



EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V5
Vigencia: 15/01/2015
Pág. 1 de 1

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2015	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBJETIVO EJECCUTADO	% TOTAL EJECCUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NUMERO 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.	40%	0%	Un (1) documento con Plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del instituto	Plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del instituto.	1	Identificar al estudiante o estudiantes que realizarán el estudio de mercado como parte de su proyecto de grado				NO	El documento se encuentra en construcción, posee una herramienta diseñada y está pendiente la aplicación de la misma				0,0%	
						Realizar un acompañamiento en el desarrollo del instrumento de estudio que debe tener un componente cuantitativo y otro cualitativo (grupos focales)	Actas de reunión y/o documento registro de asistencia del jefe de Admisiones con grupo de investigación	Jefe de Admisiones y Mercadeo								
						Realizar un acompañamiento en el análisis del estudio	Actas de reunión y/o documento registro de asistencia del jefe de Admisiones con grupo de investigación	Jefe de Admisiones y Mercadeo								
						Presentar a los directivos y líderes de proceso los resultados obtenidos en el estudio	Presentación resultados del estudio ante directivos	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%							
			9957 matrículas para el año 2015	Número anual de matrículas académicas.	1	Número anual de matrículas académicas						Documento comparativo donde se muestra el 16% de incremento de matrículas en el año 2015 con respecto al año 2014	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%		



EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V5
Vigencia: 15/01/2015
Pág. 1 de 1

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2015	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NUMERO 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	
Diseñar e implementar el Contact Center ITSA para promoción de la oferta académica.	20%	12%	60%	Contact Center ITSA diseñado e implementado	Contact Center ITSA diseñado e implementado.	1	Identificar el proveedor del Contact Center (plataforma)	Presentación de cotizaciones			SI	60,0%	Se presenta propuesta Modelo de Contact Center aprobada con fecha 28 de Mayo de 2015			0,0%		
							Hacer propuesta de modelo de Contact Center que incluya el perfil del personal	Propuesta Modelo de Contact Center presentado ante rectoría para aprobación	Jefe de Admisiones y Mercadeo	60%								
							Gestionar la aprobación de la propuesta total del proyecto, incluyendo la plataforma necesaria para su implementación							Contact Center ITSA diseñado e implementado.	Jefe de Admisiones y Mercadeo			40%
Aumentar los trámites o servicios en línea.	5%	3%	60%	Un trámite o servicio en línea creado de acuerdo con los lineamientos exigidos por Gobierno en Línea (Implementar pago de servicios ITSA por PSE)	1	2	Elaborar un instructivo para el servicio en línea PSE (considerar: lugar, plazo, normas y requisitos).				SI	60,0%	Se presenta instructivo para el trámite de pago en línea			0,0%		
							Publicar Instructivo del trámite o servicio en línea.	Instructivo para el trámite o servicio en línea realizado y publicado en el sitio web	Jefe de Admisiones y Mercadeo/ Coordinador Administrativo	60%								
							Implementar trámite o servicio en línea en el sitio web o Intranet de la institución.							Trámite o servicio en línea implementado	Jefe de Admisiones y Mercadeo/ Coordinador Administrativo			40%
Cumplir con el ciclo de Auditorías internas programadas desde el SGC para los procesos de la Institución	5%	3%	50%	Cumplimiento del programa de Auditoría interna del SGC	2	2	Ejecutar la Auditoría interna programada por el SGC	Listado de Asistencia Reunión de Cierre de auditoría Interna I Ciclo	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	SI	50%	Auditoría realizada el 20 de Abril de 2015	Listado de Asistencia Reunión de Cierre de auditoría Interna II Ciclo	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	0%	



EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-02-V5
Vigencia: 15/01/2015
Pág. 1 de 1

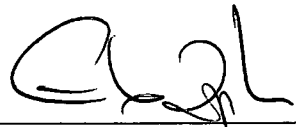
PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA:	2015	PERIODO:	PRIMER SEMESTRE

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO	% OBJETIVO	% EJECUTADO	% TOTAL EJECUTADO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	NUMERO DE ENTREGABLES TOTAL	LISTADO DE ACTIVIDADES	PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO	LÍNEA DE EVALUACION PRIMER PERIODO	OBSERVACION DEL PRIMER PERIODO	PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO	RESPONSABLE DEL ENTREGABLE	% CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO	LÍNEA DE EVALUACION 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	Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional.	1	Realizar sesiones de naming para definir el nuevo nombre de la institución de acuerdo al cambio de carácter a institución universitaria				SI	60,0%	Se presenta propuesta aprobada con fecha 25 de Marzo de 2015			0,0%	
							Gestionar la contratación de la persona o empresa que se encargará del diseño de la nueva imagen de la institución, una vez aprobado el nombre de la institución										
							Presentar propuesta de estructura para fortalecimiento del área de mercadeo	Propuesta de estructura fortalecimiento área de mercadeo para su aprobación	Jefe de Admisiones y Mercadeo	60%				Manual de Identidad Corporativa de la nueva imagen presentado a Rectoría.	Jefe de Admisiones y Mercadeo		40%
							Desarrollar la nueva imagen de la institución. Presentar alternativas										
				Gestionar la aprobación de la nueva imagen.													

RESULTADO	% PLANEADO EN EL PRIMER PERIODO	EJECUTADO	% TOTAL A EJECUTAR PARA EL SEGUNDO PERIODO	% EJECUTADO EN EL SEGUNDO PERIODO	RESULTADO FINAL
	45,5%	35,5%	64,5%	0,0%	35,5%
					78,0%

Formulado por: 
LORENA BARROS MORENO
Responsable del Proceso

Aprobado por: 
EMILIO ARMANDO ZAPATA
Rector