



EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

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

PROCESO:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2016	PERIODO:	SEGUNDO SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

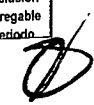
OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACIÓN SEGUNDO PERIODO	OBSERVACION DEL SEGUNDO PERIODO			
Gestionar los medios de comunicación interna ante la comunidad institucional	42%	42%	100%	80% del plan de gestión de los medios de comunicación interna implementado	80%	10	Definir con los líderes de proceso el plan de divulgación institucional	Documento que contenga el plan de divulgación	Responsable de Comunicaciones	10%	SI	10%	Presenta documento con plan de divulgación Institucional	Evidencias de la ejecución del plan de divulgación Institucional. Meta, 80%	Técnico Administrativo de Comunicaciones	10%	SI	10%	Presenta ejecución del Plan de Divulgación Institucional en un 80%	
							Diseñar e implementar una campaña de comunicación para apoyar los procesos de acreditación, de programas e institucional. Debe ser concertada y aprobada por el Ing. Iván Márquez	Documento que contenga la campaña de comunicación	Responsable de Comunicaciones	10%	SI	10%	Presenta documento con campaña institucional	Evidencias de ejecución de la campaña, según lo planeado para la vigencia 2016	Técnico Administrativo de Comunicaciones	10%	SI	10%	Se ejecutó campaña en las siguientes fechas: 09-09-2016, 22-09-2016, 20-10-2016, 30-11-2016, 14-12-2016	
							Realizar la encuesta de satisfacción de la Comunicación Interna establecida en el SGC	Evidencia de aplicación de la encuesta	Responsable de comunicaciones	10%	NO	0%						10%		Presenta soportes de aplicación de Encuesta
							Gestionar un espacio en el sitio web institucional para publicar el calendario de eventos	Evidencia de la gestión del espacio en el sitio web	Responsable de Comunicaciones / Responsable Diseñador Gráfico	10%	SI	10%	Presenta calendario de eventos publicado en el sitio web	Evidencia de publicación del calendario de eventos	Profesional Especializado con funciones de Comunicación Estratégica	10%	SI	10%	Calendario de eventos actualizado en el sitio web	
							Difundir las noticias más importantes, a través de los televisores en cartelera y el fondo de pantalla de los computadores de las salas. Verificar previamente la existencia de las condiciones técnicas necesarias	Evidencia de la gestión de los medios técnicos requeridos	Responsable de Comunicaciones / Gestión y Sistemas	10%	SI	10%	Presenta diversas alternativas para difusión de noticias teniendo en cuenta los medios que dispone la Institución, no obstante, debido a cambios institucionales se han utilizado otros medios. Se sugiere realizar socialización con todos los funcionarios de los medios institucionales para difusión de noticias	Evidencia de la publicación de noticias a través de estos medios. (En caso de existir condiciones técnicas).	Técnico Administrativo de Comunicaciones Profesional Especializado de Tecnología y Sistemas de la Información	10%	SI	10%	Publicación de noticias a través de diferentes medios	

EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PROCESO:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
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							
Promover la comunicación externa de la Institución ante sus públicos de interés	5%	5%	100%	80% del plan de comunicación externa implementado	80%	2	Elaborar plan de comunicación externa, de acuerdo a requerimiento de los líderes de proceso	Documento con plan de comunicación externa, aprobado por rectoría	Responsable de Comunicaciones	50%	SI	50%	Presenta documento con plan de comunicación externa aprobado por Rectoría	Informe de ejecución del plan de comunicación externa en un 80%	Técnico Administrativo de Comunicaciones	50%	SI	50%	Presenta informe de ejecución del plan de comunicación					
							Implementar el plan de comunicación externa																	
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	28%	28%	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	Responsable de Comunicaciones	50%	SI	50%	Se presenta documento con inventario de la información del proceso dentro de la fecha establecida											
							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	Cumplimiento con el documento (Fecha máxima: 29 de febrero de 2016)	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%	SI	50%	Presenta inventario actualizado											
Implementar y consolidar un Plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del Instituto	5%	4%	89%	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																	
							Elaborar un documento con los avances en la implementación del Plan de Mercadeo																	
							Participar en la construcción de la estrategia para lograr una mejor convivencia entre los estudiantes de articulación, regulares y proyectos especiales																	
				11948 matrículas para el año 2016	Número anual de matrículas académicas	1	Número anual de matrículas académicas						Documento comparativo donde se muestre incremento de matrículas en el año 2015 con respecto al	Profesional Especializado Responsable de Comunicación Estratégica	30%	SI	19%	Por cambio de carácter académico, el Comité de Control Interno aprueba la inclusión del nuevo entregable para el 2do periodo. Presenta informe con porcentaje de avance de las actividades implementadas en el segundo semestre						





EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

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

PROCESO:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
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	
Diseñar e implementar campañas para el Contact Center para promoción de la oferta académica	5%	5%	100%	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	1	Reunión con unidades de servicio educativo para identificación de necesidades (campañas)							Informe de las campañas implementadas en el Contact Center	Profesional Especializado Responsable de Comunicación Estratégica	100%	SI	100%
							Diseño de plan de campañas para contact											
							Diseño de protocolos de atención para Agentes del Contact Center											
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)	5%	5%	100%	Un plan para el fortalecimiento de la emisora	Plan para el fortalecimiento de la emisora	1	Elaboración del Plan para aprobación por Rectoría							Informe con % implementación del Plan de Fortalecimiento de la Emisora	Profesional Especializado Responsable de Comunicación Estratégica	100%	SI	100%
Posicionar y fortalecer la imagen institucional	5%	5%	100%	Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	1	Diseñar un Plan de Medios para el posicionamiento de la marca, incluyendo el proceso de Re-Acreditación							Informe con implementación del Plan de Medios	Profesional Especializado Responsable de Comunicación Estratégica	100%	SI	100%
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	5%	5%	100%	Cumplimiento de Ciclos de Auditoría Interna del SGC del proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo 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	Responsable de comunicaciones	50%	SI	50%	Se presenta evidencia de realización de Auditoría Interna del proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso Ciclo II	Profesional Especializado Responsable de Comunicación Estratégica	50%	SI	50%

RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO TOTAL
	54,2%	50,0%	50,0%	49,5%	99,4%

Formulado por:
LORENA BARROS MORENO
Responsable del Proceso


Aprobado por:
EMILIO ARMANDO ZAPATA
Rector

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

OBJETIVO	% OBJETIVO % EJECUTADO	% 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		
Actualizar los documentos del proceso, según requerimientos por cambio de carácter académico	30%	30%	100%	Documentos actualizados según requerimientos establecidos en el SGC	2	2	Actualizar documentos del proceso de Comunicación Pública	Documentos del proceso actualizados	Responsable de Comunicaciones	50%	NO	0%					50%	Presenta documentos del proceso actualizados	
Enviar boletín informativo a través de la plataforma Matchimp	40%	33%	83%	Realizar un boletín informativo agrupando las noticias más destacadas de cada mes, para ser difundido a los suscriptores del Newsletter	12	12	Realizar un boletín informativo con las noticias más destacadas de cada mes	Registro de envío de un boletín por cada mes, para el periodo enero - junio.	Responsable de Comunicaciones	50%		33%	Cumple con 4 boletines						
Mantener actualizada la información pertinente a los cuerpos colegiados	30%	30%	100%	Información actualizada de los cuerpos colegiados	2	2	Mantener actualizada la información pertinente a los cuerpos colegiados	Una comunicación mensual en el sitio web, destacando las decisiones más importantes tomadas por los Consejos Académico y Directivo	Responsable de Comunicaciones	50%	SI	50%	Se evidencia publicación en el sitio web	Una comunicación mensual en el sitio web, destacando las decisiones más importantes tomadas por los Consejos Académico y Directivo	Técnico Administrativo de Comunicaciones	50%	SI	50%	Se evidencia publicación en el sitio web

RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO TOTAL
	50,0%	28,2%	71,8%	65,0%	93,2%

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. 3 de 3

PROCESO:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARRIOS MORENO
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	54,2%	50,0%	50,0%	49,5%	99,4%
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS	50,0%	28,2%	71,8%	65,0%	93,2%
TOTAL	52,1%	39,1%	60,9%	57,2%	96,3%

Nota: El proceso se evaluó en el primer semestre como Comunicación Pública con el Mapa de Procesos aprobado a partir del 26 de mayo de 2016, cambió a Comunicación Estratégica.

Formulado por:

LORENA BARRIOS MORENO
Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA
Rector