



PROCESO: ESTRATÉGICO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TRO DIGITAL  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 5 N° Estrategia: 5 Código Indicador: \_\_\_ Tipo de Indicador: Eficacia:  Eficiencia:  Efectividad:  Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Falta de contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales

OBJETIVO ESTRATEGICO: Generar contenido digital propio para el Sitio Web y las Redes sociales para posicionar el Canal TRO como medio digital

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
<b>1. Bajos recursos</b> <b>2 Falta de personal</b> <b>3. Falta de equipos</b> <b>4. Espacio inadecuados</b> <b>5. Poco Flujo de información interna</b> <b>6. Falta de apropiación de los diferentes programas</b>	Mantener comunicación constante con las diferentes dependencias del Canal para mantener actualizada las plataformas digitales del Canal TRO	Obtener información de las dependencias para publicar en plataformas digitales del Canal TRO	Flujo de información interna	(Información recolectada/Información solicitada)x100	%	90%	98%	Todas las dependencias del Canal				
	Diseñar y generar contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales del Canal TRO	Incrementar la interacción en plataformas digitales de Canal TRO	Producción de contenido exclusivo digital	Número de contenidos	Número	0	5	Gerencia				
	Generar estrategias de contenido multiplataforma para programas propios de la parrilla de programación para ser implementadas por sus directores y productores	Posicionar programas propios de la parrilla de programación en plataformas digitales del Canal TRO.	Producción de contenidos multiplataforma	Números proyectos posicionados)/ Total de proyectos FONTIC de la Vigencia x100	%	100%	100%	Directores de programas, director de contenidos y almacén				
	Asesorar proyectos especiales del material promocional para plataformas digitales	Promocionar proyectos especiales para las plataformas digitales del Canal TRO	Publicación de material promocional de proyectos especiales	(Número de proyectos asesorados/ Número de proyectos especiales)x100	%	0	100%	Proyectos, gerencia, directores de proyectos especiales.				
	Fortalecer el sistema informativo digital	Incrementar el número de seguidores plataformas digitales	% De crecimiento de seguidores en las Plataformas Digitales del Canal TRO	Número de seguidores finales - Número de seguidores iniciales	%	30%	85%	Sistema informativo				



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: E-GC

E-PI-P03-F01  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: ESTRATÉGICO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMUNICACIONES Y MERCADEO  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 9 N° Estrategia: 9 Código Indicador: \_\_\_ Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la marca y en las comunicaciones institucionales

OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer la marca y las comunicaciones del Canal TRO.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
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).							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?				
Falta de promoción del portafolio de servicios.	Diseñar un plan con estrategias de mercadeo, para promocionar el portafolio de productos y servicios de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Que las empresas del oriente colombiano conozcan los servicios y productos del canal tro	Promoción de portafolio	(Número de estrategias ejecutadas/Número de estrategias diseñadas)x100	%	90%	100%	Desacuerdo entre las partes Incumplimiento de proveedores - Recursos financieros				
	Planear y asistir a los eventos culturales y comerciales más importantes del oriente colombiano	Mayor visibilidad del canal y oportunidad de los ejecutivos para nuevos clientes	Eventos de promoción portafolio	(Eventos asistidos/Eventos proyectados)x100	%	85%	100%	Todas las areas del Canal y las alianzas				

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.	Eventos de promoción de marca	(eventos desarrollados/eventos planeados)x100	%	70%	100%					
	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.	Alianzas con organizaciones y medios	Número de Alianzas con organizaciones y medios de comunicación	Número	8	12	Todas las areas del Canal y las alianzas				
	Generar acciones de comunicación y mercadeo junto con la herramienta IBOPE para socializar los resultados de medición de audiencias.	Determinar la aceptación de la programación por parte de los televidentes.	Estrategias de comunicación	Número de estrategia	Número	0	1					
Falta de medición satisfacción del cliente	Generar estrategia de fidelización de clientes para generar una relación cercana con el anunciante y darle valor	Aumentar la confianza del anunciante y el consumo del portafolio de servicios	Fidelización de clientes	Número de Estrategias de fidelización de clientes	Número	0	1					
	Evaluar la satisfacción del cliente	Medir el nivel de satisfacción general de los clientes sobre los servicios	Caracterización de clientes	(#clientes caracterizados/clientes totales)x100	%	0	100%					
			Satisfacción del cliente	(Evaluaciones realizadas/Cantidad total de clientes)x100	%	50%	100%					
Falta de un plan de medios dirigido	Diseñar estrategias de Comunicación, para promoción de series y programas de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Dar a conocer en su totalidad los contenidos del canal	Promoción de nuevas producciones	(Número de estrategias ejecutadas/Número de estrategias diseñadas)x100	%	0	100%					

Falta mayor asertividad en la comunicación interna	Generar Estrategias que permitan una comunicación continua y fluida entre líderes de gestión, funcionarios y contratistas	Que la comunicación interna fluya de manera adecuada	Comunicación asertiva	( Número de estrategias ejecutadas/ Número de estrategias planteadas)x100	%	0	100%					
--	---	--	-----------------------	---	---	---	------	--	--	--	--	--



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: M-GP

E-PI-P03-F01  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 6 N° Estrategia: 6 Código Indicador: \_\_\_ Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Baja marcación de los niveles de audiencia en pantalla de señal principal de acuerdo a resultados arrojados por los sistemas de medición

OBJETIVO ESTRATEGICO: Aumentar los niveles de retención de audiencia.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
No se han reforzados las estrategias digitales que apalanchen la emisión de contenidos a través de su pantalla o señal principal	Diseñar y ejecutar nuevas estrategias de contenido alineadas en el fortalecimiento de la identidad cultural con el gran Santander	Hacer perdurable la marca CANAL TRO en el imaginario colectivo.	Diseño Estrategia de Contenido	( publicaciones realizadas/publicaciones diseñadas)x100	%	100%	100%	Que las areas ejecuten el contenido sin tener en cuenta el lineamiento del diseño de la estrategia de contenido inicial				
Contenidos dispersos, repetitivos y poco innovadores	Aumentar los niveles de audiencia de los contenidos que forman parte de la parrilla de programación.	Que los productos cumplan con las estructuras narrativas y estandares de calidad establecidas por la entidad.	Seguimiento de contenidos	Aumento de audiencia	%	0%	15%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal				
	Evaluar la calidad de los contenidos emitidos.			(Total de programas evaluados /total de programas propios en la parrilla)x100	%	0%	100%					
				(Total de programas evaluados en comercialización/total de programas en parrilla)x100	%	0%	100%					
	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%	Respaldo y financiación para la creación de nuevas propuestas televisivas (Formatos)				
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%	Que la audiencia no reciba con aceptación los contenidos emitidos por el canal para esta franja					

Flujos de Comunicación Dispersos dentro de las operaciones realizadas en el canal	Utilizar frecuentemente la herramienta crea TV para centralizar toda la información que genera la programación de él canal.	Digitalizar y centralizar la información generada por las áreas de él canal.	Utilización herramienta Crea TV	(Información registrada en software/Total hoja de vida de contenido de proyectos)x100	%	0%	15%	Recursos financieros para capacitación en utilización de la herramienta				
--	---	--	------------------------------------	--	---	----	-----	--	--	--	--	--



PROCESO: MISIONAL DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 5 N° Estrategia: 5 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Fortalecimiento de recursos. insumos, herramientas y capacitación.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Incrementar ventas

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta de capacitación continua de los ejecutivos.	Capacitar en temas y estrategias comerciales y digitales a los ejecutivos comerciales.	Personal capacitado para realizar la gestión comercial	Capacitaciones por año	No de Capacitaciones realizadas	Número	0	4	Gerencia / Talento Humano				
Débil gestión comercial a nivel nacional y local	Plantear estrategias comerciales novedosas.	Crecimiento en ventas	Ventas Nacionales	Ventas Nacionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	400	600	Gerencia				
			Ventas Regionales	Ventas Regionales Año Vigencia	Pesos (En Millones)	1230	1.239.891.500	Gerencia				
Ausencia gestión comercial en la plaza de Cúcuta.	Crear un apoyo comercial en Cúcuta	Crecimiento en ventas	Ventas del área comercial en Cúcuta por año	Ventas ejecutadas año	Pesos (En millones)	370	495.891.500	Gerencia				
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%	Programación y producción / Gerencia				
Falta de personal de producción en el área comercial	Disponer de un periodista y camarógrafo-editor para la realización de contenidos comerciales para la primera pantalla y digitales.	Ofrecer un servicio óptimo y rentable post-venta	Notas Comerciales	(No.de notas comerciales realizadas / No de notas comerciales contratadas)x100	%	100%	100%	GERENCIA / TALENTO HUMANO				



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: M-GA

E-PI-P03-FO1  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: ARCHIVO AUDIOVISUAL  
PLAN ESTRATEGICO: N° Objetivo: 2 N° Estrategia: 2 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

**PROBLEMA CENTRAL:** Debilidad en la seguridad de la información del archivo audiovisual.

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

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
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%	30%	TECNICA - ALMACEN				
				Archivo catalogado/Total material producido en la vigencia*100	%	100%	100%					
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%	45%	Almacén / Gerencia /Talento humano / Técnica - Entidad Externa - MINTIC				





TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
 CODIGO: M-GT

E-PI-P03-FO1  
 Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: MISIONAL DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTIÓN TÉCNICA  
 PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 6 Nº Estrategia: 6 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Debilidad en la infraestructura tecnológica

OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer y gestionar la infraestructura tecnológica

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Mantener la señal analoga activa hasta el apagón.	Mantener la actual red de transmisión irradiada analogica del canal TRO.	Garantizar el funcionamiento de los equipos que conforman la red de transmisión a través de los mantenimientos preventivos y correctivos.	Mantenimientos red analoga	Mantenimietos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC				
Debilidad en la implementación y apropiación del Decreto 612 de 2018	Implementación del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y Comunicaciones PETI	Apropiación Institucional del PETI	Apropiación del PETI	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia				
	Implementación del Plan de Tratamiento de Riesgos y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación Institucional del Plan de Tratamiento de Riesgo y Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de tratamiento de riesgos y seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia				
	Implementación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Apropiación del plan de seguridad y privacidad de la información	Seguimientos realizados / seguimientos programados*100	%	0%	100%	Area Financiera, Gerencia				
Ejecutar un plan de compras coherente a las necesidades del Canal	Incorporar la tecnologia adecuada que garanticen los flujos de trabajo optimos en las diferentes áreas	Tener un reporte para evitar la obsolescencia en el flujo de trabajo	Reporte de obsolescencia	Reportes realizados	UND	0	2	Almacen				
		Medir la implementación del plan de compras	Implementación del plan de compras	Proyectos ejecutados / proyecto suscritos a MinTic*100	%	100%	100%	Area Financiera, Gerencia y MINTIC				
Ampliar la cobertura del Canal TRO- en cable operadores	Incrementar la presencia del Canal TRO en la zona de cobertura de nuestra huella satelital y streaming	Certificar la presencia nacional e internacional del Canal TRO	Certificados de coberturas	Número de certificados nuevos	UND	0	10	Parabólicas y Operadores de Cable				



PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: BIENES Y SERVICIOS  
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Código Indicador:    Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Falta de adecuación para preservar los bienes del Canal

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

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta de espacio adecuado en almacén, archivo central, audiovisual y demás áreas del canal que afectan la conservación de los bienes y los lugares de trabajo.	Gestionar la adecuación del espacio físico idóneo que facilite el almacenamiento óptimo de los bienes 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	Número	1	2	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos Depende de la voluntad de gestión o política de los socios de la entidad.				
Falta de control en la salida e ingreso de bienes del canal.	Controlar la salida, ingreso y estado de los bienes del canal mediante un la potencialización del software contable.	Potencializar e implementar el software contable del canal, para el control pertinente de bienes.	Implementación de software para el Control de los bienes	% de cumplimiento de Implementación del software de control de bienes	%	0	100%	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos				



PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: GESTIÓN DOCUMENTAL  
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 3 Nº Estrategia: 3 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficiencia: X Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

PROBLEMA CENTRAL: Falta de Espacio Adecuado para la conservación del Archivo Central

OBJETIVO ESTRATEGICO: Custodia, conservación y preservación de los documentos.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
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%					
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%	50%	Gerencia (Recursos), talento humano (personal), compra de licencia de Drive almacenamiento ilimitado en la nube anual				
Falta de Espacio - personal	Realizar Transferencias de los Archivos de Gestión al Archivo Central	Cumplimiento del Plan de Trasnferencia según lo estipulado en el Acuerdo 042 de 2002	Transferencias documentales	(# de Transferencias realizadas por año/ # Dependencias (16) que realizan transferencias )*100	%	96%	100%	Archivos de Gestión (entrega de documentos inventariados y depurados) - Almacen (Estantes) - Gerencia - Talento Humano (Personal)				



PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: TALENTO HUMANO  
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 8 Nº Estrategia: 8 Código Indicador: Tipo de Indicador: Eficacia: X Eficencia: Efectividad: X Periodicidad: TRIMESTRAL

**PROBLEMA CENTRAL:** Falta de análisis de las necesidades y expectativas de la cantidad y calidad del Talento Humano que requiere la institución, junto a la falta de generación de oportunidades que aporten crecimiento, bienestar y estabilidad de todo el personal dentro del canal TRO.

**OBJETIVO ESTRATEGICO:** Prever y llevar a cabo acciones y estrategias para el aprovechamiento y desarrollo del Talento Humano, en funciones de las responsabilidades y necesidades de la institución, garantizando personal suficiente y competente enfocado al logro de las metas y objetivos institucionales.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
<b>Falencias en los procedimientos y programas del area de Talento Humano.</b>	Analizar y definir las características y condiciones de los cargos y competencias de los funcionarios que requiere el canal para funcionar. (actualización o creación de manuales de funciones).	Manual de funciones de cargo actualizado	Manual de funciones actualizado	Actualización del Manual de funciones	Unidad	0		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	El no cumplimiento en cuanto el aprovisionamiento y selección del personal requerido por el canal.				
	Actualizar e incluir procedimientos en la estructura de planeación de talento humano, para mejorar actividades de desarrollo que se ejecutan en el área.	Actualización del procedimiento de Talento Humano	Procedimientos de Talento Humano actualizados o creados	# Procedimientos Nuevos / # de procedimientos existentes *100%	Porcentaje	100%	20%	La aprobación por parte de la alta dirección de los lineamientos propuestos por Talento Humano.				
	Definir las practicas o instrumentos por los cuales se evaluara el desempeño de los funcionarios del canal. (planificación y evaluación).	Instrumento de evaluación aplicado	Evaluación de desempeño	# de evaluaciones realizadas / # de funcionarios a evaluar *100%	Porcentaje	100%	100%	La no aplicación adecuada del instrumento de evaluación				
	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	Capacitaciones Ejecutadas	Capacitaciones Realizadas / Capacitaciones planeadas *100%	Porcentaje	100%	100%	La inasistencia y disponibilidad del personal de las áreas de la institución a las capacitaciones. Falta de asignación presupuestal				

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	Actividades de Bienestar e incentivos realizadas / programadas *100%	Porcentaje	100%	100%	La inasistencia del personal de las áreas de la institución a las actividades de bienestar o la falta de recursos para la asignación de incentivos.				
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	El manejo actual de relaciones con instituciones puede salir de la misma área de talento humano, pero en la actualidad quien tiene y maneja contactos son las áreas de mercadeo y comercial.				
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%	80%	El compromiso de toda la organización es indispensable para dar cumplimiento al SGSST				



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"  
CODIGO: A-GF

E-PI-P03-FO1  
Versión 1 Septiembre 01 de 2014

PROCESO: APOYO DEPENDENCIA QUE EJECUTA EL PROCESO: FINANCIERA Y PRESUPUESTAL  
PLAN ESTRATEGICO: Nº Objetivo: 2 Nº Estrategia: 2 Código Indicador:    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

OBJETIVO ESTRATEGICO: Administrar y ejecutar los recursos financieros de manera eficiente y eficaz.

CAUSA	OBJETIVO	RESULTADO CONCRETO ESPERADO	DATOS DEL INDICADOR			METAS		OBSERVACIONES	Fecha de seguimiento	Evidencia	Observación	BSC (Rojo inferior a 70% cumplimiento / Amarillo 71 - 99% cumplimiento / Verde 100% de cumplimiento )
			NOMBRE DEL INDICADOR (EFECTIVIDAD: CAMBIO DE LA CAUSA Y CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO).	FORMULA DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE	2021					
Falta autosostenibilidad financiera	Ejecutar los recursos de manera eficiente	Generar Sostenibilidad	Indicadores Financieros	Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	1.934.878.732	5%	Falta de ingresos, multas, sanciones, imprevistos.				
				Margen Neto (de Utilidad) % = Utilidad Neta / Ingresos Netos	%	1%	1%					
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%					