



# INFORME DE GESTIÓN 2022

SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA



**JUNTA ADMINISTRADORA REGIONAL**

**MIEMBROS**

**Doctora Clara Luz Roldan González**  
Gobernadora del Valle del Cauca

**Doctor Giovanni Ramírez Cabrera**  
Gerente INFIVALLE

**Doctora Consuelo Bravo Pérez**  
Miembro elegido por el Gobernador del  
Departamento del Valle del Cauca

**Doctora Leira Giselle Ramírez Godoy**  
Secretaria de Cultura del  
Departamento del Valle del Cauca

**Doctora Sandra Milena Urrutia Pérez**  
Ministra de Tecnologías de la  
Información y las Comunicaciones

**DELEGADOS**

**Doctora Elsa Yolima Bolaños Ramos**  
Jefe Oficina de Comunicaciones del  
Departamento del Valle del Cauca

**Maria Cecilia Londoño Salazar**  
Asesora Viceministro de Conectividad  
y Digitalización

**REVISORÍA FISCAL**

**PADEL AUDITORES S.A.S.**

**Parmenides Ocampo Marin**  
Revisor Fiscal Principal de Telepacífico  
T.P. 22533T

**Aníbal Vicente Pacheco de León**  
Revisor Fiscal Suplente de Telepacífico  
T.P 47418-T

**PERSONAL DIRECTIVO DE TELEPACIFICO**

**Ricardo Bermudez Cerón**  
Gerente General

**Marino Alberto Aguado Varela**  
Director de Producción

**María Fernanda Campuzano Sánchez**  
Directora de Programación

**John Carlos Hurtado Gamboa**  
Director Técnica y Sistemas

**Pedro Pablo Cortés Conrado**  
Director Administrativo

**Martha Cecilia Jaramillo Duque**  
Directora Financiera

**Audrey Bahamon Gómez**  
Directora Comercial y de Mercadeo

**Yurany Quiñonez Restrepo**  
Jefe Oficina Asesora Jurídica

**Bianney Arias Quejada**  
Jefe Oficina Asesora de Planeación

**Martha Cecilia Londoño López**  
Jefe Oficina Asesora de Control Interno

## UN AÑO DE GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS INTERNACIONALES Y APUESTA AL DEPORTE FEMENINO DE LA REGIÓN

2022 fue un año histórico para Telepacífico. Por primera vez en nuestro canal se transmitieron tres (3) eventos deportivos mundiales:

Fuimos emisor oficial de la CONMEBOL Copa América Femenina 2022, y llevamos la emoción del fútbol femenino, sin suscripciones, a todos los rincones donde llega nuestra señal abierta. Conectamos con más de 110 mil personas en redes sociales y a nuestra web accedieron más de 48 mil nuevos usuarios.

En coproducción con Mediapro España y Mediapro Colombia, Telepacífico se convirtió en originador de la señal oficial del Mundial de Atletismo Sub-20 Cali 2022. Fueron 6 días de competencia, más de 1.400 atletas, 141 países, 12 mil asistentes diarios, y el cubrimiento total de Telepacífico llegando a más de 40 millones de personas en el mundo, con un despliegue técnico sin precedentes.

En el último trimestre del año, nos asociamos con la Confederación Sudamericana de Fútbol, para transmitir en exclusiva todos los partidos de las campeonas nacionales, durante la CONMEBOL Copa Libertadores Femenina Quito 2022. Fueron 11 fechas dónde seguimos al América y el Deportivo Cali, así como la gran final, llevando emoción y alegría a nuestra audiencia, y posicionando a Telepacífico como sinónimo de fútbol femenino.

Se dio continuidad a la conceptualización y diseño de los productos audiovisuales, generando nuevas propuestas temáticas para dar diversidad a los contenidos, haciendo énfasis en la realización y la puesta en escena. Esto nos permitió lograr un mayor número de horas de programación respecto a vigencias anteriores, generar hábitos de audiencia y lograr resultados positivos en la evaluación de las variables que el Ente financiador de la TV pública realiza a los operadores regionales del país.

Estuvimos presente en eventos de interés nacional con el cubrimiento del proceso electoral, especialmente con la organización, producción y transmisión del Gran Debate Presidencial “Hablemos Claro del Pacífico” liderado en alianza con Propacífico, medios de comunicación, gremios, academia y sociedad civil del Valle del Cauca, lo que permitió una amplia difusión y un espacio de interlocución entre los candidatos presidenciales y la ciudadanía en la región, en Colombia y en el mundo.

Así mismo, se avanzó en el mejoramiento de los procesos organizacionales de la Entidad, haciendo una apuesta tecnológica mediante la creación de una APP para el proceso de planeación, ejecución y control del transporte para la producción audiovisual, y el inicio de la implementación de un sistema ERP, que permitirá la integración de los sistemas de información corporativos, dando respuesta a una necesidad que por años había tenido el Canal, lo que le permitirá la optimización del trabajo, la eficiencia en los procesos y la seguridad de la información.

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



Los logros obtenidos en la vigencia 2022, han sido posibles gracias al compromiso y al aporte de todo el personal del canal, que se podrá visualizar a lo largo de este informe; al respaldo de la Junta Administradora Regional, liderada por la Gobernadora del Valle del Cauca, la Dra. Clara Luz Roldán González, y al apoyo irrestricto a la televisión pública regional del Ministerio de las TIC.

Seguiremos trabajando conjuntamente con todos los actores de la industria audiovisual, apostándole a la identidad, a la diversidad de temas sociales, informativos, culturales, deportivos y de entretenimiento, contribuyendo al patrimonio audiovisual y cultural de la región.

Telepacífico, nuestro mejor tiempo.

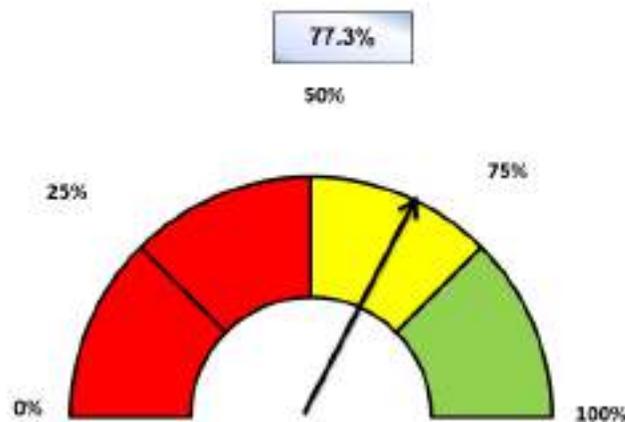


## 1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y GESTIÓN DE CALIDAD

A continuación, se detalla la Gestión realizada en estos dos procesos en la vigencia 2022:

### 1.1 SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TELEPACÍFICO Y ARTICULACIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO DEL VALLE DEL CAUCA “MI VALLE INVENCIBLE 2020-2023”.

Desde la Oficina de Planeación de Telepacífico se realizaron los respectivos seguimientos para medir el avance del Plan Estratégico 2020-2023 de la Entidad. Al 31 de diciembre de 2022, se obtuvo un avance del 77,3% lo que muestra que los objetivos, programas y metas del Plan Institucional, se han venido cumpliendo de manera exitosa, logrando un porcentaje de avance mayor al esperado (75%) en la evaluación del cuatrienio.



INFORME DE SEGUIMIENTO AL PLAN ESTRATEGICO  
TELEPACIFICO  
2020-2023

CON CORTE A 31 DE DICIEMBRE DE 2022

Para el año 2022 se aprobó un total de \$ 26.174.583.398 para los gastos de inversión de los cuales se ejecutó a diciembre 31 de 2022 un total de \$ 24.563.613.418 que representa un 93,85%, de cumplimiento específicamente en la inversión social y de producción. Así, Telepacífico aportó a la reactivación económica de la Industria audiovisual de la región y del Departamento a través de convocatorias públicas e invitación a participar a productoras de la región y del país con una inversión de alrededor de \$2800 millones de pesos, mediante el diseño y producción de productos para la promoción de la cultura y de la identidad regional, beneficiando a diferentes empresas de la industria audiovisual de la región.

Dentro de la articulación con el Plan de Desarrollo del Valle del Cauca, se formularon y articularon tres (3) metas de producto que contribuyen al Plan de Desarrollo del Departamento, las cuales se cumplieron en un 100%. A continuación, se detalla su avance:

- Para la primera meta MP303040100104, que consiste en “Emitir en promedio 80 horas mensuales de contenido étnico (Afro) a través del sistema de medios públicos de Telepacífico durante el periodo de gobierno”, Telepacífico en el año 2022 emitió por su señal de Televisión y especialmente por nuestro canal étnico Origen Channel un alto contenido de inclusión dirigido a las minorías étnicas (Afro) de alrededor de 1200 horas, entre los que se destacan transmisiones de documentales, crónicas y películas, entre otras producciones étnicas de nuestro patrimonio audiovisual.

Así mismo, en el 2022 se realizaron proyectos audiovisuales de gran importancia como el programa audiovisual Valle de los Ancestros, se realizó la producción de programas como La tercera Raíz en su versión 2022, que es un proyecto étnico AFRO, asignado mediante convocatoria pública, los programas audiovisuales: Yo Soy Free, Ancestros de la región y Moda Distrito para su versión 2022, que impacta significativamente a la población Afro del Departamento del Valle del Cauca, con una inversión en la vigencia de alrededor de \$900 millones de pesos, beneficiando a las comunidades afro de nuestro Departamento y del pacífico colombiano a la que llega nuestra señal y que se ven reflejadas en nuestra pantalla.

- Para la segunda meta MP505010100101 que consiste en “Emitir en promedio 8 horas mensuales de actividades culturales, deportivas, educativas, informativas, entre otras, en los diferentes municipios del pacífico colombiano (sin incluir la ciudad sede del canal) durante el periodo de gobierno”, Teniendo en cuenta la vocación regional del Canal, en la vigencia 2022 Telepacífico hizo presencia en los diferentes municipios del Valle del Cauca, emitiendo alrededor de 96 horas de actividades culturales, deportivas, educativas, informativas, desde los municipios, destacándose los eventos deportivos con la Copa Telepacífico con cubrimientos en Buenaventura, Yumbo, Jamundí, Palmira, entre otros; se transmitió el evento deportivo Vuelta al valle en el municipio del cerrito.

En cuanto a los eventos culturales, se hizo presencia en los diferentes Departamentos del pacífico colombiano y especialmente en el Departamento del Valle del Cauca, transmitiendo en vivo los eventos culturales más representativos en municipios como Buga, Tuluá y Buenaventura.”

Se apoyó en diseño y producción actividades culturales, sociales, institucionales y deportivas de la Región entre las que se destacan: la Transmisión en directo de la donación “Salvando Huellas” de la gestora social, y la transmisión del evento social “Maratón de sueños” del reconocido líder y emprendedor social Jeison Aristizábal. Estos cubrimientos beneficiaron a la población del pacífico colombiano a la que llega nuestra señal, y especialmente a la población de los diferentes municipios del valle del cauca.



Igualmente, se cubrieron descentralizaciones con los programas Al día con todo, Tardes del sol, y con nuestro noticiero TP Noticias, incluyendo la producción de notas especiales, con presencia en gran parte de los municipios del Departamento cubriendo la actualidad y los hechos más relevantes

- Finalmente la meta MP202030300101 que consiste en “Emitir en total 20 horas de contenido de paz, reconciliación y memoria histórica de personas, grupos, organizaciones y comunidades víctimas del conflicto armado durante el periodo de gobierno”, Telepacífico emitió por su señal de televisión un total de 22,5 horas de contenidos para el desarrollo de una cultura de paz y reconciliación, representadas en diferentes documentales, películas y transmisiones de reportajes, con presencia de los actores del conflicto, cumpliendo la meta para el cuatrienio en la vigencia 2021. Sin embargo, el canal en la vigencia 2022 continuó con la emisión de contenidos de paz y reconciliación con programas como Informativo de paz con legalidad y Frente al espejo, y diferentes documentales y películas que muestran el papel de las víctimas y demás actores del conflicto en nuestro país.

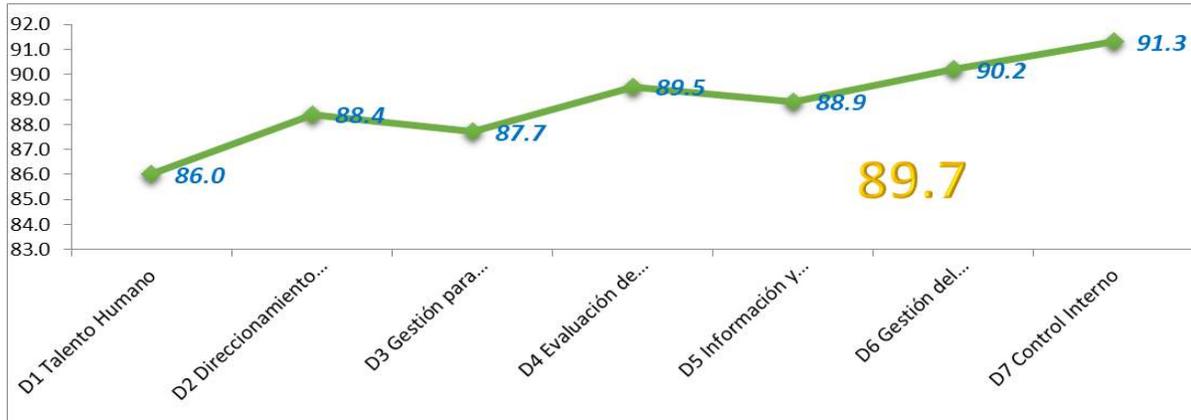
## 1.2 IMPLEMENTACIÓN MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN-MIPG.

Dando cumplimiento a Decreto 1499 de 2017 de la Función Pública se avanzó en la implementación de MIPG, de acuerdo a la última evaluación disponible que realiza el Departamento Administrativo de la Función Pública se logró un Índice del Desempeño Institucional de 89.7%

La actualización de procedimientos, nomogramas y demás documentos que hacen parte del Sistema de Gestión de Calidad de Telepacífico, el avance en el cumplimiento de la ley de Transparencia y acceso a la información pública, la construcción del PETIC y en Plan Estratégico de Talento Humano, entre otros temas relevantes de MIPG, contribuyeron a este resultado.

A continuación, se presenta el cumplimiento en cada una de las dimensiones de MIPG 2021 que es la información más reciente entregada por el DAFP en el primer semestre del 2022.

INFORME DE GESTIÓN  
 SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
 TELEPACIFICO - AÑO 2022



De acuerdo las evaluaciones del sector de las entidades, el índice de desempeño institucional para el canal se posiciona con una excelente calificación, ya que el promedio de las evaluaciones de las entidades territoriales fue de **64.3 %** como se puede observar en la siguiente gráfica.



De acuerdo al ranking, telepacífico se ubica en el último quintil (Desempeño Superior) dentro de las entidades con puntaje más alto.

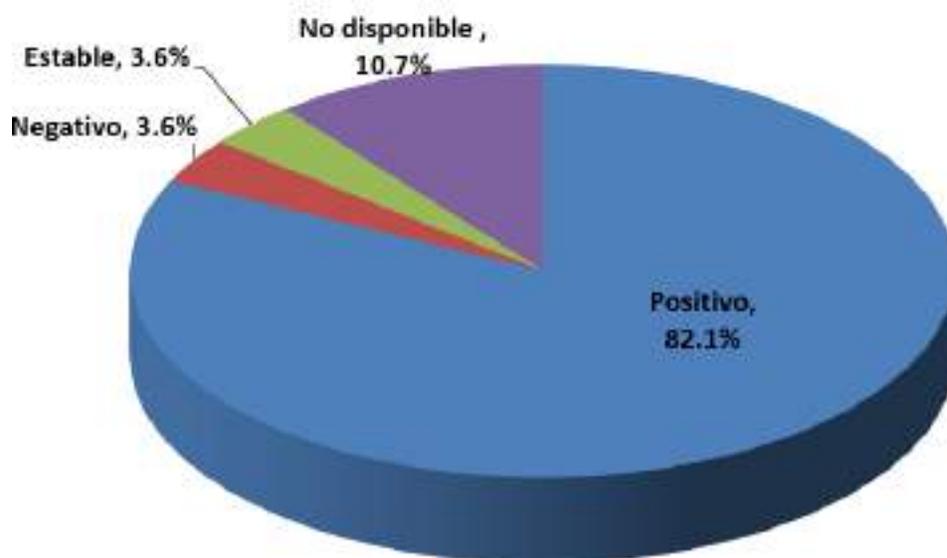


Fuente: DAFP, Última Evaluación realizada, I semestre de 2022.

### 1.3 PLANIFICACIÓN, DIRECCIONAMIENTO, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.

Durante la vigencia 2022 se dio continuidad a las habituales actividades de seguimiento, control y acompañamiento para el adecuado mantenimiento y actualización de todos los documentos del Sistema Integrado de Gestión. Entre las actividades realizadas se destacan:

#### DESEMPEÑO DE LOS INDICADORES DE GESTION DE LOS PROCESOS



Durante el 2022 el índice de desempeño de nuestros procesos impactó positivamente en un 82.1%, que equivale a 28 indicadores de gestión con desempeño satisfactorio, un (1) indicador con tendencia negativa, y un (1) indicador estable.

#### **1.4 ELABORACIÓN, SEGUIMIENTO Y MONITOREO DE LOS PLANES INSTITUCIONALES (Plan de Acción, Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, Mapas de Riesgos Institucional, entre otros.)**

En la vigencia 2022 la Oficina de Planeación estuvo a cargo de la formulación de diferentes planes Institucionales dando cumplimiento a la normatividad vigente. En el mes de enero de 2022 se elaboró el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, brindando un acompañamiento a los diferentes responsables de los componentes del mismo. Así mismo se acompañó en la elaboración a los líderes de los procesos y se consolidó el Mapa de Riesgos Institucional, que incluyó los mapas de riesgo de corrupción, mapas de riesgo de Gestión, y de seguridad Digital 2022 en cada uno de los procesos del Canal.

De otro lado se elaboró, el Plan de Acción Integrado 2022, que incluyó la articulación de la inversión para dicha vigencia con las metas del Plan Estratégico de la Entidad. Se integraron a este Plan de Acción, los planes institucionales a cargo de otras áreas: Plan institucional de capacitación 2022, Plan Anual de Adquisiciones 2022, Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo 2022, el PETIC 2022.

Estos planes fueron publicados en la página web de la entidad, [www.telepacifico.com](http://www.telepacifico.com) en el link de Transparencia, Planes, en el mes de enero de 2022, dando cumplimiento del Decreto No. 612 del 4 de abril de 2018, que exige a las entidades públicas la elaboración y publicación de un solo Plan que integre todos los planes institucionales.

#### **1.5 FORMULACIÓN Y MANEJO DEL BANCO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, ELABORACIÓN DE INFORMES A DIFERENTES ENTES EXTERNOS Y APOYO A OTROS PROYECTOS.**

En la vigencia 2022, se formularon los proyectos de inversión del Canal, tanto en la plataforma MGA Web (Metodología General Ajustada) el proyecto de Inversión “Fortalecimiento de la Programación y de la Infraestructura Tecnológica de Telepacífico 2022” que agrupa toda la inversión del Canal, y se inscribió en el Banco de Proyectos de la Gobernación del Valle del Cauca.

Se coordinó y se brindó acompañamiento para la construcción del Plan Operativo Anual de Inversiones POAI 2023, que por normatividad se elaboró y remitió al Departamento Administrativo de Planeación de la Gobernación del Valle del Cauca para su revisión y Visto Bueno en los meses de noviembre y diciembre de 2022.

En el transcurso del año 2022, se elaboraron y reportaron los informes trimestrales de ejecución de los recursos financiados por MINTIC correspondientes al Plan de inversión y a los proyectos de contenidos e infraestructura y las adquisiciones aprobadas. Así mismo, se elaboraron y reportaron los indicadores semestrales y demás requerimientos solicitados por el GIT de

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



Fortalecimiento al Sistema de Medios Públicos del MINTIC. Se elaboraron y reportaron los informes trimestrales del cumplimiento y avance de las metas de Telepacífico en el Plan de Desarrollo del Departamento, haciendo los respectivos reportes en la plataforma EVAPLAN de Planeación Departamental.

Se lideró y gestionó la participación en la Feria de Transparencia de forma virtual en representación de Telepacífico llevada a cabo en el mes de noviembre del 2022, donde se apoyó la elaboración de material e información para la presentación de la gestión realizada por el Canal.

De otro lado, se apoyaron diferentes proyectos Gerenciales e iniciativas tales como:

Apoyó en la gestión del proyecto para la remodelación del teatro estudio de Telepacífico, en trabajo conjunto con el equipo de regalías de la Gobernación del Valle del Cauca y la firma DATECSA quien elaboró los diseños iniciales para poder gestionar este importante proyecto para su financiación por el sistema general de regalías.

Desde la Oficina de Planeación se brindó apoyo en la organización del Gran Debate presidencial: Hablemos claro del Pacífico, liderado por Telepacífico y Propacífico en alianza con medios de comunicación, gremios, academia y sociedad civil del Valle del cauca. Se gestionó con las diferentes campañas de los candidatos su asistencia, así mismo, se acompañó el proceso con los diferentes aliados para la construcción de la metodología, formato y demás detalles de este gran evento, que generó un espacio de interlocución entre los candidatos presidenciales y la ciudadanía que nos ve por las diferentes plataformas en Colombia y en el mundo.

Finalmente se brindó acompañamiento en la gestión para concretar el proyecto con ACDIVOCA que permitirá al canal estar presente en los Departamentos de cauca, chocó, Valle y Nariño que se llevará a cabo en la vigencia 2023.

## 2. GESTIÓN DE PROGRAMACIÓN

### Nuestro Manifiesto

Telepacífico le apuesta a brindar una parrilla que impacte la pantalla con criterio de región y de políticas públicas. Nuestra estrategia: Fortalecer la programación con contenidos *diversos e inspiradores, consolidando sus valores y cualidades bajo el concepto "Somos Afro, Somos Etnias, Somos Ciudad, Somos Pacífico, Somos Música, Somos Latinos"*.

La conformación de la parrilla se propone cumplir con los objetivos de la televisión pública en la que se desarrollan en principal medida los públicos:

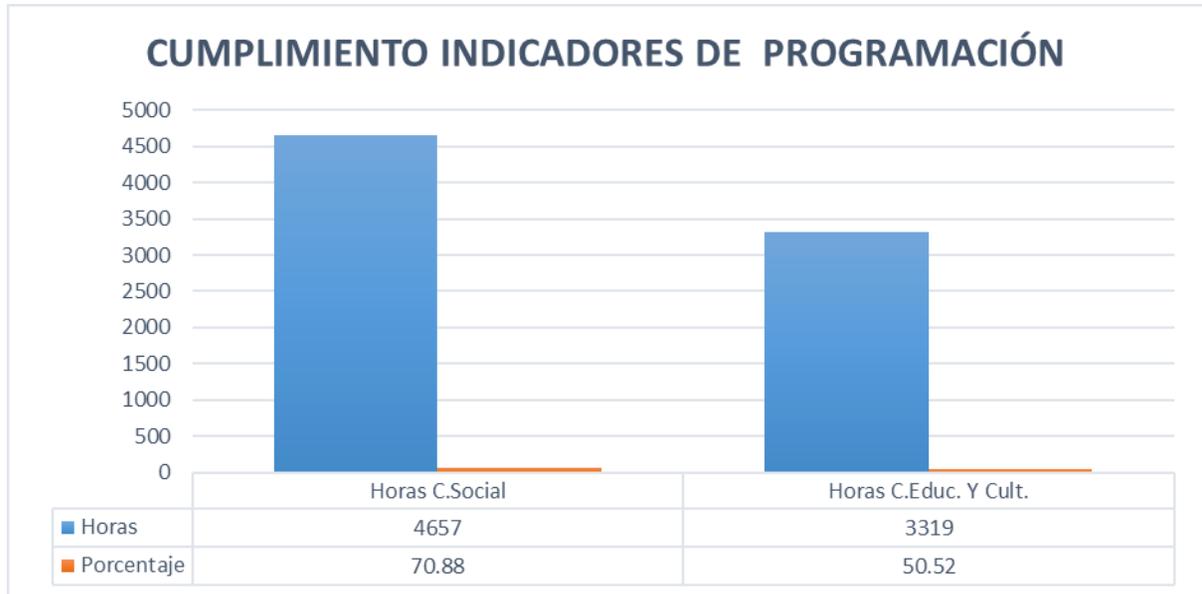
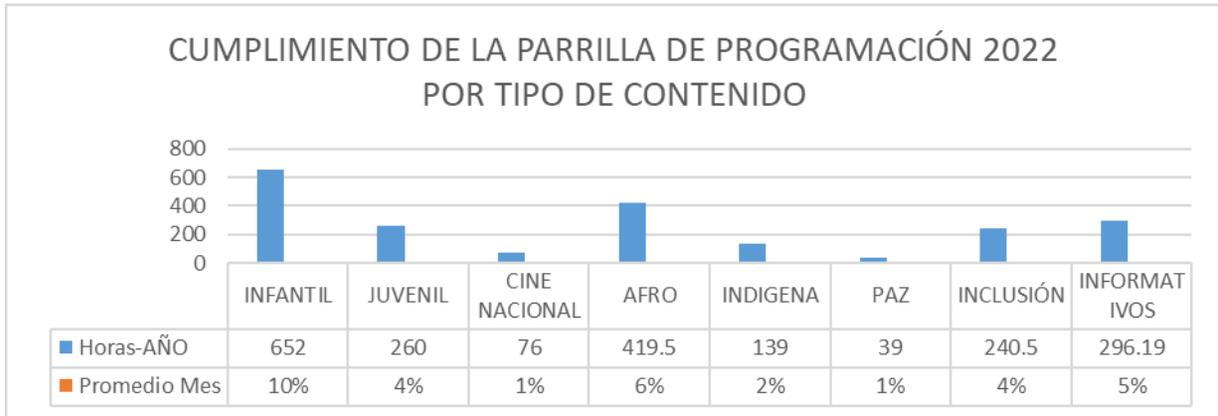
- Infantiles
- Juveniles
- Cine Colombiano como apoyo a la industria colombiana.
- Horas patrimonio que permiten establecer contenidos que permanezcan en el tiempo.
- Contenido Étnico en el que se representen la diversidad cultural de la región pacífica colombiana.
- Eventos culturales y deportivos que describen la riqueza de la nuestra región.
- Contenido de Paz como parte de las políticas públicas, el canal presenta contenidos que nos permitan como individuos de una sociedad entender la historia del proceso armado que ha vivido Colombia, presentando contenidos de Paz, tal como lo exigen el gobierno nacional.

A partir de este diseño de parrilla, este fue el comportamiento en horas en cada uno de los públicos objetivo:

### RESUMEN CONTENIDOS PANTALLA PRINCIPAL

- CONTENIDO INFANTIL: 652 hora
- CONTENIDO JUVENIL: 260 horas
- CONTENIDO CINE COLOMBIANO: 76 horas
- CONTENIDO ÉTNICO AFRO: 419.5 HORAS
- CONTENIDO ÉTNICO INDÍGENA: 139 HORAS
- CONTENIDO DE PATRIMONIO SOCIAL: 4.657 HORAS
- CONTENIDO DE PATRIMONIO EDUCATIVO Y CULTURAL: 3.319 HORAS
- CONTENIDO DE PAZ: 39 HORAS
- FRANJA INCLUSIÓN: 240 Horas 36
- INFORMATIVOS: 296 Horas 19 Min

**2.1 Conformación de la parrilla de programación:**



Horas de programación diaria: 18.

## 2.2 VALORES DIFERENCIALES DE NUESTRA PROGRAMACIÓN

En el 2022 a través de la estrategia “SOMOS: Satisfacción, Credibilidad y Confianza”, elaboramos un lenguaje que nos permitió acercarnos a las regiones de cobertura del canal. De esta forma, en el mes de Enero, nos desplazamos a la ciudad de Cartagena para realizar las transmisiones del XVI Festival de Música; en Febrero los sentimientos se transformaron en Amor; en Marzo, fuimos creadoras de vida que nos hace Mujeres; en Abril, semilla e inspiración que nos convierte en tierra de letras; en Mayo la piel, la raza, nos hacen iguales; en Julio la celebración del gol con la Copa América Femenina de Fútbol; Agosto, se inició con el Campeonato Mundial de Atletismo y la tradición que nos llena de alegría en el Festival Petronio Alvarez; en Septiembre dimos la competencia como el triunfo en el deporte; en Octubre se continuó con la Copa Libertadores Femenina y el Mundial de Salsa; en Noviembre, la acción se transformó en “Especiales” alrededor del mundial de fútbol con Zona Mixta; y en Diciembre, la alegría llegó a nuestras pantallas con la Feria de Cali.



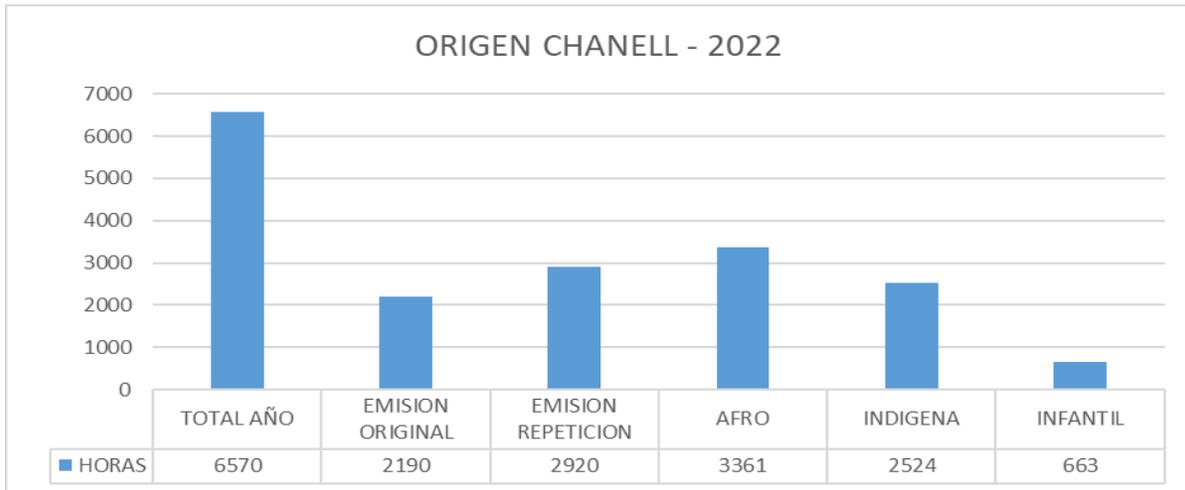
## 2.3 ORIGEN CHANNEL

Esta pantalla de televisión ha permitido a Telepacífico a través de la emisión de contenidos Étnicos fortalecer la mirada de la televisión pública en Colombia y seguir avanzando hacia la consolidación de un sistema de medios públicos para el pacífico.

## PROGRAMACIÓN Y CONTENIDOS

Las fuentes de los contenidos de Origen Channel en el 2022 fueron:

- Archivo de Telepacífico con temáticas afro e indígena
- Transmisiones en vivo de la frecuencia principal que se enlazaron con esta segunda frecuencia
- Intercambio de contenidos con los canales regionales del País.
- Acuerdos con la Red de televisión pública de América Latina - Red TAL- y también de operadores privados. Tenemos convenidos suscritos con redes públicas de televisión con países como México, Brasil, Chile, Argentina, Perú y Ecuador.
- Compra de derechos de licencia de obra audiovisual con licenciamiento para las dos señales.



Durante el 2022, se emitieron 8 horas infantiles cada fin de semana, 6 horas de programación original de 6:00pm a 12:00m y 8 horas de repeticiones para un total de 18 horas de programación.

Desde el 1 de enero al 31 de diciembre del 2022 se emitieron 3.361 horas de contenido Afro, valor que corresponde al 55.23 % de la programación.

En cuanto a las horas indígenas emitimos 2.524 horas, es decir 38,39 % de la programación.

También 663 horas, es decir el 10,07 % de la programación fueron horas de contenido infantil.

### 3. GESTION DE PRODUCCIÓN

#### 3.1 PLAN DE INVERSION 2021

Para la formulación del plan de inversión a FUTIC 2022, se dio continuidad a trabajar en pro del aumento del número de horas patrimonio, con el fin de incrementar los resultados en la medición de las variables del Fondo Único de Tics para la asignación de los recursos de vigencias futuras.

El siguiente es el resumen del plan aprobado por FUTIC en 2022.

<b>PROYECTO PLAN DE INVERSION 2022</b>				
<b>No.</b>	<b>PROYECTO</b>	<b>Capítulos</b>	<b>Duración</b>	<b>HORAS</b>
1	TELEPACIFICO NOTICIAS	246	30	123,0
2	AL DIA CON TODO	220	90	330,0
3	TARDES DEL SOL	220	90	330,0
4	ELEMENTALES	100	60	100,0
5	COCINA POR EL PACIFICO	60	30	30,0
6	AMPARAME DIOS MIO	20	60	0,9
7	HOMBRES	30	60	0,9
8	SERIE TEMATICA 1. INOLVIDABLE (Antes Futbol e hitos)	15	30	7,5
9	SERIE TEMATICA 2. MODO MUJER II	15	30	7,5
10	SERIE TEMATICA 3. CIENCIA DE LA SALUD	15	30	7,5
11	SERIE TEMATICA 4. VALLE DE LOS ANCESTROS (Antes ciencia atleta)	13	30	6,5
12	TRANSMISIÓN ESPECIALES DE EVENTOS CULTURALES	12	120	24,0
13	DEFENSOR DEL TELEVIDENTE	30	30	15,0
14	PROYECTO DE FICCION EN COPRODUCCION 1. RAPUNZEL	1	80	1,3
15	DOCUMENTAL PERFIL BIOGRAFICO. BLANCA HUERTAS	1	80	1,3
16	DOCUMENTAL AMENAZA VERDE	1	80	1,3
17	PROYECTO DE FICCION JUANCHOKE	10	30	5,0
17	PROYECTO DE FICCION LA SUPREMA	1	80	1,3
17	PROYECTO DE FICCION FUNERALES	1	80	1,3
<b>CONVOCATORIA AL SECTOR (20%)</b>				
18	COPRODUCCION SERIE FICCION TODO SE PUEDE	15	30	7,5
19	COPRODUCCION Infantil. DEL PATAS	13	30	6,5
20	COPRODUCCION. Étnico Afro TERCERA RAIZ. 3a TEMPORADA	13	30	6,5
21	COPRODUCCION. Emprendimiento. VISIONARIOS	13	30	6,5
22	COPRODUCCION. Tema libre. CUNA DE GIGANTES	20	30	10,0
<b>TOTAL CONVOCATORIA AL SECTOR</b>				
<b>TOTAL PROYECTO CONTENIDO</b>				
Horas Patrimonio				<b>248,4</b>

### 3.2 TP NOTICIAS.



En el 2022 Telepacífico Noticias se consolidó como el principal informativo del occidente colombiano, con emisiones los 7 días de la semana. Recibió una condecoración del Concejo de Cali y seis premios nacionales de periodismo por los diferentes especiales e investigaciones realizadas por el equipo humano. Se fortaleció el contenido descentralizado con los corresponsales desde Cauca, Valle del Cauca, Nariño y Chocó; logrando más horas de contenido en TV y plataformas digitales.

Las redes sociales del noticiero crecieron en un año un 200 %, Facebook fue la principal pasando de 45.000 seguidores a 128.000, posteriormente Youtube, Twitter, Instagram y TikTok. Se implementaron narrativas diferentes con conceptos móviles, realizando periodismo ciudadano y acercándonos a las necesidades de televidentes y suscriptores. Creamos contenido joven para acercar nuevas audiencias en plataformas como Tiktok y de Podcast.

Las emisiones de fin de semana se fortalecieron con investigaciones rigurosas de temas coyunturales y de impacto emitidas en horario prime los domingos después de las 8:30 p.m. Sábado y domingo lideramos la audiencia entre los otros noticieros regionales de Colombia. Se cubrieron las 3 jornadas electorales desde los 4 departamentos que conforman el Pacífico colombiano, desde Bogotá, con diferentes periodistas conectados y gráficas de vanguardia.

Se realizó un despliegue informativo en los eventos deportivos más importantes de la región, culminando con éxito desde el Mundial de Catar 2022. Durante el segundo semestre de 2021 se diseñó un web site del noticiero que será alimentado por un equipo especializado y se estableció un acuerdo con La Universidad Católica para este fin.

### 3.3 AL DÍA CON TODO.



Al Día Con Todo en el 2022 se encargó de entretener a los televidentes en las mañanas y enseñar sobre asuntos de la cotidianidad como: jardinería, remedios caseros, recetas, tips de moda, de maquillaje, rutinas de ejercicios, cuidado de su salud mental, emocional y física.

Lo más destacado del 2022 en Al Día Con Todo fue que gracias a diferentes alianzas lograron regalar a través de concursos de fidelización un total de 513 entradas dobles a eventos culturales, artísticos, deportivos, 60 regalos en el mes de la madre y el padre, 30 cambios de look durante todo el año.

Visitaron 22 municipios del Valle del Cauca, Cauca y Chocó para visibilizar sus fiestas, ferias, atractivos turísticos y gastronomía, de esos municipios, en 4 transmitimos en vivo el programa completo. Cada semana uno de nuestros talentos visitó un barrio de Santiago de Cali para ponernos "Al Día Con Los Vecinos".

La estrategia de redes sociales se concentró en que los invitados de reconocimiento local, regional, nacional e internacional que hicieron presencia en nuestro set, principalmente desde Instagram, etiquetaron nuestra cuenta @aldiacontodotp visibilizando nuestro programa a otras audiencias sumando en la actualidad 7600 seguidores.

### 3.4 TARDES DE SOL.



El 2022, fue el año de la Celebración de los 15 años de tardes del Sol, con una multitudinaria convocatoria de televidentes que más que ello, se consideran la gran familia del programa por su fidelidad y gran aceptación y empatía hacia el programa durante esta Década y media.

Artistas de gran reconocimiento y muchos premios para los asistentes, permitieron vivir una gran velada, en la que Tardes del Sol, estuvo más cerca de sus televidentes y siguió su posicionamiento en los hogares de la región, como el Magazín de la familia.

El 2022 fue exitoso en rating alcanzando promedios satisfactorios con referencia a otros magazines y productos del Canal y empezando paulatinamente a introducir a Nuestros adultos mayores en las redes Sociales como Facebook y WhatsApp, donde se Transmitió el programa en vivo y con Interacción en tiempo Real Con los televidentes.

También fue el 2022, el año en que tardes del Sol, se Consolidó como el programa abanderado de la causa animal, con la original Campaña, barriguitas llenas, colitas Contentas, donde recogieron más de dos Toneladas de alimento para perros y gatitos que fueron entregados en dos grandes especiales del programa. Declararon el set cómo el primer estudio Pet Friendly de la Televisión.

Continuaron marcando diferencia con la exclusiva Sección “somos incluyentes”, con las historias más bellas de Superación de personas en situación de Discapacidad. Por todo esto, Tardes del Sol se identificó en el 2022 como un gran magazín de interés, con énfasis en la familia y gran vocación en lo social, lo que lo acercó más a las familias de la región.

### 3.5 ELEMENTALES.



El 2022 dejó una tercera temporada de la franja Elementales la cual destaca principalmente por una reinversión en las temáticas a abordar: Acompañamiento para la primera infancia, guía sobre crianza y educación de mascotas, soluciones judiciales y la actividad física para mantener una vida equilibrada, siendo estas representadas por un equipo de presentadores que además de contar con experiencia frente al manejo de cámara, son expertos certificados en cada una de sus áreas, sumado a lo anterior, se buscó que cada conductor tuviese reconocimiento en redes sociales, con la finalidad de captar la atención del público atraído por cada tópico, y así, alcanzar más receptores aparte de la media que visualiza la parrilla del canal.

Por otra parte, en cuanto a estructura se dejó de lado el formato anterior, el cual optaba por capítulos por temática de 30 minutos y fue reemplazado por capítulos de 50 minutos en donde cada presentador contaba con su espacio de alrededor 12 minutos, esto para favorecer a la inmediatez de la información, siendo está mucho más precisa y pretendiendo por medio de diferentes recursos como gráficos animados o testimonios ciudadanos, otorgar al televidente datos, consejos e instrucciones lo más específicos posibles.

### 3.6 AMPÁRAME DIOS MÍO.



En 2022 Se buscó innovar en personajes que no tocarán temas políticos sino de farándula y entretenimiento, además se invitaron a quienes han sido artífices de la cultura popular vallecaucana. La presentadora, movió sus redes sociales como Instagram y Facebook.

Ampárame, Dios Mío, es un espacio de entrevista a profundidad que busca resaltar a las mujeres y hombres que engrandecen el suroccidente colombiano. Los personajes seleccionados tienen una relación con la región de incidencia del canal, bien sea por origen, familia, arraigo o impacto.

### 3.7 SERIE MODO MUJER



En esta temporada abordamos quince mujeres alejadas de los medios tradicionales de difusión, prácticamente desconocidas, quienes, con sus actos cotidianos, han generado un impacto positivo en el entorno que las rodea.

Mediante una forma visual propia del documental, se obtuvieron los testimonios en tres de los departamentos de la región pacífico, visitamos ciudades como San Juan de Pasto, Sandoná en

Nariño; Caldono en el departamento del Cauca, donde conocimos diferentes mujeres de varios tipos de etnias y culturas, para darle una diversidad de aspectos y perfiles a los personajes.

Dramaturgas, Bailarinas, Empresarias y hasta una Doctora en Astrofísica, hacen parte de los oficios y profesiones de las invitadas, quienes junto a la reconocida Mabel Kremer conversan y reflexionan sobre los diferentes aspectos que conforman el hecho de ser mujer y los roles que desempeñan en los entornos sociales que habitan.

### **3.8 SERIE INOLVIDABLE.**

Inolvidable es una serie documental que da cuenta de ocho décadas de fútbol en Colombia, donde se consigue entrevistar a 60 personajes, entre futbolistas, entrenadores, investigadores, comentaristas, estadígrafos y aficionados, alrededor de los récords, marcas e hitos que han perdurado en nuestro torneo rentado. Una tarea documental poco abordada desde nuestra televisión con rigor, que pretende presentar ante las nuevas generaciones protagonistas y eventos que sin duda desconocen, gracias a archivos audiovisuales y fotográficos pertinentes.

Los personajes, todos del universo futbolístico, logran contar historias ancestrales de nuestro torneo rentado, ricas en anécdotas y récords inolvidables. El rigor de los eventos será relatado a partir de investigadores y expertos en este tipo de estadísticas, lo que arroja un balance entre el frío, pero necesario registro informativo y la emoción atada a los triunfos o las derrotas desde lo anecdótico, anécdotas que aseguran ser novedosas desde los enfoques y las miradas personalizadas de los entrevistados protagonistas.

### **3.9 SERIE CIENCIA DE LA SALUD.**

La ciencia de la salud es una serie en la que se pudieron conocer historias impactantes e inspiradoras sobre hombres y mujeres de la región que han tenido que sobrellevar complejas enfermedades, pero que gracias a sus creencias y al apoyo de distintos profesionales de la salud, pudieron superarlas.

Durante la producción fue muy importante el apoyo del Hospital Universitario del Valle, que en todo momento permitió conocer los complejos procesos que desarrolla la institución con el fin de atender a cientos de pacientes del suroccidente del país. Así mismo, fue muy valioso encontrar un personal médico empático con el paciente, que ha permitido superar las barreras que en el pasado existían entre: médico – paciente y ahora muestra como se ha humanizado la atención en salud, a pesar de las conocidas dificultades de un sistema que presenta muchos problemas.

Entre los lugares que se visitaron con la serie está la ciudad de Pasto, el corregimiento de Ricaurte en el municipio de Bolívar, así como los municipios de Restrepo, Palmira y Vijes en el departamento del Valle del Cauca.

Dentro de los aspectos más destacados están definitivamente las historias de los protagonistas que son el 70 por ciento de cada capítulo. Relatos impactantes que son acompañados por las voces de expertos que más que hablar de los avances en materia de salud, reflexionan respecto a su labor como encargados, no de evitar la muerte, sino de brindarles calidad de vida a las personas. Profesionales que le hablan a toda la audiencia respecto a la importancia y el compromiso que debemos tener para ayudar a quienes están enfermos, porque en cualquier momento podríamos estar ocupando su lugar.

### 3.10 COPRODUCCIONES PROYECTOS DE FICCIÓN EN ALIANZA CON SALON DE PRODUCTORES DEL FESTIVAL DE CINE DE CALI

Telepacífico en alianza con este salón, desarrolló una estrategia en la que se asistió a la revisión de proyectos inscritos en el salón de productores para escoger tres proyectos que contaran con avanzado estado de producción.

Participaron más de 60 propuestas nacionales e internacionales que en diferentes géneros y formatos presentaron su proyecto de película en desarrollo; algunos proyectos de ficción de cinematografías internacionales fueron tenidos en cuenta para las jornadas de pitch que se establecieron, sin embargo, las historias que trabajaron temáticas pertinentes al contexto nacional y regional colombiano, cercanas a referentes locales en diálogo con valores universales, novedosas con una propuesta narrativa diferenciada, de calidad y con un recorrido en su fase de pre producción adelantada, fueron las que tuvieron mayor valor a la hora de escoger el proyecto de coproducción a ser financiado. Finalmente, luego de las presentaciones uno a uno de los proyectos de salón y en entrevista virtual con directores y productores, se seleccionaron las propuestas:

**3.11 RAPUNZEL, EL PERRO Y EL BRUJO** como el proyecto ganador. Juan Francisco Bautista productor película Rapunzel, el Perro y el Brujo comenzó el desarrollo a principios de 2021. Se desarrolló la primera fase de la preproducción, hasta culminar en noviembre en el salón de productores y proyectos cinematográficos Ficcali 2021, dónde recibió premios de diferentes empresas como: Retina Tres, Segovia música, Spanglish Movie, La Colemba, La Compañía de Montaje, Distrito Pacífico y Telepacífico, siendo el gran ganador del salón FICCALI 2021. Durante 2022 diferentes empresas se han unido cómo productores asociados cómo Dago García Producciones, Golpe de Gracia y empresas regionales y locales.

**3.12 LOS FUNERALES.** Los propietarios de una rica hacienda colonial en el Valle del Cauca se reúnen para hacer el funeral simbólico de Jaime Córdoba, quien se suicidó dos años atrás. Desde hace varios años no visitan la finca, por temor a la presencia de las guerrillas en la zona. Libia, la madre de Jaime, quiere hacerle una despedida, pero es también el momento que ha escogido para revelar a sus hijas que están al borde de perder la propiedad, por deudas contraídas con Aníbal, el hijo del anterior mayordomo, ahora un rico y tenebroso mafioso que acumula tierras en la región.

**3.13 LA SUPREMA.** Laureana es una joven afro colombiana que vive en La Suprema, un pueblo en el caribe colombiano borrado de los mapas del país, donde la electricidad aún no ha llegado. Cuando se entera que su tío Anastasio Páez peleará por el título mundial de boxeo y el evento será transmitido en vivo por televisión, busca convencer a Efraín, ex boxeador y antiguo entrenador de Páez, a que la entrene para boxear profesionalmente. El mayor obstáculo para sus intenciones es su abuela Pabla, que, con la excusa de querer protegerla, intenta imponer su voluntad. Motivados por Laureana y sus amigos Carmelo y Ramón, la comunidad se unirá contra todo pronóstico para traer electricidad y un televisor a la plaza principal para poder ver la pelea. Al final, los eventos son sólo un detonante para comprender que su verdadera lucha es contra el olvido

### **3.14 PROYECTO DE FICCION JUANCHOKE.**

La serie de ficción se escogió de una selección de propuestas que tenían adelantados procesos de producción. La Serie JUANCHOKE es una comedia de situación ganadora de la primera versión de Abre cámara de MINTIC en el 2020, convocatoria que dio resultado la producción de 6 capítulos iniciales y finalizados, que han tenido una maravillosa acogida y que destacó como caso de éxito entre los ganadores nacionales. Para darle vuelo a la historia se crearon 10 nuevos capítulos a producir, además de las piezas complementarias para la estrategia transmedial que incluye la producción de nuevas canciones y videoclips, haciendo de esta una producción novedosa, creando juegos narrativos con los espectadores.

### **3.15 ANCESTROS DE LA REGIÓN.**

Es una producción audiovisual, género documental, que busca visibilizar saberes, valores y prácticas tradicionales de comunidades nativas y/o autóctonas del Valle del Cauca, Cauca y su relación con la naturaleza. Es un espacio para escuchar las voces de los adultos mayores, contadores de historias de la cotidianidad en la selva, la costa, el campo u otros escenarios del occidente colombiano, sobre la estrecha relación armónica entre los seres humanos y su entorno. A partir de la sabiduría que se ha transmitido a través de prácticas y de la tradición oral, se busca que las nuevas generaciones fortalezcan el empoderamiento del legado de sus antepasados, que concibe una dinámica de vida pacífica y en equilibrio. Esta narrativa también permite destacar las fortalezas ambientales, culturales y sociales de la región, desde una mirada propositiva, que busca construir una nueva ciudadanía con una mayor conciencia del baluarte natural que la rodea.

### **3.16 CONVOCATORIA AL SECTOR.**

Por medio de la convocatoria al sector audiovisual del 20% de los recursos de Futic se produjeron los siguientes proyectos:

**COPRODUCCIÓN SERIE FICCIÓN TODO SE PUEDE.** "La idea central de TODO SE PUEDE es invitar a la reflexión sobre lo que significa ser mujer, no importa la edad o situación social, ya que todavía tienen que seguir demostrando que TODO LO PUEDEN: ser cabezas de familia, inventarse formas de trabajo formal e informal, salir adelante social y económicamente. Siempre tienen retos que superar, ya sea que vivan en familia, en pareja o en soledad, algunas con relaciones tóxicas, y, muchas vivencias indeseadas que las llevan a replantear sus vidas, e incluso a hacer cambios drásticos con respecto a lo vivido, pero siempre sacando lo mejor de sí mismas.

El tratamiento está en el tema, y este fluye del paralelo entre la vida de Jaime, sacerdote católico que regresa de nuevo a sus raíces, el Valle del Cauca, mandado a apaciguar tanta locura y atraer nuevamente a los fieles por el camino a Dios. Jaime se encuentra con María, su primer amor. María está viuda y con un negocio de artesanías y turismo que no sabe manejar, el cual administra el malandro de Pablo, sobrino de su difunto marido y que la quiere dejar en la calle. Paralelo veremos la vida de varias mujeres de zonas turísticas del Valle del Cauca que no saben cómo salir adelante y están viendo un futuro muy negro y sin salida. El encuentro de Jaime, María y por ende el de estas 10 mujeres va a tejer una historia de luchas, creatividad para salir adelante y empoderamiento del cual incluida la misma María que tiene la autoestima por el piso. En este encuentro veremos cómo se relacionan desde lo más profundo de sus emociones y sentimientos, producto de sus vivencias paralelas en situaciones de angustias, búsqueda de salidas económicas dolor, reencuentros, amores, solidaridad y en definitiva que TODO SE PUEDE y que la unión es la única manera de salir adelante.

**COPRODUCCIÓN Infantil. DEL PATAS.** "Del patas", es una serie infantil que combina imagen real y animación. Del patas, ofrece a los niños una mirada divertida, donde aprenderán sobre aspectos de interés emocional, legal, cultural, social e incluso científico, de los integrantes más peludos de sus hogares, fortaleciendo la empatía y el respeto. Pancho convierte a Lucas y a sus amigos en activistas, niños animalistas, que puedan trascender la pantalla, generando una narrativa digital para el canal, en torno a la protección y reconocimiento de la familia multiespecie, en una ciudad como Cali que se caracteriza por sus colectivos en defensa de los animales y el medio ambiente. La serie propone situaciones emotivas y debates reales, como cuando Lucas, con ayuda de algunos de sus vecinos, deciden si convencer o no al señor del 3B de regresar a la Lora Carola a su hábitat natural.

**COPRODUCCIÓN. Étnico Afro TERCERA RAÍZ. 3a TEMPORADA.**

Es la continuación de la serie étnica con enfoque afro con la transformación de pasar de contar historias genéricas de la cultura afro del pacífico colombiano, su idiosincrasia, cosmovisión, folclor y tradiciones orales, a narrar historias particulares de personajes que sirven de inspiración y motivación por sus procesos creativos y de crecimiento personal como profesional. Con este programa buscamos contribuir a la salvaguarda de la ancestralidad adaptada a los cambios que cada personaje le da en un mundo moderno.

El espacio contó con la participación de hombres y mujeres empresarios, emprendedores, innovadores, líderes sociales, matronas, oradores, músicos, escritores y entre otros, que logran superar adversidades y obstáculos para conseguir sus metas, sin perder la esencia ni las raíces.

**COPRODUCCIÓN VISIONARIOS.** Es una serie que busca resaltar los emprendimientos especialmente de los jóvenes que están emergiendo con sus ideas de negocio, en la que se destaca la historia de vida del emprendedor, desde sus espacios, su casa, su existencia misma.

La serie buscó visibilizar algunos de los muchos emprendimientos que se desarrollan en nuestra región, ejemplarizando cada una de las experiencias con el propósito de motivar a más jóvenes para que se lancen a diseñar y comenzar proyectos que les permitan convertir en realidad muchos de sus sueños, que los impulsen a ser creadores, constructores, visionarios de futuros, innovadores. Se destacó el apoyo familiar e institucional que reciben estos jóvenes, además de la historia de vida del invitado central.

**COPRODUCCIÓN CUNA DE GIGANTES.**

El tono de esta serie documental estuvo matizado por la profundidad humana de sus personajes, poetas y poetisas, músicos, líderes y lideresas, biólogos, científicos, médicos tradicionales, encantadores de ballenas, navegantes, habitantes del pacífico colombiano. Queremos dar a conocer con esta Serie como hombres y mujeres, desde diferentes facetas, se han relacionado con las ballenas, con sus cantos, con su magia en el pacífico colombiano.

### 3.17 PROYECTOS DE INVERSIÓN ADICIONAL.

PROYECTO PLAN DE INVERSIÓN ADICIONAL 2022				
No.	PROYECTO	CAPÍTULOS	DURACIÓN	HORAS
1	<b>A FONDO</b>	<b>20</b>	<b>48</b>	<b>16,0</b>
2	<b>LA HORA DEL MARTILLO,</b>	<b>20</b>	<b>48</b>	<b>16,0</b>
3	<b>ESPECIALES DEPORTIVOS</b>	<b>12</b>	<b>60</b>	<b>12,0</b>
4	<b>ZONA MIXTA</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>41,6</b>
5	<b>COLORES DEL FUTBOL</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>0,4</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>106</b>		

#### 3.17.1 A FONDO.

A Fondo es un programa que desarrolló temas considerados de índole nacional desde una óptica regional, con visiones y aportes de invitados, nacionales y regionales. Asumió temáticas con la participación activa de los televidentes, con capítulos como el denominado, "50. caleños Califican al Mío".

Asumió temas de polémicas deportivas y también de previos al Mundial De Fútbol, que también marcaron muy bien en rating. Fue el único programa de opinión que abordó temas como el de la invasión de tierras en el Norte del Departamento del Cauca.



### 3.17.2 LA HORA DEL MARTILLO.



*La Hora del Martillo* es un espacio de opinión y debate, con un tema central, analizado por profesionales responsables de la región y el país. Académicos, periodistas, columnistas y expertos en diferentes temas, entre otros, se desarrolle un debate constructivo para la sociedad, que permita entender el porqué de los hechos actuales.

El Programa *La Hora del Martillo* en sus capítulos del año 2022, fue un espacio abierto a los análisis y polémicas, con contenidos, de referencia política, en virtud a la campaña presidencial, y también se desarrollaron temas de contexto regional y local, especialmente de la ciudad de Cali.

Otro de los desarrollos en *La Hora del Martillo*, fue la realización de secciones en las que se integró a la ciudadanía y en las cuales medimos los temas y las tendencias de los habitantes de Cali y su área metropolitana.

## CONTENIDO Y CUBRIMIENTO EVENTOS DEPORTIVOS:



Durante el año 2022 Zona Mixta además de informar y debatir sobre el Fútbol profesional colombiano y sobre las diferentes ligas del mundo, también cubrió diferentes certámenes deportivos tanto nacionales como internacionales:

- Eliminatorias a Qatar 2022: se realizaron programas especiales sobre los partidos de eliminatoria al mundial de Qatar 2022 de la Selección Colombia, con corresponsales en Barranquilla.
- Copa América Femenina: realizamos cubrimiento especial de la Copa América Femenina que se llevó a cabo en Cali, Armenia y Bucaramanga; con programas especiales los días que jugaba la Selección Colombia, entre el 8 al 30 de julio 2022, contando con los enviados especiales Marcela Monsalve y Jaime Orlando Dinás en cada ciudad donde jugó la Selección Colombia Femenina.
- Mundial de Atletismo Sub20 Cali 2022: Del 1 al 8 de agosto tuvimos programas especiales con el resumen de cada jornada, entrevistas a los deportistas protagonistas y con invitados expertos en cada disciplina.
- Copa Libertadores Femenina: Para este certamen tuvimos dos programas especiales donde hicimos seguimiento a los dos equipos del Valle femenino, con informes de nuestro enviado especial Jaime Orlando Dinás.
- Mundial de Qatar 2022: del 20 de noviembre al 19 de diciembre realizamos cubrimiento especial del Mundial de Qatar 2022, con emisiones diarias, contenido de cada jornada mundialista, fuimos el único programa regional con dos enviados especiales a Qatar: Darío Zenz y Jaime Orlando Dinás, quienes nos compartían informes en directo sobre los partidos del día.

### **Crecimiento digital de Zona Mixta:**

En el 2022 se abrió el canal de YouTube “Zona Mixta Telepacífico”, logrando un crecimiento de 494 suscriptores de manera orgánica. En este canal subió contenido del programa, notas y un contenido especial para YouTube que denominamos Zona Fake y que corresponden a videos de máximo 8 minutos que contienen conversaciones espontáneas de gente del común hablando de fútbol.

También se abrió Instagram @ZonaMixtatp logrando 1390 seguidores y 112 publicaciones.

Durante cada emisión contamos con una activa participación de los seguidores de Telepacífico por el Facebook Live, un aproximado entre 80 y 100 conectados durante programas especiales y en programas habituales entre 40 y 70 conectados. Además, logramos una interacción con nuestros 2.632 seguidores de Twitter @ZonaMixtatp a través de la pregunta del día, contenido deportivo y noticias que se publican.

Gracias a la presencia de contenido en las redes sociales y plataformas digitales logramos ganar audiencia entre los 18 y 25 años.

### **3.19 OTROS PROYECTOS**

Telepacífico desarrolló el proyecto llamado Ruta por Colombia, en unión a todos los canales regionales y con la financiación del Mintic:

- **RUTA POR COLOMBIA**



Es un Docureality que viajó cinco municipios de la Región Pacífica, todos con un potencial importante en el turismo sustentable. En cada uno de ellos fue seleccionado un anfitrión o anfitriona para ser la guía durante la visita.

Los recorridos también fueron vividos en primera persona por un embajador o embajadora residente u oriundo de otra zona de Colombia. Juntos, durante la convivencia, a pesar de los retos y pruebas propuestos, lograron comprobar que eran muchas más las coincidencias que las diferencias, entre ellos, demostrando el verdadero valor de ser colombiano/a está en la diversidad.

• **DOCUMENTAL LENGUAS NATIVAS.** Este proyecto tuvo la financiación del ministerio de Cultura, a través de la oficina de Poblaciones. El documental realizó un recorrido a través de las expresiones verbales de las LENGUAS NATIVAS para descubrir las huellas milenarias que transmiten el conocimiento y la memoria, las manifestaciones, expresiones y significados que revelan el territorio y las formas de vida. Un relato donde la LENGUA une lo invisible y lo visible, lo asombroso con lo real, por medio de la confrontación entre las tradiciones y lo contemporáneo, a través de las historias de personajes que han surgido desde los territorios y han logrado trascender en las urbes. Algunos de los destinos fueron:

- Cauca: Cabildo Munchique Los Tigres, Comunidad Nasa
- Putumayo Comunidad Kametsa / Sibundoy, Comunidad Inga / Colón
- Amazonas: Maloca Capiul, Comunidad Yucuna, Comunidad Ticuna, Comunidad Bora
- Vaupés: Yacayacá, Pueblo Pisamira
- Bogotá: expertos lingüística y etnoeducación
- Guaviare: Comunidad Nukak Makú, Comunidad Jew, el último hablante de la Comunidad Tinigua
- Arauca: Comunidad Hitnü, Comunidad Sikuani
- Riohacha: Comunidad Wayúu y expertos en lingüística y etnoeducación
- pertenecientes a la comunidad Wayúu

#### 4. GESTIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO

El Canal Regional Telepacífico en la vigencia 2022, en sus diferentes líneas de producto, registró una importante facturación de ventas netas por valor de \$ 20.959.743.227 pesos. Un año significativo en la facturación logrando superar la meta en un 9.38% y en comparativo al 2021 se superó el ingreso con un 21.06%.

##### 4.1 CUMPLIMIENTO INGRESO MENSUAL VS PRESUPUESTO POR MES 2022

<b>MEDICION INDICADOR DE CUMPLIMIENTO INGRESO POR VENTAS TOTALES 2022</b>			
<b>MES</b>	<b>Ingreso mensual por ventas totales</b>	<b>Ingreso mensual esperado</b>	<b>Resultado de meta</b>
ENERO	\$ 182.432.856	\$ 181.531.114	100%
FEBRERO	\$ 601.660.428	\$ 484.119.485	124%
MARZO	\$ 466.966.467	\$ 743.558.045	63%
ABRIL	\$ 1.128.725.435	\$ 740.253.465	152%
MAYO	\$ 458.755.152	\$ 1.174.474.021	39%
JUNIO	\$ 1.340.682.781	\$ 1.215.496.945	110%
JULIO	\$ 1.324.059.076	\$ 1.392.582.412	95%
AGOSTO	\$ 3.010.634.882	\$ 854.569.674	352%
SEPTIEMBRE	\$ 1.989.753.140	\$ 1.183.436.389	168%
OCTUBRE	\$ 1.554.219.477	\$ 1.916.082.801	81%
NOVIEMBRE	\$ 3.186.518.064	\$ 3.500.215.196	91%
DICIEMBRE	\$ 5.715.335.470	\$ 5.775.843.448	99%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.959.743.227</b>	<b>\$ 19.162.162.996</b>	<b>109%</b>

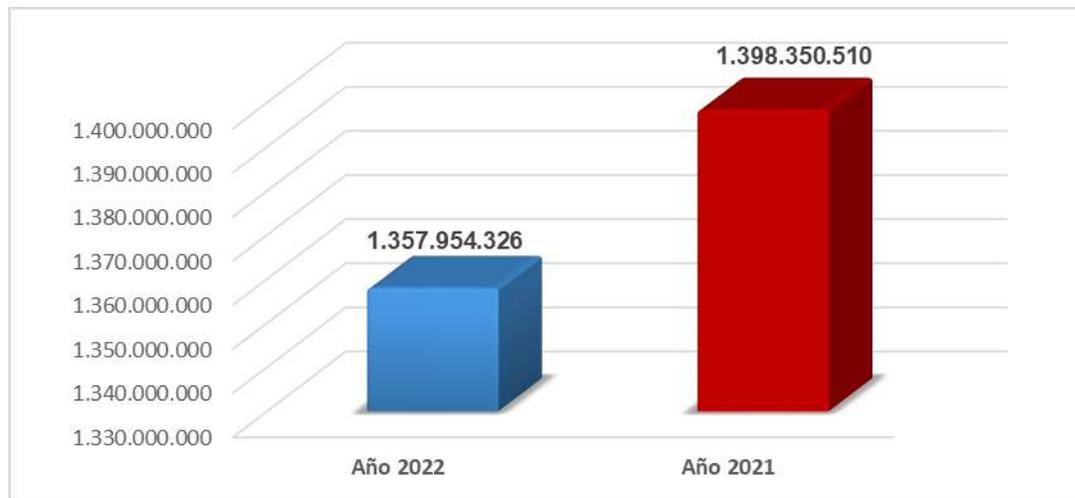
## 4.2 COMPORTAMIENTO POR LÍNEA DE NEGOCIO

Los resultados comerciales obtenidos en el último año, logrados a partir del lineamiento estratégico de fortalecer y constituir actuales y nuevas alianzas estratégicas de negocio, enfocar los esfuerzos y recursos en crear condiciones de competencia y posicionamiento en los mercados con calidad y oportunidad, y mejorar el nivel de satisfacción y percepción de nuestros clientes.

Se ha trabajado también en la diferenciación y fortalecimiento de las relaciones con el sector público y privado en las diferentes líneas de negocio como: pauta, servicios Auxiliares, central de medios y cesión de derechos.

A continuación, se detalla la facturación en ventas netas por cada línea de producto que se presentó en el canal regional Telepacífico:

## 4.3 VENTA DE PUBLICIDAD



Porcentaje de Ingresos X Pauta respecto a los ingresos operacionales	6.48%
Ingreso ejecutado en Pauta Publicitaria (a diciembre )	\$ 1.357.954.326

Para la línea de Pauta, y con la gestión de la Dirección de Comercialización y Mercadeo a través de la fuerza de ventas se logró atraer 10 nuevos clientes; igualmente, se continuo con la administración del 90% de los clientes que venían anunciando desde años atrás. Comparando la facturación del 2021, en el 2022 se obtuvo una disminución del 6.89% correspondiente a \$100.540.445.

#### 4.4 SERVICIOS AUXILIARES

Para la vigencia 2022 se reorganizaron los diferentes productos agrupándolos en 2 grandes líneas de negocios. Quedando de la siguiente manera:

- Los productos antes llamados: Producciones Comerciales y Rentas contractuales se unieron conformando un nuevo producto llamado: Producción de Programas y Proyectos

Se trata de la realización de proyectos, programas, contenidos, producciones de terceros de manera completa o parcial. De manera completa porque involucra la producción, contemplando el recurso humano para realizar todo el producto, incluye el diseño, la grabación, recurso técnico (sistemas ENG, Master, Estudio, Móvil) edición y emisión de este. Parcial porque parte de la producción del producto la realiza el cliente y nosotros efectuamos la otra, un ejemplo de estos productos es el que se realiza con la Gobernación del Valle o con la Alcaldía.

- Así mismo se agruparon alquileres de equipos en el producto: ALQUILER DE EQUIPOS Y SERVICIOS TÉCNICOS

Es poner a disposición de terceros la capacidad física y técnica de Telepacífico con el fin de generar ingresos al Canal. Normalmente todos los alquileres y servicios se prestan incluyendo el personal humano que lo opera o asiste, pero puede haber ocasiones en que se alquilen sin el personal dependiendo el tipo de equipo y la empresa o cliente que lo solicita, esto debe ser analizado y definido por el Departamento Técnico. En su costo se deben contemplar estas posibilidades.

##### 4.4.1 ANÁLISIS DE LAS DIFERENTES LÍNEAS DE PRODUCTOS

A continuación, se detalla la facturación en ventas netas por cada línea de producto que se presentó en el canal regional Telepacífico:

- **Producción de Programas y Proyectos**

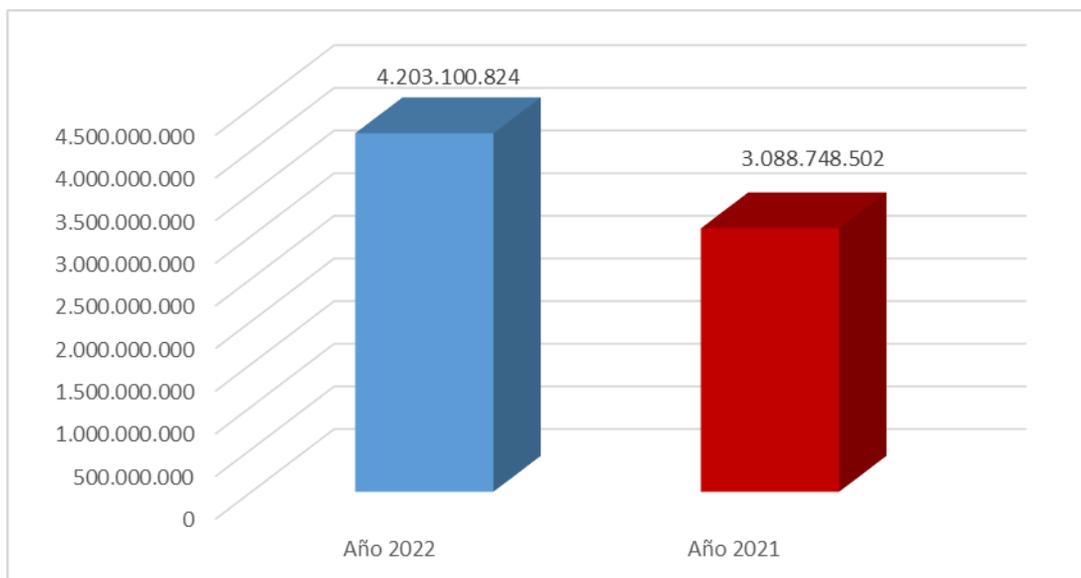
Para el año 2022 bajo el nombre de Producción de Programas y Proyectos se facturaron servicios por valor de \$12.476.369.980, logrando un incremento respecto a la vigencia 2021 de \$7.779.034.259 que representa un 165,61%. En la vigencia 2021, los ingresos acumulados por Rentas Contractuales fueron de \$4.332.075.079 y por Producciones Comerciales \$4.697.335.722 para un total acumulado de \$8.565.534.060.

- **Alquiler de Equipos y Servicios Técnicos**

Para el año 2022 bajo el nombre de Alquiler de Equipos y Servicios Técnicos se facturaron servicios por valor de \$692.729.361, que equivale a un decrecimiento de 55,14%; esta baja obedece en gran medida a que la mayoría de servicios técnicos ingresaron como “Producción de Programas y Proyectos”. En la vigencia 2021, los ingresos acumulados por los diferentes alquileres de equipos – servicios auxiliares técnicos- fueron por valor de \$1.544.144.199.

Porcentaje de Ingresos X Producción de programas y proyectos respecto a los ingresos operacionales	60%	\$12.476.369.980
Porcentaje de Ingresos X Alquiler de Equipos y Servicios Técnicos respecto a los ingresos operacionales	3%	\$692.729.361

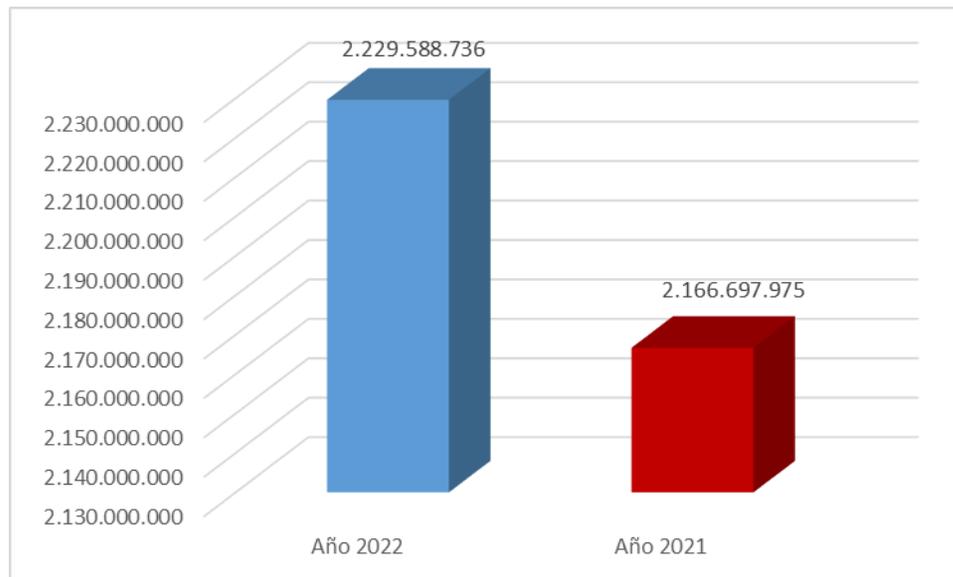
**CENTRAL DE MEDIOS:**



Porcentaje de Ingresos X nuevos negocios respecto a los ingresos operacionales	20.05%
Ingreso ejecutado por Central de Medios a Diciembre de 2022	4.203.100.824

El monto facturado en el año 2022 por la línea de negocio Central de Medios fue de \$4.203.100.824, en comparación con el 2021 vemos un incremento de \$ 1.114.352.322. Lo anterior responde a contrataciones por operación logística y planes de medios.

#### 4.4.2 INGRESOS POR CESIÓN DE DERECHOS



Porcentaje de Ingresos X Cesión de Derechos respecto a los ingresos operacionales	10.64%
Ingreso ejecutado por Cesión de Derechos (a Diciembre)	\$ 2.229.588.736

Durante la vigencia 2022, la línea de negocios Cesión de Derechos, obtuvo el 10.64% de los ingresos del canal equivalentes a \$ 2.229.588.736, con relación al año 2021 se observó un incremento del 1.71%.

#### **4.5 MERCADEO Y COMUNICACIONES**

Para 2022 el trabajo realizado en mercadeo tuvo por objetivo impactar de manera positiva la marca del canal con un incremento en el posicionamiento y la recordación de la marca. Esto se logró a través de diferentes actividades entre las que se destacan el establecimiento de alianzas publicitarias con medios de comunicación, con el fin de divulgar e informar los hechos más importantes del canal. Entre los medios estuvieron: el Diaria El país, RCN Radio, El Espectador, Caracol Radio, Diario occidente, Museo la Tertulia y la compañía link agencia.

Telepacífico en el 2022 obtuvo un exitoso nivel de impactos positivos en medios tradicionales y digitales nacionales y regionales, alcanzando más de 220 impactos en medios de comunicación en el año.

#### **4.6 PQRS (PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SOLICITUDES)**

Durante el Período Enero-diciembre de 2022 se recibieron un total de 207 solicitudes, con una eficiencia de respuesta del 100%, las cuales están divididas de la siguiente forma: 145 peticiones, 34 sugerencias, 25 quejas y 3 reclamos, que recibimos a través de los buzones de sugerencias, el correo electrónico y la página web. También se rindieron los 4 informes trimestrales de PQRS debidamente diligenciados a la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) dentro de los tiempos establecidos.

## 5. GESTIÓN OPERATIVA Y TECNOLÓGICA / GESTIÓN DE EMISIÓN Y TRANSMISIÓN

### 5.1 PRODUCCIÓN TÉCNICA

El proceso de producción técnica durante la vigencia 2022 permitió brindar todo el apoyo tecnológico en término de equipos y talento humano especializado requerido como soporte para el desarrollo de todas las producciones audiovisuales en HD tanto en interiores como en exterior, en directo como pregrabados.

Se ejecutaron los soportes tecnológicos para los servicios de las producciones y eventos audiovisuales en HD de gran escala que tuvo nuestro canal, garantizando la calidad y la óptima realización de los mismos de manera remota.

Ítem	Evento	Ítem	Evento
1	Festival de Música de Cartagena	21	Copa Internacional de Ciclismo UCI
2	Gobernación	22	Desfile Militar 20 de Julio
3	Misa de Sanación	23	Cumpleaños Cali
4	Premios de Periodismo	24	Mundial de Atletismo
5	Diálogos Vallecaucanos	25	Copa América Femenina
6	Copa Telepacífico	26	Cumbre de Alcaldes
7	Entrega de Incentivos de la Alcaldía de cali	27	Concierto Filarmónica
8	Premios a la Mujer	28	Futbol Profesional Tele 5 FLY
9	Entrega de Premios Valle In	29	Concierto Bandola
10	Lavatorio de Pies	30	Oiga, Mire, Lea
11	Procesión Santo Sepulcro Cerrito	31	Carrera Atlética
12	Elementales	32	Festivalle
13	Hombre	33	Audiencia Publica Ministerio de Salud
14	Conectados con el Valle	34	Partido de Futbol Primera B
15	Día de Los niño "Gobernación del Valle"	35	Feria del Libro
16	Paridos Amistosos Selección Colombia femenina (Caracol TV)	36	Festival del Bolero
17	Eventos de Descentralización RTVC	37	Mundial de Salsa
18	Cali "Orgullosamente Afro"	38	Festival de Danzas
19	Ruta 42	39	Magazín de la Alcaldía

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



20	Mono Nuñez		40	Yo Soy Free
----	------------	--	----	-------------

Ítem	Evento
41	Lanzamiento Feria de Cali
42	Inauguración Juegos Departamentales
43	Festival de Bandas Pradera
44	Donatón
45	Aguja de Oro
46	Maratón de Sueños
47	Rendición de cuentas Gobernación
48	Rendición de Cuentas Concejo de Cali
49	Inauguración Alumbrado de Cali
50	Olimpiadas del Saber
51	Rendición de cuentas Alcaldía de Cali
52	Maratón de Salsa (Aeróbicos)
53	Salsódromo
54	Desfile Cali Viejo
55	Concierto de Inauguración Feria de Cali
56	Las Fiestas de Mi Pueblo

## 5.2 PROCESO DE TRANSMISIÓN

La red transmisión Análoga de Telepacífico, está Compuesta por 18 estaciones distribuidas en los departamentos que integran la zona del pacífico colombiano de la siguiente manera: Valle del Cauca (9), Cauca (2), Chocó (3) y Nariño (4) y son atendidas de manera directa por el personal técnico del canal. Mientras que la red TDT compuesta por doce (12) estaciones que son administradas por RTVC como operador responsable de la red pública nacional TDT, establecido por el ente regulatorio.

A través de la financiación del MINTIC en el plan de inversión 2022, aprobada mediante la resolución 020 de 2022 y sus modificaciones, por valor de CIENTO VEINTI CUATRO MILLONES DE PESOS mtce (\$124.000.000) ejecutando la totalidad del recursos, logrando realizar los recorridos en dos visitas programadas a las 18 estaciones, para el

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



“MANTENIMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y MEJORAMIENTO DE LA RED DE TRANSMISIÓN TELEPACÍFICO 2022, a las estaciones analógicas, obteniendo un porcentaje de estaciones al aire del 67% con 12 estaciones en funcionamiento al terminar la vigencia y un indicador de servicio de red de 94%.

SERVICIO DE LA RED				
Estación	Potencia Nominal (W)	Potencia Actual (W)	Número de Estación	Estado Estación al Aire En Servicio = 1
Dagua	20	20	1	1
El Águila	2000	0	1	0
Buenaventura	200	200	1	1
El Dovio	10	0	1	0
La Azalea	10000	10000	1	1
Tres Cruces	100	100	1	1
Cristo Rey	100	100	1	1
Argelia	10	10	1	1
El Cairo	20	20	1	1
Galeras	500	500	1	1
Samaniego	20	20	1	1
Quitasol	1000	<b>500</b>	1	1
La Palma	300	0	1	0
Quibdó	200	200	1	1
Istmina	20	0	1	0
Bahía Solano	20	0	1	0
Munchique	2000	0	1	0
Silvia	20	20	1	1
Total Potencia	16.540	11.690		
TOTAL $\sum$ (potencia Actual Estación i / Total Potencia Nominal)	<b>71%</b>		18	12
TOTAL $\sum$ (Estaciones al Aire/Total Estaciones)	<b>67%</b>		SERVICIO DE RED	<b>94%</b>

### **5.3 PROCESO DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN**

Se realizó seguimiento a implementaciones TI que contribuyen a la transformación digital de la entidad, con el inicio de la implementación del sistema ERP SYSMAN y con el desarrollo del sistema software para la Gestión de solicitudes de Transporte utilizado por Telepacífico para la ejecución de las producciones y eventos audiovisuales – SISGETP.

Se rindió la información requerida por la procuraduría concerniente al Índice de transparencia y Acceso a la información ITA, obteniendo un puntaje de auditoría del 88/100, para lo cual se realizaron los ajustes y se espera la evaluación definitiva por parte del ente de control.

Se realizaron seguimientos y verificación del funcionamiento de los servidores y equipos de la infraestructura TI y de la MAM, para garantizar la correcta operación de las actividades de los usuarios.

Se continuó con la operación de la nueva solución de Copias de seguridad VEEAM Backup, para garantizar la ejecución del respaldo de la información TI de la entidad, para su almacenamiento externo en cintas LTO y en Digital en los servidores, como actividad de contingencia ante cualquier incidencia informática.

### **5.4 GESTIÓN PARA GENERACIÓN DE VALOR PARA LA ENTIDAD**

#### **5.4.1 SERVICIOS DE PRODUCCIÓN CAMPEONATO MUNDIAL DE ATLETISMO SUB 20 CALI**

Telepacífico a través de la Gerencia y el área técnica y sistemas, conforme a los lineamientos de la Organización WORLD ATHLETICS PRODUCTIONS participó en la planeación/ejecución de la producción y transmisión del mundial de Atletismo sub 20, efectuado en Cali del 1 al 7 de agosto del 2022, con montaje y pruebas entre los días del 27 al 30 de junio de 2022.

Recurso utilizado:

#### **5.4.2 TECNOLÓGICO**

- 1 Mobile unit with 15 camera chains
- 2 Mobile Units with 7 camera chains.
- 1 Editing Room.
- 1 Sistema de Enlace satelital.

#### **5.4.3 PERSONAL**

- Un total de 77 personas desde la parte operativa y técnica para montaje, configuración, pruebas y producción.



#### 5.5 SERVICIO CONMEBOL

Durante el mes de junio de 2022, se ejecutó la prestación de servicios de producción a la empresa Media Pro Colombia, para la producción y transmisión de la Copa Libertadores Femenina de Fútbol - CAF, realizada en Cali, donde participamos con excelentes resultados, prestando los servicios de:

Unidad móvil HD1, Sistema de enlace satelital - Fly Away y personal técnico operativo y de producción.



## 6. GESTIÓN DIGITAL

### 6.1 REDES SOCIALES

#### FACEBOOK E INSTAGRAM

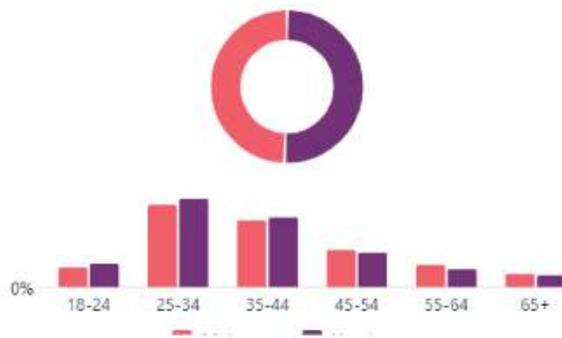
En la vigencia 2022 se obtuvo un total de 358.950 seguidores netos en esta red social facebook, que muestra una cifra bastante importante y 115.239 con Instagram a continuación se muestran las gráficas por edad y sexo.

1 de noviembre 2019-31 de diciembre 2022

Seguidores de la página de Facebook ⓘ

358.950

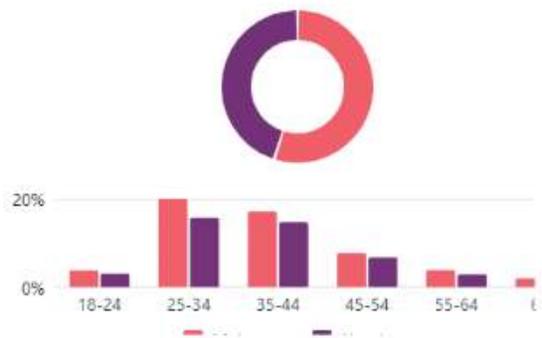
Edad y sexo ⓘ



Seguidores de Instagram ⓘ

115.239

Edad y sexo ⓘ



## 6.2 SITIO WEB

Social Media Insights Telepacífico.com ( 1 de enero al 31 de diciembre 2022)

615.088 usuarios visitaron 698.008 veces a la página web, durante todo el año, generando 1.002.000 páginas vistas.

1,02M	698,8K	615,88K	35
+100%	+100%	+100%	+100%
Páginas vistas	Visitas	Visitantes	Posts

### Top 10 de países

PAÍS	VISITAS
Colombia	85,12%
Estados Unidos	5,24%
España	2,36%
Chile	1,06%
Costa Rica	0,84%
pón	0,71%
Canadá	0,53%
Ecuador	0,45%
México	0,42%
Puerto Rico	0,41%

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



Top 10 regiones

PAÍS	VISITAS
departamento del valle del cauca	34,55%
Antioquia	10,33%
Bogotá D.C.	9,83%
atlántico	1,30%
departamento del cauca	1,03%
florida	0,95%
Cundinamarca	0,68%
departamento del magdalena	0,61%
departamento del Huila	0,60%

Top 10 de páginas vistas

PAÍS	VISITAS	PORCENTAJE
En vivo	758.976	74,35%
Feria-de-Cali/	29.089	2,85%
Programas Telepacifico noticias	17.128	1,68%
Programas	12.524	1,23%
Programas/bingo-cántalo-ve/	11.547	1,13%
Novedades	8.856	0,87%
Horarios	7.323	0,72%
Telepacifico-será-el-canal-oficial-del-mundial-de-Atletismo-sub-20-cali-2022/	5.397	0,53%
Horarios/	5.352	0,52%

En el año 2022, dentro de la web de telepacífico, se llevaron a cabo varias estrategias que se componen en:

- Rediseño de la página web (2 veces en el año).
  - Implementación de ventanas emergentes.
  - Implementación de encuestas.
  - Integración de sorteos en base a registros.
  - Integración de formularios.
  - Rediseño de toda la sección de Transparencia.
  - Implementación de accesibilidad.
  - Cumplimiento de la Matriz ITA.
- Las estrategias e implementaciones realizadas durante el año, permitieron generar visitas y engagement dentro de la página web. Vinculándola con cada uno de los programas del canal, creándoles su sección dentro de la web.
  - El promedio diario de usuarios en la web fue de 1.688, generando 1.915 visitas al día. En promedio cada usuario permaneció navegando dentro de la web 3:53 minutos.
  - La nota más visitada fue Programación de la Feria de Cali con 29.089 visitas. Seguida de la nota La Magia y la versatilidad de las Artes Escénicas, de nuevo por Telepacífico con 5.397 visitas.
  - La mayor fuente de tráfico fue Google, seguida de Facebook e Instagram.
  - Los visitantes compartieron la web en sus perfiles de Facebook un promedio de 24 veces al mes y en Twitter 18 veces al mes.

**Los programas más visitados fueron:**

- Escénicas
- Power Grow
- Zona Mixta
- Tardes del Sol
- Historias de mentes

### 6.3 SOCIAL MEDIA INSIGHTS

Telepacífico.com/veo (1 de enero al 31 de diciembre 2022)

854.780 usuarios visitaron 799.300 veces a la página web, durante todo el año, generando 1.320.000 páginas vistas.

1,32M	799,3K	854,78K	24
+100%	+100%	+100%	+100%
Páginas vistas	Visitas	Visitantes	Posts

El promedio diario de usuarios en la web fue de 2.368, generando 2.411 visitas al día. En promedio cada usuario permaneció navegando dentro de la web 10:03 minutos.

#### Los programas más vistos fueron:

- Cita con el Cantante.
- Zapata, el gran Putas.
- Autonomías Territoriales.
- En la Cancha.

## 7. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

### 7.1 RECURSOS HUMANOS

#### GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Se implementó y se socializó El Plan Estratégico de Talento Humano de la Entidad. A continuación, se presentan los diferentes eventos de Bienestar Social que se celebraron a los empleados y demás colaboradores en la vigencia 2022:

- Día del Periodista
- Día del Contador
- Día del Abogado
- Día del Ingeniero
- Día de la Mujer
- Día de los Niños
- Día de la Familia
- Integración Trabajadores
- Novenas de Navidad

**7.1.2 ESTIMULO E INCENTIVOS:** De acuerdo con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, el talento humano es el activo más importante con el que cuentan las entidades; para TELEPACIFICO, su el equipo humano significa el corazón de la entidad y su pilar fundamental en el esfuerzo de alcanzar las metas y objetivos trazados durante cada vigencia. Por esto, procurar el bienestar de todos los servidores se convierte en una de las prioridades institucionales.

De acuerdo con los lineamientos establecidos para la administración pública nacional y a partir de la estrategia organizacional, TELEPACIFICO presenta su Programa Anual de Bienestar Social, Estímulos e Incentivos en respuesta a las necesidades y expectativas de sus servidores públicos, orientando acciones que buscan mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral del servidor , el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia; igualmente promueve el aumento de los niveles de satisfacción, eficacia y efectividad, así como el sentido de pertenencia del servidor público con su entidad, teniendo en cuenta las características actuales del entorno nacional.

A través de convenios interinstitucionales por parte de la Gerencia con USC, UNAD se realizaron descuentos en estudios de pregrado y postgrado, beneficiando a cuatro (4) trabajadores de la entidad.

## 7.2 SOPORTE ADMINISTRATIVO

### MANTENIMIENTOS Y MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA FISICA DE TELEPACÍFICO

- Telepacífico le ha apostado a realizar mejoras locativas en pro de mejorar las condiciones de trabajo de todo el personal:



- Instalación de piso para el estudio No.2 de producción



- Adecuación de espacios para instalación de UPS “Uninterruptible power supply” y en español SAI: Sistema de alimentación Ininterrumpida)



- Adecuación y traslado del almacén en tránsito del Canal, para un mejor control y acceso de entrada y salida de los equipos para la producción audiovisual. Este espacio fue acondicionado con todos los estándares de seguridad (sensores de humo y movimiento, cámaras de seguridad y extintores).



## 7.2.2 GESTION SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO:

Durante la vigencia 2022 se realizaron 134 pruebas Covid – 19 al personal del Canal en diferentes jornadas para garantizar la salud de todos los colaboradores:



Se realizó el simulacro en las instalaciones del canal TELEÁCIFICO el día miércoles 26 de octubre de 2022 a las 9:00 am simulacro de evacuación (sismo). Se evacuaron 70 personas presentes en las instalaciones del canal en un periodo de 00:05:35 (cinco minutos con treinta y cinco segundos) sin ninguna novedad. Con el acompañamiento y apoyo de SGSST y la Brigada de emergencias y COPASST.



Realizar esta actividad nos contribuyó al bienestar físico, mental y social del trabajador de Telepacífico y al funcionamiento de los recursos e instalaciones en el evento de un siniestro. En la gestión realizada por seguridad y salud en el trabajo en el segundo semestre del 2022 ante la ARL se obtuvo un resultado de cumplimiento de un 87.2%.

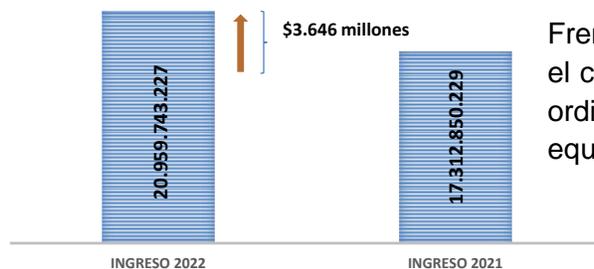
## 8. GESTIÓN FINANCIERA

### 8.1 FACTURACIÓN

La facturación de los servicios que presta Telepacifico, hasta el periodo de diciembre 2022 alcanzaron los \$20.959 millones. Los meses más representativos para este periodo son; Diciembre con \$5.715 millones, noviembre con \$3.186 millones y agosto con \$3.010 millones, sobrepasando el promedio de \$1.746 millones.



FACTURACION ACUMULADO 2022 VS 2021



Frente a la facturación del 2021 el canal incremento sus ingresos ordinarios en un 21%, equivalente a \$ 3.646 millones

### 8.2 CARTERA

Cumpliendo con el procedimiento para el recaudo se realizó la aplicación de cartera de los diferentes ingresos producto de la prestación de servicios por parte de Telepacifico, a través de los pagos realizados por terceros. Para el periodo de enero a diciembre de 2022 se generó un recaudo de \$24.253 millones.

La cartera vencida al 31 de diciembre muestra un total de \$ 1.596 millones de pesos, que corresponde a un 33.34% del total. Por edades de vencimiento presenta el siguiente comportamiento:

**INFORME DE GESTIÓN  
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA  
TELEPACIFICO - AÑO 2022**



Días de Vencimiento	Total	% de participación
De 1-30 días	\$1.177 Millones	24.57%
De 31-60 días	\$ 71 Millones	1.47 %
De 61-90 días	\$ 80 Millones	1.68 %
De 91 y más días	\$ 269 Millones	5.61 %

Comparando la cartera total a diciembre 2022 frente a diciembre 2021 presenta una disminución del 26.12% equivalente a \$ 1.693 millones de pesos.

La cartera corriente aumento en un 10.48% al pasar de \$2.889 millones en diciembre del 2021 a \$3.192 millones de diciembre 2022; esto está representado en \$ 303 millones.

**1. ANALISIS COMPARATIVO DE CARTERA A DIC 31 2022 VS DIC 31 2021**

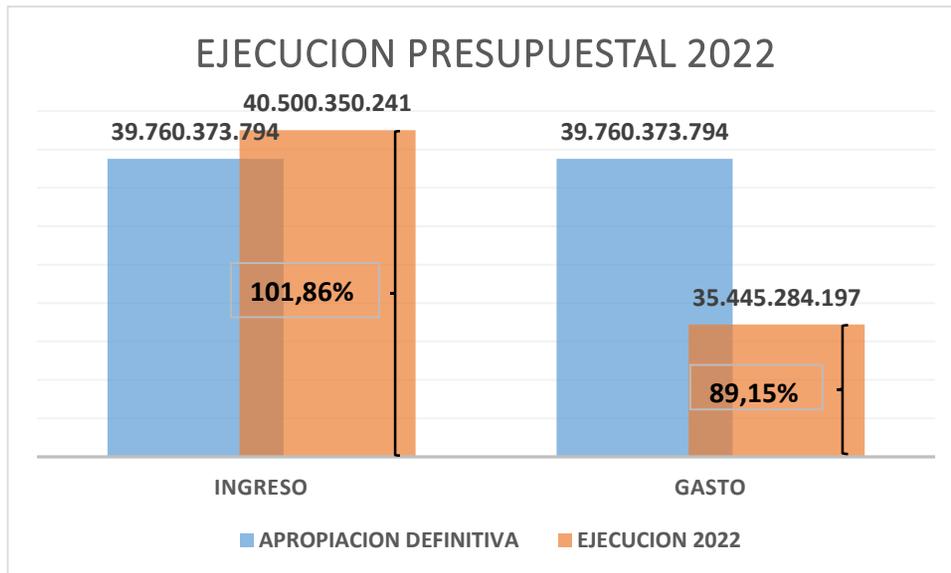
*** TELEPACIFICO *** DEPARTAMENTO DE CARTERA						2022	
ESTADO COMPARATIVO DE CUENTAS POR COBRAR AL CORTE DE :----->						sábado, 31 de diciembre de 2022	
CUENTAS POR COBRAR	TOTAL CARTERA CORRIENTE	DIAS DE VENCIMIENTO				TOTAL CARTERA VENCIDA	TOTAL GENERAL CARTERA
		VCDA DE 1-30 DIAS	VCDA 31 A 60 DIAS	VCDA 61 A 90 DIAS	VCDA 91 Y MAS DIAS		
\$	3.192.250.281	1.176.644.761	70.610.558	80.268.153	268.853.899	1.596.377.371	4.788.627.652
%	66,66%	24,57%	1,47%	1,68%	5,61%	33,34%	100,00%
<b>CARTERA VENCIDA</b>		<b>73,71%</b>	<b>4,42%</b>	<b>5,03%</b>	<b>16,84%</b>	<b>100,00%</b>	

*** TELEPACIFICO *** DEPARTAMENTO DE CARTERA						2021	
ESTADO COMPARATIVO DE CUENTAS POR COBRAR AL CORTE DE :----->						viernes, 31 de diciembre de 2021	
CUENTAS POR COBRAR	TOTAL CARTERA CORRIENTE	DIAS DE VENCIMIENTO				TOTAL CARTERA VENCIDA	TOTAL GENERAL CARTERA
		VCDA DE 1-30 DIAS	VCDA 31 A 60 DIAS	VCDA 61 A 90 DIAS	VCDA 91 Y MAS DIAS		
\$	2.889.426.049	3.454.544.072	32.199.969	19.029.321	86.456.759	3.592.230.121	6.481.656.170
%	44,58%	53,30%	0,50%	0,29%	1,33%	55,42%	100,00%
<b>CARTERA VENCIDA</b>		<b>96,17%</b>	<b>0,90%</b>	<b>0,53%</b>	<b>2,41%</b>	<b>100,00%</b>	
<b>% VARIAC</b>	<b>10,48%</b>	<b>-65,94%</b>	<b>119,29%</b>	<b>321,81%</b>	<b>210,97%</b>	<b>-55,56%</b>	<b>-26,12%</b>
<b>DIFR ABS \$</b>	<b>302.824.232</b>	<b>(2.277.899.311)</b>	<b>38.410.589</b>	<b>61.238.832</b>	<b>182.397.140</b>	<b>(1.995.852.750)</b>	<b>(1.693.028.518)</b>
<b>DIFRC. %</b>	<b>22,08%</b>	<b>-28,73%</b>	<b>0,98%</b>	<b>1,38%</b>	<b>4,28%</b>	<b>-22,08%</b>	
<b>DIFR VCD</b>		<b>-22,46%</b>	<b>3,53%</b>	<b>4,50%</b>	<b>14,43%</b>		

**8.3 EJECUCIÓN PRESUPUESTAL**

El presupuesto aprobado para la vigencia fiscal 2022 ascendió a la suma de \$38.229 millones de pesos y fue adicionado en \$1.531 millones para una apropiación definitiva de \$ 39.760 millones a diciembre de 2022. Con una ejecución de ingresos a diciembre del 101.86% equivalente a \$40.500 millones y una ejecución de gastos a diciembre en un 89.15% equivalentes a \$35.445 millones.



La venta de bienes y servicios con una ejecución del 104.46%, dentro de los cuales se encuentran los servicios financieros y conexos con una ejecución del 64.83% y los servicios prestados a las empresas y servicios de producción con una ejecución del 107.87%.

Dentro de los servicios financieros y conexos los de mayor ejecución son los sistemas de transmisión (microondas, Fly y Aviwest) con un 94.32% que corresponde al recaudo de las ventas realizadas en su mayoría en la vigencia anterior y dentro de los servicios prestados a las empresas y servicios de producción, los que más se destacan son la producción de programas y proyectos con una ejecución del 57.48% (producciones a terceros -programas regulares), la venta de publicidad con un 78.79%, la operación logística y la operación de plan de medios con una ejecución del 75.74%, la cesión de derechos con un 83.21%.

Las transferencias corrientes que incluyen las transferencias que realiza la FUTIC presentan una ejecución del 96.49%.

#### 8.4 GASTOS

Los gastos presentan una ejecución a diciembre del 89.15% es decir \$35.445 millones de pesos. Los gastos de funcionamiento presentan una ejecución a diciembre del 88.61%, dentro de estos se encuentran los gastos de personal con un 91.86%, adquisición de bienes y servicios con un 89.48% y los gastos por tributos, multas, sanciones con un 89.91%.

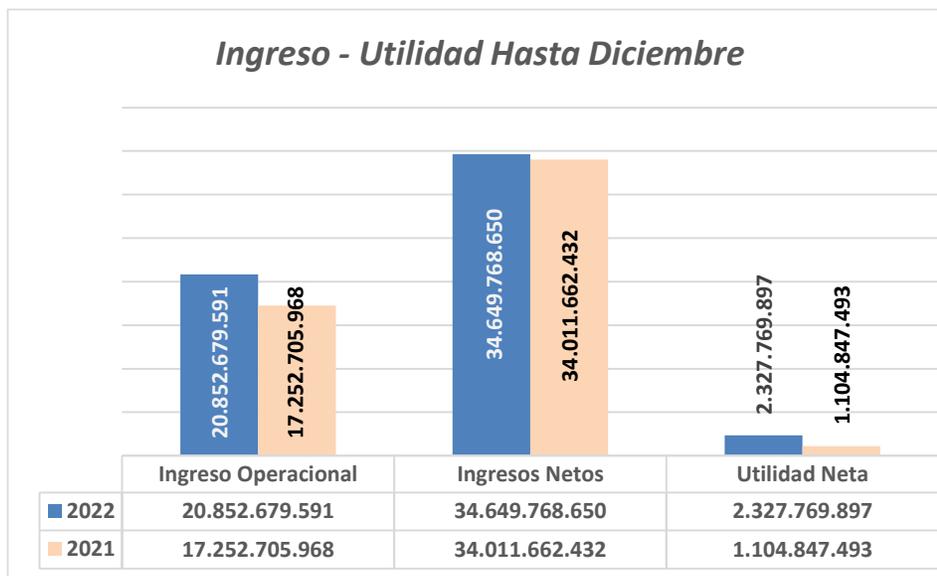
Los gastos de inversión con una ejecución del 93.85%, dentro de los cuales se encuentran los gastos de personal con una ejecución del 95.85% y los gastos por adquisición de bienes y servicios que presentan una ejecución a diciembre de 93.74%,

dentro de estos gastos la adquisición de activos no financieros con una ejecución del 91.86% y la adquisición diferente de activos con una ejecución del 93.86%.

Los gastos de operación comercial presentan una ejecución del 69.50%, estos gastos incluyen los gastos de personal con una ejecución del 94.69% y los gastos de comercialización y producción con un 64.22% de ejecución.

### 8.5 ESTADO DE RESULTADOS

Los ingresos operacionales a diciembre 2022 se incrementaron con respecto al ejercicio del 2021 en un 20.87%, debido principalmente a la estrategia gerencial, logrando un aumento en la facturación del 1.71% en la venta de espacios de emisión, un 38.17% producción de programas y proyectos, operación (Logística & Plan de medios) en 36.08%, entre otros; alcanzando un crecimiento de \$3.599 millones frente al 2021.



Como resultado a diciembre se observa una Utilidad Neta de \$2.328 millones con un incremento del 110.69% con respecto a diciembre 2021. Reflejado principalmente por el comportamiento de los ingresos Operacionales.

## 9. GESTIÓN LEGAL

### 9.1 APOYO JURÍDICO GERENCIAL:

La Oficina Asesora Jurídica de Telepacífico a diciembre 31 de 2021 abordó temas vitales para garantizar el buen funcionamiento de la entidad, entre ellos, los siguientes:

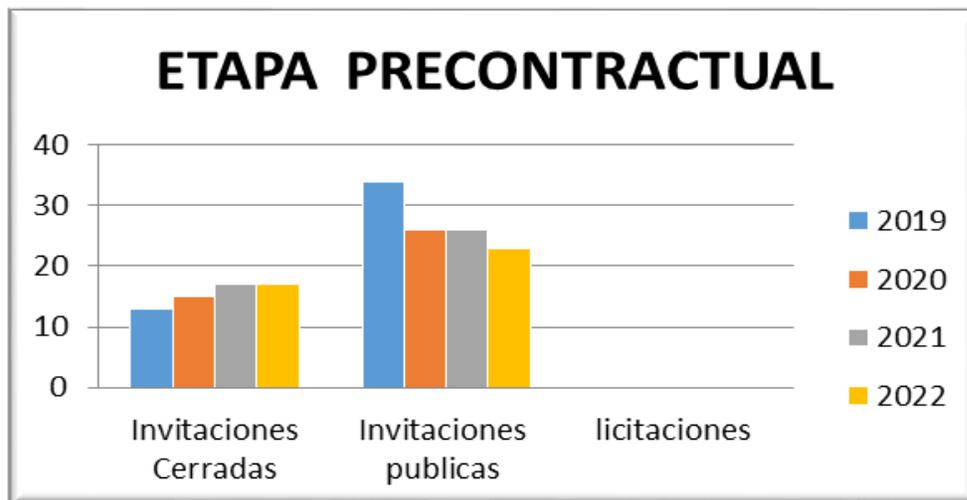
Se apoyó al área administrativa en adopción del Plan Anual de Capacitación, se adoptó el Plan Bienestar Social, Adopción del Protocolo de Bioseguridad, se modificó el Plan Anual de Capacitación, se estableció el reglamento de funciones del Código de Integridad de Telepacífico.

Se apoyó al área administrativa para actualizar los criterios para acceder a los planes de capacitación en educación formal a través de los programas de bienestar social y de estímulos e incentivos para los servidores públicos de Telepacífico”.

### 9.2 GESTIÓN CONTRACTUAL:

Se realizó el apoyo en todas las etapas, precontractuales y contractuales, de:

- 17 invitaciones cerradas, 23 invitaciones públicas a 31 de diciembre de 2022



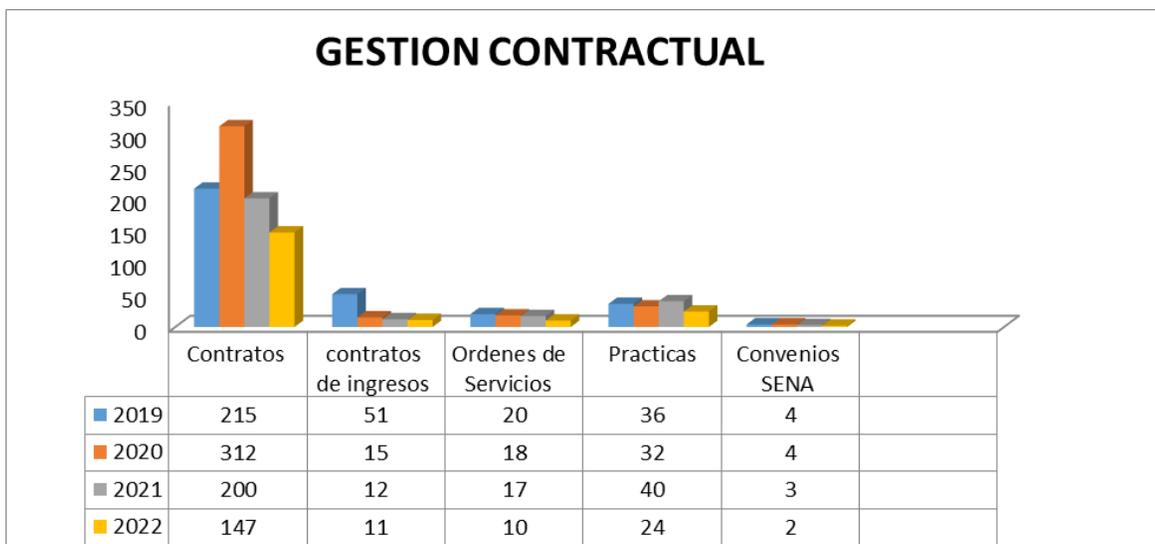
- Para el 2022 no se realizaron licitaciones públicas.

La gestión contractual permitió consolidar la política administrativa del canal y el cumplimiento de su plan estratégico.

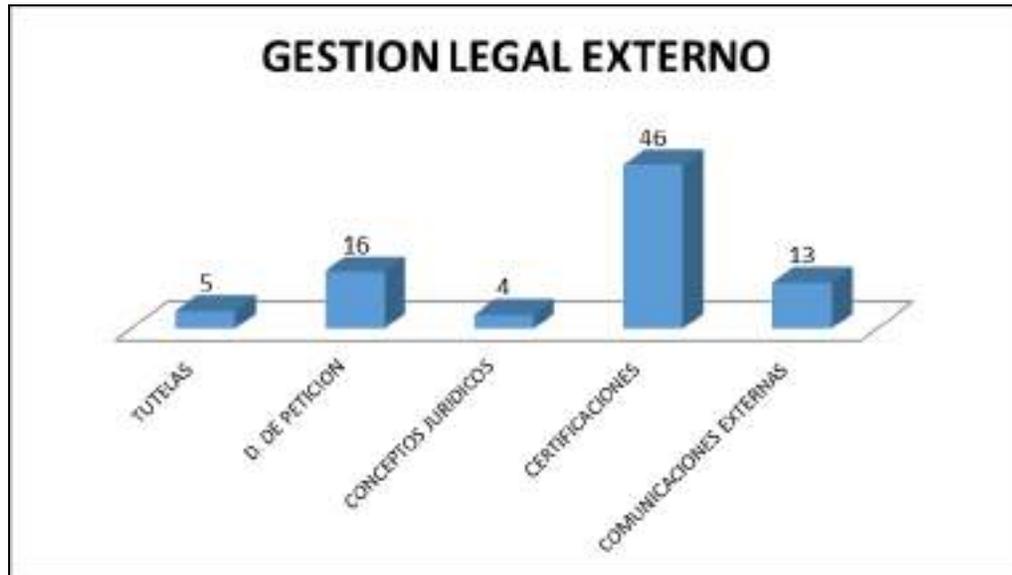
Se dio cumplimiento a lo establecido por el Mintic, y a través de invitación pública se adjudicó el 20% del presupuesto aportado por dicha entidad, obteniendo la presentación de 45 propuestas.



En resumen, el área jurídica tuvo el siguiente resumen de gestión contractual a diciembre de 2022:



El área Jurídica tuvo a su cargo la respuesta a derechos de petición, tutelas, conceptos jurídicos, comunicaciones jurídicas externas y certificaciones a contratistas, para diciembre de 2022 se resume a continuación:



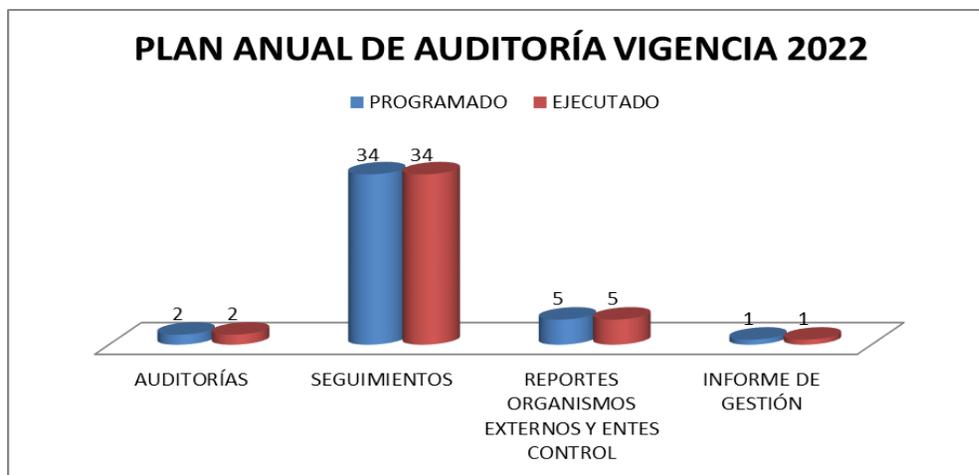
- A diciembre 2022, no se dejaron procesos sancionatorios pendientes.

## 10. SEGUIMIENTO Y EVALUACION

La Oficina de Control Interno en cumplimiento de sus funciones y de la normatividad vigente, realizó las siguientes actividades en la vigencia 2022:

- Auditorías Internas: se programaron dos (2) auditorías internas, una al área Financiera y al área de Técnica y Sistemas, ejecutadas al 100%.

### CUMPLIMIENTO PLAN ANUAL DE AUDITORÍAS VIGENCIA 2022



Fuente: Seguimiento plan anual de auditoría vigencia 2022, con corte a diciembre 29 de 2022 - OCI

- Seguimientos e Informes: se programaron treinta y cuatro (34) seguimientos en el año, se realizaron los siguientes: Plan anticorrupción y atención al ciudadano, mapa de riesgos de corrupción cuatrimestrales; mapa de riesgos de gestión cuatrimestral; mapa de riesgos de seguridad digital cuatrimestral; contratación estatal trimestral; ejecución presupuestal trimestral, austeridad y eficiencia en el gasto público trimestral; caja menor tres veces al año; peticiones, quejas, reclamos y sugerencias semestral; plan estratégico institucional semestral; evaluación del sistema de control interno DAFP semestral; conciliaciones bancarias dos al año; cierre fiscal 2021, rendición de cuentas 2021; seguimientos ejecutados al 100%.
- Informes y /o Reportes a los Entes de Control: se programaron cinco (5), reportando los siguientes: Informe ejecutivo anual evaluación sistema de control interno FURAG anual; evaluación control interno contable anual; derechos de autor anual; avance plan de mejoramiento institucional de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca semestral; informes reportados al 100%.
- Informe de Gestión: se programó uno (1), que corresponde a la gestión realizada de la Oficina al finalizar la vigencia 2022, ejecutado al 100%.

Durante la vigencia 2022, se realizaron varios acompañamientos así:

- Acompañamiento realizado al área de Técnica y Sistemas como líderes de Gobierno Digital, con el apoyo brindado por la Oficina de Transparencia de la Gobernación del Valle del Cauca, en los temas de cumplimiento a la Ley de Transparencia y Acceso de la información, con el objeto de realizar seguimiento a la página web, verificando el cumplimiento de la norma en transparencia activa y pasiva, de la cual realizó auditoría la Procuraduría General de la Nación.
- Acompañamiento en actividades realizadas con la Oficina de Transparencia de la Gobernación del Valle del Cauca, que para el año 2022 con cinco (5) cápsulas con el personaje de Lupe y tres (3) intrusivas, donde se informa a los servidores públicos y comunidad en general, sobre la Ley de Transparencia y Acceso a la Información, las funciones que realiza la Oficina de Transparencia, con el objeto de contribuir en dar a conocer la normatividad vigente.

Las cápsulas se han emitido en pantalla en el espacio comercial en programas como Al Día con Todo, Tardes del Sol, El Martillo, TP Noticias.



Igualmente, las cápsulas se subieron a las redes sociales con las que cuenta el Canal, para que la información llegue a mayor cantidad de ciudadanos.



Finalmente, se cumplió con la participación en los diferentes comités, en las que el Jefe de La Oficina de Control Interno figura como invitado; los seguimientos a los planes de mejoramiento institucional y por procesos, todo ejecutado al 100%.

## 11. **CONSTANCIA SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR**

De acuerdo con lo estipulado en la Ley 603 de julio 27 de 2000, en el año 2022 TELEPACÍFICO da constancia del cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor, en concordancia con el propósito de lograr consolidar un portafolio de venta que permita brindar producción de óptima calidad para competir tanto a nivel nacional como Internacional garantizando los aspectos legales y de calidad de derechos tanto patrimoniales como éticos

Las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor se manejan de la siguiente manera:

Producción y Emisión de Programas.

Específicamente en los programas de producción propia y emisión de programas externos, TELEPACIFICO cuenta con los siguientes procedimientos que garantizan la protección debida de derechos de autor y conexos:

Derechos intelectuales del personal de dirección y realización: En los contratos con directores, productores, realizadores y presentadores, entre otros, se fijan cláusulas específicas sobre el derecho intelectual que les asiste, reservándose el Canal los derechos patrimoniales que le son propios, como ente financiador y / o gestor de todos los proyectos.

Piezas gráficas: Los contratos de diseñadores, escenógrafos y creativos tienen incluidos los derechos patrimoniales de las piezas realizadas y / o construidas.

Música: Se cuenta con bancos o librerías musicales que han sido compradas a empresas dedicadas a la comercialización de estos bienes. La música utilizada en programas de tipo musical y la producida bajo vínculo contractual con músicos de la región para acompañar piezas identificadoras como cabezotes y cortinas son debidamente registradas ya que sus intérpretes y autores ceden los derechos al Canal.

Con el propósito de dar cumplimiento a la legislación sobre derechos de autor contenida en la Decisión Andina 351 de 1993, Ley 44 de 1993 y Ley 23 de 1982, TELEPACIFICO ha suscrito un contrato de autorización con la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia, SAYCO para la comunicación pública de obras en televisión y medios audiovisuales, con la Asociación Colombiana de intérpretes y Productores Fonográficos, ACIMPRO para la ejecución o comunicación pública de fonogramas e interpretaciones de la Música, con la Asociación Colombiana de Editoras de Música - ACODEM para utilización de las producciones, bajo la modalidad de uso incidental de las obras musicales de la titularidad de las editoras de música asociadas.

En todos los programas en los que se requiera música se anuncia el siguiente crédito. “Música autorizada por SAYCO, ACIMPRO”.

Para los programas que no son propiedad de TELEPACIFICO y que utilizan la música como elemento principal se exige a las productoras presentar la autorización debida del autor y/o SAYCO Y ACIMPRO. Sin embargo, si la música es original, se debe entregar el *release* en el que aparecen los derechos cedidos al proyecto. Estos derechos pueden ser a perpetuidad o tener un tiempo de uso.

Telepacífico exige los comprobantes de pago de los derechos del material cuyo derecho cede el contratante, los cuales serán expedidos por las organizaciones habilitadas por la Ley para recaudarlo. La responsabilidad por la omisión o incumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor será exclusiva del contratante y, en todo caso, mantendrá indemne a Telepacífico frente a cualquier acción que se instaure en su contra por violación de estos derechos.

Material de archivo: Con la aparición de las nuevas formas de servicios y consumo virtuales o en línea, Telepacífico ya implementó una nueva gestión del flujo de trabajo en la Videoteca de Telepacífico, que nos permite la adquisición, consulta y archivo tanto de los programas, como de los documentos conexos de las producciones, donde se incluye la cesión de derechos de los participantes, derechos de utilización de música, documentos de identificación, brief, fotos, etc. para responder a los retos que en materia de documentación audiovisual presenta nuestra institución, cumpliendo con lo establecido en las leyes vigentes para la salvaguarda del Patrimonio Audiovisual Colombiano que está reglamentado en la resolución 3441 de Noviembre de 2017 del Ministerio de Cultura.

En el caso de programas producidos en cofinanciación o financiados enteramente por terceros, como son los de la Autoridad Nacional de Televisión y las rentas contractuales, se hace reconocimiento de créditos visibles en pantalla.

Las marcas de los programas (Nombre, Logo, uso) son registradas por TELEPACIFICO ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Software.

Cumpliendo con la Ley 603 del 27 de julio de 2000, TELEPACÍFICO se encuentra al día y totalmente legalizado con las versiones que utiliza de software en sus equipos tanto en los servidores como en las estaciones de trabajo, y en las aplicaciones de propósito específico.

**12. CUMPLIMIENTO DE LA LEY 1676 DE AGOSTO 20 DE 2013, RESPECTO AL NO ENTORPECIMIENTO DE LA LIBRE CIRCULACIÓN DE LAS FACTURAS EMITIDAS POR CLIENTES Y PROVEEDORES (FACTORING)**

Con relación al cumplimiento de la Ley 1676 de agosto de 2013 sobre factoring se informa que la Entidad no realizó operaciones de este tipo, por lo tanto, no se entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los clientes y proveedores.

**13. EVALUACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE NEGOCIO EN MARCHA.**

Telepacífico cumple con la hipótesis de negocio en marcha, pues la administración no ha considerado liquidar la entidad o cesar sus actividades; a la fecha del cierre del ejercicio 2022 desconocemos la existencia de incertidumbres importantes relacionadas con eventos o condiciones que puedan prever significativamente la posibilidad de que la compañía no pueda continuar operando.

Así mismo y de acuerdo a los análisis financieros realizados, para el período no evidenciamos iliquidez que genere un riesgo, la posición patrimonial neta de la entidad no es negativa, no presentamos flujos de operación negativos, tampoco se presentan dificultades económicas para cumplir con el pago de sus obligaciones.