

CODIGO:	E-06	PROCESO:	ESTRATEGICO	DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:	COMUNICACIONES Y MERCADERO
PLAN ESTRATEGICO:	Nº Objetivo 9	Nº Estrategia 9	Tipos de Indicador: Eficacia X	Eficiencia X	Efectividad X
				Periodicidad: Trimestral	

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	ACUMULADO	99%
	EN LA META	9%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR EFECTIVO	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	METAS					OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO		SEGUNDO SEGUIMIENTO		TERCER SEGUIMIENTO		CUARTO SEGUIMIENTO		TOTAL CONCLUIDO													
						2020	2021	2022	2023	Fecha de seguimiento		Evidencia	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	% CUMPLIMIENTO		Fecha de seguimiento	Evidencia	% CUMPLIMIENTO										
Falta de promoción del portafolio de servicios.	Diseñar un plan con estrategias de marketing para promover el portafolio de productos y servicios de la Misión Regional del Oriente Lito.	Implementar una estrategia que permita mostrar de forma clara el portafolio de servicios que el Canal TRO ofrece desde las diferentes áreas, generando confianza en los clientes y evitando actividades realizadas con excedente desde la salida del Gran Santander.	Numero de Estrategias implementadas para el posicionamiento del portafolio de servicios del Canal TRO	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias diseñadas) x 100	%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	7/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 1 Informe entregado 23-05-2023	Para la vigencia 2023, como resultado del Plan de Comunicaciones y Mercaderos (PROMER), se planearon las siguientes estrategias: 1. Contorno comercial digital y face a face activadas a la fecha (1). 2. La actualización del manual de identidad corporativa (1). 3. Programación del Canal TRO (17 eventos, 5 programas base)	100%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 1 Informe entregado 01-08-2023	Para la vigencia 2023, como resultado del Plan de Comunicaciones y Mercaderos (PROMER), se planearon las siguientes estrategias: 1. Contorno comercial digital y face a face activadas a la fecha (1). 2. La actualización del manual de identidad corporativa (1). 3. Programación del Canal TRO (17 eventos, 5 programas base)	9%						100%								
Falta de promoción del portafolio de servicios.	Planear y asistir a los eventos culturales y comerciales más importantes del oriente colombiano	POSICIONAR el Canal TRO como un espacio de comunicación participativa de los consumidores más importantes del oriente colombiano a nivel nacional e internacional. Ademas, conectar en diversas plataformas de servicios del Canal TRO	Numero de Eventos realizados para la promoción del portafolio de servicios del Canal TRO	(No. De Eventos asistidos / No. De Eventos planeados) x 100	%	85%	100%	100%	100%	100%	100%	7/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 2 Informe entregado 23-05-2023	Se realizó la participación puntiforme dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Campesinado Nacional Juvenil de Cúcuta y Comuna. 2. Comunicación del Día del Postgrado y el Magister. 3. Análisis del "Tránsito Digital". 4. MIBTC "Iniciativa Digital". 5. Feria de Tolosa 6. MIBTC "Feria Empresarial". 7. Bienamada Santa en Pamplona. 8. Regata Estival de la Universidad.	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 2 Informe entregado 01-08-2023	Se realizó la participación puntiforme dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Zapekito, municipio del clima de vida 2. Encuentro "Feria de vida en la UDES" 3. Enganche TIC 4. SEMEA 5. Gira por mi tierra.	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 2 Informe entregado 11-10-2023	Se realizó la participación puntiforme dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Gira por mi tierra 2. El SAM 2023 3. Encuentro San Benito Figueras Rey 4. Talleño al cole 5. Premio de la música clásica 6. Festival la parte de norte 7. XV del Festival Nacional Lito a Cúcuta en GAMBITA 8. Premios La Bagatela 2023 9. Festival de la cultura oriente 10. Encuentro de Floristas del Gran Santander	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 2 Informe entregado 21-12-2023	Se realizó la participación puntiforme dentro de diferentes eventos, transmisiones y certámenes que contribuyen al posicionamiento del Canal a nivel regional, nacional e internacional. 1. Gira por mi tierra 2. Premios La Bagatela Rey 3. Encuentro del Comendante de las CRC 4. Concurso de Navidad - UDES 5. Cuenta de Navidad 6. Borneo Memoria 7. Gira de Nairo 8. Festival Nairo 9. Talleño al baño	25%						100%
Falta de posicionamiento de marca	Planear, asistir y gestionar eventos y actividades para posicionamiento de marca	Lograr posicionamiento de marca del Canal TRO mediante el contenido de los eventos planeados y ejecutados para el Área de Comunicaciones y Mercaderos.	Numero de Eventos promocionados sobre la marca	(No. De eventos desarrollados / No. Total de eventos planeados) x 100	%	70%	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 3 Informe entregado 23-05-2023	Para promover este reconocimiento se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas afines, los cuales hicieron cobertura y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas de los teledebatidos: 18 salidas 2. Alianza con RTV Canal 20 3. Visitas y alianzas con RTVC 4. Dependencias con TRO Plus 5. Visita del Ministerio de TIC 6. Capacitaciones de la CRC 7. Adquisición de equipos 8. Campañas del Canal TRO	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 3 Informe entregado 01-08-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas afines, los cuales hicieron cobertura y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas de los teledebatidos: 18 salidas 2. Alianza con RTV Canal 20 3. Visitas y alianzas con RTVC 4. Dependencias con TRO Plus 5. Visita del Ministerio de TIC 6. Capacitaciones de la CRC 7. Adquisición de equipos 8. Campañas del Canal TRO	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 3 Informe entregado 11-10-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas afines, los cuales hicieron cobertura y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas guiadas para los teledebatidos 2. TV pública en el Milenio de TIC 3. Quito entrega de "Aperturas con TRO Plus" 4. Encuentro Nacional Infantil de Creadores 5. Borneo 6. Lanzamiento de "Bajo el Tiempo" 7. Certificación ISO 9001: 2015 8. Los más influyentes - Corinto 9. Reunión de Cuarta Mesa del Canal TRO	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 3 Informe entregado 21-12-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodistas afines, los cuales hicieron cobertura y presencia en las siguientes actividades: 1. Visitas guiadas para los teledebatidos 2. TV pública en el Milenio de TIC 3. Quito entrega de "Aperturas con TRO Plus" 4. Encuentro Nacional Infantil de Creadores 5. Borneo 6. Lanzamiento de "Bajo el Tiempo" 7. Certificación ISO 9001: 2015 8. Los más influyentes - Corinto 9. Reunión de Cuarta Mesa del Canal TRO	25%						100%
Falta de posicionamiento de marca	Identificar las alianzas más convenientes de acuerdo a las necesidades generadas desde el proceso de mercaderos y comunicaciones.	Articulación con otras organizaciones y medios de comunicación, permitiendo llevar la marca a más canales.	Numero de Alianzas comunicadas para el Canal TRO	Numero de Alianzas efectuadas con organizaciones y medios de comunicación	Numero	8	10	12	14	15	15	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 4 Informe entregado 23-05-2023	Para este segundo trimestre se otorgó un informe con temas y fechas, junto a otras entidades del oriente local, nacional e internacional, para generar diferentes líneas de producción que sirvan de referencia a las entidades y eventos desde las dos entidades se han sido beneficiadas. Ya son 18 las alianzas que a la fecha mantienen comunicación con el Canal TRO.	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 4 Informe entregado 01-08-2023	Para este segundo trimestre se otorgó un informe con temas y fechas, junto a otras entidades del oriente local, nacional e internacional, para generar diferentes líneas de producción que sirvan de referencia a las entidades y eventos desde las dos entidades se han sido beneficiadas. Ya son 18 las alianzas que a la fecha mantienen comunicación con el Canal TRO.	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 4 Informe entregado 11-10-2023	Para este tercer trimestre se otorgó un informe con temas y fechas, junto a otras entidades del oriente local, nacional e internacional, para generar diferentes líneas de producción que sirvan de referencia a las entidades y eventos desde las dos entidades se han sido beneficiadas. Ya son 18 las alianzas que a la fecha mantienen comunicación con el Canal TRO.	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 4 Informe entregado 21-12-2023	Para este tercer trimestre se otorgó un informe con temas y fechas, junto a otras entidades del oriente local, nacional e internacional, para generar diferentes líneas de producción que sirvan de referencia a las entidades y eventos desde las dos entidades se han sido beneficiadas. Ya son 18 las alianzas que a la fecha mantienen comunicación con el Canal TRO.	25%						100%
Falta de posicionamiento de marca	Generar acciones de comunicación y mercaderos para socializar los resultados de medición de audiencia.	Reconocer los intereses de los teledebatidos a través de sus historias, revisando los intereses que tienen las producciones del Canal TRO	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Numero	0	1	1	1	1	1	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 5 Informe entregado 23-05-2023	El Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Santander Bopé, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los teledebatidos. Según el estudio, nuestra señal regional se sigue consolidando como el medio de comunicación con mayor número de teledebatidos afines en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 5 Informe entregado 01-08-2023	El Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Santander Bopé, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los teledebatidos. Según el estudio, nuestra señal regional se sigue consolidando como el medio de comunicación con mayor número de teledebatidos afines en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 5 Informe entregado 11-10-2023	El Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Santander Bopé, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los teledebatidos. Según el estudio, nuestra señal regional se consolida como el medio de comunicación con mayor número de teledebatidos afines en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 5 Informe entregado 21-12-2023	El Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) presentó un informe a partir de las estadísticas de la firma Santander Bopé, con las principales variables en cuanto al número y consumo de los teledebatidos. Según el estudio, nuestra señal regional se consolida como el medio de comunicación con mayor número de teledebatidos afines en el oriente colombiano y continúa fortaleciendo su contenido de calidad.	25%						100%
Falta de medición satisfacción del cliente	Generar estrategia de fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor	Fomentar la confianza de los clientes de tal manera que se genere lealtad y fidelización de clientes con el anuncio del Canal TRO	Numero de Estrategias de fidelización de clientes	Numero de Estrategias de fidelización de clientes	Numero	0	1	1	1	1	1	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 6 Informe entregado 23-05-2023	Para el segundo trimestre de 2023, comprendido por los meses de enero, febrero y marzo, se crearon las siguientes estrategias: 1. VENTAS EXCLUSIVAS: 1. 2. SORPRENDE Y DELETA. 1 3. COFFEE WORK. 1	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 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: 1. VENTAS EXCLUSIVAS: 1. 2. SORPRENDE Y DELETA. 1 3. COFFEE WORK. 1	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 6 Informe entregado 24-10-2023	Para el tercer trimestre de 2023, comprendido por los meses de julio, agosto y septiembre, se crearon las siguientes estrategias: 1. VENTAS EXCLUSIVAS: 10 2. SORPRENDE Y DELETA. 4 3. COFFEE WORK: 3	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 6 Informe entregado 21-12-2023	Para el tercer trimestre de 2023, comprendido por los meses de julio, agosto y septiembre, se crearon las siguientes estrategias: 1. VENTAS EXCLUSIVAS: 10 2. SORPRENDE Y DELETA. 4 3. COFFEE WORK: 3	25%						100%
Falta de medición satisfacción del cliente	Evaluar la satisfacción del cliente	Revisar la satisfacción de los clientes de los servicios prestados por el Canal TRO	Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas / Cantidad total de clientes) x 100	%	0	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 23-05-2023	No se ha realizado la caracterización de clientes	0%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 24-10-2023	No se ha realizado la caracterización de clientes	0%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 21-12-2023	No se ha realizado la caracterización de clientes	0%						100%				
Falta de medición satisfacción del cliente	Evaluar la satisfacción del cliente	Revisar la satisfacción de los clientes de los servicios prestados por el Canal TRO	Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas / Cantidad total de clientes) x 100	%	50%	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 23-05-2023	Para definir la satisfacción de los clientes se realizó una encuesta, la cual fue aplicada por el Área Comercial, con el objetivo de calificar la experiencia y determinar la posibilidad de recomendar de los servicios a otras empresas. Valió la pena haber aplicado la encuesta al número total de clientes y solo 15 personas fueron quienes la respondieron. De esta forma, se pudo determinar los resultados para utilizar sobre la percepción externa de quienes se relacionan con nosotros con el fin de mejorar nuestros servicios y el nivel de satisfacción de los clientes.	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 01-08-2023	Para definir la satisfacción de los clientes se realizó una encuesta, la cual fue aplicada por el Área Comercial, con el objetivo de calificar la experiencia y determinar la posibilidad de recomendar de los servicios a otras empresas. Valió la pena haber aplicado la encuesta al número total de clientes y solo 15 personas fueron quienes la respondieron. De esta forma, se pudo determinar los resultados para utilizar sobre la percepción externa de quienes se relacionan con nosotros con el fin de mejorar nuestros servicios y el nivel de satisfacción de los clientes.	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 11-10-2023	Para definir la satisfacción de los clientes se realizó una encuesta, la cual fue aplicada por el Área Comercial, con el objetivo de calificar la experiencia y determinar la posibilidad de recomendar de los servicios a otras empresas. Valió la pena haber aplicado la encuesta al número total de clientes y solo 15 personas fueron quienes la respondieron. De esta forma, se pudo determinar los resultados para utilizar sobre la percepción externa de quienes se relacionan con nosotros con el fin de mejorar nuestros servicios y el nivel de satisfacción de los clientes.	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 7 Informe entregado 21-12-2023	Para definir la satisfacción de los clientes se realizó una encuesta, la cual fue aplicada por el Área Comercial, con el objetivo de calificar la experiencia y determinar la posibilidad de recomendar de los servicios a otras empresas. Valió la pena haber aplicado la encuesta al número total de clientes y solo 15 personas fueron quienes la respondieron. De esta forma, se pudo determinar los resultados para utilizar sobre la percepción externa de quienes se relacionan con nosotros con el fin de mejorar nuestros servicios y el nivel de satisfacción de los clientes.	25%						75.0%
Falta de un plan de medios dirigido	Diseñar estrategias de comunicación para promoción de acciones programadas de la Misión Regional del Oriente Lito.	Identificar todos los nuevos contenidos que genere la Televisión Regional del Oriente y promocionar los programas que generan la audiencia durante la emisión.	Promoción de nuevas producciones	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias diseñadas) x 100	%	0	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 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 aspectos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023. Boletines de prensa internos: 8 Boletines de prensa externos: 31 Promociones en medios: 49 Total: 88	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 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 aspectos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023. Boletines de prensa internos: 8 Boletines de prensa externos: 31 Promociones en medios: 49 Total: 88	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 8 Informe entregado 11-10-2023	Se construyeron boletines de prensa internos y externos en los cuales se socializó con los medios de comunicación regional y nacional sobre los aspectos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023. Boletines de prensa internos: 8 Boletines de prensa externos: 31 Promociones en medios: 49 Total: 88	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 8 Informe entregado 21-12-2023	Se construyeron boletines de prensa internos y externos en los cuales se socializó con los medios de comunicación regional y nacional sobre los aspectos del Canal TRO durante esos tres primeros meses del 2023. Boletines de prensa internos: 8 Boletines de prensa externos: 31 Promociones en medios: 49 Total: 88	25%						100%
Falta de mayor identificación de la comunicación interna	Generar Estrategias que permitan una comunicación interna, promoviendo una comunicación fluida y sencilla en el espacio de trabajo.	Conocer sobre los avances, logros y novedades que tiene el Canal TRO a nivel interno y externo, promoviendo una comunicación fluida y sencilla en el espacio de trabajo.	Comunicación interna	(Número de estrategias ejecutadas / Número de estrategias planeadas) x 100	%	0	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 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 sencilla en el espacio de trabajo. 1. Encuentro GENTE TRO: 12 2. PQRD Y Buñón de Buenas Noticias: 134 3. Eventos Internos: 12 4. La TV del Gran Santander: 1	25%	23/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 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 sencilla en el espacio de trabajo. 1. Encuentro GENTE TRO: 12 2. PQRD Y Buñón de Buenas Noticias: 105 3. Eventos Internos: 12 4. La TV del Gran Santander: 3	25%	24/10/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 9 Informe entregado 24-10-2023	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 sencilla en el espacio de trabajo. 1. Encuentro GENTE TRO: 12 2. PQRD Y Buñón de Buenas Noticias: 114 3. La TV del Gran Santander: 5	25%	21/12/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercaderos Tipo 9 Informe entregado 21-12-2023	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 sencilla en el espacio de trabajo. 1. Encuentro GENTE TRO: 12 2. PQRD Y Buñón de Buenas Noticias: 114 3. La TV del Gran Santander: 5	25%						100%

CODIGO: M-0V										MISIONAL		DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:				COMERCIALIZACION Y VENTAS				PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS				PROMEDIO TOTAL		94%
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo 5										N° Estrategia 5		Tipo de Indicador: Eficacia X				Eficacia X										

PROBLEMA CENTRAL: Fortalecimiento de recursos, insumos, herramientas y capacitación.																							CUMPLIMIENTO DE LA META		100%
OBJETIVO ESTRATEGICO: Incrementar ventas																							ACCEPTABLE		71%
																							REEMBORSO DE LA META		0%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (Especificidad: CAMBIO EN LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO)	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	METAS				OBSERVACIONES	PRIMER SEMESTRO				SEGUNDO SEMESTRO				TERCER SEMESTRO				CUARTO SEMESTRO				TOTAL CONSOLIDADO					
						LINEA BASE	2020	2021	2022		2023	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 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 ventas	Número	0	3	4	4	4	Gerencia / Talento Humano	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 1 Informe entregado 15-05-2023	Se realizaron mesas de trabajo con el equipo de Comercialización con la finalidad de mejorar las estrategias de ventas para la vigencia 2023.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 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%	24/10/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 1 Informe entregado 19-10-2023	Se realizaron una mesa de trabajo con el equipo de Comercialización con la finalidad de mejorar las estrategias de ventas para la vigencia 2023. 1. LIMITACION DE CUANTIA DE VENTAS Y REFINANCIAMIENTO CON LOS EJECUTIVOS DE PORTAFOLIO PARA MEJORAR LOS HABILIDADES COMERCIALES Y LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS. 2. USOS DE VENTAS QUE MEJORAN EL ACERCAMIENTO ENTRE CUENTES.	25%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 1 Informe entregado 21-12-2023	Se realizaron una mesa de trabajo con el equipo de Comercialización con la finalidad de mejorar las estrategias de ventas para la vigencia 2023. 1. LIMITACION DE CUANTIA DE VENTAS Y REFINANCIAMIENTO CON LOS EJECUTIVOS DE PORTAFOLIO PARA MEJORAR LOS HABILIDADES COMERCIALES Y LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS. 2. USOS DE VENTAS QUE MEJORAN EL ACERCAMIENTO ENTRE CUENTES.	25%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 1 Informe entregado 21-12-2023	Se realizaron una mesa de trabajo con el equipo de Comercialización con la finalidad de mejorar las estrategias de ventas para la vigencia 2023. 1. LIMITACION DE CUANTIA DE VENTAS Y REFINANCIAMIENTO CON LOS EJECUTIVOS DE PORTAFOLIO PARA MEJORAR LOS HABILIDADES COMERCIALES Y LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS. 2. USOS DE VENTAS QUE MEJORAN EL ACERCAMIENTO ENTRE CUENTES.	25%	100%
Débil gestión comercial a nivel nacional y local	Planear estrategias comerciales innovadoras.	Lograr un crecimiento y cumplimiento de las ventas e incrementar en nuevas mercaderías y empresas.	Ventas Nacionales y Ventas Regionales	Ventas Nacionales Año Vigencia y Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (Bt Miliones)	400	500	600	5	554.863.800	688	Genancia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 2 Informe entregado 15-05-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$180.402.293. Esto equivale al 36% de cumplimiento sobre la meta del año.	32,00%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 2 Informe entregado 10-07-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$261.232.110. Esto equivale al 52% de cumplimiento sobre la meta del año.	32,00%	24/10/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 2 Informe entregado 19-10-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$359.602.963. Esto equivale al 71% de cumplimiento sobre la meta del año.	29,20%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 2 Informe entregado 21-12-2023	Para este trimestre, en ventas nacionales se logró un total de \$655.262.268. Esto equivale al 131% de cumplimiento sobre la meta del año.	43,20%	139,00%			
Asesoria gestión comercial en la plaza de Cúcuta.	Crear un espacio comercial en Cúcuta	Desarrollar un espacio comercial en Cúcuta	Ventas del área comercial en Cúcuta por año	Ventas ejecutadas año	Pesos (Bt Miliones)	370	407	9.891,5	5	637.944.800	542	Genancia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 3 Informe entregado 15-05-2023	Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$7.588.238. Esto equivale al 1% de cumplimiento sobre la meta del año.	11,80%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 3 Informe entregado 10-07-2023	Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$69.988.230. Esto equivale al 13% de cumplimiento sobre la meta del año.	13,80%	24/10/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 3 Informe entregado 19-10-2023	Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$4732895. Esto equivale al 9% de cumplimiento sobre la meta del año.	9,80%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 3 Informe entregado 21-12-2023	Para este trimestre, en ventas regionales se logró un total de \$66.082.000. Esto equivale al 12% de cumplimiento sobre la meta del año.	12,80%	45,00%			
No participación en la decisión de los contenidos televisivos en la pantalla de programación.	Optimizar y seguir desde el punto de vista comercial de los nuevos productos y contenidos del canal incluyendo los digitales.	Mejorar la participación del Departamento Comercial de los nuevos productos y contenidos para una mejor gestión comercial.	Socialización de los nuevos proyectos comerciales	(No de proyectos socializados y contenidos presentados al Canal TRO)	%	0%	100%	100%	100%	100%	Proyección y producción/Genancia	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 4 Informe entregado 15-05-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y contenidos para cada uno de los segmentos. * FORNATO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CANAL TRO * COMERCIO Y VENTAS SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES. * CON LA FINALIDAD DE OFERTAS DE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * PUBLICITARIA CANAL TRO COMERCIO DE MES DE JUNIO, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES DE REALIZACION PROMOCIONALES.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 4 Informe entregado 10-07-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y contenidos para cada uno de los segmentos. * FORNATO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CANAL TRO * COMERCIO Y VENTAS SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES. * CON LA FINALIDAD DE OFERTAS DE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * PUBLICITARIA CANAL TRO COMERCIO DE MES DE JUNIO, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES DE REALIZACION PROMOCIONALES.	25%	24/10/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 4 Informe entregado 19-10-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y contenidos para cada uno de los segmentos. * FORNATO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CANAL TRO * COMERCIO Y VENTAS SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES. * CON LA FINALIDAD DE OFERTAS DE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * PUBLICITARIA CANAL TRO COMERCIO DE MES DE JUNIO, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES DE REALIZACION PROMOCIONALES.	25%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 4 Informe entregado 21-12-2023	Elaboración de propuestas comerciales para los diferentes eventos y contenidos para cada uno de los segmentos. * FORNATO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CANAL TRO * COMERCIO Y VENTAS SEGUN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES. * CON LA FINALIDAD DE OFERTAS DE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * PUBLICITARIA CANAL TRO COMERCIO DE MES DE JUNIO, SEGUN LA IMPORTANCIA DE MESES DE REALIZACION PROMOCIONALES.	25%	100%				
Falta de personal de producción en el área comercial	Disponer de un personal y capacitado para la realización de contenidos comerciales para la promoción de productos y servicios.	Obtener un servicio rápido y eficiente para la realización de contenidos comerciales para la promoción de productos y servicios.	Notas Comerciales	(No de notas comerciales realizadas / No de notas comerciales comerciales completadas) x 100	%	100%	100%	100%	100%	100%	GERENCIAL/TALENTO HUMANO	15/05/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 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 puedan satisfacer sus necesidades con el producto final considerando un total de 12 notas comerciales.	25%	10/07/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 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 puedan satisfacer sus necesidades con el producto final considerando un total de 12 notas comerciales.	25%	24/10/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 5 Informe entregado 19-10-2023	Edición de cada una de las notas comerciales desarrolladas bajo conceptos creativos y de calidad audiovisual para que nuestros clientes puedan satisfacer sus necesidades con el producto final considerando un total de 12 notas comerciales.	25%	21/12/2023	Ver anexo Informe de Gestión Topico 5 Informe entregado 21-12-2023	Edición de cada una de las notas comerciales desarrolladas bajo conceptos creativos y de calidad audiovisual para que nuestros clientes puedan satisfacer sus necesidades con el producto final considerando un total de 12 notas comerciales.	25%	100%				

CODIGO: M-GA										MISIONAL		DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:				ARCHIVO AUDIOVISUAL				PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS				PROMEDIO TOTAL		89%
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo 2										N° Estrategia 2		Tipo de Indicador: Eficacia X				Eficacia X										

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.																							CUMPLIMIENTO DE LA META		100%
OBJETIVO ESTRATEGICO: Preservar, organizar el material audiovisual del archivo audiovisual del canal TRO con el fin de lograr la seguridad de la información. ESPECIFICAR EN LA MANUAL DIGITALIZADA																							ACCEPTABLE		71%
																							REEMBORSO DE LA META		0%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR (Especificidad: CAMBIO EN LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO)	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	METAS				OBSERVACIONES	PRIMER SEMESTRO				SEGUNDO SEMESTRO				TERCER SEMESTRO				CUARTO SEMESTRO				TOTAL CONSOLIDADO		
						LINEA BASE	2020	2021	2022		2023	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 de flujo de información en el material de los sistemas formatos	Catalogar el material del Archivo Audiovisual	Catalogar todo el material que se encuentra en el archivo Audiovisual	Archivo audiovisual correctamente catalogado	Material en Archivo Histórico Audiovisual "100"	%	20%	25%	30%	35%	40%	TECNICA-ALMACEN	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 Informe entregado 08-06-2023	En lo que respecta al Archivo Audiovisual (Histórico) surge la necesidad de realizar una actualización del inventario y en el último del cual se tenía reporte correspondiente al año 2019, a finales de diciembre de 2022 se realizó una actividad en el espacio de la misma con una meta de catalogar en los 12 meses 100 unidades de material audiovisual en los diferentes formatos (histórico y actual) antes de entregarlo, lo cual se realizó en el mes de mayo de 2023, se realizó un inventario anterior, por lo tanto la catalogación del material audiovisual presentará algunos cambios.	4%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 Informe entregado 27-10-2023	El Archivo Audiovisual continúa en el proceso de actualización de inventario cumpliendo con el objetivo de tener y tener con el material audiovisual catalogado en la misma, la fecha se ven un reporte de 2300 unidades de material audiovisual en sus diferentes formatos, con este se pretende tener que el informe audiovisual se presentará en relación al último reporte de inventario que fue realizado en el año 2023.	43%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 Informe entregado 27-10-2023	El Archivo Audiovisual histórico ha tenido grandes avances para mediante un contrato de prestación de servicios técnicos celebrado con RVC (Servicio técnico) se tiene como objeto el traslado, empaquetado, preservación y digitalización del Archivo Audiovisual desde sus inicios (1980) hasta la fecha, esto con el fin de garantizar el acceso al patrimonio audiovisual, en ejecución de este contrato se realizaron actividades de mantenimiento de inventario las cuales arrojaron los siguientes datos: TOTAL INVENTARIADO: 2886	61%	21/12/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 1 Informe entregado 21-12-2023	El Archivo Audiovisual histórico ha tenido grandes avances para mediante un contrato de prestación de servicios técnicos celebrado con RVC (Servicio técnico) se tiene como objeto el traslado, empaquetado, preservación y digitalización del Archivo Audiovisual desde sus inicios (1980) hasta la fecha, esto con el fin de garantizar el acceso al patrimonio audiovisual, en ejecución de este contrato se realizaron actividades de mantenimiento de inventario las cuales arrojaron los siguientes datos: TOTAL INVENTARIADO: 2886	61%	100%	
Falta de Personal, Equipos, Espacio físico.	Garantizar la preservación y conservación del material histórico del Canal TRO	Digitalizar el material histórico del archivo audiovisual acorde al Plan de Digitalización	Digitalización del material histórico	Total de material digitalizado / Total de material audiovisual inventariado "100"	%	36%	40%	45%	50%	50%	Atención/Genancia (Talento Humano / Técnica -Entidad Ejecutora -MTC)	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 Informe entregado 08-06-2023	Como de 31 de Mayo de 2023 se realizaron 1707 ID, correspondientes a toda la programación diaria del Canal.	25%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 2 Informe entregado 27-10-2023	Como de 30 de Junio de 2023 se realizaron 3471 ID, para un total de 1248 ID en todo el periodo del año correspondiente a toda la programación diaria del Canal.	25%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 2 Informe entregado 27-10-2023	Como de 30 de Septiembre de 2023 se realizaron 3813 ID, para un total de 4835 ID en todo el periodo del año correspondiente a toda la programación diaria del Canal.	25%	21/12/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 2 Informe entregado 21-12-2023	Como de 30 de Diciembre de 2023 se realizaron 1008 ID, para un total de 6843 ID en todo el periodo del año correspondiente a toda la programación diaria del Canal.	25,00%	100,00%	
Falta de Personal, Equipos, Espacio físico.	Garantizar la preservación y conservación del material histórico del Canal TRO	Digitalizar el material histórico del archivo audiovisual acorde al Plan de Digitalización	Digitalización del material histórico	Total de material digitalizado / Total de material audiovisual inventariado "100"	%	36%	40%	45%	50%	50%	Atención/Genancia (Talento Humano / Técnica -Entidad Ejecutora -MTC)	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 Informe entregado 08-06-2023	En lo que respecta a la digitalización de material audiovisual se reportará en el mes de mayo de 2023, se realizó un inventario anterior, por lo tanto la catalogación del material audiovisual presentará algunos cambios.	4%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 Informe entregado 27-10-2023	En lo relacionado al ítem 3, la digitalización del material audiovisual se reportará en el mes de mayo de 2023, se realizó un inventario anterior, por lo tanto la catalogación del material audiovisual presentará algunos cambios.	4%	7/11/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 Informe entregado 27-10-2023	En lo relacionado al ítem 3, la digitalización del material audiovisual se reportará en el mes de mayo de 2023, se realizó un inventario anterior, por lo tanto la catalogación del material audiovisual presentará algunos cambios.	4%	21/12/2023	Evidencia Informes de Gestión Topico 3 Informe entregado 21-12-2023	En lo relacionado al ítem 3, la digitalización del material audiovisual se reportará en el mes de mayo de 2023, se realizó un inventario anterior, por lo tanto la catalogación del material audiovisual presentará algunos cambios.	4%	6,00%	76,00%

CODIGO:	M-07	PROCESO:	MISIONAL	DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:	GESTION TECNICA	PROMEDIO TOTAL	92%
PLAN ESTRATEGICO:	Nº Objetivo 6	Nº Estrategia 6	Tipo de Indicador: Eficacia X	Eficiencia: X	Efectividad X	Periodicidad: Trimestral	

PROBLEMA CENTRAL: Dificultad en la infraestructura tecnológica											CUMPLIMIENTO DE LA META		PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS													
OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer y optimizar la infraestructura tecnológica											ALCANTAR A LA META	71%	89%													
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO 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 REGISTRO	SEGUNDO REGISTRO	TERCER REGISTRO	CUARTO REGISTRO	TOTAL CONSOLIDADO										
<p>¿Que aspectos no se gestionan por su gestión que interese a otras áreas, y genera o tiene efectos que deban tener en cuenta para el logro del objetivo?</p>											Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
Mantener la señal analógica activa hasta el agosto.	Mantener la actual red de transmisión analógica del canal TRO.	Garantizar el funcionamiento de los equipos que conforman la red de transmisión de los multiplexadores, preamplificadores y conectores.	Mantenimiento analógico	Mantenimiento ejecutado / mantenimiento contratado "100"	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	25%	100%									
Implementación del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y Comunicaciones PETI	Aprobación institucional del PETI	Aprobación del PETI	Seguimiento realizado / seguimiento programado "100"	%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	50.0%	75.00%									
Debilidad en la implementación y ejecución del Decreto 012 de 2018	Aprobación institucional del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Aprobación del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Seguimiento realizado / seguimiento programado "100"	%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	50.0%	75.00%									
Implementación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Aprobación del plan de seguridad y privacidad de la información	Aprobación del plan de seguridad y privacidad de la información	Seguimiento realizado / seguimiento programado "100"	%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	50.0%	75.00%									
Tener un reporte diario sobre la obsolescencia en el flujo de trabajo	Reporte de obsolescencia	Reportes realizados	UND	0	2	2	2	2	2	2	2	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	50.0%	50.00%									
Elaborar un plan de compra adherencia a las necesidades del Canal	Medir la implementación del plan de compra	Proyecto ejecutado / proyecto suscitado a MITCT "100"	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	41.0%	81.00%									
Apoyar la operación del Canal TRO en cable operaciones	Incrementar la presencia del Canal TRO en cable operaciones	Certificar la presencia nacional e implementación del Canal TRO	Certificados de cobertura	Número de certificaciones emitidas	UND	0	10	10	10	10	10	16/05/2023	16/07/2023	01/11/2023	02/12/2023	20.0%	100.00%									

CODIGO:	A-08	PROCESO:	APOYO	DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO:	BIENES Y SERVICIOS	PROMEDIO TOTAL	79%
PLAN ESTRATEGICO:	Nº Objetivo 2	Nº Estrategia 2	Tipo de Indicador: Eficacia X	Eficiencia: X	Efectividad X	Periodicidad: Trimestral	

PROBLEMA CENTRAL: Falta de adecuación para preservar los bienes del Canal											CUMPLIMIENTO DE LA META		PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS									
OBJETIVO ESTRATEGICO: Adecuar y optimizar el espacio para organizar los bienes del canal											ALCANTAR A LA META	71%	89%									
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO 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 REGISTRO	SEGUNDO REGISTRO	TERCER REGISTRO	CUARTO REGISTRO	TOTAL CONSOLIDADO						
<p>¿Que aspectos no se gestionan por su gestión que interese a otras áreas, y genera o tiene efectos que deban tener en cuenta para el logro del objetivo?</p>											Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO
Falta de espacio adecuado en el área de almacenamiento de los bienes del Canal y los legados de trabajo.	Adecuar y mejorar el espacio físico del almacén, las áreas de almacenamiento de los bienes y los legados de trabajo.	Adecuación e mejora de las condiciones físicas del almacén y las áreas de trabajo.	Gestiones realizadas para la adecuación de los espacios de almacenamiento	Número	1	2	2	2	2	2	2	16/05/2023	16/08/2023	25/10/2023	25/10/2023	25%	100%					
Falta de control en la calidad de los bienes del Canal.	Controlar la calidad, ingreso e inventario de la información del software controlado, a ejecutivos en el periodo 2020 - 2023.	Potencializar e implementar el software controlado de los bienes.	% de cumplimiento de la información del software controlado de los bienes.	%	0	80%	100%	100%	100%	100%	100%	17/05/2023	16/08/2023	25/10/2023	25/10/2023	25.0%	85.00%					

Para el fortalecimiento financiero	Ejecutar los recursos de manera eficiente	Generar Sostenibilidad	Financieras	Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Neta	%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	Falta de ingresos, multas, sanciones, impositivos.	10/09/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 08-09-2023	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%	10/09/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 08-09-2023	Se identifica el no cumplimiento, no obstante, se observa un incremento en los ingresos del \$4.170 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, relacionado a la realización de inversiones en el área de producción y programación para la generación de contenidos, sin embargo, en el segundo semestre del año en curso donde se venían reflejados los ingresos de estas producciones, mediante la venta para publicidad.	4,00%	8/11/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 30-10-2023	Se identifica el no cumplimiento no obstante, se observa un incremento en los ingresos del \$26.412 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 cuarto trimestre deja un que, con respecto al mismo periodo del año anterior las pérdidas han disminuido en 37%. En el primer semestre del año el canal media emergencias y educativas comprometió en el área de producción y programación para la generación de contenidos, sin embargo, en el segundo semestre del año en curso donde se venían reflejados los ingresos de estas producciones, mediante la venta para publicitaria y demás servicios que genera el canal.	8,00%	20/01/2024	Estados Financieros a corte diciembre de 2023	Se analiza el indicador a 31 de diciembre de 2023, los posibles identificar la no consecución de la meta proyectada, a pesar de registrar un aumento en los ingresos de \$25.936 millones en comparación con el mismo periodo del año 2022. El resultado neto del ejercicio al 31 de diciembre de 2023 se vio significativamente afectado por diversas circunstancias, entre ellas un impacto de sanciones por \$817.084 millones, un castigo de orden de \$110.517 millones y sanciones fiscales por obligaciones anteriores por \$28.554 millones. Hay que señalar que estos factores extraordinarios generaron un impacto negativo de \$1.067 millones en el resultado final. Es importante destacar que, de no haberse presentado estos gastos extraordinarios, el resultado del ejercicio habría sido de \$202.044 millones.	56,00%	56,00%
Debilidad en recursos propios frente a FONTEC	Medir los recursos propios al aporte del FONTEC	Aumentar la consecución de recursos propios	Aumento de recursos propios	TOTAL RECURSOS PROPIOS / TOTAL DE INGRESOS	%	48%	1%	1%	1%	1%	1%	Participación de los ingresos = 54%.	10/09/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 08-09-2023	Para diciembre de 2023, se deberá contar con ingresos propios por un valor de superior a \$11.202 millones de pesos, se dice, que se cumplió con el objetivo establecido.	64%	10/09/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 08-09-2023	Participación de los ingresos = 51%. Se identifica que el indicador tiene un cumplimiento a junio de 2023 (promedio) del 54%, respecto a la línea base ajustada en un (7%) para cada año desde 2019.	91,00%	8/11/2023	Estados Financieros e Informe de Gestión Informe entregado 30-10-2023	Se identifica que el indicador tiene un cumplimiento a septiembre de 2023 (trimestre) del 320%, respecto a la línea base ajustada en un (7%) para cada año desde 2019.	120,00%	20/01/2024	Estados Financieros a corte diciembre de 2023	Se analizaron los compromisos por concepto de programación recursos propios y la consecución de los recursos propios de comercialización de cada uno de los servicios que presta la entidad para así mejorar la generación de recursos. Detalle y análisis del(los) indicador(es) Participación de los Ingresos = Total de los Ingresos Recursos Propios / Total de Ingresos. Participación de los Ingresos = 56%. Se identifica que el indicador tiene un cumplimiento a septiembre de 2023 (trimestre) del 107%, respecto a la línea base ajustada en un (7%).	56,00%	61,75%
														PROMEDIO TOTAL	60%														