



TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LTDA. "CANAL TRO"

PROCESO: GERENCIA

PROBLEMA CENTRAL: Restricciones para la competitividad del Canal TRO, relacionadas con personal, procesos y tecnología que impiden alcanzar la auto-sostenibilidad y limitan la eliminación de riesgos en la mejora continua de la prestación del servicio.

OBJETIVO ESTRATEGICO: Fortalecer la competitividad del Canal TRO por medio de un proceso de gestión estratégica que permita dinamizar proyectos, sistemas de gestión, Gestión tecnológica, nuevos negocios y la comunicación efectiva logrando la auto sostenibilidad.

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	2018					
Falta autosostenibilidad financiera	Ejecutar los recursos de manera eficiente	Generar Sostenibilidad	Indicadores Financieros	Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	1,447,725,092	5%	Falta de ingresos, multas, sanciones, imprevistos.				
				Margen Ebitda (%) = Margen Ebitda (\$)/Ingresos Operacionales	%	1%	2%					
				TOTAL RECURSOS PROPIOS /TOTAL DE INGRESOS	%	43%	5%					
Insuficiencia de contenidos	Adquirir nuevos Programas orientados a segmentos de mercado específicos.(Juvenil, Infantil; etc.)	Fortalecer la parrilla cuantitativa y cualitativamente.	Contenidos audiovisuales	(Contenidos audiovisuales Adquiridos / Contenidos audiovisuales Gestionados)*100	%	%	90%	Rubro insuficiente dentro del presupuesto anual.				
	Realizar proyectos audiovisuales con contenidos variados.		Producción de contenido audiovisuales	(Proyectos Ejecutados/ Proyectos Gestionados)*100	%	40%	27%	Disposición insuficiente de recursos propios y de transferencias.				
	Establecer alianzas inter institucionales para intercambiar proyectos audiovisuales.		Alianzas Estratégicas	(Alianzas estratégicas ejecutadas / Alianzas estratégicas gestionadas)*100	%	%	100%	Desacuerdo entre las partes sobre las condiciones.				
Carencia de espacios adecuados. Incremento en la inversión de bienes. Falta de recursos económicos para la adecuación de espacio.	Garantizar la conservación de los bienes de consumo y devolutivos a través de una redistribución y organización dispuesto para tal fin	Optimizar los espacios Mejorar el proceso adecuar los espacios destinados para la ubicación de los bienes de consumo y devolutivos	Adecuación de espacios optimizar el espacio a través de una redistribución del mismo	N° Espacios adecuados/N° Espacios existentes *100	%	0	80%	Gerencia - Financiera - Recursos Humanos				

NC4-1 El canal no cuenta con una infraestructura de transmisión robusta para la señal irradiada analógica.	OESP4-1 Fortalecer la actual red de transmisión irradiada analógica 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 analógica	Mantenimientos ejecutados / mantenimientos contratados *100	%	100%	100%	Área Financiera y Gerencia			
NC4-2 Falta de equipos para la cobertura de la señal TDT en la región.	OESP4-2 Gestionar la ampliación de la cobertura de la señal de Televisión Digital Terrestre-TDT en la región.	Ampliar las zonas de cobertura de la señal pública irradiada TDT en la región	Estaciones de transmisión	Número de estaciones gestionadas	UND	2	2	ANTV, RTVC, Área Financiera y Gerencia			
NC4-3. Debilidad en el sistema de automatización.	OESP4- Fortalecer los sistemas de automatización.	Garantizar y fortalecer los flujos de automatización del material audiovisual	Equipos de automatización	Equipos adquiridos	UND	4	4	ANTV, Área Financiera y Gerencia			0%
NC4-4. Debilidad en la infraestructura tecnológica para la transmisión, recepción y distribución de señales. (Redes IP y 4G).	OESP4-4 Fortalecer los sistemas de transporte de señal	Habilitar la recepción simultánea de los cubrimientos periodísticos en la región	Aumento de canales para la recepción en simultáneo de los cubrimientos periodísticos en la región	Canales habilitados	UND	3	4	ANTV, Área Financiera y Gerencia			
NC4-5 El Canal está limitado para la realización de producciones audiovisuales en exteriores.	OESP4-5 Diseñar unidad móvil #3 HD, Fortalecer y gestionar equipos de producción Móvil con placas xv-x-888 HD	Plan de acción para la implementación unidad móvil #3 HD, Incorporación de equipos de producción unidad móvil con placas xv-x-888 HD	producción audiovisual	1. diseño móvil 3 2. número de equipos adquiridos/ número de equipos proyectados	UND	4	4	ANTV, Área Financiera y Gerencia			
1. Insuficiencia de alianzas inter institucionales. 2. Inexistencia planeación.	Identificar las alianzas más convenientes de acuerdo a las necesidades generadas desde el proceso de comunicaciones.	Articulación con otros medios de comunicación, permitiendo llevar la información a más usuarios.	Estrategias con medios de comunicación	(Número de alianzas ejecutadas /Número de alianzas planeadas)*100	%	0	17%	Desacuerdo entre las partes Incumplimiento de proveedores Recursos financieros			
	Diseñar estrategias de Mercadeo, para promocionar el portafolio de productos y servicios orientados al posicionamiento de la marca institucional de la televisión Regional del Oriente Ltda.	Promocionar el portafolio	Promoción del portafolio de servicios	(Número de estrategias logradas /Número de total de estrategias diseñadas)*100	%	0	17%	Todas las áreas del Canal y las alianzas			
	Planear, apoyar y gestionar eventos y/o actividades para posicionamiento de marca.	Participar en eventos y/o actividades	Eventos y/o actividades	Número de eventos planeados + apoyados	UND	0	2	1. Permisos para el desarrollo de las Actividades en lugares externos al Canal. 2. Acuerdo entre las partes 3. Asistencia			
1. La no inclusión en cable operadores Satelitales. 2. Carencia de un sistema de costos para	Gestión la inclusión en operadores satelitales	Mejorar los ingresos por ventas	Gestión realizada	Gestiones realizadas/N° Gestiones proyectadas*100	UND	1	1	Gerencia			
	Buscar Alternativas o estrategias de venta que puedan ser accesibles y efectivas para nuestros clientes		Incremento en las ventas 2016 - 2019	Ventas ejecutadas/Ventas proyectadas	%	0	100%	Comportamiento del mercado-			

Ofertar.	Gestionar la implementación de un sistema de costos	Mejorar la competitividad	Gestión	Gestiones realizadas/Nº Gestiones programadas	Número	0	1	Recursos económicos				
----------	---	---------------------------	---------	---	--------	---	---	---------------------	--	--	--	--

Falta de espacio	Identificar un lugar que cuente con las condiciones para el almacenamiento de la información.	Unificar el Archivo Central	Gestionar	No Gestiones Realizadas	Und	0	1	Gerencia, Almacén y Técnica				
	Organizar los documentos del Archivo Central	Fácil acceso a la información	Verificación de Archivos	(Cant. Archivo Organizado/ Archivo Total)*100	%	0	100	Aprobación de practicantes para el área de GD por parte de Gerencia				
	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/ # de años acumulados)*100	%	0	30%	Archivos de Gestión (entrega de documentos inventariados y depurados)				
1. Personal. 2) Equipos. 3)Espacio físico.	Digitalizar el material del archivo audiovisual.	Digitalizar el material del archivo audiovisual.	Digitalización del material.	Total de material digitalizado y catalogado / Total de material audiovisual inventariado	%	2,3	10%	Almacén / Gerencia /Talento humano / Técnica				
Falta de mercadeo de la oferta de servicios del archivo audiovisual.	<p>Crear la estrategia de venta de la oferta de servicios del archivo audiovisual.</p> <p>1. Eventos Programados / Eventos ejecutados: En ellos se promociona el servicio de copia del evento realizado y se reparten tarjetas del servicio que se presta.</p> <p>2. Visitas Guiadas de Colegios Y Universidades en las instalaciones del Canal TRO, en las cuales se promociona la Digitalización de Betamax, VHS, Betacam, MDV, a un mejor sistema CD en formato de memoria.</p> <p>3. 3. Visita a Colegios que se realizaran en conjunto con el área de mercadeo y comercial, el cual ofrecerá paquetes completos, en los que se incluirá: transmisiones, grabación de los eventos que realicen, digitalización con su respectiva copia por parte de archivo audiovisual</p>	Promocionar los productos y servicios del archivo audiovisual	Promoción y puesta en marcha de la oferta de servicios del archivo audiovisual.	Estrategias Programados/Estrategias Ejecutados (%)	%	100%	100%	Comercial , Comunicaciones Y Mercadeo				
1. Bajos recursos 2 Falta de personal 3. Falta de equipos 4. Adecuación de espacios 5. Flujo de información interna	Reforzar las relaciones con las diferentes dependencias del Canal	Obtener información de las dependencias para publicar en el Sitio Web y RSD	Flujo de información interna	(Información recolectada/Información solicitada)x100	%	0	10%	Todas las dependencias del canal				
	Diseñar y generar contenido digital propio para las diferentes plataformas digitales.	Incrementar el Trafico del Sitio Web	Generación de contenido	(Contenido emitido/ contenido proyectado)x100	%	0	15%	Gerencia, TRO Digital				
	Plantear y destinar espacios publicitarios dentro del Sitio Web con el fin de generar nuevos ingresos para el Canal TRO.	Participar con un 10% de la meta proyectada por el departamento comercial durante el cuatrenio.	Porcentaje de ventas TRO Digital	(ventas de TRO Digital/Ventas de Comercial)x100	%	0	3%	Gerencia, Comercial				