

Informe comparativo APRC 2019 - 2020



Audiencia Pública

Rendición
de Cuentas

vigencias 2019 - 2020



www.agencialogistica.gov.co



Informe comparativo APRC 2019 - 2020

Audiencia
Pública Rendición
de Cuentas
vigencias 2019 - 2020

Fecha de Informe: 12 de abril del 2021.

Proceso Y/o Dependencia: Secretaría General Agencia Logística de las Fuerzas Militares – Grupo de Marketing y Comunicaciones.

Líder de Proceso Y/o Dependencia: Coronel Juan Carlos Riveros Pineda.

Tema de Seguimiento: Informe comparativo informes de evaluación Audiencia Pública de Rendición de Cuentas 2019 y 2020.

Justificación:

Solicitud efectuada por la Dirección General referente a realizar comparativo de los informes de evaluación Audiencia Pública de Rendición de Cuentas de las vigencias 2019 y 2020 de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Este comparativo se realiza teniendo en cuenta que han sido jornadas ejecutadas 100% online.

Modalidad de Rendición de Cuentas:

Vigencia 2020: Modalidad virtual, estilo Croma con montaje de 4 escenarios (mesa principal, Director General, subdirectores y jefes de oficina, presentadora). Esta jornada se realizó descentralizada con las Regionales.

Vigencia 2019: Modalidad virtual, estilo panel conversacional con uso de videos para APCR y enlace con las regionales.

Duración de las Audiencias

APRC VIGENCIA 2020

Duración de la Transmisión

1:41:46

10
minutos

Resolución de
inquietudes

Oficina Principal

En la actual vigencia se decidió manejar un formato descentralizado, permitiendo a las Regionales interactuar con sus públicos directamente.

APRC VIGENCIA 2019

Duración de la Transmisión

4:15:02

10
minutos

Resolución de
inquietudes

Nacional

Se decidió realizar una jornada a nivel nacional, integrando las 11 Regionales con la Oficina Principal.

Convocatoria

APRC VIGENCIA 2020

118 118
SMS newsletter

164
Invitaciones

Fueron enviadas a través de correos electrónicos para participar en la APRC 2020 - Oficina Principal.

21 05

encuestas

participantes
en el Foro

RRSS Invitación
internacional

Campañas
Redes Sociales

Por otra parte, se realizó una encuesta en donde participaron 21 personas así: 19 que sí y 02 que no estaban de acuerdo que se realizará de manera virtual. En cuanto al foro publicado, este contó con la participación de 05 personas.

Como apoyo, se hizo una campaña de expectativa en las redes sociales y se publicaron piezas gráficas, pop ups, videos, mensajes y banners en estos canales, al igual que en la página web de la Entidad, con el propósito de dar a conocer la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas. Se enviaron estas piezas a nuestros públicos objetivos (Fuerzas Militares, el Grupo Social y Empresarial de la Defensa - GSED, y entidades adscritas al GSED) quienes apoyaron en la difusión de las invitaciones al igual que la transmisión en vivo. Para destacar, se envió una invitación personalizada internacional, dirigida al Colegio Interamericano CEA - Clase 53, compuesto por oficiales activos y en uso de buen retiro, de diversos países.

Convocatoria

APRC VIGENCIA 2019

4.828
SMS

160

Invitaciones

RRSS

Campañas
Redes Sociales

Fueron enviadas a través de correos electrónicos para participar en la APCR 2019 - NACIONAL.

Se realizó una campaña por las redes sociales y la página web de la Entidad, en el que por medio de piezas gráficas, pop ups, videos, mensajes y banners, se daba a conocer la actividad. Por otra parte, se logró apoyo con un programa de radio y la página web de Comando General de las Fuerzas Militares, y el Grupo Social y Empresarial de la Defensa - GSED, quienes publicaron banners y cuñas con la invitación a participar en la APCR modalidad virtual de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.



Informe comparativo APRC 2019 - 2020

Audiencia
Pública Rendición
de Cuentas
vigencias 2019 - 2020

Alcance

APRC VIGENCIA 2020

Duración de la Transmisión
1:41:46

250 | **213**

Número Máximo de Seguidores en vivo

Reacciones

208 | **30**

Comentarios | Veces compartido

4,5 mil
Personas alcanzadas

APRC VIGENCIA 2019

Duración de la Transmisión
4:15:02

210 | **405**

Número Máximo de Seguidores en vivo

Reacciones

622 | **336**

Comentarios | Interacciones

2.946

Personas alcanzadas

Mecanismos de participación e intervenciones ciudadanas

APRC VIGENCIA 2020

  **Maria Stella Rico Rico y 233 perso...** > 



 Fan destacado

Monica Alejandra Torres Tabares

Gran gestión a pesar de los tiempos difíciles a nivel mundial... Subdirección General de Operación Logística
[#grupocateringoficinaprincipal](#)

1 sem Me gusta Responder

2 



Emma Patricia Pernet Palomo

Felicitaciones. En cada reporte se nota la excelencia y crecimiento de la ALFM, la cual ha Sido posible por el excelente liderazgo de la dirección general y por cada uno de los Colaboradores de la ALFM, los cuales que ejecutamos cada instrucción, política y tareas diarias. Sin dudar la ALFM es una de las mejores entidades.

1 sem Me gusta Responder

1 



Emma Patricia Pernet Palomo
Excelente rendición de cuentas

1 sem Me gusta Responder

1 



Nubia Vasquez Velandia
Excelente gestión

1 sem Me gusta Responder

2 

Se recibieron 07 preguntas en total que fueron allegadas a través de la Red Social Facebook de las cuales 05 fueron resueltas durante la transmisión de la jornada de la APCR, y 02 quedaron pendientes para resolver por tema de tiempo y se responderá a través del documento que se dispone en la página web para conocimiento de la ciudadanía. Igualmente, durante el evento se recibieron comentarios y apreciaciones en la interacción de la ciudadanía con la Audiencia.

APRC VIGENCIA 2019



Vivi Mercado Buenos días, q bien contar con estos espacios y así mantener informado a la sociedad, los felicito por excelente labor

Me gusta · Responder · 3 sem



Carlos Arbey Bolaños Excelente la Rendición de cuentas, de la mejor empresa que tiene el ministerio de la Defensa Nacional, como lo es la Agencia Logística de Las Fuerzas Militares.

Me gusta · Responder · 3 sem



Se recibieron 09 preguntas en total, distribuidas así: 04 en el panel conversacional y 05 en el desarrollo de la APCR, las cuales fueron resueltas en el espacio designado para la ciudadanía. Durante el evento se recibieron comentarios y apreciaciones en la interacción de la ciudadanía con la Audiencia.

Conclusiones

- De acuerdo a la modalidad (virtual) de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, se debe escoger el canal y la herramienta pertinente que permita brindar la información, interacción y captación de asistentes, por lo que en las vigencias 2019 y 2020, se hizo uso de las redes sociales con mayor comunidad como lo son Facebook y Youtube, principales vitrinas de Unidades de Negocio de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- Sin importar la modalidad de Audiencia, se debe mantener actualizados los correos de los asistentes, clientes y comunidad de alto impacto que debe estar presente en las jornadas de Rendición de Cuentas.
- Estas dos vigencias comparadas tienen una óptima aceptación tanto en el público interno como externo. Se debe continuar con estrategias de posicionamiento y captación de stakeholders (público), igualmente innovando en el estilo de presentación, arrojando por comentarios, interacciones y felicitaciones, que la jornada con vigencia 2020, fue diferente, bien lograda, creativa y con altos estándares de calidad.
- Se puede concluir que la información que se presenta es clara y pertinente para lo que la audiencia espera ver en la Rendición de Cuentas.
- Se debe manejar una sola estrategia de captación de asistentes, invitaciones y manejo de una imagen institucional unificada, brindando información clara con referencia a la información que se va a compartir.
- La audiencia mostró mayor aceptación con la vigencia 2020, debido al manejo descentralizado entre la oficina principal y Regionales, logrando disminución en tiempo de duración de la jornada, lo que arrojó que gran parte de los asistentes, estuvieran en transmisión de principio a fin.

En el ítem convocatoria, se puede concluir que se aumentó el pie de fuerza para asistencia, apoyado en la vigencia 2019 y 2020 por las redes sociales propias y redes de otras entidades del sector Defensa, que apoyó a masificar la invitación. Es de destacar que en esta convocatoria se envió una invitación internacional personalizada, dirigida al Colegio Interamericano CEA - Clase 53, compuesto por oficiales activos y en uso de buen retiro, de diversos países.

En la vigencia 2020 se pudo observar que en la red social Facebook se logró un alcance de 4,5 mil personas, con un número máximo de 250 seguidores constantes en la transmisión, 1,3 mil interacciones, 208 comentarios y 30 veces compartido; frente a la vigencia 2019, con un alcance de 2.946 personas, 336 interacciones alcanzadas, con un número máximo de 210 seguidores constantes en la transmisión, 622 comentarios.

Cabe destacar que en todos los ítems anteriormente expuestos, se logró superar con el año inmediatamente anterior, excepto el de comentarios; siendo mayor el del 2019 con 622 comentarios, frente a 208 de la vigencia 2020. El no sobrepasar este ítem, se debe a que los asistentes aumentaron en las interacciones y el compartir la jornada, igualmente en que los usuarios que interactuaron el año inmediatamente anterior desde las Regionales (público interno y externo), se encontraban ultimando detalles para sus jornadas descentralizadas por canales online.

Se puede observar una curva de crecimiento favorable entre las vigencias estudiadas, proyectando a la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, como una Entidad que crece continuamente con su comunidad online, realiza búsqueda de nuevos usuarios, evalúa y genera contenidos variados en las diferentes Redes Sociales propias, manteniendo a los stakeholders conectados con Unidades de negocio e información de interés sobre la organización.

Es de destacar que actualmente la Agencia Logística de las Fuerzas Militares tiene un equipo consolidado en pro de las comunicaciones de la Entidad, enlace constante con las empresas del sector, Min. Defensa y otros actores fundamentales para la proyección de la organización, apoyando en el cumplimiento de la misión institucional.