



FORMATO SEGUIMIENTO PES - PAI

Código: E-PI-P03-FO1

Versión: 02

Fecha: Agosto 22 de 2022

CODIGO: E-GT PROCESO: ESTRATÉGICO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TRO DIGITAL

PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 5 N° Estrategia: 5 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: 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			
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación
<p>1. Bajos recursos</p> <p>2. Falta de personal</p> <p>3. Falta de equipos</p> <p>4. Espacio inadecuado</p> <p>5. Poco flujo de información interna</p> <p>6. Falta de apropiación de los diferentes programas</p>	Mantener comunicación constante con las diferentes dependencias del Canal para mantener actualizadas 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%	97%	98%	99%	100%	Todas las dependencias del Canal	29 de mayo de 2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 1 Informe entregado 19-05-2023	Al revisar el informe de gestión se valida el flujo de información a través de los correos institucionales; el cual se evidencia que las dependencias que mas información solicitaron para publicar en transparencia en este trimestre fue Planeación, desarrollo TRO Plus, Mejoramiento Continuo, Programación y Producción	25%	16/08/2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 1 Informe entregado 09-08-2023	Al revisar el informe de gestión se valida el flujo de información o documentos suministrados por las demás dependencias de la entidad con el objetivo de mantener actualizado en este se logró un cumplimiento máximo de la Ley de Transparencia, tomando trabajo de manera colaborativa con las áreas y Planeación. Recibimos los documentos de las diferentes áreas como Financiera, Jurídica, Archivo documental, Presupuesto, que fue publicada o generada la respectiva respuesta oportunamente en nuestro Sitio Web	25%				
	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 del Canal TRO VALIDAR	Producción de contenido exclusivo digital	Número de Contenidos generados desde las Plataformas digitales	Número	0	4	5	6	7	Gerencia	29 de mayo de 2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 2 Informe entregado 19-05-2023	Para el primer trimestre del 2023 se crearon tres nuevos programas para la pantalla digital, en formato reel vertical referente: EL CAMERINO -LAS TRES DE AGENDA -AVANCE INFORMATIVO	43%	16/08/2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 2 Informe entregado 09-08-2023	Para el segundo trimestre del 2023 se crearon tres nuevos programas para la pantalla digital, en formato reel vertical referente: -VIERNES SALUDABLE	14%				
	Generar tendencias y estrategias de contenido de transmisión para la ampliación de la pantalla de programación.	Posicionar programas propios de la pantalla de programación en plataformas digitales del Canal TRO.	Producción de contenidos multipantalla	Números proyectos posicionados/ Total de proyectos FONITC de la Vigencia x100	%	100%	100%	100%	100%	100%	Directores de programas, director de contenidos y animación	29 de mayo de 2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 3 Informe entregado 19-05-2023	Para lograr el posicionamiento de los programas propios de la pantalla de programación, se evidencia la promoción diaria en las plataformas digitales de la entidad por medio de pantallazos de las mismas. Oriente Noticias Editorial (Alcance 4816) MASCOTLANDIA (Alcance 3393)	25%	16/08/2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 3 Informe entregado 09-08-2023	Para lograr el posicionamiento de los programas propios de la pantalla de programación, se evidencia la promoción diaria en las plataformas digitales de la entidad por medio de pantallazos de las mismas. - Oriente Noticias Editorial (Alcance 3466) - MASCOTLANDIA (Alcance 1046) - MENTIRAS IMPERFECTAS	25%				
	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%	100%	100%	100%	Proyectos, gerencia, directores de proyectos especiales.	29 de mayo de 2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 4 Informe entregado 19-05-2023	Durante el primer trimestre se fortaleció la promoción de los programas propios de la pantalla a través de una estrategia de expectativa y lanzamiento en conjunto aumentando la visualización en redes de los diferentes programas. INCLUSION EN LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN MENTIRAS IMPERFECTAS	25%	16/08/2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 4 Informe entregado 09-08-2023	Durante el segundo trimestre se fortaleció la promoción de los programas propios de la pantalla a través de una estrategia de expectativa y lanzamiento en conjunto aumentando la visualización en redes de los diferentes	25%				
	Fortalecer el sistema informativo digital	Incrementar el número de seguidores digitales	% De crecimiento de seguidores en las Plataformas Digitales del Canal TRO	(Número de seguidores aumentados / No. Total de seguidores actuales)x100	%	30%	70%	85%	90%	100%	Sistema informativo	29 de mayo de 2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 5 Informe entregado 19-05-2023	A corte de 30 de Diciembre de 2022 llego a un total de 1.616.461 de seguidores y para el corte de 30 de marzo de 2023 llego a un total de 1.193.788 de seguidores. Distribuidos de la siguiente manera: 1. Twitter: 180438 2. Instagram: 111004 3. Facebook: 615619 4. Youtube: 286727 el cual disminuyo un -26% con 422673, porque ya no se cuentan con dos redes sociales	0,0%	16/08/2023	Ver anexo informe de gestión TRO Digital Tópico 5 Informe entregado 09-08-2023	A corte de 30 de marzo de 2023 llego a un total de 1.193.788 de seguidores y para el corte de 30 de Junio de 2023 llego a un total de 1.215.069 de seguidores. Distribuidos de la siguiente manera: 1. Twitter: 182287 2. Instagram: 116042 3. Facebook: 630013 4. Youtube: 286727 el cual aumento un 2% con 21281 usuarios	2,00%				

CODIGO: E-GC PROCESO: ESTRATÉGICO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMUNICACIONES Y MERCADERO

PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 9 N° Estrategia: 9 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: 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			
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación
	Diseñar un plan con estrategias de mercado, 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.	Número de Estrategias implementadas para el posicionamiento del portafolio de servicios del Canal TRO	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias diseñadas)x100	%	90%	100%	100%	100%	100%	Desacuerdo entre las partes Incumplimiento de proveedores - Recursos financieros	7/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 1 Informe entregado 23-05-2023	Para la vigencia 2023, como resultado del Plan de Comunicaciones y Mercadeo (PECO), se planearon las siguientes estrategias: 1. Catálogo comercial digital y físico actualizado a la fecha (1). 2. La actualización del manual de identidad corporativa (1). 3. Programación del Canal TRO (17 estrenos, 5 programas base)	100%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 1 Informe entregado 01-08-2023	Para la vigencia 2023, como resultado del Plan de Comunicaciones y Mercadeo (PECO), se planearon las siguientes estrategias: 1. Catálogo comercial digital y físico actualizado a la fecha (1). 2. La actualización del manual de identidad corporativa (1). 3. Programación del Canal TRO (30 estrenos, 5 programas base)					

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%	100%	100%	100%	Todas las áreas del Canal y las alianzas	7/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 2 Informe entregado 23-05-2023	Se realizó la participación pertinente dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Campeonato Nacional Juvenil de Ciclismo 2. Conmemoración del Día del Fotógrafo y Camarógrafo 3. AndinaLink 4. MinTIC 'Inclusión Digital'. 5. Feria de Tl Toledo 6. Nido 7. FICCJ 8. Foro 'Fuerza Femenina' 9. Semana Santa en Pamplona Se registra evidencia de lo mencionado.	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 2 Informe entregado 01-08-2023	Se realizó la participación pertinente dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Zapatoa, municipio del clima de seda 2. 'Enfocados', festival de cine de la UDES 3. Engancha TIC 4. SMRA 5. Gira por mi tierra.	25%		
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 Mercado.	Numero de Eventos promocionados sobre la marca	(No. De eventos desarrollados / No. Total de eventos planeados) x100	%	70%	100%	100%	100%	100%	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 3 Informe entregado 23-05-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas ajenos, los cuales hicieron cubrimiento y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas de los televidentes: 18 visitas 2. Capacitaciones del Canal TRO 3. Lanzamiento de contenidos 4. Noche Púrpura 5. Rueda de prensa de nominaciones de los Premios India Catalina 6. Toma Lino 7. Premios India Catalina 8. Firma de alianza con canal de Puerto Rico	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 3 Informe entregado 01-08-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas ajenos, los cuales hicieron cubrimiento y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas de los televidentes: 18 visitas 2. Alianza con Mi TV Canal 20 3. Visita y alianza con RTVC 4. Aprendemos con TRO Plus 5. Visita del Ministro de TIC 6. Capacitaciones de la CRC 7. Adquisición de equipos 8. Cumpleaños del Canal TRO	25%		
	Identificar las alianzas más convenientes de acuerdo a las necesidades generadas desde el proceso de mercado y comunicaciones.	Articulación con otros organismos 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	10	12	14	15	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 4 Informe entregado 23-05-2023	Para el trimestre comprendido entre enero, febrero y marzo de 2023 continuaron los convenios entre entidades públicas y privadas, en las que se realizaron actividades como transmisiones y eventos donde las dos entidades se han visto beneficiadas. Ya son 16 las alianzas que a la fecha mantiene con la televisión regional de oriente colombiano.	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 4 Informe entregado 01-08-2023	Para este segundo trimestre se unieron esfuerzos con Telecafé y Telesías, junto a otras entidades del orden local, nacional e internacional, para generar diferentes líneas de producción que siempre reflejen la integración entre los diferentes equipos de trabajo. Ya son 19 las alianzas que a la fecha mantiene con la Televisión Regional del Oriente - Canal TRO.	25%		
	Generar acciones de comunicación y mercado 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	1	1	1	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 5 Informe entregado 23-05-2023	El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Kantar Ibope, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los televidentes. Según el estudio, nuestra señal regional se sigue consolidando como el medio de comunicación con mayor número de televidentes diarios en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 5 Informe entregado 01-08-2023	El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Kantar Ibope, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los televidentes. Según el estudio, nuestra señal regional se sigue consolidando como el medio de comunicación con mayor número de televidentes diarios en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%		
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	1	1	1	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 6 Informe entregado 23-05-2023	Para el primer trimestre de 2023, comprendido por los meses de enero, febrero y marzo, se crearon las siguientes estrategias, las cuales van a ser ejecutadas en el segundo, tercero y cuarto trimestre del 2023. 1. VENTAJAS EXCLUSIVAS: 1 2. SORPRENDE Y DELEITA: 1 3. COFFEE WORK: 1	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 6 Informe entregado 01-08-2023	Para el segundo trimestre de 2023, comprendido por los meses de enero, febrero y marzo, se crearon las siguientes estrategias, las cuales van a ser ejecutadas en el segundo, tercero y cuarto trimestre del 2023. 1. VENTAJAS EXCLUSIVAS: 1 2. SORPRENDE Y DELEITA: 1 3. COFFEE WORK: 1	25%		
	Evaluar la satisfacción del cliente	Revisar la satisfacción de los clientes con el uso de los servicios presentados por el Canal TRO.	Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas/Cantidad total de clientes)x100	%	50%	100%	100%	100%	100%	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 7 Informe entregado 23-05-2023	No se ha realizado la caracterización de clientes Para calificar la satisfacción de los clientes se diseñó una encuesta, la cual fue aplicada por el Área Comercial, con el objetivo de calificar la experiencia y comentar sobre la posibilidad de recomendación de los servicios a otras empresas. Validar Se había sugerido aplicar la encuesta al número total de clientes y solo 15 personas fueron quienes la respondieron. De esta forma, no podremos obtener los resultados para saber sobre la percepción externa de quienes se vinculan comercialmente con el medio de comunicación.	0%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 7 Informe entregado 01-08-2023	No se ha realizado la caracterización de clientes Se aplicó la encuesta al número total de clientes y solo 40 personas fueron quienes respondieron dicha encuesta, evidenciando que el 77.5% Muy Satisfechos calificaron el servicio ofrecido por el Canal TRO	25%		
Falta de un plan de medios dirigido	Diseñar estrategias de Comunicación, para promoción de series y programas de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Diffundir 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%	100%	100%	100%	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 8 Informe entregado 23-05-2023	Se construyeron boletines de prensa internos y externos en los cuales se socializó con los medios de comunicación regional y nacional sobre los estrenos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023 Boletines de prensa internos: 6 Boletines de prensa externos: 23 Promocionales en medios : 49 Total: 78	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 8 Informe entregado 01-08-2023	Se construyeron boletines de prensa internos y externos en los cuales se socializó con los medios de comunicación regional y nacional sobre los estrenos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023 Boletines de prensa internos: 6 Boletines de prensa externos: 31 Promocionales en medios : 28 Total: 65	25%		
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 planeadas)x100	%	0	100%	100%	100%	100%	Todas las áreas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 9 Informe entregado 23-05-2023	La idea principal es que los colaboradores de la empresa conozcan 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. 1. Estrategia GENTE TRO: 8 2. PORSD Y Buzón de Sugerencias: 134 3. Eventos Internos: 12 4. La TV del Gran Santander: 1	25%	23/08/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercado Tópico 9 Informe entregado 01-08-2023	La idea principal es que los colaboradores de la empresa conozcan 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. 1. Estrategia GENTE TRO: 12 2. PORSD Y Buzón de Sugerencias: 105 3. Eventos Internos: 15 4. La TV del Gran Santander: 3	25%		

CODIGO: M-PG PROCESO: MISIONAL DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: PROGRAMACION
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 6 N° Estrategia: 6 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																			PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS			
OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar los niveles de retención de audiencia.																			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			TERCER SEGUIMIENTO				
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que respondá a la causa del problema y redactado en infinitivo (ar, er, ir, ur))		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO)	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación

No se han reforzados las estrategias digitales que apunten 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%	100%	100%	100%	Que las áreas ejecuten el contenido sin tener en cuenta el lineamiento del diseño de la estrategia de contenido inicial	17/05/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 02-05-2023	<p>Se genero un promedio de 23 Boletines de Prensa emitidos por la oficina de Comunicaciones de la entidad 22 de ellos fueron producidos para fortalecer la promoción y las campañas de programación diseñadas por la Dirección de Programación y Producción para el primer trimestre del año 2023.</p> <p>Se Adjunta listado de algunos de los comunicados de prensa asociados a la promoción de la programación del Canal.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CANAL TRO, transmitirá el carnaval del oriente, este sábado desde malaga. 2. Lanzamiento de contenidos CANAL TRO 2023. 3. 'AGENDA TAM' Y 'EL CAFÉ DE LA MAÑANA' abrieron 2023 con nueva imagen y contenidos. 4. CANAL TRO, presentó los nuevos contenidos audiovisuales del 2023. 5. CANAL TRO, continúa en febrero con los grandes estrenos. 6. CANAL TRO, se vincula al día del fotógrafo y el camarógrafo. 7. FOROS TRO, debate sobre la realidad virtual como futuro de las sociedades. 8. CANAL TRO estrena 'ventanas del gran Santander', primer reality show artístico. 9. En marzo vuelven las grandes estrenos al CANAL TRO. 	25%	14/09/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 07-09-2023	<p>Se produjeron en promedio 23 Comunicados de Prensa por parte del Área de Comunicaciones del Canal, de los cuales 22 fueron elaborados para promover los contenidos de pantalla y las estrategias de programación diseñadas por el área.</p> <p>Se Adjuntan 29 Boletines de Prensa remitidos a medios externos por parte del Área de Comunicaciones y Prensa del canal para su difusión y promoción en Free Press de los estrenos de programación.</p>	25%	
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 establecidos por la entidad.	Seguimiento de contenidos	Aumento de audiencia	%	0%	10%	15%	20%	25%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal	17/05/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 2 02-05-2023	<ul style="list-style-type: none"> • 0,82% subimos de alcance para el primer trimestre del año 2023. • También se evidenció un aumento en el rating en los 3 primeros meses del año presente en comparación al primer trimestre del 2022. • 22,9% Subimos de rating para el mes de enero de 2023 • 13,3% Subimos de rating para el mes de febrero de 2023 • 24,9% Subimos de rating para el mes de marzo de 2023 	61,10%		Evidencia Informes de Gestión Topico 2 07-09-2023	<p>3,39% subimos de alcance para el segundo trimestre del año 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> • 11,4% Subimos de rating para el mes de abril de 2023 • -12,1% bajamos de rating para el mes de mayo de 2023 • -3,23% bajamos de rating para el mes de junio de 2023 	3,93%	
Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.		Que los productos cumplan con las estructuras narrativas y estándares de calidad establecidos por la entidad.	Seguimiento de contenidos	(Total de programas evaluados / total de programas propios en la parrilla)x100	%	0%	100%	100%	100%	100%		17/05/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 2 02-05-2023	<p>Formatos de Evaluación de Control de Calidad establecido por el Sistema Integrado de Gestión, todos los programas fueron evaluados conforme a lo establecido por el procedimiento antes de su emisión y para el caso de los programas emitidos en vivo se hace una evaluación aleatoria para una de las emisiones del trimestre.</p>	25%	14/09/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 07-09-2023	<p>Formatos de Evaluación de Control de Calidad establecido por el Sistema Integrado de Gestión, todos los programas fueron evaluados conforme a lo establecido por el procedimiento antes de su emisión y para el caso de los programas emitidos en vivo se hace una evaluación aleatoria para una de las emisiones del trimestre.</p>	25%	
Contenidos dispersos, repetitivos y poco innovadores	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%	10%	10%	10%	Respaldo y financiación para la creación de nuevas propuestas televisivas (Formatos)	17-may-23	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 02-05-2023	<p>Producciones adquiridas mediante Alianzas Estratégicas y formulación de la línea de programación del Plan de Inversión FUNTIC Vigencia 2023.</p> <p>Convocatoria Audiovisual MINTIC de 2023 y Resolución</p> <p>Listado de Programas Emitidos y Promocionados durante el primer trimestre con la gestión de estas alianzas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- CESIÓN TEMPORAL DE DERECHOS UNICEF 2- LICENCIA CANAL TRO PARA TELEMEDELLIN 3- LICENCIA CANAL TRO PARA TELEMEDELLIN JAVIERANA 4- LICENCIA ENTUSADOS UNIVERSIDAD JAVIERANA 5- Licencia Los paisajes del hambre, signed 6- LICENCIA TELEMEDELLIN PARA CANAL TRO 	25%	14/09/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 07-09-2023	<p>Producciones adquiridas mediante Alianzas Estratégicas y formulación de la línea de programación del Plan de Inversión FUNTIC Vigencia 2023.</p> <p>Convocatoria Audiovisual MINTIC de 2023 y Resolución</p> <p>Listado de Programas Emitidos y Promocionados durante el segundo trimestre con la gestión de estas alianzas.</p> <p>Tabla de estrenos de producciones</p>	25%	
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.	Que la audiencia identifique la producción de nuevos contenidos de formatos diferentes a el noticiero.	Estrategia de Programación	Parrilla programación ejecutada / Parrilla de programación proyectada x100	%	0%	100%	100%	100%	100%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal para esta franja	17-may-23	Evidencia Informes de Gestión Topico 4 02-05-2023	<p>Formular una parrilla de programación por Franjas para que la audiencia pueda identificar siempre el contenido en el mismo horario, es así como se diseñó una parrilla de programación horizontal de Lunes a Viernes con clasificación de audiencias, lo que quiere decir que se establecieron franjas horarias dependiendo del contenido emitido en el espacio es así como se consolidó la franja Hogar, Franja Informativa, Franja Juvenil, Franja Infantil, Franja Institucional, Franja de Series y Estrenos, Franja Internacional.</p> <p>Lo que se diseñó entonces en la parrilla es que siempre la audiencia encuentre de manera horizontal en el mismo horario de lunes a viernes contenido dirigido a estas audiencias.</p> <p>Evidencias Parrilla de Programación Proyectada mensualmente. Parrillas de Programación Semanal.</p>	25%	14/09/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 4 07-09-2023	<p>Formular una parrilla de programación por Franjas para que la audiencia pueda identificar siempre el contenido en el mismo horario, es así como se diseñó una parrilla de programación horizontal de Lunes a Viernes con clasificación de audiencias, lo que quiere decir que se establecieron franjas horarias dependiendo del contenido emitido en el espacio es así como se consolidó la franja Hogar, Franja Informativa, Franja Juvenil, Franja Infantil, Franja Institucional, Franja de Series y Estrenos, Franja Internacional.</p> <p>Lo que se diseñó entonces en la parrilla es que siempre la audiencia encuentre de manera horizontal en el mismo horario de lunes a viernes contenido dirigido a estas audiencias.</p> <p>Parrilla de Programación Proyectada mensualmente. Parrillas de Programación Semanal.</p>	25%	
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%	10%	15%	20%	25%	Recursos financieros para capacitación en utilización de la herramienta	17-may-23	Evidencia Informes de Gestión Topico 5 02-05-2023	<p>El software de Broadcast Management System VSNCREA se comenzó de ocho módulos o áreas para personalizar el sistema según las necesidades de programación de contenido y publicidad: Emisión lineal, No lineal, Catálogo, Adquisiciones, Publicidad, Tarifas, Analíticas y Administración.</p> <p>Posterior, se planifica la programación de los dos canales la primera pantalla y TRO PLUS de televisión a corto, medio o largo plazo de forma secuencial o específica, con derechos o de forma libre. Los contenidos se programan por bloques predefinidos y se insertaron los gráficos y jingles asociados a contenidos. Igualmente, se planificaron varias programaciones en paralelo y exportar playlists o EPGs para múltiples canales a cualquier sistema de archivos o vía API.</p> <p>Organizar todos los contenidos (series, películas, programas, publicidad, etc.) y realiza segmentaciones desde el reproductor proxy para su correcta emisión. Previsualiza los contenidos, escaletas y videos los metadatos en el MAM sin salir de VSNCREA.</p> <p>En el trimestre del mes de Octubre a diciembre se realizaron nuevas aplicaciones del sistema, el 15 de</p>	0%	14/09/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 5 07-09-2023	<p>Posterior, se planifica la programación de los dos canales la primera pantalla y TRO PLUS de televisión a corto, medio o largo plazo de forma secuencial o específica, con derechos o de forma libre. Los contenidos se programan por bloques predefinidos y se insertaron los gráficos y jingles asociados a contenidos. Igualmente, se planificaron varias programaciones en paralelo y exportar playlists o EPGs para múltiples canales a cualquier sistema de archivos o vía API.</p> <p>Organizar todos los contenidos (series, películas, programas, publicidad, etc.) y realiza segmentaciones desde el reproductor proxy para su correcta emisión. Previsualiza los contenidos, escaletas y videos los metadatos en el MAM sin salir de VSNCREA.</p> <p>En el trimestre del mes de Octubre a diciembre se realizaron nuevas aplicaciones del sistema, el 15 de octubre se empezó a implementar el VSNCREA en la primera pantalla Canal TRO y se siguió implementa en la segunda pantalla TRO+ PLUS la implementación y ejecución que se llevaba del sistema VSNCREA.</p> <p>También se ejecutó el nuevo sistema de ingesta con la finalidad de mejorar los procesos de la recepción, catalogación y manejo archivo audiovisual grabado y posteriormente ejecutado por los editores para el proceso de postproducción.</p>	25%	

PROBLEMA CENTRAL: Fortalecimiento de recursos, insumos, herramientas y capacitación.															PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS							
OBJETIVO ESTRATEGICO: 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				TERCER SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntase, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responde a la causa del problema y redactado 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	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación
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	3	4	4	4	Gerencia / Talento Humano	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 1 Informe entregado 15-05-2023	Se realizaron mesas de trabajo con el equipo de Comercialización mejorando las estrategias de ventas para la vigencia 2023.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 1 Informe entregado 10-07-2023	Se realizaron una mesa de trabajo con el equipo de Comercialización con la finalidad de mejorar las estrategias de ventas para la vigencia 2023.	25%			
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	500	600	####	666	Gerencia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 2 Informe entregado 15-05-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$188.403.263. Esto equivale al 28% de cumplimiento sobre la meta del año.	28,00%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 2 Informe entregado 10-07-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$259.189.750 Esto equivale al 39% de cumplimiento sobre la meta del año.	39,00%			
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	1593	39.891,1	####	2120	Gerencia			Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$194.381.073 Esto equivale al 9% de cumplimiento sobre la meta del año.	9,00%			Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$261.232.110 Esto equivale al 12% de cumplimiento sobre la meta del año.	12,00%			
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	407	5.891,5	####	542	Gerencia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 3 Informe entregado 15-05-2023	Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$57.588.236 Esto equivale al 11% de cumplimiento sobre la meta del año.	11,00%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 3 Informe entregado 10-07-2023	Para esta trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$68.988.236Esto equivale al 13% de cumplimiento sobre la meta del año.	13,00%			
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 productos 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%	100%	100%	100%	Programación y producción / Gerencia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 4 Informe entregado 15-05-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y ofertas para cada uno de su lanzamiento. * FORMATO DE PROPUESTA PUBLICITARIA CANAL TRO * COMBOS EN LOS DIFERENTES MES SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES, CON LA FINALIDAD DE OFRECERLE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * COMBO DEL MES DE ABRIL, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES SE REALIZA UN PROMO.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 4 Informe entregado 10-07-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y ofertas para cada uno de su lanzamiento * POR EL GRUPO SE COMPARTIO COMBOS EN LOS DIFERENTES MES SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES, CON LA FINALIDAD DE OFRECERLE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * PUBLICITARIA CANAL TRO COMBO DEL MES DE JUNIO, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES SE REALIZA UN PROMO.	25%			
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 épimo y rentable post-venta	Notas Comerciales	(No de notas comerciales realizadas / No de notas comerciales contratadas)x100	%	100%	100%	100%	100%	100%	GERENCIA / TALENTO HUMANO	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 5 Informe entregado 15-05-2023	Edición de cada una de las notas comerciales desarrolladas bajo conceptos creativos y de calidad audiovisual para que nuestros clientes queden satisfechos con el producto final consolidando un total de 12 notas comerciales.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Tópico 5 Informe entregado 10-07-2023	Edición de cada una de las notas comerciales desarrolladas bajo conceptos creativos y de calidad audiovisual para que nuestros clientes queden satisfechos con el producto final consolidando un total de 12 notas comerciales.	25%			

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.															PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS							
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															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				TERCER SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntase, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responde a la causa del problema y redactado 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	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación
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 historico Audiovisual*100	%	20%	25%	30%	35%	40%	TECNICA - ALMACEN	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 1 Informe entregado 08-06-2023	En lo que respecta al Archivo Audiovisual (Historico) surge la necesidad de realizar una actualización del inventario ya que el último del cual se tenía reporte correspondía al año 2019, a finales de diciembre de 2022 se da inicio esta actividad y en el ejercicio de la misma con corte al 31 de marzo la cifra es de 13215 unidades de material audiovisual en sus diferentes formatos (minidv,vhs,betacam,atic) sin embargo, se evidencia que la cifra aumentará respecto a las 22083 unidades que se tenían registro en inventario anterior, por esta razón la catalogación de material audiovisual presentará algunos cambios. De las 13215 se catalogaron 729	6%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 1 Informe entregado 27-10-2023	El Archivo Audiovisual continua en el proceso de actualización de inventario cumpliendo con el objetivo de tener y conocer con cuanto material audiovisual cuenta la entidad, a la fecha se tiene un reporte de 23160 unidades de material audiovisual en sus diferentes formatos, con esto se pretende aclarar que el acervo audiovisual ha aumentado en relación al último reporte de inventario que fue realizado en el año 2019. Material Inventariado: 23160 Material Catalogado: 9960	43%			
			Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100		%	100%	100%	100%	100%	100%		13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 2 Informe entregado 08-06-2023	A corte de 31 de Marzo de 2023 se recibieron 1797 ID, correspondientes a toda la programación diaria del Canal.	25%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 2 Informe entregado 27-10-2023	A corte de 30 de Junio de 2023 se recibieron 1427 ID, para un total de 3224 ID en todo el corrido del año correspondientes a toda la programación diaria del Canal .	25%			
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%	40%	45%	50%	50%	Almacén / Gerencia / Talento humano / Técnica - Entidad Externa - MINTIC	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 3 Informe entregado 08-06-2023	En lo que respecta a la digitalización de material audiovisual es importante resaltar que inventario está en proceso de actualización razón por la cual la cifra anterior (22083) se modificará y esta acción es directamente proporcional a la digitalización de material, por tal razón no se refleja ahora mismo un avance en este tópico, de igual manera es importante dar a conocer que nos encontramos en proceso de tener esta actividad para progresar de manera paralela en el tópico 1 y 3, desarrollando esta actividad cumpliendo con los parámetros exigidos.	0%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Tópico 3 Informe entregado 27-10-2023	En lo relacionado al tópico 3, la digitalización del material está directamente relacionado con el tópico 1 ya que se habla del Archivo Histórico, en ese orden de ideas, es importante tener presente que el inventario de material audiovisual ha aumentado y a la fecha se tiene un acervo audiovisual de 23160 unidades. El total de material audiovisual con el que cuenta el Canal TRO a corte de 30 de Junio de 2023 es 23.160 unidades, y el material digitalizado corresponde a 9.960 unidades	41%			

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				TERCER SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntase, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responde a la causa del problema y redactado 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	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación

Mantener la señal analoga activa hasta el apagón.	Mantener la actual red de transmisión iradiada 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%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 1 02-05-2023	25%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 1 06-07-2023	<p>Durante la primera rutina de mantenimiento preventivo de las estaciones analogas se observa normalidad en las estaciones de</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebrija: Estación operando con normalidad. San Gil: Se ajustan niveles de IF y RF; estación operando con normalidad. Saboya: Amplificador de envia a mantenimiento especializado. Barracabemeja: Estación operando con normalidad. Carro Oriente: Se ajustan niveles de RF; estación operando con normalidad. Pueblo Nuevo: Estación operando con normalidad. Tasajero: Estación operando con normalidad. Chinacota: Se ajustan niveles de audio y video. Estación operando con normalidad. 	25%
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%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	0.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 10-07-2023	Acta 05 del 28 de Junio de 2023 de reunión del Comité Institucional de Gestión de Desempeño Institucional con el avance en el cumplimiento del PETI Evidencia: Acta Comité	50.00%	
	Implementación del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación Institucional del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de riesgos y seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados 100	%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	0.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 10-07-2023	Acta 05 del 28 de Junio de 2023 de reunión del Comité Institucional de Gestión de Desempeño Institucional con el avance en el cumplimiento del PSPPI Evidencia: Acta Comité	50.00%	
	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%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	0.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 10-07-2023	Acta 05 del 28 de Junio de 2023 de reunión del Comité Institucional de Gestión de Desempeño Institucional con el avance en el cumplimiento del PTPSP pero estas actividades se ejecutaron en el segundo semestre del 2023 Evidencia: Acta Comité	50.00%	
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	2	2	2	2	2	Almacen	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 3 02-05-2023	0.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 3 10-07-2023	No se presento avance de este topico.	0.00%	
		Medir la implementación del plan de compras	Implementación del plan de compras	Proyectos ejecutados / proyecto suscritos a MinTic 100	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 3 02-05-2023	7.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 4 10-07-2023	<ul style="list-style-type: none"> PLAN DE INVERSIÓN LINEA DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA 2023. RESOLUCIÓN MINTIC 0017 DEL 2023 Presupuesto: \$2.264.732.451 IVA INCLUIDO Comprometido: \$2.233.018.487 IVA INCLUIDO Pagado: \$700.847.530 CC-001-2023: CONTRATAR LA ADQUISICION, INSTALACION Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL AMPLIFICADOR ADVANTECH DE 400W, UP CONVERTE DUAL KIT DE TRANSFERENCIA PARA LA CADENA DE TRANSMISION SATELITA DEL CANAL TRO. CC-005-2023: CONTRATAR LA ADQUISICION PARA LA RENOVACION DEL BRAZO ROBOTICO DE LA LIBRERIA RLS-8350 INTEGRADO A LA PLATAFORMA DE AUTOMATIZACION VSN PARA ARCHIVO AUDIOVISUAL CC-015-2023: ADQUISICION DE EQUIPOS DE COMPUTO Y MONITORES PARA EL AREA MISIIONAL DE PRODUCCION Y PROGRAMACION DEL CANAL TRO CC-007-2023: CONTRATAR LA ADQUISICION DEL SOFTWARE PARA LA ACTUALIZACION DE LA PLATAFORMA AVIWEST Y LA ADQUISICION DE UN STREAMHUB PARA EL MASTER DE PRODUCCION. CC-009-2023: ADQUISICION DE SIETE (7) KITS DE REPORTERIA PARA LA RENOVACION Y FORTALECIMIENTO DEL PROCEDIMIENTO DE PRODUCCION DEL CANAL TRO. CC-011-2023: ADQUISICION DE UN (1) STORAGE, UN (1) SERVIDOR DE PLAYOUT Y UN (1) SWITCH DE DATOS PARA INTEGRAR LA ARQUITECTURA DE AUTOMAZACION DE TELEVISION VSN DEL CANAL TRO. CC-012-2023: ADQUISICION DE CINCUENTA Y CINCO (55) EQUIPOS PARA LA RENOVACION Y FORTALECIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS MISIIONALES DE ADQUISICION DE CONTENIDO PARA EL CANAL TRO. 	30.00%	
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	10	10	10	10	10	Parabólicas y Operadores de Cable	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 4 02-05-2023	30.00%	10/07/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 5 10-07-2023	Certificados retransmisión segundo trimestre: ACCESS DIGITAL SAS, COMUNICACION DE TELEVISION COMUNITARIA, TELEMANIZABARES, TELECOMUNICACIONES DIGITALES DE COLOMBIA S.A.S	40.00%	

CODIGO: A-GB PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: BIENES Y SERVICIOS
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 2 N° Estrategia: 2 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: 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	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	2023	OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO			SEGUNDO SEGUIMIENTO			TERCER SEGUIMIENTO				
Falta de espacio adecuado en almacén, 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 Almacén y las otras áreas del canal y los lugares de trabajo.	Adecuación en espacio y mejora de las condiciones físicas del almacén y otras áreas del canal.	Gestiones realizadas para la adecuación de la infraestructura	Número	1	2	2	2	2	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
											Gerencia - Financiera - Recursos Humanos Depende de la voluntad de gestión o política de los socios de la entidad.	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 1 26-04-2023	Durante el periodo comprendido entre el 01 de enero al 30 de marzo de 2023 se ejecutaron las siguientes actividades que relaciono a continuación. 1- Conservación de los espacios en el Almacén y la bodega. 2- Estado de la planta física y el mantenimiento y cuidado del jardín, el cual refleja un ambiente agradable tanto al personal que labora en la institución, como a las personas que a diario nos visitan. 3-Poda de árboles que le dan otra imagen al sector, brindando más Claridad, facilitando de esta manera los trabajos de los guardas de seguridad.	25%	16/08/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 1 Informe Entregado 10-08-2023	Durante el periodo comprendido entre el 01 de abril al 30 de junio de 2023 se ejecutaron las siguientes actividades que relaciono a continuación. 1. Conservación de los espacios en el Almacén y la bodega. 2. Utilización y adecuación de espacios para el rodaje de los proyectos Mas allá del Del Podcast, y de la Serie Indiferentes. 3. Estado de la planta física y el mantenimiento y cuidado del jardín, el cual refleja un ambiente agradable tanto al personal que labora en la institución, como a las personas que a diario nos visitan. 4. Despeje de la Antena Satelital y Tala de maleza en la parte posterior de las instalaciones del Canal TRO, brindando Claridad, facilitando de esta manera la labor de los guardas de seguridad.	25%			
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 2020 - 2023.	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	80%	100%	100%	100%	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos	17/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 2 26-04-2023 Corregido 16-05-2023	Actualmente se viene trabajando con el sistema Softland donde se ingresan los bienes que van a ser parte del inventario del Canal y en el cual se podrá consultar cualquier información desde el sistema. El software como tal aunque en un principio se realizó una inducción preliminar y se adquirió el módulo de inventarios pero este no incluye el módulo de activos fijos el cual está en proceso para definir cuál de los dos es más conveniente o si es posible adquirir los dos módulos, por ahora este control se está ejerciendo como siempre se ha hecho través del Softland.	10.00%	16/08/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 2 Informe Entregado 10-08-2023	Hasta el momento se viene trabajando con el sistema Softland donde se ingresan los bienes que van a ser parte del inventario del Canal y en el cual se podrá consultar cualquier información desde el sistema. El software como tal, aunque se han realizado algunas capacitaciones, en el momento está en proceso de producción el módulo de inventarios para el control de los consumibles, además se realizó un contrato para la adquisición del módulo para el control de los activos fijos que se encuentra en su etapa de diligenciamiento de la información, por ahora este control se está ejecutando a través del Softland.	25.00%			

PROBLEMA CENTRAL: Falta de Espacio Adecuado para la conservación del Archivo Central													PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS										
OBJETIVO ESTRATEGICO: Custodia, conservación y preservación de los documentos.													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				TERCER SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntarse, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactado en Infinitivo (ar, er, ir, ...))	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	
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%	100%	100%	100%		23/08/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 1 informe entregado el 10 de julio de 2023	Se presento ante el Primer Comité Institucional de Gestión y Desempeño en Acta No.001 del 25 de enero de 2023 la aprobación del PINAR para la vigencia 2023	25%	31/10/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 1 informe entregado el 25-10-2023	Para el segundo trimestre no se presento avance del PINAR ante el Comité Institucional de Gestión y Desempeño	0%				
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%	25%	50%	75%	100%	Gerencia (Recursos), talento humano (personal), compra de licencia de Drive almacenamiento ilimitado en la nube anual	23/08/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 2 informe entregado el 10 de julio de 2023	Se elaboro el plan de transferencias documentales para la vigencia 2022 y en el archivo Central, hay un total aproximadamente de 1156 cajas desde el año de 1995 hasta el año 2021, que se encuentran ya digitalizadas. Para la vigencia 2022, en el primer trimestre no se inició con digitalización puesto que primero se debe realizar el proceso de elaboración del plan de Transferencias Documentales	0,00%	31/10/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 2 informe entregado el 25-10-2023	En el transcurso del segundo trimestre del año se realizó el proceso de digitalización de tesorería y se inició con contabilidad.	11,00%				
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%	100%	100%	100%	Archivos de Gestión (entrega de documentos inventariados y depurados) - Almacén (Estantes) - Gerencia - Talento Humano (Personal)	23/08/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 3 informe entregado el 10 de julio de 2023	A fecha del primer trimestre no se había socializado el plan de transferencia para la vigencia 2022	0,00%	31/10/2023	Ver anexo informe de Gestión de Gestión Documental Tópico 3 informe entregado el 25-10-2023	La información física se cotará con la suministrada en el Formato Único de Inventario Documental. En el segundo trimestre del año, aun cuando no se había realizado la socialización del plan de transferencias documentales se realizó la recepción de los procesos de tesorería, contabilidad, cartera y facturación, presupuesto y producción.	33,00%				

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.													PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS										
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.													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				TERCER SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntarse, porque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactado en Infinitivo (ar, er, ir, ...))	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	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	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	
	Análisis 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	1				Las Áreas de la empresa son las que suministran la información necesaria para la construcción de los perfiles												
	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	1	1	1	El no cumplimiento en cuanto el aprovisionamiento y selección del personal requerido por el canal.	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 2 27/04/2023	Para la vigencia 2023 se realizó la actualización del Plan Anual de Provisiones Vacantes (ACT-PL-03) aprobado ante comité de gestión y desempeño el 25 de enero de 2023.	100%				0,00%				
	Definir las prácticas o instrumentos por los cuales se evaluará el desempeño de los funcionarios del canal. (Identificación y evaluación).	Instrumento de evaluación aplicado	Evaluación de desempeño	(# de evaluaciones realizadas / # de funcionarios a evaluar) *100	Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	La no aplicación adecuada del instrumento de evaluación	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 3 27/04/2023	La evaluación de desempeño se realiza en el segundo semestre de la vigencia 2023.	0%	10/08/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 3 Informe entregado 02/08/2023	La evaluación de desempeño se realiza en el segundo semestre de la vigencia 2023.	0,00%				
Faltencias en los procedimientos y programas del área 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%	100%	100%	100%	La inasistencia y disponibilidad del personal de las áreas de la institución a las capacitaciones. Falta de asignación presupuestal	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 4 27/04/2023	Para el primer trimestre se ejecutaron 13 capacitaciones: 1- Capacitación en Montaje, instalación y uso de lentes especiales. 2- Manejo de lentes especiales y Stay cam 3- Operación de Switcher para emisiones en vivo 4- Planeación Estratégica 5- Paradigmas de la comunicación, trasmisión y contenido multimedia 6- Lineamientos para la construcción del PETH 7- Operación de Replay en Móvil 8- Manejo de la Plataforma SECOP II - Proveedor / contratista 9- Plan Nacional de Capacitación y PIC/Programa de Bienestar e incentivos 10- Taller virtual Cómo elaborar los diagnósticos para la formalización laboral del empleo público 11- Curso Excel - Nivel Básico 12- Principios de diseño y mejores prácticas para los sistemas de cableado de Siemon 13- Curso Excel - Nivel Intermedio	25%	10/08/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 4 Informe entregado 02/08/2023	Para el segundo trimestre se ejecuto una capacitación Gest. seguridad de riesgos psicosociales 2. Capacitación de Ingesta para el sistema de control de calidad 3. Elaboración de protograma 4. Capacitación que esta Fazando 5. Capacitación en manejo de la marca - entrega de la marca 6. Capacitación Comité de convivencia laboral - Roles, Responsabilidades, Funciones y metodología. 7. Capacitación Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo - Roles, Responsabilidades, Funciones y propósitos de SG-SST y normatividad en seguridad y salud en el trabajo 8. Capacitación manejo de emoción 9. Capacitación prevención y promoción del riesgo cardiovascular. 10. Capacitación y taller estilos de vida saludable - manejo de estrés 11. Capacitación y taller saludable de espalda 12. Capacitación de prevención y promoción del riesgo biomecánico 13. Capacitación y tamizaje cardiovascular 14. Capacitación inducción y reintroducción en talento humano y seguridad y salud en el trabajo - sede Cúcuta 15. Capacitación inducción y reintroducción en talento humano y	25%				
	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%	100%	100%	100%	La inasistencia del personal de las áreas de la institución a las actividades de bienestar o a la falta de recursos para la asignación de incentivos.	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 5 27/04/2023	Para el primer trimestre se ejecutaron 10 actividades de bienestar: 1- Celebración de cumpleaños 2- Celebración día del Abogado 3- Clasificación de residuos - Nuevo código 4- Celebración día de la mujer 5- COMITE CONVIVENCIA LABORAL, prevención de violencia y aseso en el trabajo. 6- Celebración día del periodista 7- Celebración día del camarógrafo y fotógrafo 8- Celebración día de San José 9- Taller de maquillaje 10- Reconocimiento Mensual	25%	10/08/2023	Evidencia Informe de Gestión Tópico 5 Informe entregado 02/08/2023	Para el segundo trimestre se ejecutaron 11 actividades de bienestar: 1. Registro entrega bono masaje corporal 2. CONMEMORACIONES, RECORDATORIOS, AVISOS 3. Apoyo en el evento "Celebración del día del bolo criollo" 4. Trabajo en equipo y comunicación asertiva - Cúcuta 5. Celebración día del padre y cumpleaños mes junio - Cúcuta 6. Celebración del día del funcionario público 7. Manejo de la marca - entrega de la marca 8. POLÍTICA Y PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL 9. Celebración del día del padre 10. CELEBRACIÓN CUMPLEAÑOS MES DE MAYO Y JUNIO	25%				

<p>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.</p>	<p>Convenios establecidos, bajo parámetros acordados por ambas partes</p>	<p>Convenios generados</p>	<p># de Convenios generados y/o nuevos</p>	<p>Número</p>	<p>12</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>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 con las áreas de mercadeo y comercial.</p>	<p>16/05/2023</p>	<p>Evidencia Informe de Gestión Tópico 6 27/04/2023</p>	<p>Para la vigencia 2023 no se ha efectuado ningún convenio</p>	<p>0%</p>	<p>10/08/2023</p>	<p>Evidencia Informe de Gestión Tópico 6 Informe entregado 02/08/2023</p>	<p>Actualmente el canal TRO cuenta con los convenios bajo modalidad de practica con las universidades</p> <p>• Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta</p>	<p>50%</p>
<p>Actualización y ejecución del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.</p>	<p>Estructura del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.</p>	<p>Seguimiento al SG-SST</p>	<p>% de cumplimiento de implementación según los lineamientos de ley, basados en la resolución 0312.</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>47,25%</p>	<p>75%</p>	<p>80%</p>	<p>100%</p>	<p>100%</p>	<p>El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSSST</p>				<p>0,00%</p>	<p>10/08/2023</p>	<p>Evidencia Informe de Gestión Tópico 7 Informe entregado 02/08/2023</p>	<p>Cumplimiento de los requisitos mínimos de la Resolución 0312, del 85.50% vigencia 2022</p>	<p>85,50%</p>

CODIGO: A-GF PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: FINANCIERA Y PRESUPUESTAL
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 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															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				TERCER SEGUIMIENTO				
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactado 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	2020	2021	2022	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	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	\$	#####	5%	5%	5%	5%		10/08/2023	Estados Financieros e Informe de gestión Informe entregado 08-08-2023	Se identifica un cumplimiento superior al 100% ya que aumento mas del 5% el capital neto de trabajo respecto a la línea base de 2019. línea base 2019: \$1.934.878,732 línea base a marzo 2023: \$2.351.857.190	100%	10/08/2023	Estados Financieros e Informe de gestión Informe entregado 08-08-2023	Se identifica un cumplimiento superior al 100% ya que aumento mas del 5% el capital neto de trabajo respecto a la línea base de 2019. línea base 2019: \$1.934.878,732 línea base a marzo 2023: \$2.469.253.945	25%					
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%	1%	1%	1%	Falta de ingresos, multas, sanciones, imprevistos.	10/08/2023	Estados Financieros e Informe de gestión Informe entregado 08-08-2023	Con un no cumplimiento del con el incremento de la utilidad esperada; sin embargo, se identifica una disminución de la pérdida en dos puntos porcentuales.	0%	10/08/2023	Estados Financieros e Informe de gestión Informe entregado 08-08-2023	Se identifica el no cumplimiento; no obstante, se observa un incremento en los ingresos del \$4.570 millones, respecto al mismo periodo del año 2022 así como una disminución en la pérdida de cuatro puntos porcentuales, con respecto al año anterior. El comportamiento del resultado para el primer semestre, del canal TRO obedece a la realización de inversiones en el área de producción y programación para la generación de contenidos; sin embargo, es en el segundo semestre del año en curso donde se verán reflejados los ingresos de estas producciones, mediante la venta pauta publicitaria.	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%	1%	1%	1%				Participación de los Ingresos = 54%.	54%			Participación de los Ingresos = 51%.	91,00%					
														Para diciembre de 2023, se estima cerrar con ingresos propios por un valor de superior a \$11.202 millones de pesos, es decir, que se cumplirá con el objetivo estratégico.				Se identifica que el indicador tiene un cumplimiento a junio de 2023 (semestre) del 94%, respecto a la línea base ajustada en un (1%) para cada año desde 2019.						

CUARTO SEGUIMIENTO					TOTAL CONSOLIDADO
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
0%					50%
0%					57%
0%					50%
0%					50%
0%					2,0%
PROMEDIO TOTAL					42%

CUARTO SEGUIMIENTO					TOTAL CONSOLIDADO
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
0%					100%

0%					50%
0%					50,0%
0%					50%
0%					50,0%
0%					50,0%
0%					0,0%
0%					50,0%
0%					50,0%
0%					50,0%
PROMEDIO TOTAL					50%

CUARTO SEGUIMIENTO					TOTAL CONSOLIDADO
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	

0%				50%
0,00%				65%
0%				50%
0%				50%
0%				50%
0%				50%
0%				50%
0%				25%
PROMEDIO TOTAL				49%

CUARTO SEGUIMIENTO					
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%					50%
0,00%					67,00%
0,00%					21,00%
0,00%					24,00%
0%					50%
0%					50%
PROMEDIO TOTAL					44%

CUARTO SEGUIMIENTO					
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%	49%
0%				0,00%	50,00%
0%				0,00%	41,00%
PROMEDIO TOTAL					47%

CUARTO SEGUIMIENTO					
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO

0%				0%	50%
0,00%				0,00%	50,00%
0,00%					50,00%
0,00%					50,00%
0,00%				0,00%	0,00%
0,00%				0,00%	37,00%
0,00%				0,00%	70,00%
PROMEDIO TOTAL					44%

CUARTO SEGUIMIENTO					
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%	50%
0,00%				0,00%	35,00%

PROMEDIO TOTAL	43%
----------------	-----

CUARTO SEGUIMIENTO					TOTAL CONSOLIDADO
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
0%				0%	100%
0,00%				0,00%	11,00%
0,00%				0,00%	33,00%
PROMEDIO TOTAL					48%

CUARTO SEGUIMIENTO					TOTAL CONSOLIDADO
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	
0,00%				0,00%	100,00%
0,00%				0,00%	0,00%
0%				0%	50,00%
0%				0%	50,00%

0%					100,00%
0%					85,50%
PROMEDIO TOTAL					64%

CUARTO SEGUIMIENTO					
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%	125%
0,00%				0,00%	0,00%
0,00%				0,00%	145,00%
PROMEDIO TOTAL					90%