| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **MACROPROCESO:** | ESTRATEGICO | **CÓDIGO:** | A-GB-FC01 |
| | **PROCESO AL QUE PERTENECE:** | GESTIÓN TRO DIGITAL | **VERSIÓN:** | 4 |
| | **NOMBRE DEL FORMATO:** | CARACTERIZACIÓN GESTIÓN TRO DIGITAL | **FECHA:** | 7/5/2025 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **OBJETIVO DEL PROCESO:** | Consolidar la cultura digital del Canal TRO a través de la dinamización de convergencia, garantizar la aplicación de los lineamientos de Gobierno en Línea y la Ley de Transparencia, fortalecer la cultura digital, actualizar y modernizar la página web www.canaltro.com, diseñar y actualizar micrositios para la generación de contenidos especiales, generar contenidos propios para las plataformas digitales, establecer y enlazar estrategias promocionales en la página web y las redes sociales, generar estrategias comerciales que permitan el crecimiento de la web, incentivar el comercio electrónico, armonizar el mantenimiento de software y apoyar la gestión de proyectos digitales y de transformación técnica. | | |
| **ALCANCE DEL PROCESO:** | Llevar la información propia o de cubrimiento del Canal TRO a las diferentes plataformas digitales hasta implementar estrategias de cultura digital en el Canal TRO. | | |
| **LÍDER DEL PROCESO:** | | **Fecha de actualización por el proceso** | 15/05/2025 |

**SECUENCIA E INTERACCIÓN**

| PARTES INTERADAS | ENTRADA (Insumo) | PHVA | ACTIVIDADES | SALIDA (Producto) | CLIENTE |
|---|---|---|---|---|---|
| Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Todos los procesos | Direccionamiento estratégico | PLANEAR | Identificar riesgos y oportunidades del proceso | Matriz de Riesgos del proceso<br>Informe de seguimiento a riesgos<br>Informe de riesgos cuatrimestral | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Mejoramiento continuo |
| Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Todos los procesos | Requisitos, necesidades y expectativas | | Identificar partes interesadas pertinentes al proceso | Matriz de identificación de partes interesadas | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Entes de Control<br>Ente Certificador |
| Todos los procesos | Necesidades de información desde y hacia el proceso | | - Identificar necesidades de comunicación del proceso<br>- Gestionar eficazmente la comunicación del proceso | Matriz de comunicaciones | Todos los procesos |
| Todos los procesos | Necesidad de cambio | | Identificar el cambio, su justificación y consecuencias | Matriz de gestión de cambio | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Mejoramiento continuo |
| Clientes<br>Gestión de TRO Digital | Requisitos de las normas NTC ISO:9001:2025, Plan estratégico de la entidad, Requisitos legales y necesidades de las partes interesadas | | Planificación y documentación de las actividades del proceso: Participar en la elaboración de los procedimientos, registros, caracterización, metas e indicadores, mapa de procesos<br>en general los diferentes documentos inherentes al proceso con el finde lograr su eficaz, eficiente y efectiva implementación y mantenimiento en el SGC | Procedimientos, registros, mapa de procesos, indicadores del PEI, indicadores Y documentos del SGC. | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Mejoramiento continuo |
| Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Producción y programación<br>Comercialización y ventas | Normas y políticas institucionales | | Elaborar la planeación para mantenimiento y mejora continua del sitio web y redes sociales del canal TRO | Plan de trabajo estructurado | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Mejoramiento continuo |
| Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Todos los procesos | Lineamientos de Gobierno Digital y Ley de Transparencia | | Definir lineamientos para estructura y contenido del sitio web y redes sociales | Directrices de Matriz del Índice de Transparencia y Acceso a la Información (ITA) | Alta Gerencia<br>Planeación Institucional<br>Control Interno<br>Mejoramiento continuo |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Producción y Programación – Comercialización y Ventas | Objetivos de marketing y comunicación<br>- Información sobre la audiencia objetivo<br>- Recursos disponibles para la creación de contenido (personal, presupuesto) | | Planear la generación de contenido digital institucional alineado con los objetivos del Canal TRO. | Lineamientos para la generación de contenido digital. | Alta Gerencia – Producción Digital – Audiencia TRO |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Producción y Programación – Comercialización y Ventas | Directrices de diseño institucional<br>- Recursos visuales disponibles<br>- Identidad gráfica del Canal TRO | | Definir lineamientos para el diseño de micrositios digitales que reflejen la identidad institucional. | Directrices para el diseño de micrositios. | Alta Gerencia – Equipo de Desarrollo Web – Audiencia TRO |
| | | | | | |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Producción y Programación – Comercialización y Ventas | Normas y políticas institucionales | HACER | Ejecutar el plan de mantenimiento y mejora continua del sitio web y redes sociales institucionales. | Pagina web actualizada redes sociales con la información relevante y actual | Alta Gerencia – Audiencia TRO – Entes de control |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Todos los procesos | Lineamientos de Gobierno Digital y Ley de Transparencia | | Implementar los lineamientos definidos para la estructura y contenido del sitio web y redes sociales conforme al ITA. | Micrositios y secciones web ajustadas a los criterios del ITA. | Ente certificador – Ciudadanía – Alta Gerencia |
| Alta Gerencia – Producción y Programación – Comercialización y Ventas | Lineamientos para la generación de contenidos decirles | | Crear y publicar contenido digital propio en las plataformas institucionales, alineado con los lineamientos definidos. | Contenido multimedia publicado y alineado a la estrategia digital. | Audiencia TRO – Alta Gerencia – Seguidores en redes sociales |
| Alta Gerencia – Producción Digital – Desarrollo Web | Directrices para el diseño de micrositios. | | Diseñar, maquetar e implementar micrositios que reflejen la identidad visual del canal y faciliten la navegación. | Micrositios funcionales y visualmente coherentes con la identidad institucional. | Usuarios web – Alta Gerencia – Control Interno |
| Gestión de TRO Digital | Matriz de riesgos institucionales | | Administración y gestión de los riesgos del proceso. Implementar controles y planes de mitigación de los riesgos | Matriz de riesgos actualizada, revisión por la dirección, indicadores de gestión, plan de mejoramiento institucional | Alta Gerencia<br>Gestión de Planeación<br>Control Interno<br>Gestión de mejoramiento Continuo |
| | | | | | |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Producción y Programación – Comercialización y Ventas – Control Interno | Página web actualizada y redes sociales con información relevante y actual | VERIFICAR | Verificar el cumplimiento del plan de mantenimiento y mejora continua del sitio web y redes sociales. | Informe de seguimiento a mantenimiento y actualización digital. | Alta Gerencia – Control Interno – Entes de Control |
| Alta Gerencia – Planeación Institucional – Todos los procesos – Ente Certificador | Micrositios y secciones web ajustadas a los criterios del ITA | | Revisar el cumplimiento de los lineamientos del ITA, Ley de Transparencia y Gobierno Digital. | Informe de cumplimiento del ITA y observaciones de mejora. | Ente Certificador – Ciudadanía – Alta Gerencia |
| Alta Gerencia – Producción y Programación – Comercialización y Ventas | Contenido multimedia publicado y alineado a la estrategia digital | | Evaluar la alineación del contenido publicado con los objetivos de comunicación institucional. | Informe de análisis de efectividad de los contenidos digitales. | Alta Gerencia – Audiencia TRO – Estrategia Digital |
| Alta Gerencia – Producción Digital – Desarrollo Web – Planeación Institucional | Micrositios funcionales y visualmente coherentes con la identidad institucional | | Revisar la coherencia gráfica, funcionalidad y experiencia de usuario de los micrositios implementados. | Informe de evaluación técnica y visual de micrositios. | Alta Gerencia – Control Interno – Audiencia TRO |
| Gestión de TRO Digital | Matriz de Riesgos Institucionales | | Monitorear la ejecución de los controles propuestos para los riesgos | Seguimiento de los riesgos con evidencias | Alta Gerencia<br>Gestión de Planeación<br>Control Interno<br>Gestión de mejoramiento Continuo |
| Gestión de TRO Digital | Fichas Técnicas de Indicadores.<br>Procedimientos.<br>Requisitos legales | | Recopilar datos e indicadores de gestión del proceso. | Informe de gestión del proceso | Alta Gerencia<br>Gestión Planeación Institucional |
| | | | | | |
| Gestión de TRO Digital | No conformidades del proceso,<br>Riesgos<br>Acciones de mejora | ACTUAR | Implementar acciones correctivas y/o de mejora con base en los resultados de auditorías internas, el seguimiento al cronograma, el control de documentos y registros; con el fin de mejorar continuamente la eficiencia, eficacia y efectividad del proceso | Acciones correctivas<br>Planes de Mejoramiento del proceso | Alta Gerencia<br>Gestión Planeación Institucional<br>Gestión de Mejoramiento continuo<br>Control Interno |

**RECURSOS**

| HUMANOS | TECNOLÓGICOS | FÍSICOS | OTROS |
|---|---|---|---|
| Diseñador, Web master Comunista Manager y periodistas | | Muebles y enseres, papelería | |

| CONTROLES EN EL PROCESO | ACTIVOS DE INFORMACIÓN |
|---|---|
| Auditorías Internas, Revisión por la dirección, Indicadores de gestión, procedimientos | Los activos de información asociados al proceso se pueden consultar en las TRD. |

| DOCUMENTOS ASOCIADOS AL PROCESO | REGISTROS ASOCIADOS AL PROCESO |
|---|---|
| E-GT-P01 Procedimiento Para La Dinamización de la convergencia.<br><br>E-GT-M01 MANUAL DIGITAL PARA PRODUCCIONES | |

| REQUISITOS Y REGULACIONES APLICABLES SIG | NORMATIVIDAD |
|---|---|
| REQUISITOS DEL CLIENTE: Productos, insumos y servicios que cumplan y satisfagan las expectativas de los clientes internos y externos<br>REQUISITOS DE LA ORGANIZACIÓN: Manual de Calidad<br>Orgánico.<br>REQUISITOS ISO: | Ver documento MATRIZ DE REQUISITOS LEGALES |

**INDICADORES DEL PROCESO**

| TIPO DE INDICADOR | NOMBRE DEL INDICADOR | FORMULA DEL INDICADOR | UNIDAD DE MEDIDA | FUENTE DE DATOS | PERIODICIDAD MEDICION | PERIODICIDAD DE ANALISIS | META |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Eficacia | Porcentaje de generación de contenidos propios | Número de contenidos propios generados por el área | Número | Informes de generación de contenidos | Trimestral | Trimestral | 15 |
| Efectividad | Gobierno en Línea Ley de transparencia y acceso a la información | Porcentaje de cumplimiento de ley de transparencia y acceso a la información | Porcentaje | Áreas de Gestión del Canal TRO | Anual | Anual | 92% |

**INDICADORES DEL DE ACUERDO A LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

| OBJETIVO | NOMBRE DEL INDICADOR | FORMULA DEL INDICADOR | UNIDAD DE MEDIDA | METAS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Línea Base | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Fomentar la creación y difusión de contenidos digitales innovadores que apoyen las diversas líneas de producción del Canal TRO, incrementando la visibilidad y alcance en redes sociales y sitios web. | Creación de contenido digitales propios para las diferentes redes sociales | Ni de contenidos propios realizados en redes sociales y sitios web | Unidad | SLB | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Incrementar la base de seguidores en las redes sociales del Canal TRO, fortaleciendo la presencia digital y el alcance de los contenidos producidos. | Incremento de seguidores | No de seguidores en cada red social | Unidad | Facebook 642,000 | 647.000 | 652.000 | 657.000 | 662.000 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Incrementar la base de seguidores en las redes sociales del Canal TRO, fortaleciendo la presencia digital y el alcance de los contenidos producidos. | Incremento de seguidores | No de seguidores en cada red social | Unidad | X 184,800 | 18.700 | 190.000 | 193.000 | 196.000 |
| Incrementar la base de seguidores en las redes sociales del Canal TRO, fortaleciendo la presencia digital y el alcance de los contenidos producidos. | Incremento de seguidores | No de seguidores en cada red social | Unidad | Instagram 121,000 | 126.000 | 131.000 | 136.000 | 141.000 |
| Incrementar la base de seguidores en las redes sociales del Canal TRO, fortaleciendo la presencia digital y el alcance de los contenidos producidos. | Incremento de seguidores | No de seguidores en cada red social | Unidad | TIK TOK 2,700 | 20.000 | 40.000 | 60.000 | 80.000 |
| Generar ingresos que ayuden a fortalecer la sostenibilidad financiera del canal a través de la comercialización de pauta publicitaria en plataformas digitales | Incremento de ingresos por venta de servicios en plataformas digitales | Ingresos por publicidad en plataformas digitales | Porcentaje | 30.000.000 | 50.000.000 | 52.650.000 | 55.440.450 | 58.378.794 |
| Garantizar un cumplimiento integral de las obligaciones establecidas en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información, alcanzando un porcentaje de cumplimiento del 2% según la evaluación realizada mediante la Matriz ITA. | Porcentaje de Cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información | Porcentaje de Cumplimiento de la calificación obtenida en la Matriz ITA. | Porcentaje | 84% | 2% | 2% | 2% | 2% |

| CONTROL DE CAMBIOS | | |
|---|---|---|
| **FECHA** | **VERSIÓN** | **RAZÓN DEL CAMBIO** |
| Noviembre 9 de 2021 | 1 | Modificación del Manual del SIG, así mismo se cambia el formato de las caracterizaciones |
| Diciembre 2 de 2022 | 2 | Se modificó en las actividades del ciclo PHVA |
| Abril 9 de 2024 | 3 | Modificación de los indicadores de gestión |
| Mayo 15 de 2025 | 4 | Se reestructuró toda la caracterización del proceso con base en el ciclo PHVA, integrando y organizando las diferentes actividades del área de manera coherente y alineada con los objetivos institucionales |
| **ELABORÓ:** | | **REVISÓ Y APROBÓ:** |
| GESTIÓN TRO DIGITAL | | GESTION DE MEJORAMIENTO CONTINUO |

**"Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es Copia No Controlada. La versión vigente reposará en la oficina de mejoramiento continuo"**