



FORMATO SEGUIMIENTO PES - PAI

Código: E-PI-P03-FO1  
 Versión: 02  
 Fecha: Agosto 22 de 2022

CODIGO: E-GT PROCESO: ESTRÁTEGICO ENCIJA QUE EJECUTA EL PROCESO: TRO DIGITAL  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 5 Nº Estrategia: 5 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Falta de contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales	<b>CUMPLIMIENTO DE LA META</b>	100%	
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO:</b> Generar contenido digital propio para el Sitio Web y las Redes sociales para posicionar el Canal TRO como medio digital	<b>ACEPTABLE</b>	71%	99%
	<b>INCUMPLIMIENTO DE LA META</b>	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
<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	(No. total de información publicada / No. Total de solicitudes recibidas)*100	%	90%	100%	Todas las dependencias del Canal				0%				0%
	Diseñar y generar contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales del Canal TRO	Incrementar la interacción y atraer a nuevos seguidores en plataformas digitales de Canal TRO VALIDAR	Producción de contenido exclusivo digital	Número de Contenidos generados desde las Plataformas digitales	Número	0	7	Gerencia				0,00%				0%
	Generar tendencias y estrategias de contenido transmedia para la ampliación de la parrilla de programación.	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				0%				0%
	Orientar los proyectos especiales del material promocional para plataformas digitales.	Promocionar los estrenos mensuales referentes a proyectos especiales y propios 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.				0%				0%



	Generar acciones de comunicación y mercadeo junto con la herramienta IBOPE para socializar los resultados de medición de audiencias.	Reconocer las preferencias de contenidos de los televidentes a través de sus tres pantallas, revisando los alcances que tienen las producciones del Canal TRO.	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Número	0	1					0%			0
Falta de medición satisfacción del cliente	Generar estrategia de fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor	Fortalecer la confianza de los clientes de tal manera que se genere la necesidad de volver a establecer relaciones comerciales con el Canal TRO.	Numero de estrategias para la Fidelización de clientes	Número de Estrategias de fidelización de clientes	Número	0	1					0%			0%
	Evaluar la satisfacción del cliente	Revisar la satisfacción de los clientes con el uso de los servicios presentados por el Canal TRO.	Caracterización de clientes	(#clientes caracterizados/clientes totales)x100	%	0	100%					0%			0%
			Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas/Cantidad total de clientes)x100	%	50%	100%					0%			0%
Falta de un plan de medios dirigido	Diseñar estrategias de Comunicación, para promoción de series y programas de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Difundir todos los nuevos contenidos que genera la Televisión Regional del Oriente y promocionar los programas que acompañan a la audiencia durante varios años.	Promoción de nuevas producciones	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias diseñadas)x100	%	0	100%					0%			0%
Falta mayor asertividad en la comunicación interna	Generar Estrategias que permitan una comunicación continua y fluida entre líderes de gestión, funcionarios y contratistas	Conocer sobre los avances, logros y novedades que tiene el Canal TRO a nivel interno y externo, promoviendo una comunicación fluida y armónica en el espacio de trabajo.	Comunicación asertiva	( Número de estrategias ejecutadas/ Número de estrategias planteadas)x100	%	0	100%					0%			0%

CODIGO: M-PG PROCESO: MISIONAL :IA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMUNICACIONES Y MERCADEO  
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 6 Nº Estrategia: 6 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

PROBLEMA CENTRAL: Baja marcación de los niveles de audiencia en pantalla de señal principal de acuerdo a resultados arrojados por los sistemas de medición	CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar los niveles de retención de audiencia.	ACEPTABLE	71%	99%
	INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
No se han reforzados las estrategias digitales que apalanquen 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				0%				0%
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%	25%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal				0,00%				0%
	Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.			(Total de programas evaluados / total de programas propios en la parrilla)x100	%	0%	100%				0%			0%		
				(Total de programas evaluados en comercialización / total de programas en parilla)x100	%	0%	100%				0%			0%		
	Crear y producir nuevos formatos televisivos e innovadores que alimenen 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)				0%				0%

	Crear una parilla 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					0%			0%
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%	25%	Recursos financieros para capacitación en utilización de la herramienta					0%			0%

CODIGO: M-GV PROCESO: MISIONAL IA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 5 Nº Estrategia: 5 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Fortalecimiento de recursos, insumos, herramientas y capacitación.														PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: Incrementar ventas														CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
														ACEPTABLE	71%	99%
														INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).)		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023	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	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
Falta de capacitación continua de los ejecutivos.	Capacitar a los ejecutivos de ventas en temas de estrategias comerciales.	Personal capacitado para realizar la gestión comercial	Capacitaciones realizadas en el año	No de Capacitaciones realizadas a los ejecutivos de venta	Número	0	4	Gerencia / Talento Humano				0%				0%
Débil gestión comercial a nivel nacional y local	Plantear estrategias comerciales novedosas.	Lograr un crecimiento y cumplimiento de las ventas, e incursionar en nuevos mercados y empresas.	Ventas Nacionales	Ventas Nacionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	400	666	Gerencia				0,00%				0,00%
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	2120	Gerencia					0,00%			
Ausencia gestión comercial en la plaza de Cúcuta.	Crear un apoyo comercial en Cúcuta	Crecimiento en ventas en esta plaza.	Ventas del área comercial en Cúcuta por año	Ventas ejecutadas año	Pesos (En millones)	370	542	Gerencia				0,00%				0,00%
No participación en la decisión de los contenidos futuros en la parilla 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				0%				0%
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				0%				0%

CODIGO: M-GA PROCESO: MISIONAL IA QUE EJECUTA EL PROCESO: ARCHIVO AUDIOVISUAL  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.														PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: Preservar y digitalizar el material audiovisual del archivo audiovisual del canal TRO, con el fin de lograr la seguridad de la información. ESPICIFICAR EN EL MATERIAL DIGITALIZADO														CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
														ACEPTABLE	71%	99%
														INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).)		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023	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	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
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%	40%	TECNICA - ALMACEN	31 de marzo de 2022			0%				0%
				Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100	%	100%	100%		31 de marzo de 2022				0%			

Falta de Personal, Equipos, Espacio físico.	Garantizar la preservación y conservación del material histórico de Canal TRO	Digitalizar el material histórico del archivo audiovisualde 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%	50%	Almacén / Gerencia /Talento humano / Técnica - Entidad Externa - MINTIC	31 de marzo de 2022	0%	0%
---	---	---	---	---	---	-----	-----	---	---------------------	----	----

CODIGO: M-GT PROCESO: MISIONAL IA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTION TECNICA  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 6 Nº Estrategia: 6 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la infraestructura tecnológica													PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS			
OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer y gestionar la infraestructura tecnológica													CUMPLIMIENTO DE LA META	100%		
													ACEPTABLE	71%	99%	
													INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%	
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023	Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras areas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener en cuenta para el logro del objetivo?	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
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 traves de los mantenimientos preventivos y correctivos.	Mantenimientos red analoga	Mantenimietos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC				0%				0%
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				0,00%				0,00%
	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				0,00%				0,00%
	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				0,00%				0,00%
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				0,00%				0,00%
			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				0,00%			
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				0,00%				0,00%

CODIGO: A-GB PROCESO: APOYO IA QUE EJECUTA EL PROCESO: BIENES Y SERVICIOS  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Falta de adecuación para preservar los bienes del Canal													PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS			
OBJETIVO ESTRATEGICO: Adecuar y redistribuir el espacio para organizar los bienes del canal.													CUMPLIMIENTO DE LA META	100%		
													ACEPTABLE	71%	99%	
													INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%	
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023	Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras areas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener en cuenta para el logro del objetivo?	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
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.	Adecuación y mejoramiento del espacio físico del Almacén, las otras áreas del Canal y los lugares de trabajo.	Adecuación y mejoramiento del espacio físico del almacen y las otras areas 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 para la adecuacion de la infraestructura	Número	1	2	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos Depende de la voluntad de gestión o política de los socios de la entidad.				0%				0%



Falencias en los procedimientos y programas del area de Talento Humano.	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	Total de capacitaciones ejecutadas sobre el plan de formación definido	(No. De capacitaciones realizadas / No. Total de 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					0%			0%		
	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	(# de Actividades de Bienestar e incentivos realizadas / # de Actividades 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.						0%			0%	
	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 estratégicas 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.							0%			0%
	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%	100%	El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSST							0,00%			0%

CODIGO: A-GF PROCESO: APOYO :IA QUE EJECUTA EL PROCESO: FINANCIERA Y PRESUPUESTAL  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Periodicidad: Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Dificultad en la generación de recursos propios para el desarrollo de planes y proyectos de inversión													PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS			
OBJETIVO ESTRATEGICO: Administrar y ejecutar los recursos financieros de manera eficiente y eficaz.													CUMPLIMIENTO DE LA META	100%		
													ACEPTABLE	71%	99%	
													INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%	
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2023	Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras areas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener en cuenta para el logro del objetivo?	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
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.				0%				0%
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%					0%			0,00%	
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%					0%				