Canal TRO	FORMATO SEGUIMIENTO PES - PAI	Página	Código: E-PI-P03-FO1
			Versión: 02
			Fecha: Agosto 22 de 2022

CODIGO: E-GT **PROCESO:** ESTRÁTEGICO **DEPENDENCIA 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

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

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras areas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
1. Bajos recursos 2 Falta de personal 3. Falta de equipos 4. Espacio inadecuados 5. Poco Flujo de información interna 6. Falta de apropiación de los diferentes programas	Mantener comunicación constante con las diferentes dependencias del Canal para mantener actualizada las plataformas digitales del Canal TRO	Obtener información de las dependecias para publicar en plataformas digitales del Canal TRO	Flujo de información interna	(No. total de informacion publicada / No. Total de solicitudes recibidas)*100	%	90%	100%	Todas las dependencias del Canal				0%				0%				0%				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	Producción de contenido exclusivo digital	Número de Contenidos generados desde las Plataformas digitales	Número	86%	8	Gerencia				0,00%				0%				0%				0%	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%				0%				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%				0%				0%	0%
	Fortalecer el sistema informativo digital	Incrementar el número de seguidores plataformas digitales	% De crecimiento de seguidores en las Plataformas Digitales del Canal TRO	(Numero de seguidores aumentados / No. Total de seguidores actuales)*100	%	7%	9%	Sistema informativo				0,0%				0,00%				0%					0,0%
																				PROMEDIO TOTAL					**0%**

CODIGO: E-GC **PROCESO:** ESTRÁTEGICO **DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:** COMUNICACIONES Y MERCADEO

PLAN ESTRATEGICO: **Nº Objetivo:** 9 **Nº Estrategia:** 9 **Tipo de Indicador:** Eficacia: X Eficiencia: X **Periodicidad:** Trimestral

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la marca y en las comunicaciones institucionales	CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer la marca y las comunicaciones del Canal TRO.	ACEPTABLE	71%	99%
	INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO
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	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
	Diseñar un plan con estrategias de mercadeo, para promocionar el portafolio de productos y servicios de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Implementar una estrategia que permita mostrar de forma creativa el portafolio de servicios que el Canal TRO ofrece desde las diferentes áreas, generando confianza en los clientes y ofreciendo actividades realizadas con excelencia desde la señal del Gran Santander.	Numero de Estrategias implementadas para el posecionamiento del portafolio de servicios del Canal TRO	(Número de estrategías ejecutadas / Número de estrategías diseñadas)x100	%	90%	100%	Desacuerdo entre las partes Incumplimiento de proveedores - Recursos financieros				0%				0%				0%					0%

Falta de promoción del portafolio de servicios.	Planear y asistir a los eventos culturales y comerciales más importantes del oriente colombiano	Posicionar al Canal TRO como un medio de comunicación participante de los certámenes más importantes del gremio audiovisual a nivel nacional e internacional. Además, concursar en diversas premiaciones y festivales que le permitan mostrar sus contenidos y el trabajo que se ha desarrollado desde la televisión pública del oriente colombiano.	Numero de Eventos realizados para la promoción del portafolio de Servicios del Canal TRO.	(No. De Eventos asistidos / No. De Eventos planeados)x100	%	85%	100%	Todas las areas del Canal y las alianzas				0%				0%				0%					0%
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 y los recorridos guiados por parte del Área de Comunicaciones y Mercadeo.	Numero de Eventos promocionados sobre la marca	(No. De eventos desarrollados / No. Total de eventosplaneados) x100	%	70%	100%					0%				0%				0%					0,0%
	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.	Numero de Alianzas efectuadas para el Canal TRO	Número de Alianzas efectuadas con organizaciones y medios de comunicación	Número	8	15	Todas las areas del Canal y las alianzas				0%				0%				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	1	2					0%				0				0%					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	2	3					0%				0%				0%					0,0%
	Evaluar la satifacción 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	%	90%	100%					0%				0%				0%					0,0%
			Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas/Cantidad total de clientes)x100	%	50%	100%					0%				0%				0%					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 porduciones	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias diseñadas)x100	%	90%	100%					0%				0%				0%					0,0%
Falta mayor asertividad en la comunicación interna	Generar Estrategias que permitan una comuncación 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	%	90%	100%					0%				0%				0%					0,0%
																								PROMEDIO TOTAL	**0%**

CODIGO: M-GV **PROCESO:** MISIONAL **PENDENCIA 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.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Incrementar ventas

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO 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).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
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	4	6	Gerencia / Talento Humano				0%				0%				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%				0,00%					0,00%
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	2120	Gerencia				0,00%				0,00%				0,00%					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%				0,00%					0,00%
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	%	90%	100%	Programación y producción / Gerencia				0%				0%				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	%	90%	100%	GERENCIA / TALENTO HUMANO				0%				0%				0%					0%
																								PROMEDIO TOTAL	**0%**

CODIGO: M-GA **PROCESO:** MISIONAL **PENDENCIA 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.

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

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redacteio en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
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	%	10%	30%	TECNICA - ALMACEN				0%				0%				0%				0%	0%
				Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100	%	10%	30%					0%				0%				0%				0,00%	0,00%
Falta de Personal, Equipos, Espacio físico.	Garantizar la preservación y conservación del material historico 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	%	10%	30%	Almacén / Gerencia /Talento humano / Técnica - Entidad Externa - MINTIC				0%				0%				0%				0,00%	0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%

CODIGO: M-GT **PROCESO:** MISIONAL **PENDENCIA 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

OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer y gestionar la infraestructura tecnológica

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redacteio en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
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 transmision a traves de los mantenimientos preventivos y correctivos.	Mantenimientos red análoga	Mantenimietos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC				0%				0%				0%				0%	0%
Debilidad en la implementación y apropiación del Decreto 612 de 2018	Implementacion del Plan Estratégico de Tecnologias de la Información y Comunicaciones PETI	Apropiación Institucional del PETI	Apropiación del PETI	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	75%	100%	Area Financiera, Gerencia				0,00%				0,00%				0,00%				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	%	75%	100%	Area Financiera, Gerencia				0,00%				0,00%				0,00%				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	%	75%	100%	Area Financiera, Gerencia				0,00%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
Ejecutar un plan de compras coherente a las necesidades del Canal	Incorporar la tecnologia 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	1	1	Almacen				0,00%				0,00%				0,00%				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%				0,00%				0,00%				0,00%	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	15	12	Parabólicas y Operadores de Cable				0,00%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%

CODIGO: A-GB **PROCESO:** APOYO **PENDENCIA 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

OBJETIVO ESTRATEGICO: Adecuar y redistribuir el espacio para organizar los bienes del canal.

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redacteio en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
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 fisico del almacen y las otras areas del canal y los lugares de trabajo.	Adecuación en espacio y mejora de las condiciones fisicas del almacen y otras áreas del canal.	Gestiones realizadas para la adecuacion de la infraestructura	Número	2	3	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos Depende de la voluntad de gestión o politica de los socios de la entidad.				0%				0%				0%				0%	0%
Falta de control en la salida e ingreso de bienes del canal.	Controlar la salida, ingreso y estado de los bienes del Canal mediante la potencialización del Software contable, a ejecutarse en el periodo 2024 - 2028.	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				0,00%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%

CODIGO: A-GD **PROCESO:** APOYO **PENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:** GESTION DOCUMENTAL
PLAN ESTRATEGICO: **Nº Objetivo:** 3 **Nº Estrategia:** 3 **Tipo de Indicador:** **Eficacia:** X **Eficiencia:** X **Periodicidad:** Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: Falta de Espacio Adecuado para la conservación del Archivo Central
OBJETIVO ESTRATEGICO: Custodia, conservación y preservación de los documentos.

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, poque pasa ese problema?	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redáctelo en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
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	%	100%	100%					0%				0%				0%				0%	0%
No se cuenta con servidor propio para el almcenamiento 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	%	100%	100%	Gerencia (Recursos), talento humano (personal), compra de licencia de Drive almancenamiento ilimitado en la nube anual				0,00%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
Falta de Espacio - personal	Realizar Transferencias de los Archivos de Gestión al Archivo Central	Cumplimiento del Plan de Trasnferencia según lo estipulado en el Acuerdo 042 de 2002	Transferencias documentales	(# de Transferencias realizadas por año/ # Dependencias (16) que realizan transferencias)*100	%	100%	100%	Archivos de Gestión (entrega de documentos inventariados y depurados) - Almacen (Estantes) - Gerencia - Talento Humano (Personal)				0,00%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%

CODIGO: A-GT **PROCESO:** APOYO **PENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:** TALENTO HUMANO
PLAN ESTRATEGICO: **Nº Objetivo:** 7 **Nº Estrategia:** 7 **Tipo de Indicador:** **Eficacia:** X **Eficiencia:** X **Periodicidad:** Trimestral

PROBLEMA CENTRAL: 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.

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO
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	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	¿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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
Falencias en los procedimientos y programas del area de Talento Humano.	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	100%	100%	Las Áreas de la empresa son las que suministran la información necesaria para la construcción de los perfiles				0%				0%				0%				0%	0%
	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 sociatización de documento de plan anual de vacantes	Unidad	100%	100%	El no cumplimiento en cuanto el aprovisionamiento y selección del personal requerido por el canal.				0%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
	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				0%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
	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 optimo de estos dentro de la institución. (promoción y aprendizaje individual y colectivo).	Plan de Formación	Total de capacitaciones ejecutadas sobre el plan de formacion 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%				0%				0%	0,00%
	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%				0%				0%	0,00%
	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	2	4	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%				0%					0,00%
	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	100%	100%	El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSST				0,00%				0%				0%					0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%

CODIGO: A-GF **PROCESO:** APOYO **PENDENCIA 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
OBJETIVO ESTRATEGICO: Administrar y ejecutar los recursos financieros de manera eficiente y eficaz.

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS		
CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
ACEPTABLE	71%	99%
INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO		DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO				TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, poque pasa ese problema?	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redáctelo en infinitivo (ar, er, ir).	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2024	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	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%				0%				0%	0%
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%					0%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
Debilidad en recursos propios frente a FONTIC	Medir los recusos propios el aporte del FONTIC	Aumentar la consecución de recursos propios	Aumento de recursos propios	TOTAL RECURSOS PROPIOS /TOTAL DE INGRESOS	%	48%	1%					0%				0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
																				PROMEDIO TOTAL					0%