

<b>MacroProceso</b>	Gestión del servicio	<b>Proceso</b>	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	<b>Estado</b>	Vigente
---------------------	----------------------	----------------	---	---------------	---------

## Contenido

1. OBJETIVO	2. ALCANCE
<p>Establecer un esquema estandarizado para la planificación, ejecución y seguimiento de las campañas de servicio y experiencia de ICETEX, utilizando canales de comunicación como mensajes de texto, correos electrónicos, llamadas outbound y WhatsApp. Este esquema optimizará la alineación de las campañas con los estándares operativos, mejorará la eficiencia en la gestión de recursos, reducirá los riesgos y fomentará la mejora continua mediante la identificación y corrección de desviaciones</p>	<p>Aplica a todas las campañas de servicio y experiencia de ICETEX que utilicen los canales de comunicación mencionados (mensajes de texto, correos electrónicos, llamadas outbound y WhatsApp) con el operador de atención al usuario. El proceso comienza con la solicitud de la campaña por parte de las diferentes áreas y concluye con la entrega de los resultados por parte del Proveedor de Atención al Usuario.</p> <p>En casos excepcionales, como campañas comerciales y de comunidad, se podrá aplicar con la autorización previa del líder del proceso y cuando sea necesario debido a factores específicos como presupuesto o capacidades del operador.</p>
3. DEFINICIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Área misional:</b> Dependencias del ICETEX encargadas de ejecutar los procesos relacionados directamente con la misión y visión institucional.</li> <li>• <b>Brief:</b> Formato que centraliza la información clave de las campañas, facilitando su planificación, ejecución y seguimiento. Sirve como herramienta para asegurar que los equipos gestionen eficientemente los datos y recursos necesarios, alineándose con los objetivos establecidos.</li> <li>• <b>Blaster:</b> Gestión de envío de mensajes de voz para contactar al beneficiario/ciudadano, con el fin de gestionar diferentes requerimientos para la organización, por ejemplo: en el mensaje se relacionan los números de contacto de la entidad para brindar información, actualizar datos, recolectar información (encuestas), renovación de crédito y las que puedan a llegar a solicitar las áreas misionales.</li> <li>• <b>Becas:</b> Las becas de ICETEX son un conjunto de programas que permiten a los estudiantes acceder a un fondo económico en el que recibirán todos los beneficios y ayudas necesarias para culminar sus estudios profesionales en el exterior.</li> <li>• <b>Beneficiario:</b> Persona natural que obtiene un beneficio a través de los productos financieros que conforman el portafolio de la entidad.</li> <li>• <b>Business Process Outsourcing – B. P. O:</b> Externalización de Procesos de Negocio; tercerización en la prestación de servicios (suministro de personal o tecnología) por parte de proveedores especializados, externos a una organización.</li> <li>• <b>Canal de atención telefónico:</b> Canal de atención que recibe en primer contacto las solicitudes y tramites que ingresan a través de llamadas telefónicas y cuya gestión puede desarrollarse por medio de herramientas como el IVR, Voicebot o a través de grupos de Asesores.</li> <li>• <b>Centro de Experiencia Presencial – CEP:</b> Espacios definidos por el ICETEX para la prestación del servicio de manera presencial a nivel nacional, en los cuales los grupos de interés pueden solicitar información, realizar solicitudes y trámites en general.</li> <li>• <b>Ciudadano:</b> Persona natural que se encuentra interesada en información, productos y/o servicios del ICETEX.</li> <li>• <b>Contactabilidad:</b> Cantidad de contactos que se hicieron con la persona indicada (Grupos de Interés) que fueron contactados a través de los procesos de salida (Outbound), sobre el volumen de contactos discados o marcados.</li> <li>• <b>Grupos de interés:</b> Son grupos de personas natural o jurídica que tienen objetivos propios (Beneficiarios, ciudadanos, IES, Constituyentes, etc.), de manera que la consecución de estos está vinculada con la actuación del ICETEX.</li> <li>• <b>Instituciones de Educación Superior – IES:</b> Universidades, Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas, Instituciones Tecnológicas y/o Instituciones Técnicas Profesionales, con las cuales el ICETEX adelanta parte de la gestión de colocación de créditos.</li> <li>• <b>Mailing:</b> Envío masivo de información a través de correo electrónico, haciendo uso de la personalización o no de estos.</li> <li>• <b>Campañas Outbound:</b> Gestión de salida que, mediante diferentes medios de comunicación, permiten hacer llegar una información específica para el cumplimiento de un objetivo o estrategia a los grupos de interés del ICETEX.</li> <li>• <b>Campañas Informativas:</b> Tienen como propósito principal comunicar o notificar información relevante al beneficiario sin requerir una acción directa por parte del usuario. Estas campañas se utilizan para enviar mensajes sobre actualizaciones de servicio, recordatorios o notificaciones generales. Las campañas informativas se enfocan en difundir información utilizando canales como WhatsApp, SMS, correos electrónicos o mensajes de texto, con el objetivo de mantener a los beneficiarios informados sin necesidad de una interacción o respuesta directa de su parte.</li> <li>• <b>Campañas Transaccionales:</b> Son aquellas que buscan realizar una acción específica o gestionar una transacción directa con el usuario. Estas campañas implican interacciones en las que se solicita una respuesta o acción concreta del beneficiario, como la actualización de datos, confirmación de pagos, gestión de solicitudes o procesos de renovación. Las campañas transaccionales se centran en procesos operativos y administrativos, y suelen involucrar una respuesta activa del usuario para completar la transacción.</li> <li>• <b>Petición:</b> Es el derecho fundamental que tiene toda persona natural o jurídica a presentar solicitudes de interés general o particular. Las peticiones podrán ser presentadas de manera escrita o verbal a través de los diferentes canales de atención o de gestión dispuestos por la entidad.</li> <li>• <b>Protocolo de Atención:</b> Conjunto de requerimientos para establecer un criterio homogéneo de conducta en la atención y gestión de los grupos de interés del ICETEX; este debe incorporar el paso a paso de actividades definidas para el desarrollo de una actividad.</li> </ul>	

<b>MacroProceso</b>	Gestión del servicio	<b>Proceso</b>	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	<b>Estado</b>	Vigente
---------------------	----------------------	----------------	---	---------------	---------

- **Queja:** Es la manifestación verbal o escrita de insatisfacción, molestia o disgusto hecha por una persona natural o jurídica respecto a la conducta o actuar de un servidor de la entidad o de los particulares que cumplan una función en el servicio.
- **Reclamo:** Manifestación verbal o escrita de insatisfacción, molestia o disgusto hecha por una persona natural o jurídica en la prestación de alguno de los servicios y/o productos ofrecidos por la Entidad
- **Recursos propios:** Créditos otorgados con recursos de la Entidad.
- **Sistema de Administración de Clientes:** Conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. Sistema de administración de clientes diseñada e implementada por ICETEX el cual asegura la trazabilidad de la gestión realizada de las solicitudes o consultas de los beneficiarios.
- **Skill:** Asignación de una habilidad o servicio (configuración) que permite la asignación de un grupo de Asesores dedicado a la atención de transacciones o interacciones de temas específicos, con habilidades o prioridades determinadas.
- **SMS:** Gestión de envío de mensajes de texto para contactar al beneficiario/ciudadano, con el fin de gestionar diferentes requerimientos para la organización.
- **Sugerencia:** Es la manifestación verbal o escrita de una idea o propuesta para mejorar los productos o servicios ofrecidos por la entidad.
- **Te llamamos (We call back):** Servicio que permite la devolución de la llamada, a través de una interacción en un sitio web o una aplicación móvil, permitiendo la solicitud del retorno de una llamada telefónica para obtener más información o respuestas a la necesidad del beneficiario o ciudadano.
- **Tipificación:** Es la captura y clasificación de los motivos de consulta o solicitud de un beneficiario o ciudadano de cada una de las interacciones o transacciones recibidas a través de los canales dispuestos por la Entidad los cuales deben ser consignados en el Sistema de Administración de Clientes de la entidad.
- **Trazabilidad:** Serie de procedimientos que permiten seguir el proceso de evolución de una transacción o de un beneficiario en cada una de sus etapas o a cada una de sus solicitudes.
- **WhatsApp:** Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos móviles que permite enviar y recibir mensajes de texto, audios, videos, fotografías y realizar llamadas.

#### 4. CONDICIONES GENERALES

- 4.1 El área solicitante deberá completar el "formato Brief" (F559) con los detalles de la campaña y enviarlo en formato PDF, junto con las bases de datos, el guion (script) y el aval de comunicaciones, así como la aprobación del jefe inmediato. La solicitud debe enviarse a través de los canales oficiales establecidos por la Oficina Comercial y de Mercadeo, con al menos tres días hábiles de antelación antes del inicio de la campaña.
- 4.2 La gestión de las campañas a través del canal WhatsApp, tanto informativas como transaccionales, debe ajustarse a los tiempos establecidos para garantizar su eficiencia. Para las campañas informativas, el tiempo total máximo es de 6 días, y para las campañas transaccionales es de 8 días, cubriendo todas las fases desde la entrega de bases y guiones hasta la creación de casos.

IMPLEMENTACIÓN CAMPAÑAS INFORMATIVAS		
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
Entrega de Base y Guiones Reunión de inicio de campaña	Icetex	1 Día
Implementación	ComWare	2 Días Maximo
Aprobación de Salida	Icetex	1 día (En el periodo anterior o posterior)
Entrega de reportes durante la ejecución	ComWare	1 día de Caida
Creación de casos	ComWare	1 día de Caida
IMPLEMENTACIÓN CAMPAÑAS TRANSACCIONALES		
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
Entrega de Base y Guiones Reunión de inicio de campaña	Icetex	1 Día
Implementación	ComWare	1-4 Días máximo
Aprobación de Salida	Icetex	1 día (En el periodo anterior o posterior)
Entrega de reportes durante la ejecución	ComWare	1 día de Caida
Creación de casos	ComWare	1 día de Caida

- 4.3 La transferencia de archivos (bases de datos, grabaciones y documentos) se realizará mediante un protocolo de ruta segura entre la OCM y el Proveedor de Atención al Usuario. El Proveedor de Atención al Usuario debe garantizar el almacenamiento adecuado de los registros de la campaña durante la vigencia del contrato.
- 4.4 En las campañas comerciales, el guion debe centrarse en los objetivos comerciales y cumplir con los estándares operativos de ICETEX para gestiones de Outbound (SMS, correo electrónico, mensajes de voz, llamadas y WhatsApp). En las campañas de servicio, el guion debe enfocarse en resolver las inquietudes de los beneficiarios, manteniendo siempre altos estándares de calidad en la atención.
- 4.5 El Proveedor de Atención al Usuario debe capacitar periódicamente a los asesores sobre la información relevante de cada campaña. Las capacitaciones deben

MacroProceso	Gestión del servicio	Proceso	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	Estado	Vigente
--------------	----------------------	---------	---	--------	---------

actualizarse al inicio de nuevas campañas o cuando haya cambios significativos.

- 4.6 El alcance de las campañas puede ajustarse según las necesidades de ICETEX. Cualquier modificación debe notificarse al Proveedor de Atención al Usuario para asegurar su correcta implementación en las gestiones correspondientes.
- 4.7 ICETEX puede solicitar campañas adicionales, como "Focus Groups". Estas solicitudes deben formalizarse mediante el formato Brief y enviarse al menos tres (3) días hábiles antes del inicio de la campaña.
- 4.8 El área solicitante debe verificar la calidad de la base de datos antes de iniciar la campaña. Esto incluye comprobar que los números de teléfono estén completos, eliminar datos duplicados y garantizar que todos los campos estén correctamente diligenciados. Además, debe asegurarse de que los datos mínimos requeridos sean correctos.
- 4.9 El Proveedor de Atención al Usuario enviará mensualmente los informes de las campañas masivas (SMS, Mailing, etc.) para que las áreas solicitantes implementen estrategias y métodos eficaces de seguimiento y medición de la percepción de sus partes interesadas sobre el cumplimiento de sus expectativas.
- 4.10 El Proveedor de Atención al Usuario debe proporcionar un aplicativo que permita administrar la trazabilidad de los envíos de acuerdo con las siguientes características:
- Filtros sobre las bases de datos.
  - Contenido del mensaje.
  - Gestión de envío.
- 4.11 Los informes deben venir con la siguiente información:
- Resumen general de la base (Registros depurados)
  - Resumen de la gestión según el objetivo
  - Registrar Contactabilidad y Efectividad
  - Registrar características propias de la petición de la gestión.
- 4.12 El Proveedor de Atención al Usuario debe almacenar los archivos publicitarios generados y enviados, siguiendo la identificación definida por ICETEX. Los archivos se deben conservar durante el plazo del contrato y según lo indicado por la Superintendencia Financiera. Además, el Proveedor de Atención al Usuario debe entregar todos los archivos generados a ICETEX, según el formato y tiempos acordados, para ser almacenados en el expediente del contrato.
- 4.13 En campañas destinadas a la recolección de información de beneficiarios o ciudadanos, el Proveedor de Atención al Usuario debe realizar el seguimiento y consolidar las respuestas recibidas según el formato de informe solicitado por ICETEX. Este informe debe cumplir con los criterios establecidos en el proceso de la campaña.
- 4.14 El Proveedor de Atención al Usuario deberá certificar de manera oficial y como medio probatorio, el envío de un mensaje cuando ICETEX lo requiera para sus actuaciones administrativas.
- 4.15 Todas las interacciones realizadas durante las campañas deben ser registradas y correctamente tipificadas en el Sistema de Administración de Clientes de ICETEX. Este registro debe seguir las sugerencias o tipificaciones específicas que ICETEX informe para cada campaña. El Proveedor de Atención al Usuario debe asegurar una herramienta donde todos asesores de diferentes canales de atención puedan evidenciar que existió una campaña donde se le envió o solicitó información a un beneficiario / deudor solidario / ciudadano.
- 4.16 Todas las interacciones realizadas, ya sean llamadas, mensajes de voz, o cualquier otro tipo de contacto, deben ser grabadas, incluyendo tanto el audio como la pantalla.
- 4.17 Para los beneficiarios que se encuentran en el exterior, con el propósito de entregarles información o datos específicos sobre programas, proyectos, trámites o servicios, se debe considerar el envío a través de WhatsApp y correo electrónico.
- 4.18 El Proveedor de Atención al Usuario debe realizar un seguimiento continuo de la gestión de las campañas para identificar oportunidades de mejora. Este seguimiento debe ser documentado y presentado a ICETEX con recomendaciones específicas para optimizar futuras gestiones de manera mensual.
- 4.19 Las bases de datos utilizadas en las campañas deben incluir un campo de observaciones donde los asesores registren los comentarios de los beneficiarios. Estos comentarios ayudarán al área solicitante a tomar decisiones informadas para mejorar el servicio o la campaña.
- 4.20 Si el Proveedor de Atención al Usuario tiene dudas sobre la gestión de la campaña publicitaria o informativa, deberá plantearlas en un plazo máximo de 1 día hábil después de haber iniciado la gestión de la base de datos. El área correspondiente deberá responder dentro del mismo plazo, garantizando que la campaña continúe según lo previsto.
- 4.21 El Proveedor de Atención al Usuario debe dar cumplimiento a lo indicado en el anexo: "FACTURACIÓN Y PENALIZACIONES" del Canal Front, el cual indica en el numeral 1.5 llamado "Exclusiones de facturación" que no se pagaran aquellas transacciones que no cuenten con etiquetado, ID, grabación de audio o pantalla.
- 4.22 La Base de Datos y el Brief deben enviarse juntos al Proveedor de Atención al Usuario para garantizar que toda la información necesaria esté disponible desde el inicio de la gestión de la campaña.
- 4.23 El procedimiento Brief se utilizará principalmente para las campañas de servicio y experiencia. En casos excepcionales, como campañas comerciales y de comunidad, se podrá aplicar con la autorización previa del líder del proceso y cuando sea necesario debido a factores específicos como presupuesto o capacidades del operador. Estas solicitudes deberán ser gestionadas a través del Formato Brief y conforme a los lineamientos establecidos. Las campañas excepcionales utilizarán los canales de comunicación definidos, como mensajes de texto, correos electrónicos, llamadas outbound y WhatsApp.

4.24 Antes de remitir el Formato Brief al Proveedor de Atención al Usuario, este deberá contar con la revisión y aprobación de la supervisión del contrato del Proveedor o de la persona que este designe.

4.25 Las campañas de experiencia y satisfacción del usuario deben cumplir con los lineamientos del ["Manual de Gestión de la Experiencia y la Satisfacción del Usuario" \(M44\)](#). Todas las solicitudes de campaña deben alinearse con los requisitos de base de datos y el uso de la Ficha Técnica de Resultados, para asegurar una correcta evaluación y análisis de los resultados

4.26 Todas las solicitudes generadas a través de este procedimiento deben cumplir con los Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) establecidos en el procedimiento ["Actualización y Divulgación de Información de Productos y Servicios" \(M1-3-06\)](#). En particular, las campañas de Mensajes SMS y Email Marketing deben gestionarse dentro del plazo de seis (6) días hábiles.

4.27 Los informes serán definidos en conjunto con el ICETEX para cada campaña y como mínimo se deberá contar con la siguiente información

Campos a nivel de reportes:

- ✓ Registro de enviados
- ✓ Registro de leídos (si se requiere)
- ✓ Total, de enviados/entregados
- ✓ Total, de no enviados (Rebote)
- ✓ Apertura de enlace en los casos de aplica (Esto se validará dependiendo el origen del enlace solicitado para cada campaña)
- ✓ Horario y fecha de envío de mensajes
- ✓ Cantidad de barridos (Cuando aplique y definido para cada campaña)

## 5 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Actividad de control: 

Acuerdo de servicio: 

No.	Descripción	Frecuencia / tiempo máximo	Responsable	Registro o evidencia de la actividad	Actividad de control / Acuerdo de servicio
1	Diligencia y gestionar el Brief junto con el aval de comunicaciones y aprobación del jefe inmediato.	Mínimo 3 días hábiles antes del inicio de la campaña	Áreas ICETEX	<a href="#">Formato Brief F559</a> diligenciado, correo de aprobación, guion/script	
2	Remite la base de datos a la Oficina Comercial y de Mercadeo en ruta segura, con copia al apoyo de canal Front	1 día hábil después del diligenciamiento del Brief	Áreas ICETEX	Correo enviado desde el área, Cargue a través de ruta segura con base de datos adjunta	
3	Envía solicitud formal por correo con Brief, avales y anexos.	Mismo día de envío de base de datos	Áreas ICETEX	Correo electrónico con soportes adjuntos	
4	Verifica el cumplimiento de requisitos del Brief y condiciones de la campaña.  Si cumplen, continua con la actividad 6. Si no cumple, continúa con la actividad 5.	Máximo 1 día hábil desde la recepción	Profesional / Analista Oficina Comercial y de Mercadeo	Checklist de validación, correo de revisión	
5	Devuelve solicitud para ajustes en caso de incumplimiento de requisitos.	Máximo 1 día hábil posterior a la validación	Profesional / Analista Oficina Comercial y de Mercadeo	Correo de devolución con observaciones	
6	Verifica que la información esté completa y corresponda a la solicitud aprobada.  Si la información está completa, se continúa con la actividad 7.  Si se identifican inconsistencias o información incompleta, se deberá realizar el ajuste correspondiente antes del envío.	Máximo 1 día hábil después de aprobación	Profesional / Analista Oficina Comercial y de Mercadeo	Correo electrónico al proveedor de atención al usuario / y confirmación de cargue de base a través de la ruta segura.	
7	Enviar base de datos al proveedor de atención al usuario por ruta segura.	Máximo 1 día hábil posterior al envío del Brief	Profesional / Analista OCM	Registro de envío de base de datos	
8	Recibir y validar la solicitud remitida por la Oficina Comercial y de Mercadeo.  Si la información recibida es consistente y cumple con las condiciones definidas, continúa con la actividad 9.  Si se presentan diferencias, inconsistencias o	Máximo 1 día hábil desde recepción	Jefe de operaciones / Proveedor de atención al usuario	Confirmación de recibido a través de correo electrónico.	

<b>MacroProceso</b>	Gestión del servicio	<b>Proceso</b>	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	<b>Estado</b>	Vigente
---------------------	----------------------	----------------	---	---------------	---------

	información incompleta, se deberá informar a la Oficina Comercial y de Mercadeo para su validación y ajuste, y se retorna a la actividad 6.				
9	Cargar la base de datos en la herramienta del proveedor.	Máximo 1 día hábil posterior a recepción	Jefe de operaciones / Proveedor de atención al usuario	Registro en sistema	
10	Ejecutar la campaña según el Brief (SMS, email, llamadas, WhatsApp).	Informativas: 6 días hábiles / Transaccionales: 8 días hábiles	Asesor/ Proveedor de atención al usuario	Reportes de ejecución	
11	Tipificar la gestión en el "Sistema de administración de clientes" según lineamientos definidos.	Durante la ejecución (tiempo real o mismo día)	Asesor/ Proveedor de atención al usuario	Registros en el Sistema de Administración de Clientes	
12	Generar y remitir informes de resultados de la campaña.	Máximo 2 días hábiles después de finalizada la campaña	Coordinador/ Proveedor de atención al usuario	Informe de campaña, reportes	
13	Remitir base de datos gestionada con resultados.	Máximo 2 días hábiles después de finalización	Coordinador/ Proveedor de atención al usuario	Base de datos final enviada	
14	Revisar informes y validar resultados frente a solicitud inicial.	Máximo 2 días hábiles desde recepción	Profesional / Analista OCM	Correos de validación	
15	Enviar informes al área solicitante.	Máximo 1 día hábil después de validación	Profesional / Analista OCM	Correo de envío de resultados	

#### 5 DOCUMENTOS RELACIONADOS

Nombre del documento	Código
Formato Brief	<a href="#">F559</a>
Instructivo Formato Brief	<a href="#">I559</a>
<a href="#">Actualización y Divulgación de Información de Productos y Servicios</a>	<a href="#">M1-3-06</a>
<a href="#">Manual de Gestión de la Experiencia y la Satisfacción del Usuario</a>	<a href="#">M44</a>

#### 6 ANEXOS

<b>7.1 DIAGRAMA DE FLUJO (Ver Anexo)</b>
<b>7.2 OTROS</b>



MacroProceso	Gestión del servicio	Proceso	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	Estado	Vigente
--------------	----------------------	---------	---	--------	---------



COPIA CONTROLADA

MacroProceso	Gestión del servicio	Proceso	Atención a beneficiarios y/o ciudadanos	Estado	Vigente
--------------	----------------------	---------	---	--------	---------

**Anexos:**[M5-1-22 - Brief - V2.png](#)

Editado por Elda Yolanda Castellanos Monroy, may 11 2026 07:16 p.m.

**Modificaciones****Descripción de cambios**

- Se realiza actualización del procedimiento al formato F100
- Se adiciona la condición general 4.24 Se incluye la revisión y aprobación de la supervisión del contrato del formato F559 antes del envío al proveedor
- Se realiza actualización del formato F559
- Se incluye el Manual de Gestión de la Experiencia y Satisfacción del Usuario - M44

**Historial de Versiones**

Fecha Vigencia (Acto Adtvo)	Versión	Descripción de Cambios
2026-05-12	2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se realiza actualización del procedimiento al formato F100</li><li>• Se adiciona la condición general 4.24 Se incluye la revisión y aprobación de la supervisión del contrato del formato F559 antes del envío al proveedor</li><li>• Se realiza actualización del formato F559</li><li>• Se incluye el Manual de Gestión de la Experiencia y Satisfacción del Usuario - M44</li></ul>
2025-07-04	1	-

**¿Ha revisado el documento en su totalidad?**

SI

COPIA CONTROLADA