCOTAS.
- Hay expectativas para comercializar RETRATOS con las Alcaldías

INFORME DE GESTIÓN



Es el Gran Santander

VIGENCIA 2020

WWW.CANALTRO.COM



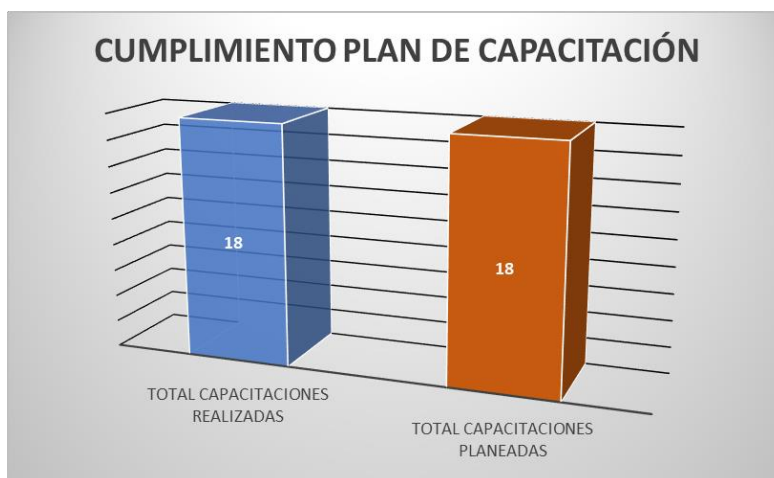
PROCESOS DE APOYO

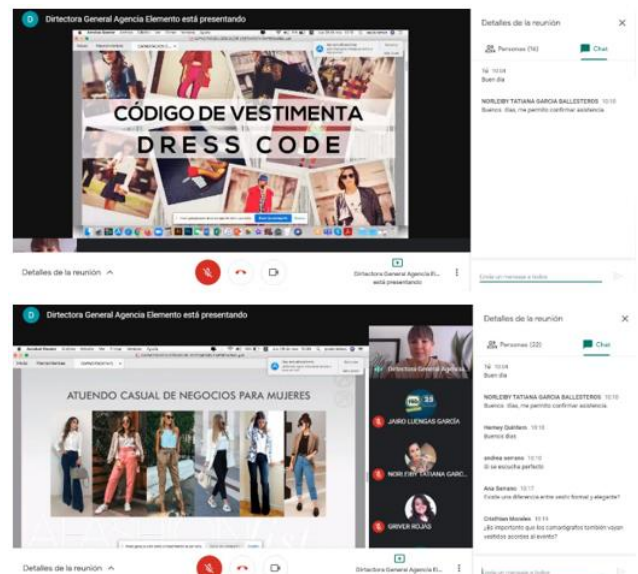
4.6 PROCESOS DE APOYO

A continuación, se pretende reseñar los logros y las estrategias más destacadas de algunos procesos estratégicos de la compañía, que a través de su cumplimiento han aportado valor agregado en la proyección organizacional de la alta dirección.

- **TALENTO HUMANO**

Parte de las obligaciones del área de Talento Humano es la conformación y ejecución de los planes más importantes para esta área y en la conformación del mismo se procede a dejar el documento escrito y la planeación de dichos temas de capacitación y bienestar, que, en su gran mayoría, se lograron conseguir capacitaciones y actividades de bienestar para los colaboradores del canal que a pesar de la pandemia, no fue un impedimento para esta área, lo que la motivo a reinventarse constantemente en la fase de aislamiento obligatorio e inteligente, reformando su planeación en la consecución de sus objetivos en cumplimiento de sus obligaciones.







EN UN MUNDO CADA VEZ MÁS DIGITAL, DEBEMOS APRENDER A UTILIZAR UN BRIEFING EMOCIONAL EN LAS DIFERENTES PLATAFORMAS.

QUEREMOS INVITARTE A PARTICIPAR EN LA CAPACITACIÓN ESTRATÉGICA EN REDES SOCIALES Y ESTRATEGIAS DINÁMICAS CON NEUROMARKETING.

**CON MARIO J BAYONA
MASTER EN NEUROMARKETING**

**INVITA LA DIRECCIÓN COMERCIAL, TALENTO HUMANO
Y LA GERENCIA DEL CANAL TRO**

**13 DE JULIO
10:00 AM**

CON CERTIFICACIÓN POR:











WWW.CEBRACREATIVOS.COM

Calle 5 - Cra 4
Antigua Sede Licorera de Santander
PBX 648 11 77
Sede Floridablanca - Santander - Colombia

Calle 5 No 2-38 Piso 3 Barrio Latino
Sede Universidad de Pamplona Cúcuta
PBX 589 3558
Sede Cúcuta - Norte de Santander - Colombia

El Canal TRO, siguiendo en su premisa de brindar nuevas oportunidades a todo el recurso humano que existe en la región del oriente colombiano, y que, por medio de este espacio dispuesto por el canal, se seleccionó el mejor talento que pueda mejorar cada día nuestra labor misional como entidad.

Como premisa principal se puso en la tarea realizar un estudio más riguroso para analizar los perfiles recibidos y consiste en que, una vez se reciben las hojas de vida, se registran en un formato que está distribuido por diversos ítems para poder tener la mayor información que se ilustra a continuación:

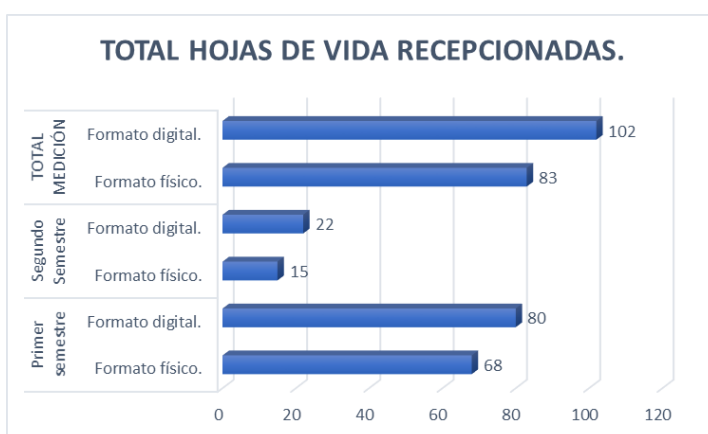
DATOS BÁSICOS.	EDUCACIÓN FORMAL.	EDUCACIÓN INFORMAL	EXPERIENCIA
- Nombres y apellidos. - Cedula. - Fecha de nacimiento. - Teléfono. - Dirección de residencia. - Email.	- Bachiller. - Técnico profesional o laboral. - Tecnología. - Profesional. - Especialización. - Maestría.	- Diplomados. - Cursos. - Talleres - Foros. - seminarios. - Simposios.	

Lo que permitió ante cualquier necesidad, poder filtrar posibles candidatos que cumplan con las necesidades presentadas desde las diferentes áreas de la organización.

Análisis de datos y resultados:

Si bien para el segundo semestre ha disminuido, no significa que no sea positivo la recepción de hojas de vida. De igual se resalta que la gran mayoría de información llega de forma digital, entendiendo, que, por la pandemia, se disminuyó considerablemente, pero siempre se han tenido las dos vías de recepción para que cualquier persona pueda enviar su hoja de vida, con el fin de poder vincularse y mejorar sus condiciones laborales.

De igual en esta recepción se logran vincular 20 personas de este grupo, en todo el año en curso que inscribieron sus hojas de vida en este espacio dispuesto por el canal. Debido a la planta que ya ha venido trabajando durante mucho tiempo, se procedió a dar la prioridad de continuar con estos contratistas, pero siempre pensando en que los nuevos proyectos del canal y las nuevas visiones en todos los procesos, se realizarán más vinculaciones de personal nuevo en el siguiente semestre.



Recepción de hojas de vida – Primer semestre.

- 68 en formato físico.
- 80 en formato digital.

Recepción de hojas de vida – Segundo semestre.

- 15 en formato físico.
- 22 en formato digital.

Total, Hojas de vida recepcionadas

- 83 en formato físico.
- 102 en formato digital.

- **BIENES Y SERVICIOS**

Dentro de las actividades realizadas por el área de Bienes y Servicios se hicieron adecuaciones en el de Almacén y se logró crear corredores con suficientes espacios, que facilitaron la búsqueda de los implementos requeridos por las diferentes áreas ahorrando tiempo y espacio de los mismos.

ANTES



DESPUÉS



Se hicieron trabajos de adecuación de espacios en la bodega de almacén para el estudio de grabación de LaboraTIC, dichos elementos que se encontraban almacenados en este sitio fueron llevados al sótano donde se adecuo como bodega alterna y así darles aprovechamiento a los espacios vacíos.



Gracias a la reutilización de los materiales retirados de los Backing que llevaban tiempo almacenados sin prestar ningún servicio, se logró con la fabricación de percheros para la ropa, escaleras para estudio, ventanas, mesas, entre otras.



Con el propósito de llevar un control sistematizado de los bienes de la entidad referentes a mobiliario, vestuario y utilería y de lograr el uso eficiente de los recursos, además de generar ingresos por alquiler de dichos bienes, la Gerencia propuso sistematizar todo lo referente a vestuario y utilería.

Con esto se logró que más de 3.000 trajes que antes se encontraban arrumados en una sesta expuestos al polvo y a la suciedad, quedaran debidamente empacados en bolsas plásticas y organizados en los percheros movibles que se fabricaron con el material reutilizable.

ANTES



DESPUÉS



- **GESTIÓN DOCUMENTAL**

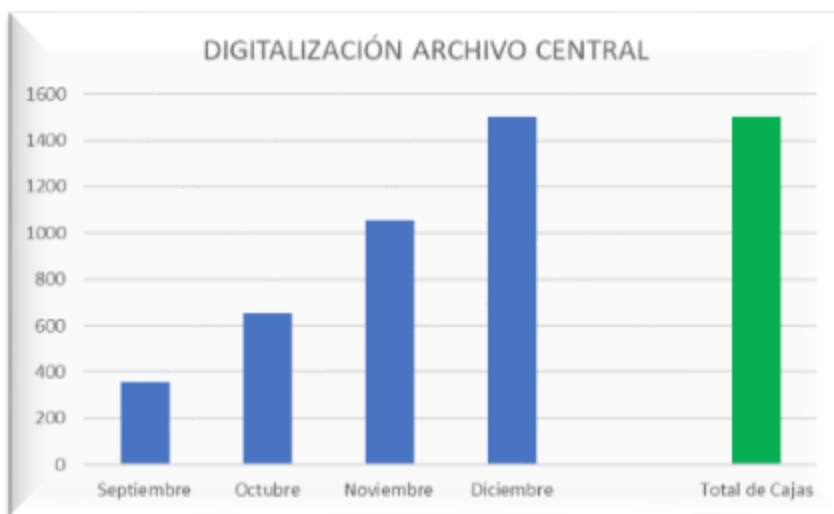
Durante el año 2020 se realizó la elaboración del Plan Institucional de Archivos–PINAR. Este plan se aprobó mediante Comité de Gestión y Desempeño y fue publicado en la página web del Canal TRO.

Se elaboró un Plan de Transferencias Documental, donde se plasmó un cronograma para la recepción de los documentos, como se puede ver a continuación.

Cada área debía realizar la respectiva entrega del archivo de gestión con el Formato Único de Inventario Documental.



En la siguiente gráfica, podemos observar el comportamiento de manera ascendente como se avanzó con la Digitalización del Archivo Central dando cumplimiento a la meta establecida.



Con respecto a la digitalización del Archivo central, desde el mes de agosto de 2020 se avanzó en esta actividad y se finalizó en el mes de diciembre, cumpliendo con el 100% de 25 años de digitalización de información. Se digitalizó un aproximado de 1.500 cajas.