

INFORME DE EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL Y DEL PRESUPUESTO



Gabriel Gallegos R.MBA

Corresponde a la evaluación anual de los resultados del Plan Operativo Institucional 2015 y del presupuesto operativo

Unidad de Planificación
y Jefatura de área
financiera, SINART
S.A.

Contenido

ASPECTOS GENERALES.....	3
Base legal	3
Marco de referencia estratégico.....	12
<i>Marco estratégico institucional</i>	12
<i>Misión</i>	12
<i>Políticas y prioridades institucionales</i>	12
<i>Objetivos estratégicos institucionales</i>	13
a. Valores	13
<i>PRINCIPIOS ESTABLECIDOS EN LA LEY ORGÁNICA DEL SINART S.A.</i>	14
CUMPLIMIENTO DE METAS ANUALES POR PROGRAMA	16
Metas programadas para Producción y Transmisión de Programas de Televisión.....	16
Metas programadas para producción y transmisión de programas de radio	17
<i>Metas programadas para agencia de publicidad</i>	19
Metas programadas para servicios de prensa.....	19
RESUMEN DEL GRADO DE AVANCE DE LAS METAS DE TODOS LOS PROGRAMAS SEGÚN LAS CATEGORÍAS DE VALORACIÓN	20
COMPORTAMIENTO DE LA EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA POR PROGRAMAS Y A NIVEL TOTAL AL PRIMER SEMESTRE	22

**INFORME DE EVALUACIÓN DEL
PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL (POI)
Año 2015**

ASPECTOS GENERALES

Base legal

El SINART S.A. fue creado bajo la ley 8346 en el año 2003. Los aspectos más relevantes de su marco jurídico son los siguientes¹:

- 1. Fue creado como una sociedad anónima, de propiedad del Estado costarricense, según lo establece el artículo segundo de su ley constitutiva:*

*“Artículo 2º—**Naturaleza jurídica.** Créase una empresa pública, con personalidad jurídica y patrimonio propios, bajo la razón social de Sistema Nacional de Radio y Televisión Sociedad Anónima, denominación que podrá abreviarse SINART, S. A.*

El capital social del SINART, S. A., será de cuatrocientos cincuenta millones de colones (¢450.000.000,00), representado por cuarenta y cinco acciones comunes y nominativas de diez millones de colones (¢10.000.000,00) cada una, que pertenecerán íntegramente al Estado y tendrán el carácter de intransferibles. La Asamblea General de Accionistas estará conformada por los miembros del Consejo de Gobierno. El Derecho Privado regulará su actividad y los requerimientos de su giro, conforme al segundo párrafo del artículo 3 de la Ley General de Administración Pública, Nº 6227, de 2 de mayo de 1978. En materia de control, la empresa se regirá por el Derecho Público, según esta Ley y las disposiciones de la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República, Nº 7428, de 7 de setiembre de 1994. “

- 2. El objeto principal de esta sociedad es según el artículo 3*

*“Artículo 3º—**Medios de comunicación.** En concordancia con lo dispuesto en el artículo 17 de esta Ley, el SINART, S. A., será un sistema de comunicación compuesto por los siguientes medios: la Red Nacional de Televisión, Radio Nacional, la revista*

¹ Para mayor detalle ver el texto de la ley en anexos a esta evaluación.

Contrapunto y la Agencia de Publicidad de Radio y Televisión Nacional, cuyo nombre abreviado será RTN Publicidad, así como cualquier otro medio que el Consejo Ejecutivo defina en concordancia con la materia de esta empresa. “.

3. *El SINART S.A. se orientará en su función de medio de comunicación bajo los siguientes principios:*

“Artículo 4º—Principios. La actividad del SINART, S. A., como sistema de comunicación, se inspirará en los siguientes principios:

a) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.

b) La separación entre las informaciones y las opiniones, así como la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión.

c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural.

d) El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y, en general, a los derechos y las libertades reconocidos en la Constitución Política.

e) La protección de los derechos y la dignidad de la juventud y la infancia, los derechos de los hombres, las mujeres y las familias.

f) El respeto por los valores de igualdad incluidos en el artículo 33 de la Constitución Política.

g) La oferta de programas diversos, variados y de actualidad, así como de noticias e información rigurosas y equilibradas, a fin de permitir que la ciudadanía forme su propia opinión.

h) La promoción de la cultura, la educación y el entretenimiento, así como el acceso de los ciudadanos a ellos, por medio de una programación que satisfaga las necesidades de la población.

i) Contribuir, mediante programas educativos, al incremento de los conocimientos y las oportunidades.

j) Considerar que la oferta de programas en el mercado libre comercial no resulta productiva, a causa del elevado riesgo comercial que representa.

k) Liderar la transición a la radiodifusión digital terrestre y, en general, a la innovación tecnológica.

l) Contribuir al desarrollo y enriquecimiento de la cultura costarricense y universal.

m) Promover el fortalecimiento de los valores en que se fundamenta el Estado costarricense.

n) Coadyuvar a garantizar las pautas indicadas en el artículo 89 de la Constitución Política, a efecto de desarrollar y conservar el patrimonio natural, histórico, artístico y cultural.

ñ) Promover foros para la discusión de temas de interés nacional e internacional.

o) Cooperar en el fortalecimiento de la comunidad internacional, especialmente en las materias atinentes a la promoción y tutela de los derechos humanos.”

4. Las características del servicio de comunicación se concretan en la oferta de programación de cada uno de sus medio ,según lo delimita el artículo 5:

“Artículo 5º—**Programación.** El SINART, S. A., previa aprobación del Consejo Ejecutivo, ofrecerá programas culturales, musicales, artísticos y deportivos, así como todos aquellos de interés académico, social, político y económico, cuyo objetivo sea promover los principios consagrados en el artículo anterior.”

5. De acuerdo con el artículo 6 de su ley constitutiva el SINART S.A tendrá las siguientes prohibiciones y excepciones:

“Artículo 6º—**Prohibiciones.** Prohíbese al SINART, S. A., participar en actividades políticas y difundir propaganda política, excepto en lo siguiente:

a) Las informaciones que se divulguen en los diversos programas de noticias.

b) La organización de discusiones doctrinarias sobre problemas nacionales.

c) Los programas que realice el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) para orientar a los ciudadanos sobre el debido uso del derecho al voto.

d) Las cadenas de radio y televisión en las cuales participen los Poderes del Estado.

e) Los programas de opinión e informativos en los que participen los candidatos a los puestos de elección popular.

f) La publicidad de los partidos políticos aprobada por el TSE será cancelada por las organizaciones políticas respectivas, de acuerdo con los costos y las tarifas correspondientes”

6. El artículo 7 de la ley establece la composición del órgano directivo del SINART S.A de la siguiente manera:

Artículo 7º—El Consejo Ejecutivo. El SINART, S. A., será administrado y dirigido por el Consejo Ejecutivo, integrado de la siguiente manera:

a) Un (a) Presidente (a) del Consejo Ejecutivo, de nombramiento del Consejo de Gobierno.

b) Un (a) representante de la Federación de los Colegios Profesionales Universitarios de Costa Rica, que deberá ser del área de Ciencias Sociales y será de nombramiento del Consejo de Gobierno, a partir de la terna presentada por esa Federación.

c) Un (a) representante de nombramiento del Consejo Nacional de Rectores.

d) Un (a) funcionario (a) del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, designado (a) por el ministro o la ministra de esa cartera.

e) Un (a) funcionario (a) del Ministerio de Educación Pública, designado (a) por el ministro o la ministra de esa cartera.

f) Un (a) representante de nombramiento de la Unidad de Rectores de Universidades Privadas.

g) Un (a) funcionario (a) del Ministerio de Ciencia y Tecnología o del Ministerio del Ambiente y Energía designado (a) en forma conjunta por ambos ministros. Este representante deberá ser un (a) profesional de alguna área relacionada con la ciencia y la tecnología o el medio ambiente.

h) Un (a) fiscal de nombramiento de la Procuraduría General de la República, con voz pero sin voto.

Del seno del Consejo Ejecutivo, se elegirá al secretario general o a la secretaria general.

Participarán en las sesiones del Consejo Ejecutivo con voz, pero sin voto, el director general o la directora general, un (a) representante de los trabajadores del SINART, S. A., electo por su Asamblea, y los funcionarios o las funcionarias que el Consejo Ejecutivo acuerde.

La conformación de este Consejo Ejecutivo y las ternas propuestas deberán cumplir con el porcentaje equitativo de hombres y mujeres, de conformidad con el artículo 5 de la Ley de promoción de igualdad social de la mujer, N° 7142, de 8 de marzo de

1990, y el artículo 7 de la Convención para la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer.

Los miembros del Consejo Ejecutivo no devengarán dietas ni remuneración alguna por su asistencia a las sesiones, salvo el salario mensual y los incentivos que apruebe la institución correspondiente para sus funcionarios (as). De esta disposición se exceptúan los miembros externos del Consejo Ejecutivo, que devengarán dieta mensual, cuyo monto será una décima parte de lo que reciben por concepto de dieta mensual los diputados (as) a la Asamblea Legislativa.

Los o las representantes del Consejo Ejecutivo suscribirán, con el Instituto Nacional de Seguros, un seguro de fidelidad a nombre del SINART, S. A.

7. *El financiamiento del SINART S.A. se resuelve, según lo establecido en el artículo 19 de la ley constitutiva, por una mezcla de presupuesto estatal, con ingresos por venta de servicios:*

Artículo 19.—Financiamiento. *El SINART, S. A., se financiará de la siguiente manera:*

a) Por las partidas que el Poder Ejecutivo le asigne en los presupuestos ordinarios y extraordinarios de la República.

b) Mediante los ingresos y el rendimiento de las actividades que realice, la comercialización y las ventas de sus productos o espacios y la participación en el mercado de la publicidad.

c) La Asamblea Legislativa, la Defensoría de los Habitantes de la República, la Contraloría General de la República, las instituciones autónomas y semiautónomas, las empresas públicas y demás entes menores, así como todas las instituciones y dependencias del Poder Ejecutivo, pautarán en el SINART, S. A., mediante la agencia de publicidad del SINART, S. A., creada en esta Ley, por lo menos el diez por ciento (10%) de los dineros que destinen a publicidad e información en radio, televisión u otros medios de comunicación.

d) Las donaciones o los aportes de personas físicas y jurídicas y de organismos nacionales o internacionales públicos o privados, así como los bienes provenientes de fondos públicos y la ejecución presupuestaria, estarán bajo la fiscalización anual de la Contraloría General de la República. La fiscalización será ejecutada en relación con los movimientos patrimoniales realizados en el transcurso del año inmediato anterior.

(REGLAMENTADO, *por Decreto Ejecutivo N° 31593 de 16 de setiembre de 2003, publicado en La Gaceta N° 15 de 22 de enero de 2004))*

8. Finalmente lo que la ley establece en cuanto a la rendición de cuentas es lo siguiente²:

“Artículo 20.—Rendición de cuentas ante la Contraloría General de la República. Anualmente el SINART, S. A., rendirá cuentas de su gestión presupuestaria a la Contraloría General de la República.

Artículo 21.—Rendición de cuentas ante la Asamblea Legislativa. Durante el mes de abril de cada año, el SINART, S. A., presentará ante la Comisión Permanente Especial para el Control del Ingreso y el Gasto Públicos de la Asamblea Legislativa, una memoria escrita sobre su desempeño y funcionamiento en el cumplimiento de los objetivos y principios de esta Ley.

Artículo 22.—Excepciones de aplicación de leyes al SINART S.A. El SINART, S. A., no estará sujeto a lo dispuesto en la Ley que crea la Autoridad Presupuestaria, N° 6821, de 19 de octubre de 1982, ni a la Ley para el Equilibrio Financiero del Sector Público, N° 6955³, de 24 de febrero de 1984, tampoco a los alcances de dichas leyes.”

8941

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA
DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:
**MODIFICACIÓN DE LA LEY N.º 8346, LEY
ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL
DE RADIO Y TELEVISIÓN CULTURAL**

ARTÍCULO 1.-

Adiciónase un artículo 6 bis a la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Artículo 6 bis.- Declaratoria de interés público

Declárase de interés público y esencial el uso de las frecuencias otorgadas al Sinart S.A. por medio de esta ley.

Por lo que los nuevos concesionarios del servicio de radio y televisión por suscripción deberán reservar gratuitamente los espacios de transmisión que le

² Para completar lo establecido en el artículo 22 se deben tomar en cuenta los siguientes pronunciamientos de la Procuraduría General de la República: C-441-2005 y C-238-2006

³ Por un error material se consignó un ley que ya había sido derogada. Pero se entiende que fue un error material. Ver los pronunciamientos de la Procuraduría General de la República mencionados en la nota al pie de página número 2

corresponden en lugar y número para el uso de las señales de radio y televisión del Sinart S.A.”

ARTÍCULO 2.-

Refórmase el inciso j) del artículo 9 de la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Artículo 9.- Competencias del Consejo Ejecutivo

Corresponderán al Consejo Ejecutivo las siguientes competencias:

[...]

j) Autorizar **enajenaciones** y contrataciones de todo tipo, superiores al monto límite de la actuación del presidente del Consejo Ejecutivo.

[...]”

ARTÍCULO 3.-

Refórmense los incisos b) y e) del artículo 10 de la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Artículo 10.- Presidencia del Consejo Ejecutivo

La Presidencia del Consejo Ejecutivo se regirá por las siguientes disposiciones:

[...]

b) El presidente o la presidenta deberá ser mayor de edad, con experiencia mínima de cinco años en medios de comunicación, y debidamente incorporado o incorporada al colegio profesional correspondiente, de acuerdo con su especialización.

[...]

e) El presidente o la presidenta representará, judicial y extrajudicialmente, a la institución, con facultades de apoderado o apoderada generalísimo, limitado a la suma que establezca el Consejo Ejecutivo del Sinart S.A. para el ejercicio anual correspondiente; a falta de acuerdo rige el monto vigente del año anterior. Su nombramiento, las limitaciones y las condiciones se inscribirán en la sección correspondiente del Registro Público.”

ARTÍCULO 4.-

Refórmense los incisos a) y b) del artículo 17 y se adiciona un artículo 17 bis a la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Artículo 17.- Patrimonio

[...]

a) La Red Nacional de Televisión que utilizará los canales 8, 10 y 13 en la banda de muy alta frecuencia, así como repetidoras y frecuencias de enlace de microondas o sus equivalentes en las nuevas tecnologías digitales o de otro tipo, los cuales serán otorgados en concesión por un período de noventa y nueve años renovables, salvo objeción de alguna de las partes; además, el

Estado, siguiendo los procedimientos legalmente establecidos, podrá darle en concesión cualquier otra frecuencia que considere necesaria.

Se autoriza al Sinart S.A. para que, a través de los canales asignados a su disposición, desarrolle la plataforma de la Red Nacional de Televisión Digital, pudiendo aprovechar la multiprogramación con fines de interés público, educativo y social.

b) *Una Red Nacional de Radio que utilizará las frecuencias de 590 kilohercios, en la onda media, y 101.5 y 88.1 megahercios, en la banda de frecuencia modulada; dichas frecuencias, repetidoras y frecuencias de enlace de microondas o sus equivalentes en las nuevas tecnologías digitales o de otro tipo, serán otorgadas en concesión por un período de noventa y nueve años renovables, salvo objeción de alguna de las partes. Además, el Estado, siguiendo los procedimientos legalmente establecidos, podrá darle en concesión cualquier otra frecuencia que considere necesaria.*

[...]

“Artículo 17 bis.- Exenciones

Se asegurará el carácter gratuito y la exención tributaria total de todo tipo de pago de impuestos, cargas y cánones por el uso de las frecuencias de radio y televisión que sean otorgadas al Sinart S.A., al amparo de esta ley.

Asimismo, el Sinart S.A. gozará de exención tributaria total de todo tipo de pago de impuestos, cargas y cánones que graven la importación o exportación, adquisición o venta de bienes y servicios dedicados a los fines y servicios públicos encomendados al Sinart S.A.”

ARTÍCULO 5.-

Refórmase el artículo 22 de la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Artículo 22.- Excepciones de aplicación de leyes al Sinart S.A.

Acorde con su naturaleza jurídica de empresa pública, se exime al Sinart S.A. de la aplicación de las siguientes leyes:

- a)** *Ley N.º 7494, Contratación Administrativa, de 2 de mayo de 1995.*
- b)** *Ley N.º 5525, Ley de Planificación Nacional, de 2 de mayo de 1974.*
- c)** *Libro II de la Ley N.º 6227, Ley General de la Administración Pública, de 2 de mayo de 1978.*
- d)** *Ley N.º 8131, Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos, de 18 de setiembre de 2001.*
- e)** *Ley N.º 6955, Ley para el Equilibrio Financiero del Sector Público, de 24 de febrero de 1984.”*

TRANSITORIO ÚNICO.-

Adiciónase un transitorio VIII a la Ley N.º 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural, de 12 de febrero de 2003. El texto dirá:

“Transitorio VIII.-

Se autoriza al Sinart S.A. para que el uso y la explotación de la frecuencia 88.1 MHz pueda ser compartida en tiempo y en zona geográfica a especificar, vía convenio, con la Asociación Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER), hasta tanto el Estado pueda asignarle al ICER una frecuencia propia, para su uso y explotación exclusivos.”

Rige a partir de su publicación.

ASAMBLEA LEGISLATIVA.- *Aprobado a los siete días del mes de abril de dos mil once.*

COMUNÍCASE AL PODER EJECUTIVO

Luis Gerardo Villanueva Monge

PRESIDENTE

Mireya Zamora Alvarado

Ileana

Brenes Jiménez

PRIMERA SECRETARIA

SEGUNDA

SECRETARIA

Dado en la Presidencia de la República.—San José, a los veintisiete días del mes de abril del año dos mil once.

Ejecútense y publíquese.

LAURA CHINCHILLA MIRANDA.—El Ministro de Gobernación y Policía y Seguridad Pública, José María Tijerino Pacheco y el Ministro de Cultura y Juventud, Manuel Enrique Obregón López.—1 vez.—O. C. N° 11157.—Solicitud N° 1857.—C-17920.—(L8941-IN2011037280).

Marco de referencia estratégico

Marco estratégico institucional

Visión

Ser el sistema nacional de medios de comunicación que mejore la calidad de vida y ayude a superar la brecha social a partir del entretenimiento y la educación con servicios y productos de alta calidad.

Misión

Somos una empresa costarricense de servicios de comunicación de contenidos de calidad basados en la educación y el entretenimiento (edutainment).

Políticas y prioridades institucionales

Trasladar a la ciudadanía los beneficios de los servicios proporcionados por las tecnologías de la información y la comunicación que el SINART S.A. tenga en su haber.

Dar a los ciudadanos la información y la educación suficiente para que puedan participar en forma plena dentro de la sociedad de la información y el conocimiento, propiciando la construcción de ciudadanía. Programa de alfabetización mediática.

Dar a los ciudadanos el beneficio de una programación de alta calidad, con contenidos autóctonos, libres de violencia y de prejuicios discriminatorios.

Liderar el cambio tecnológico y de transformación de los medios de comunicación digital en Costa Rica.

Por medio de sus programas, dar a conocer a Costa Rica en el mundo y dar a conocer el mundo a Costa Rica.

Objetivos estratégicos institucionales

Aumentar sustancialmente la presencia de los medios de comunicación del SINART S.A. en los hogares costarricenses.

Elevar el número de horas de transmisión con programas de edutainment para un mayor impacto en la ciudadanía.

Hacer de las marcas del SINART S.A. marcas líderes en la industria de medios de comunicación.

Llegar a ser el medio de comunicación que más contribuya a resaltar la diversidad cultural en el país

Fortalecer la innovación en producciones audiovisuales.

Posicionarse como el líder en la transición a la TDT.

Indicadores de gestión y/o de resultados.

Los siguientes indicadores son de resultado intermedio, no de resultado final o de impacto.

- *Ranking de televisión y radio*
- *Alcance (reach de televisión y radio) (indicador de universalidad)*
- *Porcentaje de horas de emisión de programas que contribuyen a la diversidad cultural dentro del total de horas de transmisión.*
- *Ranking de los noticieros*
- *Alcance de los noticieros*
- *Ranking de SINART DIGITAL*
- *Reconocimiento de marcas del SINART.*

a. Valores

Superación.

Innovación.

Nacionalismo.

Actitud Productiva.

Responsabilidad.

Transparencia.

PRINCIPIOS ESTABLECIDOS EN LA LEY ORGÁNICA DEL SINART S.A.

a) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.

b) La separación entre las informaciones y las opiniones, así como la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión.

c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural.

d) El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y, en general, a los derechos y las libertades reconocidos en la Constitución Política.

e) La protección de los derechos y la dignidad de la juventud y la infancia, los derechos de los hombres, las mujeres y las familias.

f) El respeto por los valores de igualdad incluidos en el artículo 33 de la Constitución Política.

g) La oferta de programas diversos, variados y de actualidad, así como de noticias e información rigurosas y equilibradas, a fin de permitir que la ciudadanía forme su propia opinión.

h) La promoción de la cultura, la educación y el entretenimiento, así como el acceso de los ciudadanos a ellos, por medio de una programación que satisfaga las necesidades de la población.

i) Contribuir, mediante programas educativos, al incremento de los conocimientos y las oportunidades.

j) Considerar que la oferta de programas en el mercado libre comercial no resulta productiva, a causa del elevado riesgo comercial que representa.

k) *Liderar la transición a la radiodifusión digital terrestre y, en general, a la innovación tecnológica.*

l) *Contribuir al desarrollo y enriquecimiento de la cultura costarricense y universal.*

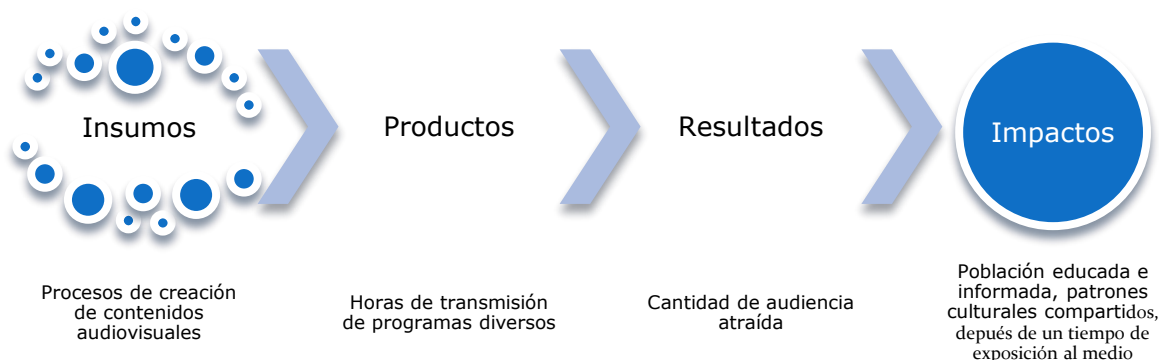
m) *Promover el fortalecimiento de los valores en que se fundamenta el Estado costarricense.*

n) *Coadyuvar a garantizar las pautas indicadas en el artículo 89 de la Constitución Política, a efecto de desarrollar y conservar el patrimonio natural, histórico, artístico y cultural.*

ñ) *Promover foros para la discusión de temas de interés nacional e internacional.*

o) *Cooperar en el fortalecimiento de la comunidad internacional, especialmente en las materias atinentes a la promoción y tutela de los derechos humanos.*

Los indicadores anteriormente expuestos son indicadores intermedios según la cadena de resultados mostrada en el siguiente diagrama



No se tienen indicadores de impacto porque el monitoreo y la evaluación de impactos requeriría una investigación social a una escala mayor a los estudios de audiencia y con la finalidad específica de medir esos impactos. Normalmente estos estudios

exigen el diseño de hipótesis específicas y el establecimiento de grupos de control y grupos de tratamiento. Además para tener resultados significativos se necesitan períodos largos de 3 a 5 años, de seguimiento, un costo muy superior a las encuestas y, finalmente, quién realiza la investigación no es la misma empresa o institución evaluada.

CUMPLIMIENTO DE METAS ANUALES POR PROGRAMA

Metas programadas para Producción y Transmisión de Programas de Televisión.

Este programa consiste en la transmisión de contenidos para televisión, distribuidos en una parrilla de programación diaria, en parte producidos y, en parte comprados o tomados de archivo para su transmisión.

Los tres procesos fundamentales en el quehacer de una televisora son:

- La atracción de audiencias, mediante un cuidadoso planeamiento de los contenidos en función de los gustos, preferencias y hábitos de la audiencia en términos de consumo de medios de comunicación.*
- La producción y/o compra de contenidos de acuerdo con la parrilla de programación propuesta.*
- La venta de las audiencias a los avisadores que compran espacio para publicidad y finalmente;*
- La transmisión al aire de lo establecido en la programación.*

El objetivo del programa es el siguiente: aumentar sustancialmente la presencia de canal 13 en los hogares costarricenses. Este objetivo se puede medir por los alcances del canal en su conjunto y de los grupos de determinados programas. Los logros en

las metas establecidas expresa el cumplimiento de los siguientes objetivos estratégicos institucionales:

- *Aumentar sustancialmente la presencia de los medios de comunicación del SINART S.A. en los hogares costarricenses.*
- *Elevar el número de horas de transmisión con programas de edutainment para un mayor impacto en la ciudadanía.*
- *Ofrecer productos y servicios pertinentes y de calidad que respondan a los requerimientos de la sociedad costarricense desarrollados a partir del edutainment como eje principal.*
- *Llegar a ser el medio de comunicación que más contribuya a resaltar la diversidad cultural en el país.*
- *Lograr ser el medio de comunicación de mayor confiabilidad del público con base en la información que suministra.*
- *Contribuir a la presencia de contenidos nacionales en las emisiones de televisión y radio.*

Las cifras sobre los indicadores de alcance de la televisión y la radio son tomadas de la Encuesta General de Medios (EGM), hecha por la empresa IPSOS cada trimestre del año. Las cifras para canal 13 y Radio Nacional corresponden al año 2015, son las siguientes:

La meta programada para todo el año fue de un 28% y el resultado en EGM para el año 2015 8 (según datos de la tercera encuesta del 2015) es de 16,28% lo cual nos da un cumplimiento del 58,14% . La meta está parcialmente cumplida pero no alcanzada a un nivel satisfactorio. El 2015 ha sido un año de cambio sustancial de la programación por lo que el descenso en la audiencia es esperable y podemos conceptualizarlo como un costo del proceso de transformación.

Metas programadas para producción y transmisión de programas de radio

En el caso de radio, al igual que televisión, tiene como producto final la emisión de una parrilla de programación durante el tiempo que esta al aire. Estos programas emitidos son clasificados por tipo de programa y, medidos por el tiempo de emisión, dentro del total de lo emitido en un determinado período temporal.

El objetivo estratégico del programa es el siguiente: aumentar sustancialmente la presencia de Radio Nacional en los hogares costarricenses. Los indicadores que nos dan cuenta si este objetivo se está logrando son el alcance de los géneros emitidos y el alcance general de la radio.

El logro de este objetivo impacta directamente a los siguientes objetivos institucionales:

- Aumentar sustancialmente la presencia de los medios de comunicación del SINART S.A. en los hogares costarricenses.*
- Elevar el número de horas de transmisión con programas de edutainment para un mayor impacto en la ciudadanía.*
- Ofrecer productos y servicios pertinentes y de calidad que respondan a los requerimientos de la sociedad costarricense desarrollados a partir del edutainment como eje principal.*
- Llegar a ser el medio de comunicación que más contribuya a resaltar la diversidad cultural en el país.*
- Lograr ser el medio de comunicación de mayor confiabilidad del público con base en la información que suministra.*
- Contribuir a la presencia de contenidos nacionales en las emisiones de televisión y radio..*

Los resultados que vemos en el caso de la radio han superado la meta anual. La meta propuesta para el año 2015 ha sido de 0.17% de alcance. Al final de este año el resultado es de 0.33% según lo indica la tercera encuesta 2015 de EGM. Este aumento que nos parece positivo se ha logrado con un cambio en la programación de la radio, cuyo componente principal ha sido la emisión de música de artistas y grupos musicales nacionales. La propuesta de programación que seguirá transformándose

ha tenido claramente una buena acogida por la audiencia y ha permitido cumplir con la meta de audiencia propuesta para este año.

Metas programadas para agencia de publicidad.

La agencia de publicidad tiene como productos finales contenidos audiovisuales publicitarios, así como servicios de asesoramiento en campañas de publicidad (planes de medios para campañas publicitarias, por ejemplo), tanto para clientes externos como internos. La agencia de publicidad tiene también a cargo la comercialización de los espacios de publicidad de todos los otros programas del SINART por lo que el indicador escogido ha sido la tasa de crecimiento en ventas de todos los bienes y servicios comercializables. La meta de este indicador para el año 2015 es de un 10% y el resultado final del año nos da una meta alcanzada puesto que su cumplimiento es de un 91,4%, alcanzado un crecimiento en ventas de 9,14% con respecto al año anterior.

Metas programadas para servicios de prensa.

Prensa es una actividad que ha estado siempre vigente en el SINART S.A. Pero fue a partir del 2011 que se le dió la categoría de programa independiente de la televisión y la radio. Este programa tiene como objetivo, aumentar sustancialmente la presencia de los informativos del canal 13 y la Radio Nacional en los hogares costarricenses. Como es fácilmente deducible de la misión de un medio de comunicación de servicio público, la importancia para la ciudadanía de la información política es de incalculable importancia por su impacto en el desarrollo de una democracia. Este programa impacta directamente el objetivo institucional siguiente: Lograr ser el medio de comunicación de mayor confiabilidad del público con base en la información que suministra.

Las medidas sobre el logro de los objetivos están en los siguientes indicadores:

,
.

- Alcance promedio del noticiero de televisión*

La meta para los para el noticiero de televisión, para el año 2015, es de 0,8%. En el caso del noticiero de televisión las metas han sido casi alcanzadas completamente. El cumplimiento ha sido de un 97,5% logrando un 0,78% de alcance según la encuesta EGM (según datos de la tercera encuesta del 2015).

RESUMEN DEL GRADO DE AVANCE DE LAS METAS DE TODOS LOS PROGRAMAS SEGÚN LAS CATEGORÍAS DE VALORACIÓN

La evaluación de resultados del año 2015 tuvo la intención de verificar cuáles metas tienen un desempeño en el nivel de cumplimiento. Las metas cumplidas son las que tienen un nivel igual o mayor al 80%. Las metas parcialmente cumplidas son las que el resultado obtenido es mayor al 50% y menor al 79,9%. Finalmente, son incumplidas si el resultado es menor o igual al 49,9%

Los resultados obtenidos para el año 2015 se puede ver en le siguiente cuadro:

Tabla 1:RESUMEN METAS DE INDICADORES DE TODOS LOS PROGRAMAS SUSTANTIVOS

Objetivo Estratégico del Programa	Indicador de Gestión y/o de Resultados	Fórmula	Meta 2015	Meta alcanzada	% de cumplimiento
Lograr la mayor eficiencia en los servicios de apoyo y gestión estratégica del SINART S.A	<i>Porcentaje de participación en el gasto total</i>	egresos de actividades centrales/egresos totales	40.47%	33.68%	120.16%
Aumentar sustancialmente la presencia de Radio Nacional en los hogares costarricenses.	Alcance	(Número de radio escuchas de radio nacional en los últimos 30 días/ total de entrevistados)*100	0.17%	0.33%	194.12%

Objetivo Estratégico del Programa	Indicador de Gestión y/o de Resultados	Fórmula	Meta 2015	Meta alcanzada	% de cumplimiento
Aumentar sustancialmente la presencia de canal 13 en los hogares costarricenses.	<i>Alcance</i>	(Número de telespectadores que vieron canal 13 en los últimos 30 días/ total de entrevistados)x100	28%	16.28%	58.14%
Aumentar sustancialmente la presencia del noticiero de canal 13 , de radio nacional, de SINART digital y de la revista contrapunto en los hogares costarricenses.	<i>Alcance de los noticieros de Televisión</i>	(Total de personas que vieron el RTN noticias en los últimos 30 días/ total de entrevistados)*100	0.8000 %	0.78%	97.5000%
Aumentar significativamente el desempeño de la fuerza de ventas del SINART	<i>Tasa de crecimiento de ventas.</i>	((Ventas en el período t/ ventas en el período t-1)- 1) *100	10%	9.14%	91.40%
Ofrecerle a la ciudadanía los mejores servicios en radiodifusión digital.	<i>Inversión anual en redes digitales</i>	% de gastos inversión en redes digitales/ total de egresos	5.20%	6.56%	126.15%

Categoría de Valoración	Total de Metas Programadas	# Metas
Cumplimiento esperado	6	5
Riesgo de no cumplimiento		1
TOTALES		

Lo destacable en el cumplimiento de las metas de la dirección tecnológica y de actividades centrales, es haberlas superado después de un esfuerzo continuo de varios períodos. La inversión en modernización en el año 2015, en cuanto a equipos ha sido significativa y el porcentaje de gastos de actividades centrales dentro del total es también destacable.

COMPORTAMIENTO DE LA EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA POR PROGRAMAS Y A NIVEL TOTAL AL PRIMER SEMESTRE

La ejecución presupuestaria alcanzó nivel promedio de un 77,11%.

Institución: SINART S.A.

Programa	Presupuesto definitivo (a)	Presupuesto ejecutado (b)	Porcentaje de ejecución (b/a)
ACTIVIDADES CENTRALES	Ø1,836,914,431.32	Ø1,570,152,331.49	85.48%
P&T DE RADIO	Ø491,081,837.92	Ø429,341,024.33	87.43%
P&T DE TV	Ø1,702,949,177.23	Ø1,167,902,706.09	68.58%
SERV-DE-PUBLICIDAD	Ø1,016,442,924.80	Ø539,984,536.66	53.12%
Servicios de prensa	Ø393,953,031.28	Ø384,966,948.46	97.72%
Tecnologías	Ø604,402,354.74	Ø569,561,931.24	94.24%
Total	Ø6,045,743,757.29	Ø4,661,909,478.27	77.11%