

COPIA No. 1 DE 1 COPIAS
BOGOTÁ 01 ABK 2020
FECHA _____

No 02 ALDG – ALSG – AOC – 201

DIRECTIVA PERMANENTE

ASUNTO: Estrategia para las actividades de Rendición de Cuentas y Participación Ciudadana de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

AL: Señores Secretario General, Subdirectores Generales, Jefes de Oficina Directores Nacionales, Directores Regionales, Coordinadores y personal en general de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

1. OBJETIVO Y ALCANCE

a. Finalidad

Implementar la estrategia de Rendición de Cuentas y de Participación Ciudadana de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el fin de documentar, informar y explicar a los ciudadanos, usuarios, grupos de valor y partes interesadas sobre las actuaciones que realiza la Entidad, con el fin de fortalecer el diálogo, la interacción y la participación ciudadana, siguiendo los lineamientos establecidos en las Políticas Nacionales.

Con la implementación de esta estrategia, la Entidad mejora su proceso de Rendición de Cuentas, garantizando así, la transparencia en la gestión, fomentando la participación ciudadana, incentivando el sentido de responsabilidad de los servidores públicos, a través del logro de los siguientes objetivos:

- 1) Mejorar el sentido de lo público.
- 2) Facilitar el ejercicio del control social a la Gestión Pública.
- 3) Mejorar los atributos de la información para los ciudadanos, utilizando un lenguaje comprensible, actualizado, oportuno, disponible y completo.
- 4) Fomentar el diálogo e interacción entre el Estado y los ciudadanos, para lo cual las entidades no solo deben informar sino también documentar, explicar y sustentar su gestión.
- 5) Promover la cultura de rendición y petición de cuentas, apoyando iniciativas de participación ciudadana con la Administración Pública.
- 6) Constituir un espacio de interlocución directa entre la entidad, los servidores públicos, la ciudadanía y los grupos de interés.



- 7) Servir como insumo para ajustar políticas, planes y programas de manera que responda a las necesidades y demandas de los usuarios.

b. Referencias

- 1) Constitución Política de Colombia Artículo 40, inciso 2.
- 2) Ley 134 de 1994 "Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana".
- 3) Ley 489 de 1998, artículos 3° "Principios de la función Administrativa", artículo 26 "Estímulos e incentivos a la gestión pública", artículo 32° "Democratización de la Administración Pública", artículo 33° "Cuando la administración lo considere conveniente y oportuno se podrá convocar audiencias públicas...", artículo 34° "Ejecución del control Social" y artículo 35° "Ejercicio de veeduría ciudadana".
- 4) Ley 850 de 2003 Veedurías Ciudadanas, Artículos 1, 4, 5, 6, 7 al 14, 17, 18 y 22.
- 5) Ley 1474 de 2011, Estatuto anticorrupción: Artículo 73° "Plan Anticorrupción y de Atención Ciudadana", artículo 74° "Plan de acción de las entidades", artículo 78° "Democratización de la Administración Pública".
- 6) Ley 1712 de 2014, Transparencia y Derecho de Acceso a la información Pública.
- 7) Ley 1757 de 2015, "Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática".
- 8) Decreto 2641 del 17 de diciembre de 2012: Artículo 1 "Metodologías estratégicas para la construcción del plan anticorrupción y de atención al ciudadano" y artículo 2 "Estándares para la construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano".
- 9) Decreto 1499 DE 2017 (septiembre 11) "Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015"
- 10) Documento CONPES 3654 de 2010, Política de Rendición de Cuentas de la Rama Ejecutiva a los Ciudadanos.
- 11) Manual Único de Rendición de Cuentas: Comité técnico conformado por Presidencia de la República-Secretaría de la Transparencia; Departamento Administrativo de la Función Pública y Departamento Nacional de Planeación (14 de julio de 2014).
- 12) Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - versión 3 -- diciembre de 2019.



c. Vigencia.

La presente Directiva rige a partir de la fecha de expedición, hasta su actualización o derogación.

2. INFORMACIÓN

a. ANTECEDENTES.

La Dirección General, consciente de la obligación legal y ética que recae sobre las entidades públicas de informar y explicar a la comunidad sobre cómo se gestionan los recursos que le fueron entregados para administrarlos en beneficio de esta, dirigirá la Estrategia de Rendición de Cuentas y de Participación Ciudadana en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares cumpliendo lo establecido en las normas que regulan estas materias, y a su vez contribuir al desarrollo de los principios constitucionales de transparencia, responsabilidad, eficacia, eficiencia, imparcialidad y participación de la ciudadanía en el manejo de los recursos públicos.

b. GENERALIDADES

La Rendición de Cuentas es un proceso de comunicación pública y diálogo permanente de los funcionarios del Gobierno Nacional o Territorial con los ciudadanos, tiene como objetivo explicar y mantener informado al ciudadano sobre los proyectos e iniciativas de las entidades públicas en desarrollo de sus funciones, se tiene la responsabilidad de informar, explicar y sustentar la gestión realizada, la forma en que se administran los recursos y sus resultados ante la ciudadanía y las organizaciones que tienen el derecho a pedir cuentas y participar en la gestión, con evaluaciones y propuestas de mejora, o con incentivos para corregir, premiar o sancionar los resultados.

Cabe señalar que la Rendición de Cuentas y la Participación Ciudadana se fundamentan en tres (3) elementos básicos:

- **Información.** Se refiere a la generación de datos y contenidos sobre la gestión, el resultado de ésta, el cumplimiento de sus metas misionales y las asociadas con el plan de desarrollo nacional, así como la disponibilidad, exposición y difusión de datos estadísticos o documentos de las entidades públicas. Es preciso tener en cuenta, que los datos y los contenidos deben cumplir con el principio de calidad de la información para llegar a todos los grupos poblacionales y de interés.
- **Diálogo.** Hace referencia a aquellas prácticas donde las entidades públicas después de entregar información, dan explicaciones, justificaciones y en



general responden las inquietudes de los ciudadanos frente a sus acciones y decisiones (en espacios bien sea presenciales, segmentados, focalizados o virtuales), en el cual se mantiene un contacto directo que posibilita la interacción pregunta-respuesta y se dan aclaraciones.

- **Incentivos.** Son las acciones de las entidades públicas que motivan a los servidores públicos y los ciudadanos hacia el proceso de rendición de cuentas y participación ciudadana. Se trata de llevar a cabo gestiones que contribuyan a la interiorización de la cultura de rendición de cuentas en los servidores públicos y en los ciudadanos, a través de incentivos orientados a promover comportamientos institucionales mediante la capacitación, el acompañamiento y el reconocimiento de experiencias.

Mecanismos de divulgación de información y promoción del diálogo en el ejercicio de rendición de cuentas y participación ciudadana.

El principal objetivo es mejorar los atributos de la información que se entrega al ciudadano en cuanto a la producción, disponibilidad, exposición y difusión de datos, estadísticas e informes, con calidad en el lenguaje, sencillo y de fácil comprensión, así mismo realizar una permanente divulgación.

1) Audiencia Pública.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares desarrollará todas las actividades necesarias de alistamiento para llevar a cabo el evento de Audiencia Pública de Rendición de Cuentas donde mostrará la gestión institucional (sea centralizada o por regionales) con la participación de los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadanía en general.

2) Reuniones Nacionales.

El Director General realiza reuniones semanales (videoconferencia a nivel nacional de directivos) y/o visitas a las Regionales de acuerdo a la ubicación o jurisdicción designada en el territorio nacional, con el fin de verificar la situación de cada regional en donde se incluye información financiera, estado de las unidades de negocio, principales logros y oportunidades de mejora de las mismas.

3) Reuniones administrativas.

El director general de manera periódica (mínimo una vez al mes) realiza seguimiento a la gestión y desempeño de los procesos y/o áreas organizativas de la entidad con el fin de verificar resultados y los avances en la gestión de las mismas, con el fin de determinar la toma de decisiones que permitan a la entidad cumplir con la misionalidad y mejorar los resultados.



4) Encuentro Nacional de Directivos.

El director General de manera anual realiza una reunión en la cual se cuenta con la activa participación de la alta dirección (equipo de directivos en el nivel central y regionales) con el fin de evaluar las actividades y gestiones adelantadas en las diferentes dependencias y/o regionales, a fin de determinar las acciones que permitan a la entidad mejorar sus índices de desempeño y gestión.

5) Actividades por procesos.

Los diferentes procesos misionales y/o áreas con el fin de cumplir con la misión institucional o función asignada dentro de la organización, realizada constantes y diversas acciones de dialogo y/o entrega de información mediante las cuales se evidencia el cumplimiento de la misión y/u objetivos institucionales.

6) Foros y Encuestas de participación.

Los espacios de participación ciudadana estimulan la interacción entre los diferentes grupos de interés con la entidad, por medio de los foros y las encuestas que la entidad realiza a través de la página web o Intranet se identifica la percepción de los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadanía en general que con su opinión o sugerencia nos ayudan a mejorar la prestación de los bienes, trámites y servicios ofrecidos por la Entidad.

7) Buzones de Sugerencias.

En todas las unidades de servicio están ubicados los buzones de sugerencia, que permiten a los usuarios de los bienes y servicios de la Entidad realizar sus propuestas de mejora (PQRS), en los comedores de tropa es donde se evidencia la mayor participación por parte de los soldados que reciben el suministro de alimentación. Cada uno de los buzones cuenta con cartelera, donde se evidenciarán las respuestas a las sugerencias depositadas.

8) Chat Interactivo.

Canal interactivo donde la ciudadanía en general realiza preguntas en tiempo real a un asesor capacitado que se encuentra presto a solucionar todo tipo de requerimiento. Este se maneja de manera permanente con la facilidad de obtener todos los cuestionamientos realizados por el interesado las 24 horas del día en ausencia de la consultora, para ser resueltos el día hábil siguiente cuando son expuestos en horario no laborable.

9) Ferias.

En las ferias que la entidad participa se genera un espacio que permite a la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, realizar un acercamiento con la comunidad para dar a conocer sus servicios, trámites, programas y campañas; logrando así abrir un espacio de participación e integración ciudadana y



generando una imagen más favorable de la Administración Pública, a través de la realización de la prestación de servicios en un solo espacio.

10) Estrategia de Comunicación.

Se dispone de contenidos en los productos de comunicación interna, enfocados a los servidores públicos de la Entidad, y de comunicación externa, dirigidos a la ciudadanía en general, en los que se entregará información permanente en materia de gestión y ejecución de recursos, entre otros temas.

Los principales canales que utilizará la Entidad, en aras de transmitir la información, serán los siguientes:

Redes Sociales.

Es importante diseñar textos e imágenes llamativas para cautivar la atención en las diferentes acciones como dar a conocer la Entidad, su gestión, así como bienes y servicios ofertados, fomento del dialogo con los ciudadanos y atención a sus necesidades.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares ha creado su perfil organizacional en las siguientes Redes Sociales, con el fin de abarcar la demanda de comunicación exigida por parte de la ciudadanía cibernauta, interesada en conocer información actualizada sobre el quehacer o devenir de la Entidad.

- **Facebook:** El perfil de la Entidad se encuentra como *Agencia Logística de las Fuerzas Militares*, en este espacio se publicitan las noticias relevantes, convocatorias laborales, bienes, servicios o cualquier otro tipo de información que desde la Entidad se considere relevante.
- **Twitter:** Se encuentra como *@AgLogistica*, y se usa para publicar en menos de 280 caracteres la gestión, bienes y servicios que ofrece la Entidad, además de otros aspectos de interés general.
- **Canal Youtube:** Aparece como *Agencia Logística de las Fuerzas Militares*, es un medio dedicado a la reproducción de videos institucionales, en los cuales se hace alusión a la gestión y a los eventos más representativos que realiza la Entidad.
- **Instagram:** Es un medio exclusivo para la publicación de fotografías y vídeos cortos y se puede encontrar como *aglogisticafm*.

Fondos de pantalla.

Desde el Grupo de Marketing y Comunicaciones, se diseñan y desarrollan fondos de pantalla, los cuales se actualizan semanalmente y en ellos se muestra a través de piezas gráficas información relevante para todos los funcionarios de la Entidad.



Cartelera digital.

Ubicada en la Oficina Principal, es un medio idóneo para compartir contenidos audiovisuales relevantes de interés para todos los funcionarios de la Entidad y visitantes de la misma.

Correo electrónico.

A través de bases de datos, es posible informar directamente a los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadanos, compartiéndoles la invitación o remitiéndolos a la página web para que conozcan y opinen sobre la gestión de la entidad.

Programa Institucional 'Unidos Somos'.

El Programa Institucional de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, da cuenta de la gestión que realiza la Entidad, mostrando el funcionamiento de sus unidades de negocio en los diferentes lugares donde se tiene participación.

Mensajería de texto.

Representa una buena oportunidad para acercarse a una gran cantidad de ciudadanos. Consolidar una buena base de datos, posibilita la invitación al ciudadano a participar sobre la gestión de la entidad en un teléfono o una página web, o incluso recordarle sobre su asistencia a las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana.

Intranet.

Es un medio interno, de consulta obligatoria para todos los funcionarios de la Entidad, desde donde se pueden compartir noticias o elementos multimedia, que se espera sean de gran alcance entre todo el público interno de la Entidad.

A su vez, en caso de considerarse necesario, es un medio propicio para la creación de encuestas, elemento necesario para conocer la percepción frente a la gestión de la Entidad.

Página Web.

A través de la página web www.agencialogistica.gov.co, se establece contacto con la ciudadanía para proporcionar información institucional actualizada de forma permanente, se divulgan noticias, informes permanentes donde se publican los resultados de la gestión de la Entidad de acuerdo a cada proceso, se publica información estadística y mediante el portafolio de servicios damos a conocer la misionalidad de la Entidad. La página cuenta con espacios de contacto con la ciudadanía para propiciar la comunicación con los interesados.



11) Escenarios de Dialogo.

Estos serán vistos como espacios presenciales de interacción con los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadana en general donde se involucran con el fin de que brinden sus opiniones, observaciones y recomendaciones a los diversos servicios brindados por la Entidad para contribuir con el mejoramiento continuo de la gestión, se realizan por medio de mesas de trabajo, mesas de dialogo presenciales y virtuales, capacitaciones, encuentros, reuniones y las demás que la Entidad proponga para tal fin.

Es importante escuchar los puntos de vista de los interesados, responder a sus preguntas, brindar explicaciones sobre decisiones institucionales, justificar las acciones, presentar diagnósticos e interpretaciones para ello se requiere motivar la participación de la ciudadanía en general.

12) Incentivos.

Generar incentivos para rendir cuentas y participar de manera activa en las actividades fomentadas por la Entidad, por medio de acciones que refuercen la entrega efectiva de información y una interacción constructiva con los ciudadanos.

Acciones Motivantes

1. Innovar en la participación. Planear, ejecutar y divulgar las actividades motiva a los ciudadanos a participar.

2. Premiar la participación. Reconocer a los ciudadanos que participan en los ejercicios de rendición de cuentas a través de priorizaciones en la oferta institucional de las entidades y otros estímulos que las entidades establezcan de acuerdo a lo permitido por la ley.

3. Reconocer retos y realizar ajustes. Adelantar ajustes en la planeación a partir de la interacción con la ciudadanía en la rendición de cuentas y la participación ciudadana, generando nuevas estrategias de construcción participativa.

4. Agradecer alertas y recomendaciones. Entregar resultados de la interacción y visibilizar a los usuarios y ciudadanos comprometidos con el ejercicio de sus deberes y derechos.

5. Visibilizar la transparencia. Evidenciar las acciones de rendición de cuentas por parte de los servidores públicos y altos mandatarios, mostrando el compromiso con la transparencia y la función pública.



Fases del proceso para desarrollar las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana

Se requiere definir el procedimiento interno para implementar la ruta antes, durante y después a seguir para el desarrollo de los espacios de diálogo en la rendición de cuentas y la participación ciudadana, así:

Antes

1. Producir la información sobre la gestión (presupuesto, contratación, etc.), resultados y/o avance en la garantía de derechos, temas de interés priorizados por los grupos de valor, usuarios y ciudadanía en general, que se quiere o necesita presentar.
2. Diseñar y divulgar el cronograma o programación donde se identifiquen y definan los espacios de diálogo presenciales (mesas de trabajo, foros, reuniones, etc.), y/o virtuales complementarios (chat, videoconferencias, etc.), que se emplearán para rendir cuentas y realizar actividades de participación ciudadana: 1) Sobre los temas de interés priorizados, y 2) Sobre la gestión general de la entidad.
3. Verificar si todos los grupos de valor están contemplados en al menos una de las actividades de participación ya identificadas.
4. Definir el procedimiento de adecuación, producción y divulgación de la información atendiendo a los requerimientos de cada espacio de diálogo definido.
5. Priorizar los temas de interés que los grupos de valor tienen sobre la gestión de las metas del plan institucional, para priorizar la información que se producirá de manera permanente.
6. Divulgación del evento de rendición de cuentas o participación ciudadana.
7. Forma en que se convocará o promocionará la participación de los grupos de valor, usuarios, partes interesadas y ciudadanía en general atendiendo a la claridad y alcance del objetivo de cada espacio de rendición de cuentas.
8. Roles y responsables para implementar los espacios de diálogo y la rendición de cuentas.

Durante

1. Reglas de juego que garanticen la participación de los grupos de valor y el cumplimiento del objetivo de cada espacio de diálogo en la rendición de cuentas.
2. Forma como se documentarán los resultados del espacio de rendición de cuentas.



Después

1. Forma como se informarán los resultados de los compromisos adquiridos con los asistentes para el seguimiento y control ciudadano.
2. Documento de evaluación de los resultados de implementación de la estrategia y de los espacios de rendición de cuentas desarrollados.
3. Medio o canal en donde se publicarán los resultados.
4. Diligenciar el formato interno de reporte definido con los resultados obtenidos en el ejercicio.

3. EJECUCIÓN.

a. Misión General

A partir de la fecha de expedición de la presente Directiva, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares desarrollará todas las actividades necesarias de alistamiento y gestión institucional para cumplir con la estrategia de Rendición de Cuentas y de Participación Ciudadana, con el objetivo de fortalecer las acciones que permitan garantizar el cumplimiento de la función administrativa, bajo los preceptos y mandatos de la Constitución Política, la ley, sus reglamentarios y las regulaciones que le son aplicables.

b. Misiones Particulares

1. Secretaría General

- a) Supervisa el cumplimiento de las instrucciones y lineamientos establecidos en la presente Directiva Permanente, así como realiza seguimiento.

2. Subdirectores Generales, Jefes de Oficina, Directores Nacionales, Directores Regionales

- a) Conformar un equipo de trabajo responsable de la planeación, ejecución y divulgación de las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana, de su dependencia.
- b) Definir en el primer trimestre de la vigencia, las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana que realizará, las cuales deben estar claramente definidas en el modelo de cronograma de trabajo establecido.
- c) Elaborar el cronograma de actividades para rendición de cuentas y participación ciudadana en el primer trimestre del año donde se identifiquen y definan los espacios de diálogo presenciales (mesas de diálogo presenciales y/o virtuales, foros, reuniones, capacitaciones, encuentros,



- reuniones, etc.), y virtuales complementarios (chat, videoconferencias, etc.) que realizaran en la vigencia.
- d) Define el procedimiento de adecuación, producción, ejecución y divulgación de las actividades atendiendo la ruta de antes, durante y después.
 - e) Prepara la información que se va a entregar y elabora los informes derivados, en lenguaje claro y comprensible, con resultados concretos y publicados.
 - f) Utiliza múltiples canales de comunicación e interacción con los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadanía. (Electrónicos y presenciales) para difundir las actividades (antes, durante y después) solicitando el apoyo de las áreas involucradas para su correcta ejecución y divulgación.
 - g) Garantiza la respuesta a las recomendaciones, observaciones y opiniones de los usuarios, grupos de valor, partes interesadas y ciudadanía, mediante el diálogo y conversación directa.
 - h) Entrega al Grupo de Atención y Orientación Ciudadana el informe y el formato interno del reporte de las actividades desarrolladas.

3. Grupo de Marketing y Comunicaciones

- a) Diseña piezas graficas de acuerdo a solicitud de los responsables para difundir las actividades planeadas.
- b) Lleva a cabo la campaña de sensibilización de las actividades que se tengan planeadas, al personal interno y externo de la Entidad, dándola a conocer a través de todos los canales de comunicación, en conjunto con el Grupo de Atención y Orientación Ciudadana.
- c) Efectúa el registro filmico y fotográfico de las actividades que así lo ameriten o soliciten, con el fin de ser aportadas a los diferentes entes de control que en su momento las requieran.

4. Grupo Atención y Orientación Ciudadana

- a) Brinda acompañamiento y asesoría en la administración y funcionamiento de cada una de las actividades que brinde rendición de cuentas y participación ciudadana en la Entidad y de cara al ciudadano.
- b) Monitorea la intervención ciudadana a través de los demás canales del Sistema Nacional de Atención e Información al Ciudadano garantizando su pronta y efectiva respuesta a sus inquietudes.
- c) Establece el formato interno de reporte de las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana que como mínimo contenga:

- Actividades realizadas.



- Grupos de valor involucrados.
 - Temas y/o metas institucionales asociadas a las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana.
 - Observaciones, propuestas y recomendaciones de los grupos de valor, partes interesadas y usuarios.
 - Resultado de la participación.
 - Compromisos adquiridos de cara a los grupos de valor, partes interesadas, usuarios y ciudadanía.
 - Medios o canales de comunicación y/o interacción a utilizar
- d) Valida el cumplimiento de la estrategia según el informe y el formato interno del reporte de las actividades remitido por las dependencias.
- e) Remite a la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional el informe y consolidación de los formatos internos de reporte aportados por las áreas responsables de su ejecución.

5. Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional

- a) Realiza asesoría y seguimiento de cada una de las actividades de implementación para el cumplimiento de todos los espacios de rendición de cuentas y de participación ciudadana.
- b) Realiza las coordinaciones necesarias para realizar el cargue de las actividades planeadas en la herramienta suite vision empresarial, con el fin de poder llevar el seguimiento.
- c) Analiza y publica los resultados obtenidos en la implementación de las actividades planeadas (plan de participación y rendición de cuentas), con base en la consolidación de los formatos internos de reporte aportados por las áreas responsables de su ejecución.

6. Oficina Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC.

- a) Coordina el alistamiento y disposición de los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades planeadas, de acuerdo a solicitud de los responsables de su cumplimiento
- b) Brinda el soporte técnico requerido, asignando los funcionarios y equipos que se consideren necesarios, lo cuales deberán estar disponibles.

c. Instrucciones Generales de Coordinación.

- a) La Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional, el Grupo de Marketing y Comunicaciones y el Grupo de Atención y Orientación Ciudadana




- brindarán acompañamiento y asesoría en cada una de las actividades que se planteen.
- b) Cada Jefe de Oficina o Director es responsable de la calidad, exactitud y oportunidad de la información que suministre.
 - c) Con el fin de responder a los criterios de información, diálogo e incentivos, los expositores deben utilizar un lenguaje claro y entendible en sus presentaciones.
 - Las presentaciones utilizadas deben incluir gráficas, imágenes, estadísticas y demás ayudas ilustrativas que permitan hacer más clara, amena y dinámica la información a presentar (menos texto, más gráficas).
 - Los videos deben realizarse de manera dinámica, con imágenes e información actualizada
 - d) Se anexa a la presente directiva el formato interno de reporte de las actividades de rendición de cuentas y participación ciudadana.

4. DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS.

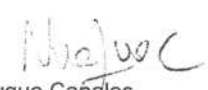
Los gastos administrativos que demanden las diversas actividades deben ser cancelados con los rubros presupuestales correspondientes.


FIRMADO


Coronel (RA) OSCAR ALBERTO JARAMILLO CARRILLO
Director General
Agencia Logística de las Fuerzas Militares

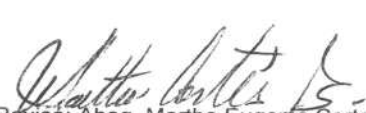
Elaboró:

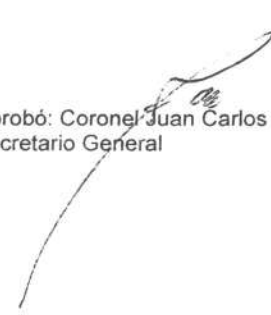
Abog. Esp. Der. Adm. Diana Cecilia Martín Amaya
Coordinadora de Atención y Orientación Ciudadana

Elaboró:

Mario Nicolás Luque Cangles
Profesional Grupo de Marketing y Comunicaciones


Revisó: Yamile Betancourt Vega
Profesional de Defensa
Grupo Desarrollo Organizacional y Desarrollo Integral


Revisó: Ing. Mec. Rommel Daniel Gutierrez Gómez
Jefe Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional


Revisó: Abog. Martha Eugenia Cortes Baquero
Jefe Oficina Asesora Jurídica


Aprobó: Coronel Juan Carlos Riveros Pineda
Secretario General



