




PROCESO: ESTRATÉGICO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TRO DIGITAL  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 5 N° Estrategia: 5 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia:  Eficiencia:  Efectividad:  Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Falta de contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales

OBJETIVO ESTRATEGICO: Generar contenido digital propio para el Sitio Web y las Redes sociales para posicionar el Canal TRO como medio digital

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
<b>1. Bajos recursos</b> <b>2. Falta de personal</b> <b>3. Falta de equipos</b> <b>4. Espacio inadecuados</b> <b>5. Poco Flujo de información interna</b> <b>6. Falta de apropiación de los diferentes programas</b>	Mantener comunicación constante con las diferentes dependencias del Canal para mantener actualizada las plataformas digitales del Canal TRO	Obtener información de las dependencias para publicar en plataformas digitales del Canal TRO	Flujo de información interna	(Información recolectada/Información solicitada)x100	%	90%	98%	Todas las dependencias del Canal	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 1	Para este último corte, se cumplió a cabalidad con el requisito de Ley de Transparencia. Se evidencian todas las solicitudes hechas al área de TRO Digital	100%
	Diseñar y generar contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales del Canal TRO	Incrementar la interacción en plataformas digitales de Canal TRO	Producción de contenido exclusivo digital	Número de contenidos	Número	0	5	Gerencia	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 2	En este último trimestre se crearon dos nuevo programas digitales tales como: - Hecho a mano - VIP En total durante el 2021 se crearon 8 programas que harían parte de la parrilla de programación de las plataformas digitales.	160%
	Generar estrategias de contenido multiplataforma para programas propios de la parrilla de programación para ser implementadas por sus directores y productores	Posicionar programas propios de la parrilla de programación en plataformas digitales del Canal TRO.	Producción de contenidos multiplataforma	Números proyectos posicionados/ Total de proyectos FONTIC de la Vigencia x100	%	100%	100%	Directores de programas, director de contenidos y almacén	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 3	Este indicador se mide diariamente, de ahí se determina la medición del comportamiento de las diferentes redes sociales del Canal TRO. Los programas propios de la parrilla de programación se promocionan en las diferentes plataformas digitales. Se evidencia con pantallazos la promoción del mismo.	100%

Asesorar proyectos especiales del material promocional para plataformas digitales	Promocionar proyectos especiales para las plataformas digitales del Canal TRO	Publicación de material promocional de proyectos especiales	(Número de proyectos asesorados/ Número de proyectos especiales)x100	%	0	100%	Proyectos, gerencia, directores de proyectos especiales.	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 4	Al corte del 31 de diciembre, no se asesoró proyectos especiales por motivos de cambio de dirección del área de TRO Digital.	75%
Fortalecer el sistema informativo digital	Incrementar el número de seguidores plataformas digitales	% De crecimiento de seguidores en las Plataformas Digitales del Canal TRO	Número de seguidores finales - Número de seguidores iniciales	%	30%	85%	Sistema informativo	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 5	El número de seguidores de las Plataformas Digitales del Canal TRO, al corte del 31 de diciembre llegaron al 1.477.600 incluidas Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Youtube Oriente Noticias, Twitter Oriente Noticias, Youtube Café de la Mañana.	80%

 **TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"**  
**CODIGO: E-GC**

E-PI-P03-F01  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: **ESTRATÉGICO**      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: **COMUNICACIONES Y MERCADEO**

PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 9 N° Estrategia: 9 Código Indicador: \_\_\_ Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

**PROBLEMA CENTRAL:** Debilidad en la marca y en las comunicaciones institucionales

**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Fortalecer la marca y las comunicaciones del Canal TRO.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta de promoción del portafolio de servicios.	Diseñar un plan con estrategias de mercadeo, para promocionar el portafolio de productos y servicios de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Que las empresas del oriente colombiano conozcan los servicios y productos del canal tro	Promoción de portafolio	(Número de estrategias ejecutadas/Número de estrategias diseñadas)x100	%	90%	100%	Desacuerdo entre las partes Incumplimiento de proveedores - Recursos financieros	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 1	Para este corte, del 31 de diciembre, se elaboró un diseño del catalogo comercial digital y físico. Se plantearon 10 ofertas que el medio de comunicación presenta, desglosando las actividades que comprende cada servicio. Se cumplieron con las estrategias diseñadas en el Plan de Comunicaciones y Mercadeo. Se presenta evidencia de lo mencionado.	100%
	Planear y asistir a los eventos culturales y comerciales más importantes del oriente colombiano	Mayor visibilidad del canal y oportunidad de los ejecutivos para nuevos clientes	Eventos de promoción portafolio	(Eventos asistidos/Eventos proyectados)x100	%	85%	100%	Todas las areas del Canal y las alianzas	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y	Para este tercer trimestre, el canal participó en diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal.	100%

Falta de posicionamiento de marca.	Planear, apoyar y gestionar eventos y/o actividades para posicionamiento de marca.	Lograr posicionamiento de marca del Canal TRO mediante el cumplimiento de los eventos planeados.	Eventos de promoción de marca	(eventos desarrollados/eventos planeados)x100	%	70%	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 3	Para promover el posicionamiento durante este corte del 31 de diciembre, el Canal TRO ha aprovechado los espacios de participación, despliegue periodístico y cubrimiento especial. Por lo anterior, se tiene: 1. Premios de la TV Iberoamericana (ATEI). 2. participación en los premios RED TAL. 3. Día Mundial de la TV. 4. Llegó "Cuentos de Navidad" al Canal TRO. Se presenta evidencia de los mencionado	100%
	Identificar las alianzas más convenientes de acuerdo a las necesidades generadas desde el proceso de mercadeo y comunicaciones.	Articulación con otros organizaciones y medios de comunicación, permitiendo llevar la marca a más usuarios.	Alianzas con organizaciones y medios	Número de Alianzas con organizaciones y medios de comunicación	Número	8	12	Todas las áreas del Canal y las alianzas	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 4	Para este trimestre se plantean convenios que fortalezcan las alianzas con otras entidades a través de un intercambio de servicios, logrando así un mayor posicionamiento, alcance de más audiencia. Estos convenios son los siguientes: 1. Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México. 2. Bogotá Audiovisual Market (BAM). 3. TV MORFOSIS 4. Universidad Simón Bolívar - Sede Cúcuta 5. Cámara de Comercio de Bucaramanga. Se registra evidencia de los convenios realizados.	100%
	Generar acciones de comunicación y mercadeo junto	Determinar la aceptación de la programación por	Estrategias de comunicación	Número de estrategia	Número	0	1		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de	Se registra que el MinTIC posicionó al Canal TRO como medio de comunicación	100%
Falta de medición satisfacción del cliente	Generar estrategia de fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor	Aumentar la confianza del anunciante y el consumo del portafolio de servicios	Fidelización de clientes	Número de Estrategias de fidelización de clientes	Número	0	1		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 6	Como estrategia de fidelización, junto con el área comercial, se diseñó una dinámica que consiste en una tarjeta puntos para los clientes que pauten con el canal. Tarjeta que permitirá redimir nuevamente con pautas de acuerdo a la constancia, compromiso y fidelidad. Se registra evidencia de lo propuesto y ejecutado.	100%
	Evaluar la satisfacción del cliente	Medir el nivel de satisfacción general de los clientes sobre los servicios	Caracterización de clientes	(#clientes caracterizados/clientes totales)x100	%	0	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 7	Se diseñaron dos encuestas para determinar la satisfacción de clientes, una para los actuales y otra para los potenciales. Se evidencia el diseño de dicha encuesta. Se sugiere aplicar las respectivas encuestas para dar cumplimiento a los lineamientos de calidad.	80%
Falta de un plan de medios dirigido	Diseñar estrategias de Comunicación, para promoción de series y programas de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Dar a conocer en su totalidad los contenidos del canal	Promoción de nuevas producciones	(Número de estrategias ejecutadas/Número de estrategias diseñadas)x100	%	0	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 8	Para este trimestre se continúa con la construcción y difusión de: 1. Boletines de Prensa 2. Promoción Interna 3. Promociones externas 4. Promoción externa en medios impresos	100%
Falta mayor asertividad en la comunicación interna	Generar Estrategias que permitan una comunicación continua y fluida entre líderes de gestión, funcionarios y contratistas	Que la comunicación interna fluya de manera adecuada	Comunicación asertiva	( Número de estrategias ejecutadas/ Número de estrategias planteadas)x100	%	0	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 9	El propósito es que los colaboradores de la entidad tengan conocimiento de los avances de la gestión del Canal TRO. Entre las estrategias de comunicación y difusión de la información se encuentran: 1. Estrategia Gente TRO. 2. PQRS y Buzón de sugerencias. 3. Eventos internos.	100%



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: M-GP

E-PI-P03-FO1  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL

DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 6 Nº Estrategia: 6 Código Indicador: \_\_ Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Baja marcación de los niveles de audiencia en pantalla de señal principal de acuerdo a resultados arrojados por los sistemas de medición

OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar los niveles de retención de audiencia.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
No se han reforzados las estrategias digitales que apalancen la emisión de contenidos a través de su pantalla o señal principal	Diseñar y ejecutar nuevas estrategias de contenido alineadas en el fortalecimiento de la identidad cultural con el gran Santander	Hacer perdurable la marca CANAL TRO en el imaginario colectivo.	Diseño Estrategia de Contenido	( publicaciones realizadas/publicaciones diseñadas)x100	%	100%	100%	Que las areas ejecuten el contenido sin tener en cuenta el lineamiento del diseño de la estrategia de contenido inicial	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 1	Con el propósito de apalancar la emisión de contenidos, durante este trimestre de los 16 boletines que emite el área de Comunicaciones, 7 de ellos fueron elaborados para promocionar la parrilla de programación.	100%
Contenidos dispersos, repetitivos y poco innovadores	Aumentar los niveles de audiencia de los contenidos que forman parte de la parrilla de programación.	Que los productos cumplan con las estructuras narrativas y estandares de calidad establecidas por la entidad.	Seguimiento de contenidos	Aumento de audiencia	%	0%	15%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 2	Se presenta comparativo de audiencias del cuarto trimestre entre 2020 y 2021. Por lo anterior : -0,36% Bajamos de rating para el mes de Octubre de 2021 -0,20% Bajamos de rating para el mes de Noviembre de 2021 0,90% Subimos de rating para el mes de Diciembre de 2021	80%
	Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.			(Total de programas evaluados /total de programas propios en la parrilla)x100	%	0%	100%		31 de diciembre de 2021		Todos los programas son evaluados de acuerdo a los lineamientos que están contemplados en el Sistema Integrado de Gestión.	100%
				(Total de programas evaluados en comercialización/total de programas en parrilla)x100	%	0%	100%		31 de diciembre de 2021		Se realiza evaluación en comercialización de pauta con un comparativo entre el año 2020y 2021. Se realiza el siguiente análisis:	100%
	Crear y producir nuevos formatos televisivos e innovadores que alimenten la parrilla de programación, con contenidos para todo tipo de publico.	Tener mayor número de audiencia	Nuevos formatos televisivos	(proyectos nuevos/Proyectos actuales)x100	%	0%	10%	Respaldo y financiación para la creación de nuevas propuestas televisivas (Formatos)	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 3	Se evidencia que el Canal TRO participó en la convocatoria audiovisual realizada por el MINTIC N° 02/2021 en la que se presentaron 8 propuestas de espectáculo de artes escénicas en las categorías de teatro, la danza, el circo y ensamble musical, de las cuales el canal fue ganador de 7 propuestas. Durante este trimestre se estrenan nuevas producciones tales como: 1. La Gran Carpa 2. Documental la Negrada Tall 3. Camaleón y las ciencias 4. El Rey del café 5. Festival Coral de Santander UIS 2021 6. Ballo el Caballo 7. Cuéntame un cuento 8. Cuentos de Navidad.  Se la participación de la convocatoria por MINTIC se tiene evidencia de la Resolución emitida. De las nuevas producciones, el listado de los programas emitidos.	100%
	Crear una parrilla de programación por franjas con una frecuencia establecida por género de contenido.	Que la audiencia identifique la producción de nuevos contenidos de formatos diferentes a él noticiero.	Estrategia de Programación	Parrilla programación ejecutada/Parrilla de programación proyectada x100	%	0%	100%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal para esta franja	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 4	La parrilla de programación está segmentada por franjas. Las proyección de esta, son ejecutadas en su totalidad de tal manera que los televidentes encuentren sus programas en los mismos horarios.	100%
Flujos de Comunicación Dispersos dentro de las operaciones realizadas en el canal	Utilizar frecuentemente la herramienta crea TV para centralizar toda la información que genera la programación de él canal.	Digitalizar y centralizar la información generada por las áreas de él canal.	Utilización herramienta Crea TV	(Información registrada en software/Total hoja de vida de contenido de proyectos)x100	%	0%	15%	Recursos financieros para capacitación en utilización de la herramienta	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 5	La herramienta del CreaTV está siendo aprovechada al máximo, proporcionando así programar automáticamente los capítulos de las producciones compradas o de externos.	100%



CODIGO: M-GP

Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL

DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN


PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 6 N° Estrategia: 6 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Baja marcación de los niveles de audiencia en pantalla de señal principal de acuerdo a resultados arrojados por los sistemas de medición

OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar los niveles de retención de audiencia.


CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
No se han reforzados las estrategias digitales que apalancen la emisión de contenidos a través de su pantalla o señal principal	Diseñar y ejecutar nuevas estrategias de contenido alineadas en el fortalecimiento de la identidad cultural con el gran Santander	Hacer perdurable la marca CANAL TRO en el imaginario colectivo.	Diseño Estrategia de Contenido	( publicaciones realizadas/publicaciones diseñadas)x100	%	100%	100%	Que las areas ejecuten el contenido sin tener en cuenta el lineamiento del diseño de la estrategia de contenido inicial	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 1	Con el propósito de apalancar la emisión de contenidos, durante este trimestre de los 16 boletines que emite el área de Comunicaciones, 7 de ellos fueron elaborados para promocionar la parrilla de programación.	100%
Contenidos dispersos, repetitivos y poco innovadores	Aumentar los niveles de audiencia de los contenidos que forman parte de la parrilla de programación.	Que los productos cumplan con las estructuras narrativas y estándares de calidad establecidas por la entidad.	Seguimiento de contenidos	Aumento de audiencia	%	0%	15%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 2	Se presenta comparativo de audiencias del cuarto trimestre entre 2020 y 2021. Por lo anterior : -0,36% Bajamos de rating para el mes de Octubre de 2021 -0,20% Bajamos de rating para el mes de Noviembre de 2021 0,90% Subimos de rating para el mes de Diciembre de 2021	80%
	Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.			(Total de programas evaluados /total de programas propios en la parrilla)x100	%	0%	100%		31 de diciembre de 2021		Todos los programas son evaluados de acuerdo a los lineamientos que están contemplados en el Sistema Integrado de Gestión.	100%
				(Total de programas evaluados en comercialización/total de programas en parrilla)x100	%	0%	100%		31 de diciembre de 2021		Se realiza evaluación en comercialización de pauta con un comparativo entre el año 2020y 2021. Se realiza el siguiente análisis:	100%
	Crear y producir nuevos formatos televisivos e innovadores que alimenten la parrilla de programación, con contenidos para todo tipo de publico.	Tener mayor número de audiencia	Nuevos formatos televisivos	(proyectos nuevos/Proyectos actuales)x100	%	0%	10%	Respaldo y financiación para la creación de nuevas propuestas televisivas (Formatos)	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 3	Se evidencia que el Canal TRO participó en la convocatoria audiovisual realizada por el MINTIC N° 02/2021 en la que se presentaron 8 propuestas de espectáculo de artes escénicas en las categorías de teatro, la danza, el circo y ensamble musical, de las cuales el canal fue ganador de 7 propuestas. Durante este trimestre se estrenan nuevas producciones tales como: 1. La Gran Carpa 2. Documental la Negrada Tall 3. Camaleón y las ciencias 4. El Rey del café 5. Festival Coral de Santander UIS 2021 6. Ballo el Caballo 7. Cuéntame un cuento 8. Cuentos de Navidad.  Se la participación de la convocatoria por MINTIC se tiene evidencia de la Resolución emitida. De las nuevas producciones, el listado de los programas emitidos.	100%
	Crear una parrilla de programación por franjas con una frecuencia establecida por género de contenido.	Que la audiencia identifique la producción de nuevos contenidos de formatos diferentes a él noticiero.	Estrategia de Programación	Parrilla programación ejecutada/Parrilla de programación proyectada x100	%	0%	100%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal para esta franja	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 4	La parrilla de programación está segmentada por franjas. Las proyección de esta, son ejecutadas en su totalidad de tal manera que los televidentes encuentren sus programas en los mismos horarios.	100%

Flujos de Comunicación Dispersos dentro de las operaciones realizadas en el canal	Utilizar frecuentemente la herramienta crea TV para centralizar toda la información que genera la programación de el canal.	Digitalizar y centralizar la información generada por las áreas de el canal.	Utilización herramienta Crea TV	(Información registrada en software/Total hoja de vida de contenido de proyectos)x100	%	0%	15%	Recursos financieros para capacitación en utilización de la herramienta	31 de diciembre de 2021	Ver anexo en el informe de Gestión de Producción y Programación Tópico 5	La herramienta del CreaTV está siendo aprovechada al máximo, proporcionando así programar automáticamente los capítulos de las producciones compradas o de externos.	100%
---	---	--	---------------------------------	---	---	----	-----	---	-------------------------	--	--	------

 <b>TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"</b> CODIGO: M-GV										E-PI-P03-F01 Versión 1 Septiembre 01 de 2014		
PROCESO: MISIONAL      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: <u>5</u> Nº Estrategia: <u>5</u> Código Indicador: <u>    </u> Tipo de Indicador: Eficacia: <u>X</u> Eficiencia: <u>X</u> Efectividad: <u>X</u> Periodicidad: <u>TRIMESTRAL</u>												

**PROBLEMA CENTRAL:** Fortalecimiento de recursos, insumos, herramientas y capacitación.  
**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Incrementar ventas

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta de capacitación continua de los ejecutivos.	Capacitar en temas y estrategias comerciales y digitales a los ejecutivos comerciales.	Personal capacitado para realizar la gestión comercial	Capacitaciones por año	No de Capacitaciones realizadas	Número	0	4	Gerencia / Talento Humano	30 de Junio de 2021	Ver anexo informe de Gestión Tópico 1	Se realizó en este trimestre capacitación a los contratistas del portafolios de servicios sobre la musicalización de los comerciales. Se muestra evidencia de ello.	100%
Débil gestión comercial a nivel nacional y local	Plantear estrategias comerciales novedosas.	Crecimiento en ventas	Ventas Nacionales	Ventas Nacionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	400	600	Gerencia	30 de Junio de 2021	Ver anexo informe de Gestión Tópico 2	Conforme a las estrategias de comercialización realizadas por el área, se refleja un cumplimiento de las metas proyectadas en las ventas. Se discriman las ventas de acuerdo por cada plaza, tanto nacional como regional.	140,00%
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	1.239.891.500	Gerencia	30 de Junio de 2021		100%	
Ausencia gestión comercial en la plaza de Cúcuta.	Crear un apoyo comercial en Cúcuta	Crecimiento en ventas	Ventas del área comercial en Cúcuta por año	Ventas ejecutadas año	Pesos (En millones)	370	495.891.500	Gerencia	30 de Junio de 2021	Ver anexo informe de Gestión Tópico 3	Se deben proponer nuevas estrategias para poder cumplir con las metas de las ventas en Cúcuta.	66,20%
No participación en la decisión de los contenidos futuros en la parrilla de programación.	Opinar y sugerir desde el punto de vista comercial de los nuevos proyectos o contenidos del canal incluyendo los digitales.	Mejorar la percepción del Departamento Comercial de los nuevos productos o contenidos para una mejor gestión comercial.	Socialización de los nuevos proyectos	(No de proyectos socializados a Comercial / No de proyectos o contenidos proyectados del Canal )x100	%	0%	100%	Programación y producción / Gerencia	30 de Junio de 2021	Ver anexo informe de Gestión Tópico 4	De los 10 proyectos nuevos del Canal, todos fueron socializados al área comercial.	100%
Falta de personal de producción en el área comercial	Disponer de un periodista y camarógrafo-editor para la realización de contenidos comerciales para la primera pantalla y digitales.	Ofrecer un servicio óptimo y rentable post-venta	Notas Comerciales	(No.de notas comerciales realizadas / No de notas comerciales contratadas)x100	%	100%	100%	GERENCIA / TALENTO HUMANO	30 de Junio de 2021	Ver anexo informe de Gestión Tópico 5	Se relizaron 12 notas comerciales, de las que fueron contratadas. Se evidencia trazabilidad de lo mencionado.	100%

 <b>TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"</b> CODIGO: M-GA										E-PI-P03-F01 Versión 1 Septiembre 01 de 2014		
PROCESO: MISIONAL      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: ARCHIVO AUDIOVISUAL PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: <u>2</u> Nº Estrategia: <u>2</u> Código Indicador: <u>    </u> Tipo de Indicador: Eficacia: <u>X</u> Eficiencia: <u>X</u> Efectividad: <u>X</u> Periodicidad: <u>TRIMESTRAL</u>												

**PROBLEMA CENTRAL:** Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.

**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Preservar y digitalizar el material audiovisual del archivo audiovisual del canal TRO, con el fin de lograr la seguridad de la información. ESPESIFICAR EN EL MATERIAL DIGITALIZADO

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					

Falta de flujo de información en el material de los diferentes formatos	Catalogar el material del Archivo Audiovisual	Catalogar todo el material que se encuentra en el Archivo Audiovisual	Archivo audiovisual correctamente catalogado	Archivo catalogado/Total Material en Archivo histórico Audiovisual*100	%	20%	30%	TECNICA - ALMACEN	31 de diciembre de 2021	Ver anexo Informe de Gestión Archivo Audiovisual Tópico 1	Durante el 2021, se han catalogado 1922 formatos del material audiovisual histórico. Es una actividad que se realiza diariamente.	85%
				Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100	%	100%	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo Informe de Gestión Archivo Audiovisual Tópico 2	Los ID producidos diariamente, se catalogan y se cargan al sistema VSN, se archivan con el propósito de preservar el material audiovisual.	85%
Falta de Personal, Equipos, Espacio físico.	Garantizar la preservación y conservación del material histórico de Canal TRO	Digitalizar el material histórico del archivo audiovisual de acuerdo al Plan de Digitalización	Digitalización del material histórico (Dvd, Vhs, Betacam, Minidv. Total: 22.083).	Total de material digitalizado / Total de material audiovisual inventariado*100	%	36%	45%	Almacén / Gerencia / Talento humano / Técnica - Entidad Externa - MINTIC	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión Archivo Audiovisual Tópico 3	Durante el 2021 se presentaron algunas fallas en equipos las cuales no permitieron avanzar de forma más rápida en la digitalización de material en formato VHS, Betacam y ¼, pero gracias a la gestión realizada desde gerencia se logró el alquiler de estos equipos, y finalmente al terminar el año todo este material se logró digitalizar y se encuentra cargado y catalogado en el sistema VSN.	60%

**TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"**  
CODIGO: M-GT

E-PI-P03-F01  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTIÓN TÉCNICA

PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 6 N° Estrategia: 6 Código Indicador:    Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL


**PROBLEMA CENTRAL:** Debilidad en la infraestructura tecnológica

**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Fortalecer y gestionar la infraestructura tecnológica


CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento)
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO)	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Mantener la señal analoga activa hasta el apagón.	Mantener la actual red de transmisión irradiada analogica del canal TRO.	Garantizar el funcionamiento de los equipos que conforman la red de transmisión a través de los mantenimientos preventivos y correctivos.	Mantenimientos red analoga	Mantenimientos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	31 de diciembre de 2021	Se adjunta informe de la primer, segunda y tercer visita.	N/A	100%
Debilidad en la implementación y apropiación del Decreto 612 de 2018	Implementación del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y Comunicaciones PETI	Apropiación Institucional del PETI	Apropiación del PETI	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia	31 de diciembre de 2021	Se adjunta el avance del PETI	N/A	100%
	Implementación del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación Institucional del Plan de Tratamiento de Riesgo y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de tratamiento de riesgos y seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia	31 de diciembre de 2021	Se adjunta identificación de activos	N/A	75%
	Implementación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia	31 de diciembre de 2021	Se adjunta identificación de activos	N/A	75%
Ejecutar un plan de compras coherente a las necesidades del Canal	Incorporar la tecnología adecuada que garanticen los flujos de trabajo optimos en las diferentes áreas	Tener un reporte para evitar la obsolescencia en el flujo de trabajo	Reporte de obsolescencia	Reportes realizados	UND	0	2	Almacen	31 de diciembre de 2021	Se adjunta reporte de obsolescencia	N/A	100%
		Medir la implementación del plan de compras	Implementación del plan de compras	Proyectos ejecutados / proyecto suscritos a MinTic*100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	30 de diciembre de 2021	Contrato de compra 003 Orden de compra 009 Orden de compra 012 Contrato de compra 007 Contrato de compra 008	N/A	100%



Ampliar la cobertura del Canal TRO- en cable operadores	Incrementar la presencia del Canal TRO en la zona de cobertura de nuestra huella satelital y streaming	Certificar la presencia nacional e internacional del Canal TRO	Certificados de coberturas	Número de certificados nuevos	UND	0	10	Parabólicas y Operadores de Cable	30 de diciembre de 2021	certificaciones Emi	N/A	160%
---	--	--	----------------------------	-------------------------------	-----	---	----	-----------------------------------	-------------------------	---------------------	-----	------

 <b>TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"</b> <b>CODIGO: A-GB</b>										E-PI-P03-FO1 Versión 1 Septiembre 01 de 2014	
PROCESO: APOYO      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: BIENES Y SERVICIOS PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: <u>2</u> N° Estrategia: <u>2</u> Código Indicador: <u>  </u> Tipo de Indicador: Eficacia: <u>X</u> Eficiencia: <u>X</u> Efectividad: <u>X</u> Periodicidad: <u>TRIMESTRAL</u>											
<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Falta de adecuación para preservar los bienes del Canal											
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO:</b> Adecuar y redistribuir el espacio para organizar los bienes del canal.											


CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta de espacio adecuado en almacen, archivo central, audiovisual y demás áreas del canal que afectan la conservación de los bienes y los lugares de trabajo.	Gestionar la adecuación del espacio físico idóneo que facilite el almacenamiento óptimo de los bienes del Canal y los lugares de trabajo.	Adecuación y mejoramiento del espacio físico del almacen y las otras áreas del canal y los lugares de trabajo.	Adecuación en espacio y mejora de las condiciones físicas del almacen y otras áreas del canal.	Gestiones realizadas	Número	1	2	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos Depende de la voluntad de gestión o política de los socios de la entidad.	31 de diciembre de 2021	Ver informe de Gestión Bienes y Servicios Tópico 1	Para este corte, se presenta la conservación de los espacios del área de Almacén, Bodega y Ventanilla Única	100%
Falta de control en la salida e ingreso de bienes del canal.	Controlar la salida, ingreso y estado de los bienes del canal mediante un la potencialización del software contable.	Potencializar e implementar el software contable del canal, para el control pertinente de bienes.	Implementación de software para el Control de los bienes	% de cumplimiento de Implementación del software de control de bienes	%	0	100%	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos	31 de diciembre de 2021	Ver informe de Gestión Bienes y Servicios Tópico 2	Si bien se ha venido mostrando la gestión, se hizo una capacitación para repotencializar el software para el manejo de salidas y entrada de equipos del canal, conforme a esto se ha venido dando cumplimiento de los formatos establecidos en el Sistema Integrado de Gestión.	100%

 <b>TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"</b> <b>CODIGO: A-GD</b>										E-PI-P03-FO1 Versión 1 Septiembre 01 de 2014	
PROCESO: APOYO      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTIÓN DOCUMENTAL PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: <u>3</u> N° Estrategia: <u>3</u> Código Indicador: <u>  </u> Tipo de Indicador: Eficacia: <u>X</u> Eficiencia: <u>X</u> Efectividad: <u>X</u> Periodicidad: <u>TRIMESTRAL</u>											
<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Falta de Espacio Adecuado para la conservación del Archivo Central											
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO:</b> Custodia, conservación y preservación de los documentos.											

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
No se encuentra realizado ni implementado el PINAR	Implementar el Plan Institucional de Archivos - PINAR	Plan Institucional de Archivo - PINAR Implementado y Aprobado	Plan Institucional de Archivo - PINAR	Seguimientos realizados/ Seguimientos programados*100	%	0	100%		31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 1	Por medio de este plan, se logra evidenciar el estado actual del archivo central, y de los planes y proyectos pendientes por elaborar dentro del área de Gestión Documental.	80%
No se cuenta con servidor propio para el almacenamiento de la información. Falta de personal para la Digitalización de la Información	Digitalizar el archivo central	Fácil acceso y conservación de la información	Digitalización del archivo central	Archivo Digitalizado Nuevo + Archivo Base digitalizada	%	12%	50%	Gerencia (Recursos), talento humano (personal), compra de licencia de Drive almacenamiento ilimitado en la nube anual	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 2	El archivo central se encuentra digitalizado en su totalidad, onforme a la vigencia evaluada.	100%



Falta de Espacio - personal	Realizar Transferencias de los Archivos de Gestión al Archivo Central	Cumplimiento del Plan de Transferencia según lo estipulado en el Acuerdo 042 de 2002	Transferencias documentales	(# de Transferencias realizadas por año/ # Dependencias (16) que realizan transferencias ) *100	%	96%	100%	Archivos de Gestión (entrega de documentos inventariados y depurados) - Almacen (Estantes) - Gerencia - Talento Humano (Personal)	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión Documental Tópico 3	Se llevó a cabo el plan de transferencia documental, según lo estipulado a inicio de la vigencia.	100%
-----------------------------	---	--	-----------------------------	---	---	-----	------	---	-------------------------	--	---	------

 <b>TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"</b> <b>CODIGO: A-GT</b>										E-PI-P03-FO1 Versión 1 Septiembre 01 de 2014		
PROCESO: APOYO      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TALENTO HUMANO PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: <u>8</u> N° Estrategia: <u>8</u> Código Indicador: <u>   </u> Tipo de Indicador: Eficacia: <u>X</u> Eficiencia: <u>   </u> Efectividad: <u>X</u> Periodicidad: TRIMESTRAL												
<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Falta de análisis de las necesidades y expectativas de la cantidad y calidad del Talento Humano que requiere la institución, junto a la falta de generación de oportunidades que aporten crecimiento, bienestar y estabilidad de todo el personal dentro del canal TRO.												

**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Prever y llevar a cabo acciones y estrategias para el aprovechamiento y desarrollo del Talento Humano, en funciones de las responsabilidades y necesidades de la institución, garantizando personal suficiente y competente enfocado al logro de las metas y objetivos institucionales.

CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redáctelo en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES (¿Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras áreas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener en cuenta para el logro del objetivo?)	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
<b>Falencias en los procedimientos y programas del area de Talento Humano.</b>	Analizar y definir las características y condiciones de los cargos y competencias de los funcionarios que requiere el canal para funcionar. (actualización o creación de manuales de funciones).	Manual de funciones de cargo actualizado	Manual de funciones actualizado	Actualización del Manual de funciones	Unidad	0		Las Áreas de la empresa son las que suministran la información necesaria para la construcción de los perfiles	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 1	Objetivo cumplido en su totalidad.	100%
	Establecer el plan de vacantes y previsión de talento humano, disponibilidad del personal para desempeñarse en los cargos del canal, empleando estrategias de cálculo, metodología y estimación del costo del talento humano necesario para el cubrimiento de las vacantes o necesidades presentadas en el canal.	Implementación del Plan de vacantes y previsión de talento humano.	Plan de vacantes y previsión de talento humano.	Generación y socialización de documento de plan anual de vacantes	Unidad	0	1	El no cumplimiento en cuanto el aprovisionamiento y selección del personal requerido por el canal.	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 2	Documento proyectado y aprobado por Comité de Gestión y Desempeño Institucional. Acta #8 del 18 de noviembre de 2021	100%
	Actualizar e incluir procedimientos en la estructura de planeación de talento humano, para mejorar actividades de desarrollo que se ejecutan en el área.	Actualización del procedimiento de Talento Humano	Procedimientos de Talento Humano actualizados o creados	# Procedimientos Nuevos / # de procedimientos existentes *100%	Porcentaje	100%	20%	La aprobación por parte de la alta dirección de los lineamientos propuestos por Talento Humano.	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 3	Se evidencia que en el año se creó un nuevo procedimiento para el Proceso de Talento Humano. Sin embargo, se estructura la eliminación de este tópico dentro del plan estratégico.	50%
	Definir las practicas o instrumentos por los cuales se evaluara el desempeño de los funcionarios del canal. (planificación y evaluación).	Instrumento de evaluación aplicado	Evaluación de desempeño	# de evaluaciones realizadas / # de funcionarios a evaluar *100%	Porcentaje	100%	100%	La no aplicación adecuada del instrumento de evaluación	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 4	El área de talento humano tiene estipulado realizar dos evaluaciones al año, para este trimestre se presenta la primera evaluación realizada a los funcionarios del Canal TRO.	50%
	Estructurar y desarrollar planes de formación que busquen capacitar, fortalecer y desarrollar los conocimientos y competencias de los funcionarios con miras al logro y desempeño óptimo de estos dentro de la institución. (promoción y aprendizaje individual y colectivo).	Plan de Formación	Capacitaciones Ejecutadas	Capacitaciones Realizadas / Capacitaciones planeadas *100%	Porcentaje	100%	100%	La inasistencia y disponibilidad del personal de las áreas de la institución a las capacitaciones. Falta de asignación presupuestal	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 5	Para el cuarto trimestre de la vigencia 2021, se planearon 3 capacitaciones dirigido a los colaboradores del canal TRO: 1. Trabajo en equipo. 2. Master Class English 3. Taller sobre desinformación y verificación en el audiovisual.	100%

Planear y ejecutar actividades de bienestar e incentivos que propendan por promover un ambiente laboral agradable y motivacional para los funcionarios del CANAL TRO. (clima laboral, relaciones laborales y políticas sociales).	Plan de Bienestar e Incentivos	Actividades de bienestar e incentivos realizadas	Actividades de Bienestar e incentivos realizadas / programadas *100%	Porcentaje	100%	100%	La inasistencia del personal de las áreas de la institución a las actividades de bienestar o la falta de recursos para la asignación de incentivos.	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 6	Para la promoción de un ambiente laboral, agradable y motivacional para los colaboradores del CANAL TRO, se programaron 6 actividades y fueron realizadas a cabalidad. Esto con el propósito de generar espacios de desarrollo y relaciones personales. 1. Celebración Infantil Halloween. 2. Jornada de donación de Sangre. 3. Jornada de bienestar. 4. Fiesta de finde año. 5. Feliz Inicio de Semana 6. Reconocimiento mensual de colaboradores	100%
Gestionar y Fortalecer convenios con instituciones educativas para la búsqueda de convenios de practicantes profesionales con miras al logro del fortalecimiento de las diferentes áreas, igualmente generar convenios estratégicos de formación para los trabajadores del canal.	Convenios establecidos, bajo parámetros acordados por ambas partes	Convenios generados	# de Convenios generados y/o nuevos	Número	12	2	El manejo actual de relaciones con instituciones puede salir de la misma área de talento humano, pero en la actualidad quien tiene y maneja contactos son las áreas de mercadeo y comercial.	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 7	Se generaron dos convenios de prácticas profesionales con universidades como UNIPAZ y Francisco de Paula Santander.	100%
Actualización y ejecución del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Estructura del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Seguimiento al SG-SST	% de cumplimiento de implementación según los lineamientos de ley, basados en la resolución 0312.	Porcentaje	47,25%	80%	El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSST	31 de diciembre de 2021	Ver anexo informe de Gestión de Talento Humano Tópico 8	Bajo la Resolución 0312, se evidencia que el SG-SST va en un 69,2% según reporte de la ARL.	69,20%



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: A-GF

E-PI-P03-FO1  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: FINANCIERA Y PRESUPUESTAL

PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 2 N° Estrategia: 2 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Dificultad en la generación de recursos propios para el desarrollo de planes y proyectos de inversión

OBJETIVO ESTRATEGICO: Administrar y ejecutar los recursos financieros de manera eficiente y eficaz.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento)
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta autosostenibilidad financiera	Ejecutar los recursos de manera eficiente	Generar Sostenibilidad	Indicadores Financieros	Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	1.934.878.732	5%	Falta de ingresos, multas, sanciones, imprevistos.	diciembre 31 de 2021	Estados Financieros diciembre 31 de 2021	A corte diciembre 31 de 2021, este indicador tiene un porcentaje de cumplimiento del 100%. Total capital de trabajo a diciembre 31 de 2021, igual a \$3.030.407.269	100%
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%		diciembre 31 de 2021	Estados Financieros diciembre 31 de 2021	A corte diciembre 31 de 2021, el resultado de este indicador al trimestre corresponde a un no cumplimiento del -40%	-100%
Debilidad en recursos propios frente a FONTIC	Medir los recursos propios el aporte del FONTIC	Aumentar la consecución de recursos propios	Aumento de recursos propios	TOTAL RECURSOS PROPIOS /TOTAL DE INGRESOS	%	48%	1%		diciembre 31 de 2021	Estados Financieros diciembre 31 de 2021	A corte diciembre 31 de 2021, el resultado de este indicador corresponde al 60%	100%