

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
----------	-----------------------	--------------------------	----------------------

VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE
-----------	------	----------	-----------------

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO	
Implementar y consolidar un plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del Instituto	25%	8%	30%	Implementación de las estrategias o actividades contenidas en el plan de mercadeo	Cumplimiento de actividades programadas para el primer semestre	1	Documentar las evidencias de las actividades realizadas				SI	30%	Se presenta informe con avance de actividades implementadas					
							Elaborar un documento con los avances en la implementación del Plan de Mercadeo	Informe con porcentaje avances de las actividades implementadas a primer semestre	Jefe de Admisiones y Mercadeo	30%				Informe con porcentaje avances de las actividades implementadas en el segundo semestre	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%		0%
							Participar en la construcción de la estrategia para lograr una mejor convivencia entre los estudiantes de articulación, regataes y proyectos especiales									0%		
							11948 matriculas para el año 2016	Número anual de matriculas académicas	1	Número anual de matriculas académicas					Jefe de Admisiones y Mercadeo	30%		0%
Diseñar e implementar campañas para el Contact Center para promoción de la oferta académica	25%	15%	60%	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	2	Reunión con unidades de servicio educativo para identificación de necesidades (campañas)	Plan de Campañas de Contact Center para el Instituto	Jefe de Admisiones y Mercadeo	30%	SI	30%	Se presenta plan de campañas de Contact Center para el Instituto	Informe de las campañas implementadas en el Contact Center	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%	0%	
							Diseño de plan de campañas para contact											
							Diseño de protocolos de atención para Agentes del Contact Center	Documento que contiene los Protocolos de atención		30%	SI	30%	Se presenta documento con protocolos de atención					
Promocionar la gestión del instituto a través de la emisora, generando un vinculo con agentes internos y externos en temas de su interés (académico, cultural, rendición de cuentas, entre otros)	20%	12%	60%	Un plan para el fortalecimiento de la emisora	Plan para el fortalecimiento de la emisora	2	Elaboración del Plan para aprobación por Rectoría	Plan aprobado por Rectoría	Jefe de Admisiones y Mercadeo	60%	SI	60%	Se presenta documento con plan para el fortalecimiento de la emisora aprobado por Rectoría	Informe de la implementación del Plan de Fortalecimiento de la Emisora	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%	0%	

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO	
Posicionar y fortalecer la imagen institucional	30%	18%	60%	Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	6	Diseñar un Plan de Medios para el posicionamiento de la marca, incluyendo el proceso de Re-Acreditación	Plan de Medios para aprobación por Rectoría	Jefa de Admisiones y Mercadeo	20%	SI	20%	Se presenta documento con Plan de Medios	Informe de la implementación del Plan de Medios	Jefa de Admisiones y Mercadeo	40%		0%
							Diseñar y colizar el re-branding de las piezas institucionales (Señalética, material merchandising, papelería, piezas a gran formato)	Presentar diseños y cotizaciones	Jefa de Admisiones y Mercadeo	10%	SI	10%	Presenta diseños y cotizaciones					
							Organización de eventos de lanzamiento interno y/o externo de la nueva marca	Evidencia fotografica de los eventos realizados	Jefa de Admisiones y Mercadeo	10%	SI	10%	Presenta evidencias fotograficas de eventos institucionales realizados					0%
							Gestionar la realización de un jingle para la nueva marca	Presentar cotizaciones para su aprobación por Rectoría	Jefa de Admisiones y Mercadeo	10%	SI	10%	Presenta cotizaciones para el jingle de la nueva marca de ITSa					
							Gestionar la producción de un video institucional y videoclips	Presentar cotizaciones para su aprobación por Rectoría	Jefa de Admisiones y Mercadeo	10%	SI	10%	Presenta cotizaciones para la producción de video institucional y videoclips					

RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO TOTAL
	52,5%	52,5%	47,5%	0,0%	52,5%
					100,0%

Formulado por:

LORENA BARROS MORENO
Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA
Rector

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	ESTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO		LINEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO		LINEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO
	30%	30%	100%	Identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de Reacreditación	Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación"	1	Diseñamiento de Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación	Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación"	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%				0%			
							Envío de documento con soportes adjuntos	Cumplimiento con la entrega del Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación" (Fecha máxima: 10 de marzo de 2016)		50%	SI	50%	0%						
Gestionar y apoyar el proceso de Autoevaluación con fines de Acreditación de Alta Calidad de los programas de ITSA que cumplan con los requisitos exigidos por el Consejo Nacional de Acreditación - CNA	0%	0%	0%	Presentación de informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	Informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	7	Elaboración de los informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	Seis (6) Informes de autoevaluación por factor y/o característica correspondientes a los programas en acreditación por primera vez y a los programas en renovación de la acreditación	Jefe de Admisiones y Mercadeo	0%		0%	El Comité aprueba la NO evaluación de informes de Autoevaluación, puesto que el proceso no posee una característica o factor asociado directamente a este, según los lineamientos del CNA. El porcentaje asociado a este proceso, se traslada al objetivo relacionado con el diseño de una estrategia para mejorar el servicio de atención en admisiones	Un (1) informe de autoevaluación por factor y/o característica con fines de preparación a la Acreditación de los siguientes programas por cursos propedéuticos: Técnica profesional en Producción Gráfica y Multimedia, Tecnología en Diseño y Animación Gráfica.	Jefe de Admisiones y Mercadeo	0%		0%	El Comité aprueba la NO evaluación de informes de Autoevaluación, puesto que el proceso no posee una característica o factor asociado directamente a este, según los lineamientos del CNA. El porcentaje asociado a este proceso, se traslada al objetivo relacionado con el diseño de una estrategia para mejorar el servicio de atención en admisiones
							Envío de informes a la Unidad de Aseguramiento de la Calidad	Cumplimiento con la entrega de los seis (6) informes (Fecha máxima: 10 de junio de 2016)		0%		0%	0%						

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO
Cumplir con los requisitos establecidos dentro del Sistema de Gestión de Calidad bajo los lineamientos de las normas NTCGP 1000:2009 E ISO 9001:2008 en todos los procesos institucionales	30%	15%	50%	Cumplimiento de Ciclos de Auditoria Interna del SGC del proceso GPA	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoria Interna del SGC del proceso GPA	2	Coordinar con Auditor Líder Plan de Auditoria Interna del SGC al proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoria Interna del SGC del proceso GPA Ciclo I	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%	Se presenta evidencia de realización de Auditoria Interna del proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoria Interna del SGC del proceso GPA Ciclo II	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	0%
Diseñar una estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	40%	20%	50%	Estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	Estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	2	Presentación de la estrategia a Rectoría y unidades involucradas	Presentación de la estrategia a Rectoría y unidades involucradas	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%	Presenta documento con Estrategia para el fortalecimiento del servicio de atención en Admisiones	Informe de la implementación de la estrategia	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	0%

RESULTADO	% PLANEO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO TOTAL
	65,0%	65,0%	35,0%	0,0%	65,0%
					100,0%

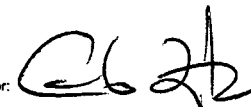
Formulado por:



LORENA BARROS MORENO

Responsable del Proceso

Aprobado por:



EMILIO ARMANDO ZAPATA

Rector

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO	
Dar cumplimiento a los lineamientos, actividades y estrategias en el marco de la Ley de Transparencia, el Índice de Transparencia Nacional y la Política de Transparencia Institucional	20%	20%	100%	Contar con un inventario de la información del proceso que requiera mantenerse actualizado en el sitio web	Documento con inventario de la información del proceso que requiere mantenerse actualizado en la página web Institucional	1	Identificar y caracterizar la información del proceso				0%						0%	
							Realizar el inventario de información que está bajo la responsabilidad del proceso, el cual permita tener una descripción de la información publicada, el tipo de documento, duración, permanencia y la descripción de la ubicación en el sitio web institucional	Documento con el inventario de la información del proceso	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%	SI	50%	Se presenta documento con inventario de la información del proceso dentro de la fecha establecida				0%	
							Cumplimiento con el documento (Fecha máxima: 29 de febrero de 2016)			50%	SI	50%					0%	
	25%	13%	50%	Inventario de información institucional actualizado	Inventario actualizado	2	Mantener actualizada la información publicada en el sitio web, así como el documento con el inventario de información institucional	Documento actualizado con el inventario de información para el periodo 2016 - 1	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%	SI	50%	Presenta inventario actualizado	Documento actualizado con el inventario de información para el periodo 2016 - 2	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%	0%	
	25%	25%	100%	Información misional educativa en el sitio web actualizada	Información actualizada en el sitio web	1	Mantener actualizado en el sitio web la información publicada referente los criterios para la asignación de las becas, subsidios y créditos educativos.	Información publicada en el sitio web referente los criterios para la asignación de las becas, subsidios y créditos educativos.	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	100%	SI	100%	Se evidencia publicación de información en el sitio web				0%	
	10%	5%	50%	Propiciar espacios en el sitio web para la manifestación de información general de servicio al ciudadano	Espacios habilitados	2	Construir y publicar encuestas y foros en la página web institucional dirigidos a la comunidad en general	Una (1) encuesta de opinión publicada en el sitio web	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%	Se evidencia la publicación de encuesta de opinión en el sitio web	Un (1) foro de discusión publicado en el sitio web	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	0%	

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO
Cumplir con los lineamientos del Programa de Gobierno en Línea aplicables al proceso de Admisiones y Mercadeo	20%	10%	50%	Optimización de trámites o servicios, evaluando la satisfacción de los usuarios	1	4	Identificar los trámites o servicios que requieren mejorarse, para optimizar el servicio, la interoperabilidad de información pública y los procedimientos administrativos	Un (1) informe medición de satisfacción del usuario en relación a un (1) trámite o servicio asociado al proceso, correspondiente al periodo 2016 - I	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	SI	25%	Se presenta informe con medición de trámite o servicio del proceso	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	0%	
								Documento con plan de trabajo para mejorar la satisfacción del ciudadano frente al trámite o servicio seleccionado	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	SI	25%	Se presenta plan de mejora. Se sugiere incluir fecha de realización de las actividades del plan	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	0%	


RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	% EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO TOTAL
	72,5%	72,5%	27,5%	0,0%	72,5%
					100,0%

Formulado por:

LORENA BARROS MORENO
Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA
Rector

	EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN		FR-DER-02-V6 Vigencia: 1/06/2016 Pág. 4 de 4
	PROCESO: ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
	VIGENCIA: 2016	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

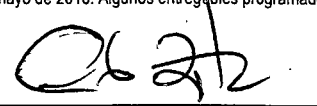
RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO FINAL	
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	52,5%	52,5%	47,5%	0,0%	52,5%	
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD	65,0%	65,0%	35,0%	0,0%	65,0%	
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA	72,5%	72,5%	27,5%	0,0%	72,5%	
TOTAL	63,3%	63,3%	36,7%	0,0%	63,3%	100,0%

Nota: Para el segundo semestre, el proceso será evaluado como "Atención al Usuario", en concordancia con el Mapa de Procesos aprobado a partir del 26 de mayo de 2016. Algunos entregables programados para el segundo semestre, serán reasignados al proceso de "Comunicación Estratégica"

Formulado por:


LORENA BARROS MORENO
 Responsable del Proceso

Aprobado por:


EMILIO ARMANDO ZAPATA
 Rector