

CODIGO: E-GT      PROCESO: ESTRATÉGICO      DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TRO DIGITAL  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 5      Nº 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					
			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		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
1. Bajos recursos 2. Falta de personal 3. Falta de equipos 4. Espacio inadecuados 5. Poco Flujo de información interna 6. Falta de apropiación de los diferentes programas	Mantener comunicación constante con las diferentes dependencias del Canal para mantener actualizada las plataformas digitales del Canal TRO	Obtener información de las 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%					
	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 parrilla digital, en formato reel vertical referente: -EL CAMERINO -LAS TRES DE AGENDA -AVANCE INFORMATIVO	43%					
	Generar tendencias y estrategias de contenido transmedia para la ampliación de la parrilla de programación.	Posicionar programas propios de la parrilla de programación en plataformas digitales del Canal TRO.	Producción de contenidos multiplataforma	Números proyectos posicionados/ Total de proyectos FONTIC de la Vigencia x100	%	100%	100%	100%	100%	100%	Directores de programas, director de contenidos y almacén	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 parrilla 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) MASCOTILANDIA (Alcance 3393)	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 parrilla 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%					
	Fortalecer el sistema informativo digital	Incrementar el número de seguidores plataformas digitales	% De crecimiento de seguidores en las Plataformas Digitales del Canal TRO	(Numero de seguidores aumentados / No. Total de seguidores actuales)*100	%	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 llevo a un total de <b>1,616,461</b> de seguidores y para el corte de 30 de marzo de 2023 llevo a un total de <b>1,193,788</b> de seguidores Distribuidos de la siguiente manera: 1. Twitter: 180438 2. Instagram: 111004 3. Facebook: 615619 4. Youtube: 286727  el cual disminuyó un -26% con <b>422673</b> , porque ya no se cuentan con dos redes sociales	0,0%					

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		
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	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
Falta de promoción del portafolio de servicios.	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.	Numero 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%			
	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 premias 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 areas del Canal y las alianzas	7/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo 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 Toledo 6. Nido 7. FICCI 8. Foro 'Fuerza Femenina' 9. Semana Santa en Pamplona Se registra evidencia de lo mencionado.	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 Mercadeo.	Numero de Eventos promocionados sobre la marca	(No. De eventos desarrollados / No. Total de eventos planeados) x100	%	70%	100%	100%	100%	100%		13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo Tópico 3 Informe entregado 23-05-2023	Para promover este reconocimiento, se participó en ocho eventos con los equipos de producción y periodísticos alternos, 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 Uno 7. Premios India Catalina 8. Firma de alianza con canal de Puerto Rico	25%			
	Identificar las alianzas más convenientes de acuerdo a las necesidades generadas desde el proceso de mercadeo y comunicaciones.	Articulación con otros organizaciones y medios de comunicación, permitiendo llevar la marca a más usuarios.	Numero de Alianzas efectuadas para el Canal TRO	Número de Alianzas efectuadas con organizaciones y medios de comunicación	Número	8	10	12	14	15	Todas las areas del Canal y las alianzas	13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo 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%			
	Generar acciones de comunicación y mercadeo junto con la herramienta IBOPE para socializar los resultados de medición de audiencias.	Reconocer las preferencias de contenidos de los televidentes a través de sus tres pantallas, revisando los alcances que tienen las producciones del Canal TRO.	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Numero de Estrategias de comunicación implementadas	Número	0	1	1	1	1		13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo 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%			
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		13/06/2023	Ver anexo en el informe de gestión Comunicaciones y Mercadeo 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%				
		Caracterización de clientes	(#clientes caracterizados/clientes totales)x100	%	0	100%	100%	100%	100%				No se ha realizado la caracterización de clientes	0%				



Contenidos dispersos, repetitivos y poco innovadores	Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.			(Total de programas evaluados en comercialización / total de programas en parrilla)x100	%	0%	100%	100%	100%	100%	17-may-23		<p>• Informe Comparativo Financiero de los ingresos percibidos por comercialización de Pauta del primer trimestre del año 2022 frente a los del año 2023, dónde se evidencia que en comparación con el año 2022 de los ingresos de publicidad percibidos en los meses de enero y marzo presentaron una disminución del 0.6% y 0.6 % frente a la comercialización de pauta del año 2022, en el mes de enero se presentó una disminución del -0.9 por comercialización de pauta frente al mismo mes del año 2020.</p>	25%		
	Crear y producir nuevos formatos televisivos e innovadores que alimeten 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%	17-may-23	Evidencia Informes de Gestion 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 Listado de Programas Emitidos y Promocionados durante el primer trimestre con la gestión de estas alianzas.</p> <p>1- CESIÓN TEMPORAL DE DERECHOS UNICEF 2- LICENCIA CANAL TELEISLAS 1 Y 2 3- LICENCIA CANAL TRO PARA TELEMEDULLIN 4- LICENCIA ENTUSADOS UNIVERSIDAD JAVERIANA 5- Licencia Los paisajes del hambre. signed 6- LICENCIA TELEMEDULLIN PARA CANAL TRO</p>	25%		
	Crear una parrilla de programación por franjas con una frecuencia establecida por género de contenido.	Que la audiencia identifique la producción de nuevos contenidos de formatos diferentes a él noticiero.	Estrategia de Programación	Parrilla programación ejecutada / Parrilla de programación proyectada x100	%	0%	100%	100%	100%	100%	17-may-23	Evidencia Informes de Gestion 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%		
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%	17-may-23	Evidencia Informes de Gestion Topico 5 02-05-2023	<p>El software de Broadcast Management System VSNCreate 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 programaron 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 tus contenidos (series, películas, programas, publicidad, etc.) y realiza segmentaciones desde el reproductor proxy para su correcta emisión. Previsualiza los contenidos, escaletas y videos y modifica los metadatos en el MAM sin salir de VSNCreate.</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 VSNCreate en la primera pantalla Canal TRO y se siguió implementa en la segunda</p>	0%		

CODIGO: M-GV	PROCESO: MISIONAL	DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 5	Nº Estrategia: 5	Tipo de Indicador: Eficacia: X
Eficiencia: X	Efectividad: X	Periodicidad: Trimestral
<p>PROBLEMA CENTRAL: Fortalecimiento de recursos, insumos, herramientas y capacitación.</p> <p>OBJETIVO ESTRATEGICO: Incrementar ventas</p>		
		<p>CUMPLIMIENTO DE LA META 100%</p> <p>ACEPTABLE 71%</p> <p>INCUMPLIMIENTO DE LA META 0%</p>
CAUSA	OBJETIVO	<p>PRIMER SEGUIMIENTO</p> <p>SEGUNDO SEGUIMIENTO</p>
DATOS DEL INDICADOR		METAS
OBSERVACIONES		

CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).	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	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
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	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%			
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	\$ 504.863.600	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%			
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	1593	39.891,4	\$ 1.368.835.200	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%				
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	\$ 637.944.800	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%			
No participación en la decisión de los contenidos futuros en la parrilla de programación.	Opinar y sugerir desde el punto de vista comercial de los nuevos proyectos o contenidos del canal incluyendo los digitales.	Mejorar la percepción del Departamento Comercial de los nuevos productos o contenidos para una mejor gestión comercial.	Socialización de los nuevos proyectos	(No de proyectos socializados a Comercial / No de proyectos o contenidos proyectados del Canal )x100	%	0%	100%	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 ofertarlas para cada uno de su lanzamiento. * FORMATO DE PROPUESTA PUBLICITARIA CANAL TRO * COMBOS EN LOS DIFERENTES MES SEGÚN LA IMPORTANCIA DE FECHAS ESPECIALES, CON LA FINALIDAD DE OFRECERLE DESCUENTOS A CLIENTES Y LOS POSIBLES * COMBO DEL MES DE ABRIL, SEGÚN 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 óptimo 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%			

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

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.	CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
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	ACEPTABLE	71%	99%
	INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR					METAS					OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO					SEGUNDO SEGUIMIENTO				
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	2023	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 histórico Audiovisual*100	%	20%	25%	30%	35%	40%	TECNICA - ALMACEN	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestion Tópico 1 Informe entregado 08-06-2023	En lo que respecta al Archivo Audiovisual (Histórico) 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 (miniv, vhs, betacam, umatic) 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%								
				Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100	%	100%	100%	100%	100%	100%	13/06/2023	Evidencia Informes de Gestion 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%									
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 Gestion 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 tercerizar esta actividad para progresar de manera paralela en el tópico 1 y 3, desarrollando esta actividad cumpliendo con los parámetros exigidos.	0%								

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

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la infraestructura tecnológica	CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer y gestionar la infraestructura tecnológica	ACEPTABLE	71%	99%
	INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA	OBJETIVO	DATOS DEL INDICADOR	METAS	OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO	SEGUNDO SEGUIMIENTO
-------	----------	---------------------	-------	---------------	--------------------	---------------------

CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).)	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	Que aspectos no controlables por su gestión que pertenecen a otras areas, a gerencia o Junta Directiva se deben tener en cuenta para el logro del objetivo?	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación
Mantener la señal analoga activa hasta el apagón.	Mantener la actual red de transmisión irradada analogica del canal TRO.	Garantizar el funcionamiento de los equipos que conforman la red de transmisión a traves de los mantenimientos preventivos y correctivos.	Mantenimientos red analoga	Mantenimietos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 1 02-05-2023	Durante la primera rutina de mantenimiento preventivo de las estaciones análogas se observa normalidad en las estaciones de • Lebrija: Estación operando con normalidad. • San Gil: Se ajustan niveles de IF y RF; estación operando con normalidad. • Saboya: Amplificador de envía a mantenimiento especializado. • Barrancabermeja: Estación operando con normalidad. • Cerro Oriente: Se ajustan niveles de RF; estación operando con normalidad. • Pueblo Nuevo: Estación operando con normalidad. • Tasajero: Estación operando con normalidad. • Chinitocá: 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%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	No se presento avance de este topico.	0,00%			
	Implementación del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación Institucional del Plan de Tratamiento de Riesgo y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de tratamiento de riesgos y seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	No se presento avance de este topico.	0,00%			
	Implementación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	100%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 2 02-05-2023	No se presento avance de este topico.	0,00%			
Ejecutar un plan de compras coherente a las necesidades del Canal	Incorporar la tecnología adecuada que garanticen los flujos de trabajo optimos en las diferentes áreas	Tener un reporte para evitar la obsolescencia en el flujo de trabajo	Reporte de obsolescencia	Reportes realizados	UND	0	2	2	2	2	Almacen	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 3 02-05-2023	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%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 3 02-05-2023	• PLAN DE INVERSIÓN LINEA DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA 2023. RESOLUCIÓN MINTIC 0017 DEL 2023 o Avance: 7% o Presupuesto: \$2.264.732.451 IVA INCLUIDO o Comprometido: \$475.961.162 IVA INCLUIDO o Pagado: \$151.114.442 o Contrato de compra 01: Adquisición amplificador cabezera satelital o Orden de compra 005: Adquisición brazo robótico archivo audiovisual.	7,00%			
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	Parabólicas y Operadores de Cable	16/05/2023	Evidencia Informes de Gestion Topico 4 02-05-2023	Certificados retransmisión de: • FIBERNET ISP ZOMAC S.A.S, TELNET CO S.A.S, ASOCIACION DE COPROPIETARIOS DE LA ANTENA PARABOLICA GACHACIPA AFG.	30,00%			

CODIGO: A-GB PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: BIENES Y SERVICIOS

PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: Trimestral

PORCENTAJE CUMPLIMIENTO DE LAS METAS

PROBLEMA CENTRAL: Falta de adecuación para preservar los bienes del Canal	CUMPLIMIENTO DE LA META	100%	
OBJETIVO ESTRATEGICO: Adecuar y redistribuir el espacio para organizar los bienes del canal.	ACCEPTABLE	71%	99%
	INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%

CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).)	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR					METAS					OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO					SEGUNDO SEGUIMIENTO				
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2020	2021	2022	2023	Fecha de seguimiento	Evidencia		Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación					
Falta de espacio adecuado en almacen, archivo central, audiovisual y demás áreas del canal que afectan la conservación de los bienes y los lugares de trabajo.	Adecuación y mejoramiento del espacio físico del Almacén, las otras áreas del Canal y los lugares de trabajo.	Adecuación y mejoramiento del Espacio físico del 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	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 guardias 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 los 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%								

CODIGO: A-GD PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTION DOCUMENTAL

PROBLEMA CENTRAL: Falta de Espacio Adecuado para la conservación del Archivo Central														CUMPLIMIENTO DE LA META	100%			
OBJETIVO ESTRATEGICO: Custodia, conservación y preservación de los documentos.														ACEPTABLE	71%	99%		
														INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%		
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS					OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO		
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir, r, ...))	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	¿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
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 Gestion y Desempeño en Acta No.001 del 25 de enero de 2023 la aprobación del PINAR para la vigencia 2023	25%			
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 1158 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%			
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) - Almacen (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%			

CODIGO: A-GT PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TALENTO HUMANO

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.														CUMPLIMIENTO DE LA META	100%				
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.														ACEPTABLE	71%	99%			
														INCUMPLIMIENTO DE LA META	0%	70%			
CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS					OBSERVACIONES	PRIMER SEGUIMIENTO				SEGUNDO SEGUIMIENTO			
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas pregúntese, ¿por qué pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir, r, ...))	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	¿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	
Faltencias en los procedimientos y programas del área de Talento Humano.	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	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 Previsión Vacantes (A-GT-PL-03) aprobado ante comité de gestión y desempeño el 25 de enero de 2023.	100%			
	Definir las practicas o instrumentos por los cuales se evaluara el desempeño de los funcionarios del canal. (planificación y evaluación).	Instrumento de evaluación aplicado	Evaluación de desempeño	(# de evaluaciones realizadas / # de funcionarios a evaluar) * 100	Porcentaje	100%	100%	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%			
	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%	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, trasmidia 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%			

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 la falta de recursos para la asignación de incentivos.	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 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- COMITÉ CONVIVENCIA LABORAL, prevención de violencia y acoso en el trabajo. 6- Celebración día del periodista 7- Celebración día del contador 8- Celebración día del camarógrafo y fotógrafo 9- Taller código de vestuario 10- Reconocimiento Mensual	25%		
Gestionar y Fortalecer convenios con instituciones educativas para la búsqueda de convenios de practicantes profesionales con miras al logro del fortalecimiento de las diferentes áreas, igualmente generar convenios estratégicos de formación para los trabajadores del canal.	Convenios establecidos, bajo parámetros acordados por ambas partes	Convenios generados	# de Convenios generados y/o nuevos	Número	12	2	2	2	2	El manejo actual de relaciones con instituciones puede salir de la misma área de talento humano, pero en la actualidad quien tiene y maneja contactos son las áreas de mercado y comercial.	16/05/2023	Evidencia Informe de Gestión Topico 6 27/04/2023	Para la vigencia 2023 no se ha efectuado ningún convenio	0%		
Actualización y ejecución del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Estructura del Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Seguimiento al SG-SST	% de cumplimiento de implementación según los lineamientos de ley, basados en la resolución 0312.	Porcentaje	47,25%	75%	80%	100%	100%	El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSST				0,00%		

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		
CAUSA DEL PROBLEMA (Para encontrar las causas preguntese, poque pasa ese problema?)	OBJETIVO ESPECIFICO (Que responda a la causa del problema y redactelo en infinitivo (ar, er, ir).		NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	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
Falta autosostenibilidad financiera	Ejecutar los recursos de manera eficiente	Generar Sostenibilidad	Indicadores Financieros	Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	1.934.878.732	5%	5%	5%	5%	Falta de ingresos, multas, sanciones, imprevistos.	10/08/2023	Estados Financieros e Informe de gestion 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.	100%			
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%	1%	1%	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%				
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%			
														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 cumpliría con el objetivo estratégico.				



	TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%					25%
0%				0%					43%
0%				0%					25%
0%				0%					25%
0,00%				0%					0,0%
PROMEDIO TOTAL									24%

% CUMPLIMIENTO	TERCER SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	CUARTO SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
				0%					100%
0%				0%					25%
0%				0%					25,0%
0%				0%					25%
0%				0%					25,0%
0%				0%					25,0%
0%				0%					0,0%

0%				0%					25,0%
0%				0%					25,0%
0%				0%					25,0%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>30%</b>

% CUMPLIMIENTO	TERCER SEGUIMIENTO			CUARTO SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
0%				0%				25%
0,00%				0,00%				61%
0%				0%				25%

0%				0%				25%
0%				0%				25%
0%				0%				25%
0%				0%				0%
PROMEDIO TOTAL								27%

% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%					25%
0,00%				0,00%					28,00%
0,00%				0,00%					9,00%
0,00%				0,00%					11,00%
0%				0%					25%
0%				0%					25%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>21%</b>

TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO	
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		% CUMPLIMIENTO
0%				0%				0%	6%
0%				0%				0,00%	25,00%
0%				0%				0,00%	0,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>10%</b>

TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				
--------------------	--	--	--	--------------------	--	--	--	--

% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%				0%	25%
0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
0,00%				0,00%					0,00%
0,00%				0,00%					0,00%
0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
0,00%				0,00%				0,00%	7,00%
0,00%				0,00%				0,00%	30,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>9%</b>

TERCER SEGUIMIENTO				CUARTO SEGUIMIENTO				TOTAL CONSOLIDADO	
% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
0%				0%				0%	25%
0,00%				0,00%				0,00%	10,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>18%</b>

% CUMPLIMIENTO	TERCER SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	CUARTO SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
0%				0%				0%	100%
0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>33%</b>

% CUMPLIMIENTO	TERCER SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	CUARTO SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
0,00%				0,00%				0,00%	100,00%
0,00%				0,00%				0,00%	0,00%
0%				0%				0%	25,00%

0%				0%				0%	25,00%
0%				0%				0%	100,00%
0,00%				0%				0%	0,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>									<b>42%</b>

% CUMPLIMIENTO	TERCER SEGUIMIENTO			CUARTO SEGUIMIENTO			% CUMPLIMIENTO	TOTAL CONSOLIDADO
	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación		
0%				0%			0%	100%
0,00%				0,00%			0,00%	0,00%
0,00%				0,00%			0,00%	54,00%
<b>PROMEDIO TOTAL</b>								<b>51%</b>