

Informe Redes Sociales



Audiencia Pública

Rendición
de Cuentas

vigencia 2020



www.agencialogistica.gov.co

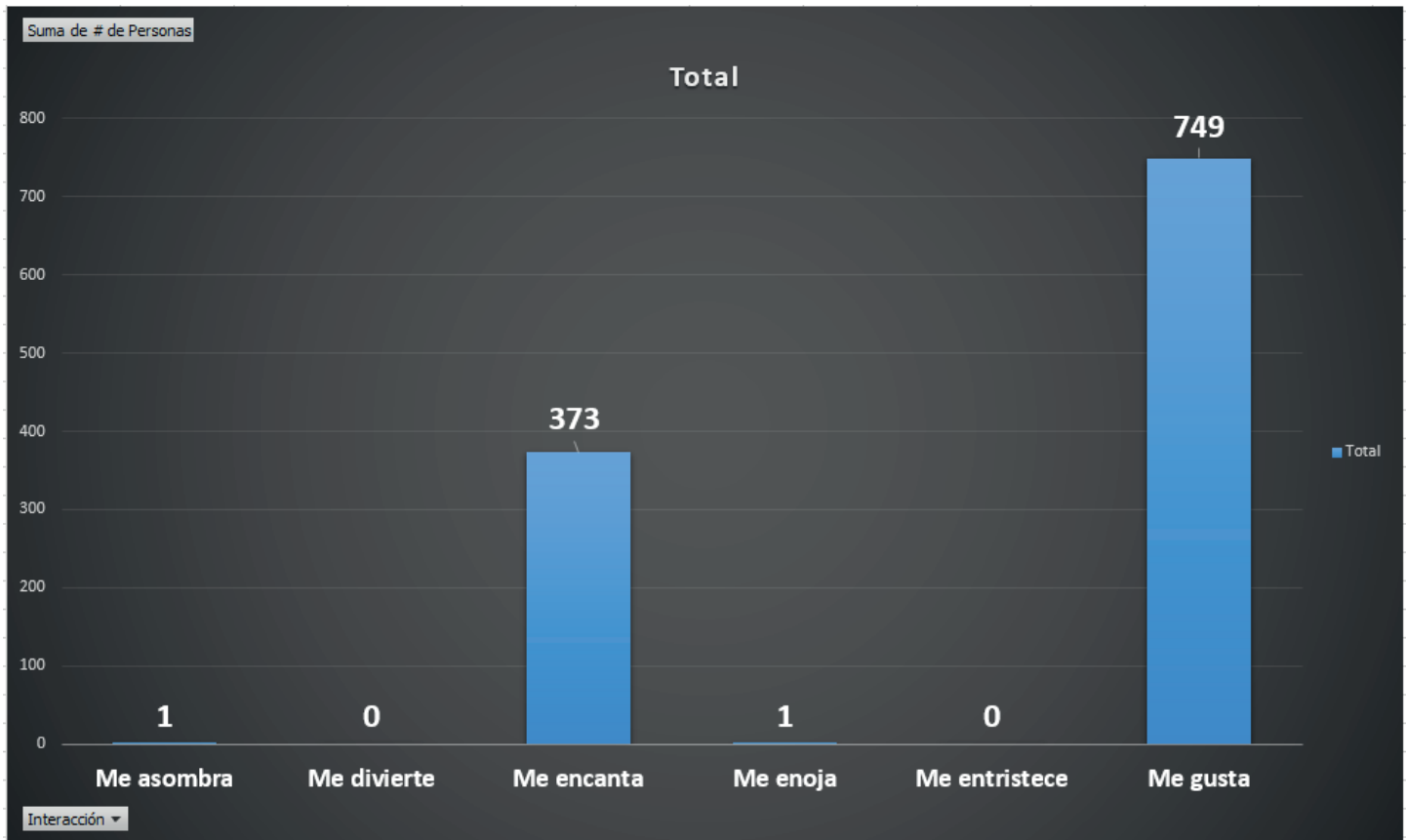
Introducción

El presente informe brinda información estadística detallada del ejercicio de participación ciudadana realizado el día 26 de marzo del 2021, el cual se desarrolló de manera virtual, transmitido en vivo por las redes sociales Facebook y Youtube en su fanpage, canal respectivamente.







El evento utilizó un formato 100% digital donde se abrieron todos los canales de comunicación para que la ciudadanía en general, pudiera en tiempo real, realizar sus preguntas las cuales fueron resueltas en directo en el espacio destinado para resolver sus inquietudes.

Facebook

Interacción con el Público



Interacción del público

Interacción total	1,3 mil						
Veces compartido	34	749	0	373	1	0	1
Comentarios	226						
Reacciones	1 mil						

Facebook

Resumen Transmisión

Duración de la Transmisión

1:41:46

250

Número Máximo
de Seguidores en vivo

213

Reacciones

208

Comentarios

30

Veces Compartido

4,5 mil

Personas Alcanzadas

Facebook

Como conocieron de nuestra transmisión



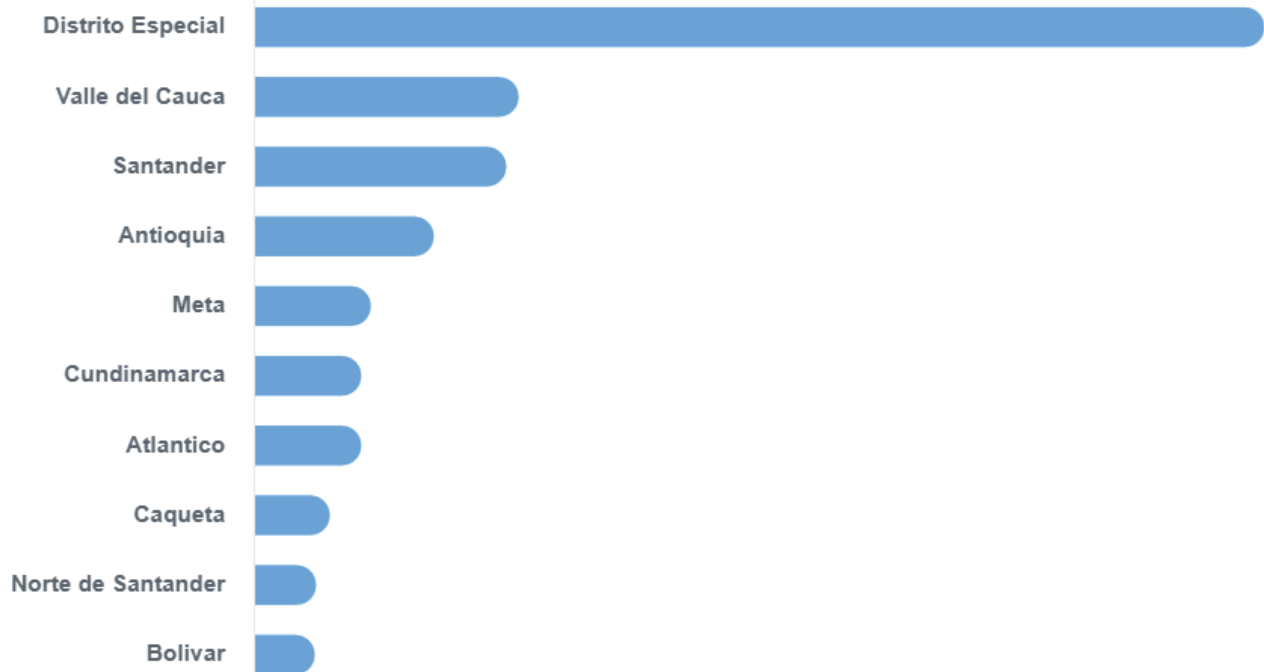
Desde donde nos observaron a nivel Nacional

Público



Región

País Edad y sexo



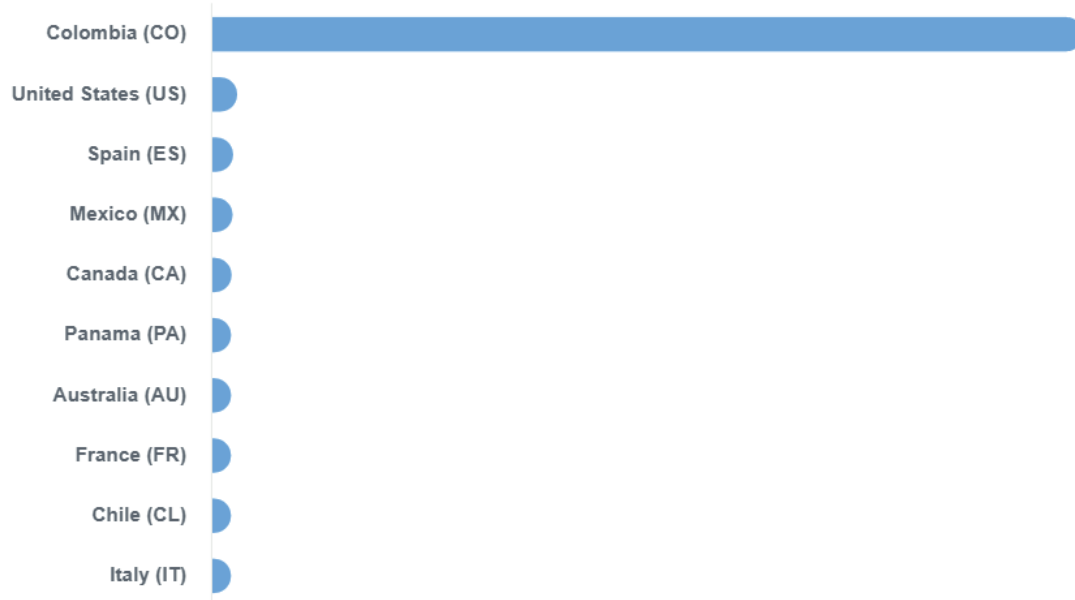
Facebook

Desde donde nos observaron a nivel Internacional

Público



Región **País** Edad y sexo



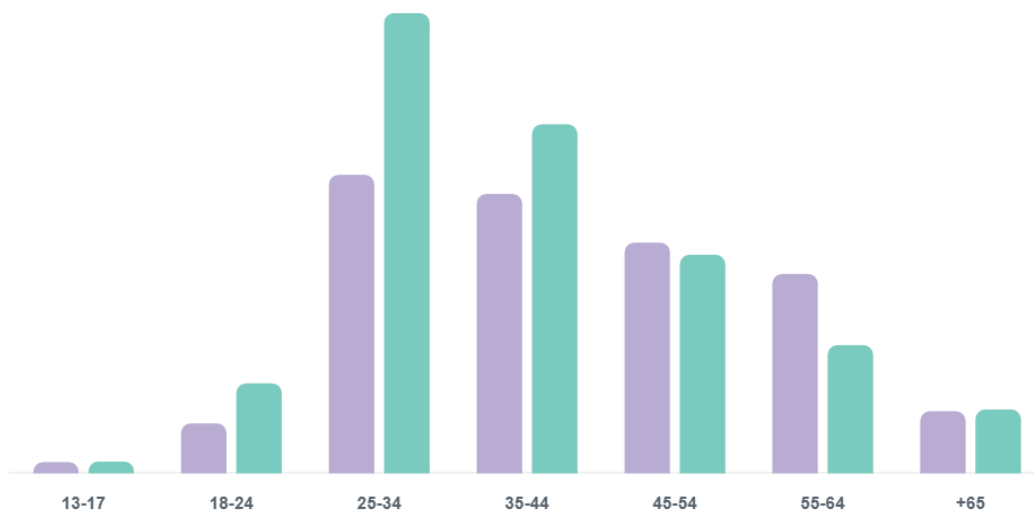
Rango de edades de nuestro público

Público



Región País **Edad y sexo**

45% Hombres 55% Mujeres



Facebook

Desde donde nos observaron a nivel Internacional

 Fondo Rotatorio de la Policía
26 de marzo a las 08:23 · 🌐



AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
— La unión de nuestras Fuerzas —

Agencia Logística De Las Fuerzas Militares transmitió en vivo.
26 de marzo a las 07:47 · 🌐

Rendición de Cuentas - Vigencia 2020

👍 5 1 vez compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

🗨️ Escribe un comentario... 📷 📺 🗣️

 Caja de Sueldos de Retiro de la Policía Nacional
26 de marzo a las 09:35 · 🌐

La Agencia Logística De Las Fuerzas Militares es otra de las empresas del Sector Defensa que junto a Casur hace parte del Ministerio GSED. #SomosGSED #CasurInforma



AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
— La unión de nuestras Fuerzas —

Agencia Logística De Las Fuerzas Militares transmitió en vivo.
26 de marzo a las 07:47 · 🌐

Rendición de Cuentas - Vigencia 2020

👍❤️ 6

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

🗨️ Escribe un comentario... 📷 📺 🗣️

Facebook

Publicaciones realizadas en la página en vivo

22

Publicaciones

1094

Clic en Publicaciones

Personas que hicieron clic en las publicaciones

2070

Reacciones

Personas que reaccionaron a nuestras publicaciones

19.686

Alcance

Personas que le llegó nuestras publicaciones

Durante la realización de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas Vigencia 2020 se realizó publicaciones de cada uno de los expositores, donde se contextualizaba a la ciudadanía en el general del tema a informar por cada uno de ellos, brindando la mayor facilidad de conocer la labor que se realiza desde la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

Youtube

Resumen Transmisión

Duración de la Transmisión

1:45:47

150

Número Máximo
de Seguidores en vivo

662

Reproducciones

20

Seguidores Nuevos

128

Mensajes

363

Impresiones

Youtube

Momentos Claves de Retención en la Audiencia

14:44 | **13,9%**

Duración media de las
visualizaciones

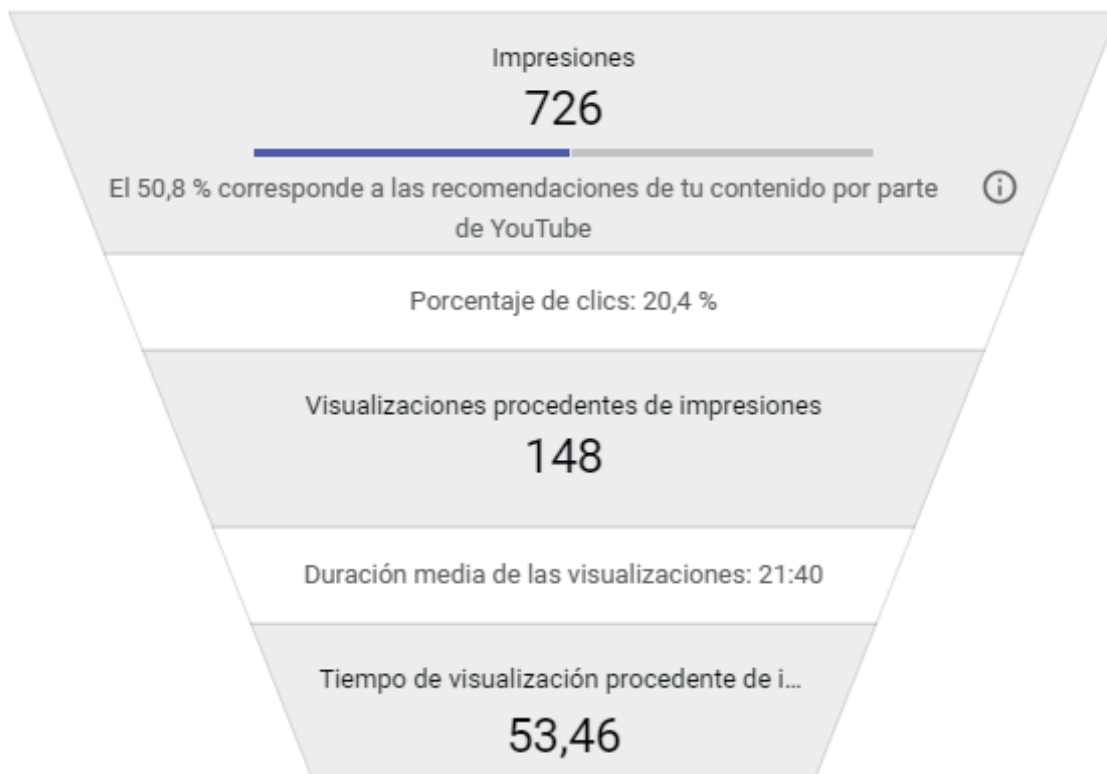
Porcentaje Medio Visto

Fuentes de Tráfico Principales

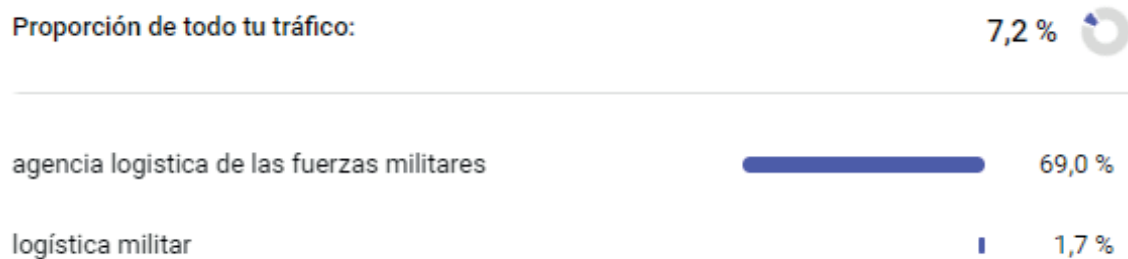
Búsqueda de Youtube	32,4%
Funciones de Exploración	16,2 5
Páginas de Canal	10,8%
Otras funciones de YouTube	10,8%
Fuentes Externas	10,8%

Youtube

Impresiones y cómo influyen en el tiempo de visualización



Fuente de tráfico: búsqueda de Youtube



[VER MÁS](#)

Youtube

Fuentes externa de tráfico

Fuente de tráfico > Fuentes externas	+ Visualizaciones ↓	Duración media de las visualizaciones	Porcentaje medio visto	Tiempo de visualización (horas)
<input type="checkbox"/> Total	410	11:44	11,1 %	80,2
<input type="checkbox"/> WhatsApp	348 84,9 %	10:54	10,3 %	63,3 78,9 %
<input type="checkbox"/> YouTube	19 4,6 %	13:22	12,6 %	4,2 5,3 %
<input type="checkbox"/> Google Search	13 3,2 %	19:00	17,9 %	4,1 5,1 %
<input type="checkbox"/> Google	11 2,7 %	29:58	28,3 %	5,5 6,8 %
<input type="checkbox"/> com.gbwhatsapp	5 1,2 %	12:33	11,8 %	1,0 1,3 %
<input type="checkbox"/> Facebook	4 1,0 %	3:44	3,5 %	0,2 0,3 %
<input type="checkbox"/> com.huawei.android.internal.app	3 0,7 %	2:36	2,5 %	0,1 0,2 %
<input type="checkbox"/> WhatsApp Business	1 0,2 %	1:23	1,3 %	0,0 0,0 %
<input type="checkbox"/> com.microsoft.office.outlook	1 0,2 %	1:03:20	59,7 %	1,1 1,3 %
<input type="checkbox"/> whatsapp.com	0 0,0 %	-	-	0,0 0,0 %

Fuentes de tráfico: Videos Sugeridos

Proporción de todo tu tráfico:

4,0 % 

RENDICIÓN DE CUENTAS 2020 ALFM		53,1 %
Participa en la Audiencia Pública de Rendición de Cuent...		25,0 %
Rendición de Cuentas 2020 Agencia Logística de las Fu...		12,5 %
Agencia Logística de las Fuerzas Militares Regional Ce...		3,1 %
Reactivación global y sus efectos en las inversiones B...		3,1 %

[VER MÁS](#)

Youtube

Tiempo de visualizaciones de los suscriptores



Regiones geográficas principales



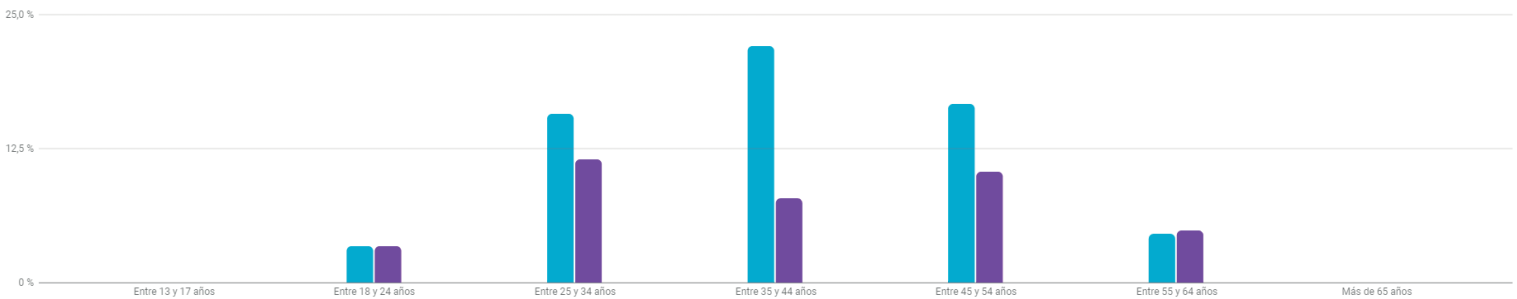
Audiencia por Edad y Sexo

Audiencia por edad y sexo

Filtrar

25-28 mar 2021
Desde la subida

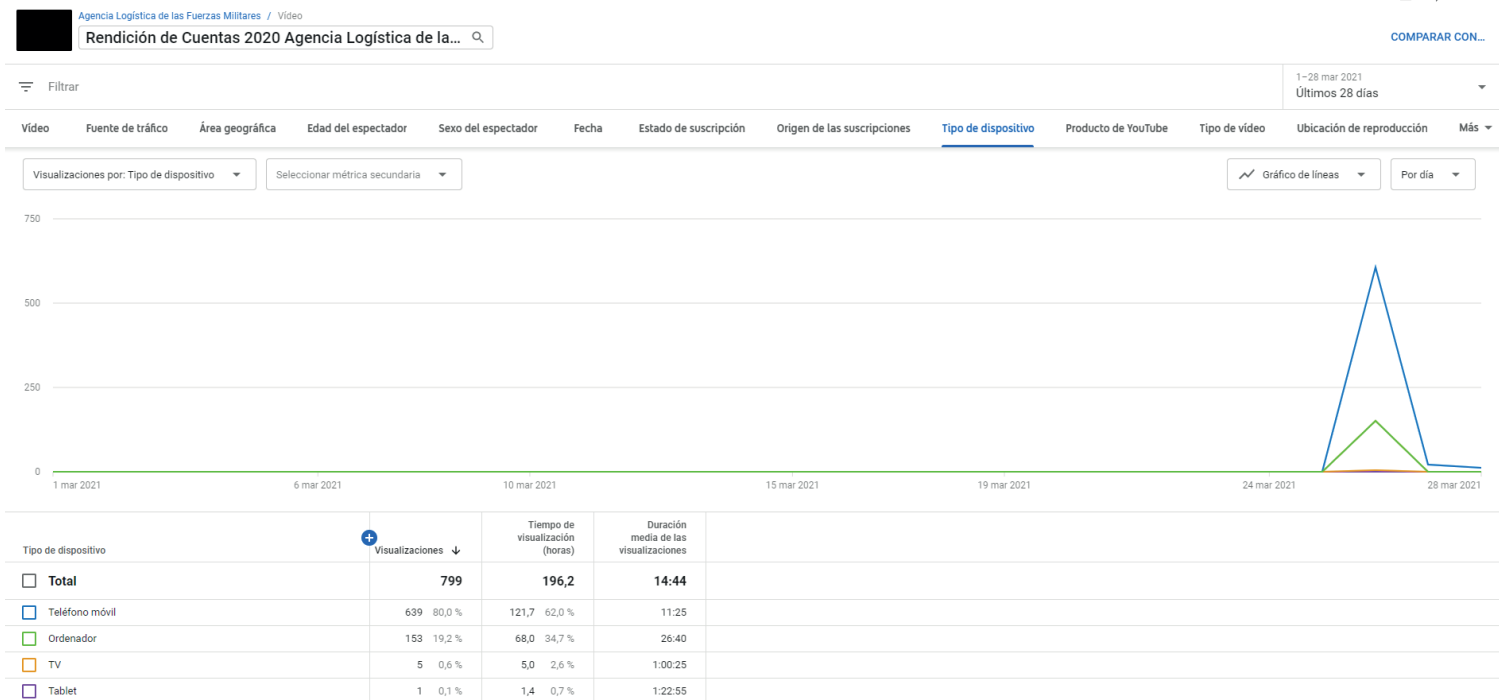
Visualizaciones Tiempo de visualización (horas)



Edad del espectador	Visualizaciones		Tiempo de visualización (horas)	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Total	62,2 %	37,8 %	67,5 %	32,6 %
Entre 13 y 17 años	-	-	-	-
Entre 18 y 24 años	3,3 %	3,3 %	2,8 %	1,1 %
Entre 25 y 34 años	15,7 %	11,5 %	17,5 %	13,4 %
Entre 35 y 44 años	22,1 %	7,9 %	21,8 %	6,5 %
Entre 45 y 54 años	16,6 %	10,3 %	18,0 %	6,5 %
Entre 55 y 64 años	4,5 %	4,8 %	7,4 %	5,1 %
Más de 65 años	-	-	-	-

Youtube

Tipo de Dispositivo por el que nos observaron



Conclusiones

La Audiencia Pública de Rendición Cuentas es un ejercicio fundamental para la Entidades públicas, donde los ciudadanos pueden conocer la labor que realizan durante la vigencia anterior, en esta oportunidad la Agencia Logística de las Fuerzas Militares (ALFM) durante este evento tuvimos grandes retos de transmitir 100% en vivo, cada uno de sus directivos sintetizó el trabajo realizado de sus áreas de trabajo, buscando siempre la claridad en los datos y cifras expuestas, que permitieran la veracidad a la ciudadanía en general.

La innovación fue otro reto, desde la Entidad buscamos un formato no tradicional, que permitiera generar un dinamismo en el transcurso de la actividad, con contenido de valor audiovisual, la técnica que usamos fue el croma, nos permitió dar un recorrido por todas las 11 regionales y 28 CADS con la contribución que aporta la ALFM para el desarrollo de nuestro país.

Las circunstancias que nos enfrentamos en esta oportunidad no fue un obstáculo para rendir cuentas, solo lo miramos como una adversidad la convertiamos en una fortaleza, esto dió como resultado mayor alcance a través de las redes sociales, mayor impacto expuesto en el presente documento.

Seguiremos esforzando cada día, sin detenernos, para la consecución de los objetivos, porque “Unidos Somos Más”.