

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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	OBSERVACIÓN DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACIÓN DEL SEGUNDO PERIODO	
Implementar y consolidar un plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del Instituto	25%	25%	100%		2	Documentar las evidencias de las actividades realizadas											
						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			Informe con porcentaje de avances de las actividades implementadas en el segundo semestre	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	0%	0%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba reasignar el entregable del 2do periodo al proceso de Comunicación Estratégica, donde se evaluará su cumplimiento		
						Participar en la construcción de la estrategia para lograr una mejor convivencia entre los estudiantes de articulación, regulares y proyectos especiales											
						Dignóstico del servicio al ciudadano en la Institución	Documento diagnóstico del servicio al ciudadano en la Institución	1	Realizar un diagnóstico sobre el estado del servicio al ciudadano en la Institución		30%	SI	30%	Se presenta informe con avance de actividades implementadas	Documento con diagnóstico del estado del servicio al ciudadano en la Institución	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	40%
11948 matrículas para el año 2016				Número anual de matrículas académicas	1	Caracterización de ciudadanos - usuarios y revisar la pertinencia de la oferta, canales, mecanismos de información y comunicación empleados por la Institución						Documento con caracterización de usuarios de la Institución	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	30%	SI	30%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión del nuevo entregable para el 2do periodo
						Número anual de matrículas académicas						Documento comparativo donde se muestre incremento de matrículas en el año 2015 con respecto al año 2016	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	0%	0%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba reasignar el entregable del 2do periodo al proceso de Comunicación Estratégica, donde se evaluará su cumplimiento	
Diseñar e implementar campañas para el Contact Center para promoción de la oferta académica	25%	25%	100%		3	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	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	0%	0%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba reasignar el entregable del 2do periodo al proceso de Comunicación Estratégica, donde se evaluará su cumplimiento
						Diseño de Plan de Campañas para Contact Center											
						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					
Protocolos de atención definidos y socializados				Un (1) Documento con protocolos de atención para los diferentes canales establecidos	1	Definir los canales necesarios para ofrecer a los ciudadanos una mayor cobertura en los servicios.							Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	40%	SI	40%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión del nuevo entregable para el 2do periodo
						Establecer para cada canal un protocolo de atención de acuerdo con las características propias de cada canal de atención.					Documento con protocolos de atención						



## EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V6  
Vigencia: 1/06/2016  
Pág. 1 de 4

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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							
Promocionar la gestión del instituto a través de la emisora, generando un vínculo con agentes internos y externos en temas de su interés (académico, cultural, rendición de cuentas, entre otros)	20%	20%	100%	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. El Comité aprueba trasladar al proceso de Comunicación Estratégica los entregables	Informe de la implementación del Plan de Fortalecimiento de la Emisora	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	0%	0%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba reasignar el entregable del 2do periodo al proceso de Comunicación Estratégica, donde se evaluará su cumplimiento						
				Un plan de socialización de los canales de atención para el fortalecimiento del servicio al ciudadano en la Institución	Una campaña de socialización de los canales de atención	1	Socializar a la comunidad por diferentes medios cuáles son los canales establecidos para el contacto con la ciudadanía, esto con la ayuda de campañas y publicidad									Informe de socialización de los canales de atención al ciudadano	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	20%	SI	20%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión del nuevo entregable para el 2do periodo			
							Elaborar, publicar y socializar en los canales de atención la carta de trato digno										Carta de trato digno publicada	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	20%	SI	20%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión del nuevo entregable para el 2do periodo		
Posicionar y fortalecer la imagen institucional	30%	30%	100%	Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	7	Diseñar un Plan de Medios para el posicionamiento de la marca, incluyendo el proceso de Re-Acreditación	Plan de Medios para aprobación por Rectoría			20%	SI	20%	Se presenta documento con Plan de Medios. El Comité aprueba trasladar al proceso de Comunicación Estratégica los entregables programados para el segundo semestre	Informe de la implementación del Plan de Medios	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	0%	0%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba reasignar el entregable del 2do periodo al proceso de Comunicación Estratégica, donde se evaluará su cumplimiento					
							Diseñar y cotizar el re-branding de las piezas institucionales (Señalética, material merchandising, papelería, piezas a gran formato)	Presentar diseños y cotizaciones	Jefe 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		10%	SI	10%	Presnetea evidencias fotográficas de eventos institucionales realizados											
							Gestionar la realización de un jingle para la nueva marca	Presentar cotizaciones para su aprobación por Rectoría		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		10%	SI	10%	Presenta cotizaciones para la producción de video institucional y videoclips											



# EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V6  
Vigencia: 1/06/2016  
Pág. 1 de 4

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO SEMESTRE

## DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBLIETIVO	% 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		OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN		OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO
											PRIMER PERIODO	SEGUNDO PERIODO					SEGUNDO PERIODO	SEGUNDO PERIODO	
Posicionar y fortalecer la imagen institucional				Puesta en operación del Chat Institucional	Chat institucional en funcionamiento	2	Habilitar y poner en funcionamiento el chat institucional				SI	0%		Documento con el manual de uso y funcionamiento del Chat institucional que incluya horario de atención, entre otros	ProfProfesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	20%	SI	20%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión de los nuevos entregables para el 2do período.
														Chat Institucional en funcionamiento					

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%	47,5%	100,0%

Formulado por:

CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ  
Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA  
Rector

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD

OBJETIVO	% OBJETIVO EJECCUTADO	% TOTAL EJECCUTADO	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	
	30%	30%	100%	Identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de Reacreditación	1	Diligenciamiento 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%	Cumple con la entrega del documento				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%						
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	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%	Un (1) Informe de autoevaluación por factor y/o característica con fines de preparación a la Acreditación de los siguientes programas por ciclos propedéuticos: Técnica profesional en Producción Gráfica y Multimedia, Tecnología en Diseño y Animación Gráfica.	Profesional Universitario con Atención al Usuario	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%			Cumplimiento con la entrega de un (1) informe (Fecha máxima: 12 de septiembre de 2016)			





# EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V6  
Vigencia: 1/06/2016  
Pág. 2 de 4

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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%	30%	100%	Cumplimiento de Ciclos de Auditoría Interna del SGC del proceso	2	Coordinar con Auditor Líder Plan de Auditoría Interna del SGC al proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso Ciclo I	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%	Se presenta evidencia de realización de Auditoría Interna del proceso con fecha 9 de junio de 2016	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso Ciclo II	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	50%	SI	50%	Realiza Auditoría el mes de noviembre
Diseñar una estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	40%	40%	100%	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	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	50%	SI	50%	Presenta informe de implementación de la Estrategia

RESULTADO	% PLANEADO 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%	35,0%	100,0%

Formulado por:

CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ  
Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA  
Rector

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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 requiere 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	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%		
	25%	25%	100%	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 con Funciones de Atención al Usuario	50%	SI	50%	Presenta inventario de información actualizado mediante Resolución 1033 de 2016
	25%	25%	100%	Información misional educativa en el sitio web actualizada	Información actualizada en el sitio web	1	Mantener actualizado en 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. Se incluye nueva meta y entregables para el segundo semestre. Se redistribuyen los % asignados al objetivos para el inventario de información actualizado y la información misional educativa publicada en el sitio web					0%	
	10%	10%	100%	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	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	50%	SI	50%	Se presenta evidencia de publicación del Foro de discusión en el sitio web



# EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V6  
Vigencia: 1/06/2016  
Pág. 3 de 4

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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%	20%	100%	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	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	25%	SI	25%	Presenta informe con la medición de satisfacción del trámite
								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	Profesional Universitario con Funciones de Atención al Usuario	25%	SI	25%	Presenta informe de cumplimiento

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%	27,5%	100,0%

Formulado por:

  
CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ  
Responsable del Proceso

Aprobado por:

  
EMILIO ARMANDO ZAPATA  
Rector



EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

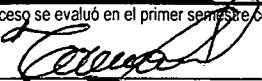
FR-DER-02-V6  
Vigencia: 1/06/2016  
Pág. 4 de 4

PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO 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%	47,5%	100,0%
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD	65,0%	65,0%	35,0%	35,0%	100,0%
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN	72,5%	72,5%	27,5%	27,5%	100,0%
TOTAL	63,3%	63,3%	36,7%	36,7%	100,0%

Nota: El proceso se evaluó en el primer semestre como Admisiones y Mercadeo, con el Mapa de Procesos aprobado a partir del 26 de mayo de 2016, cambió a Atención al Usuario.

Formulado por:

  
CINDY PAOLA CAPDEVILLA ALVIZ  
Responsable del Proceso

Aprobado por:

  
EMILIO ARMANDO ZAPATA  
Rector