

ANEXO 1: CONCERTACIÓN, SEGUIMIENTO, RETROALIMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE COMPROMISOS GERENCIALES

N°	Objetivos institucionales	Compromisos gerenciales	Indicador	Fecha inicio-fin dd/mm/aa	Actividades	Peso ponderado	Avance					Evaluación			
							% cumplimiento programado a 1er semestre	% cumplimiento de Indicador 1er Semestre	Observaciones del avance y oportunidad de mejora	% cumplimiento programado a 2° semestre	% Cumplimiento de Indicador 2° Semestre	% Cumplimiento año	Resultado	Evidencias	
														Descripción	Ubicación
1	C1 Contribuir con la ampliación de la cobertura de la educación superior en la demanda.	Optimización de los procesos de solicitud para todos aquellos estudiantes que cumplan con los requisitos designados a cada línea de crédito por cada convocatoria	Optimización del proceso de solicitud	1/01/2020 31/12/2020	El cumplimiento del indicador se deriva de las estrategias comerciales llevadas a cabo en cada regional con el acompañamiento e iniciativa de la OCM (eventos, ferias, charlas, jornadas de acompañamiento, entre otras) a fin de contribuir con el proceso de solicitud para nuestros beneficiarios y/o usuarios.	20%	50%		50%		0,00%	0%	Los valores son tomados del resultado de los indicadores del año 2020	Oficina Comercial y de Mercado	
3	C4 Contribuir a la Experiencia de Servicio centrada en el cliente	La mejor experiencia de servicio en canales de contacto	Experiencia de servicio en canales de contacto	1/01/2020 31/12/2020	Se implementaran diferentes estrategias en pro del mejoramiento de la atención. El mayor esfuerzo que realizará la OCM se centra en el seguimiento del nuevo modelo de atención al usuario a fin de mejorar la experiencia de Servicio para nuestros beneficiarios y/o ciudadanos.	30%	50%		50%		0,00%	0%	Los valores son tomados del resultado de los indicadores del año 2020	Oficina Comercial y de Mercado	
4	P3 Contribuir o garantizar con calidad, un eficiente y efectivo servicio al cliente.	Garantizar que las PQRSO se gestionen en el término que determina la Ley.	Oportunidad en la atención de clientes	1/01/2020 31/12/2020	*Se toman solo los canales principales de contacto con el usuario para radicación de PQRSO, sin tener en cuenta campañas temporales o canales indirectos de atención (PBX, tutelas, Outbound, GC Comunicados, mesa de legalización, día del crédito, normalización, etc.) * Para el canal de grandes clientes se debe realizar la medición sobre los casos hijos * Se toman los casos cerrados en el mes independiente del mes de creación, entendiendo que hay casos que se radican en el mes que no tienen gestión dentro del mismo por temas de backlog * Se toma como referencia el campo de COSMOS "estado de cierre" para definir la respuesta en tiempos, los marcados como "Vigente" corresponden a cerrados dentro de tiempos de ley. * Fuente: Case Report COSMOS	20%	50%		50%		0,00%	0%	Los valores son tomados del resultado de los indicadores del año 2020	Oficina Comercial y de Mercado	
5	C3 Captar, fidelizar, crecer y retener los Clientes mediante Segmentación adecuada	Atraer, captar y fidelizar a nuevos clientes	Número de créditos aprobados a través de la estrategia digital	1/01/2020 31/12/2020	Este indicador tiene como variables: 1. Se toma la base de leads registrados en las herramientas comerciales 2. Se calcula en los meses de octubre y marzo una vez cerrado el ciclo de la convocatoria.	30%	50%		50%		0,00%	0%	Los valores son tomados del resultado de los indicadores del año 2020	Oficina Comercial y de Mercado	
Total						100%						0%	0%		
Concertación para el desempeño sobresaliente (5% adicional. Describir los compromisos gerenciales adicionales)												0%	0%		

FECHA

20/02/2020

VIGENCIA

2020

MANUEL ESTEBAN ACEVEDO JARAMILLO

RODOLFO GIOVANNI CANCHILA SUAREZ