

## CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS AGENCIA LOGÍSTICA DE LAS FUERZAS MILITARES

### Introducción

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares provee soluciones logísticas focalizadas en abastecimientos Clase I, Clase III e Infraestructura a las Fuerzas Militares y a otras entidades del Estado, siendo prioridad brindar un servicio de calidad y satisfacer de manera efectiva las necesidades requeridas por los usuarios, para esto, es necesario caracterizar los grupos de valor, las partes interesadas y los usuarios e identificar por medio de variables las características, necesidades, intereses y motivaciones de los mismos. Por otra parte, este estudio continuo nos da elementos para tomar decisiones al interior de la Entidad que permitan priorizar los canales de atención y determinar cuáles serían los más adecuados de acuerdo al perfil de nuestros usuarios y así mejorar la relación ciudadano – Entidad.

### Objetivos

#### General

Identificar a los usuarios y/o ciudadanos (<https://www.agencialogistica.gov.co/wp-content/uploads/Matriz-de-partes-interesadas-2020.pdf>) de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares a partir de los requerimientos, los canales de atención y la información brindada por las áreas misionales, en virtud de orientar los objetivos de la entidad hacia el mejoramiento de la calidad de los procesos y fortalecer los canales de atención para el efectivo cumplimiento de la misión institucional.

#### Específicos

- Determinar las necesidades de cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados, con base en la identificación de la matriz de partes interesada, con el fin de buscar acciones encaminadas al mejoramiento del servicio.
- Implementar estrategias que optimicen el Sistema Nacional de Atención y Orientación al Ciudadano.
- Enunciar los grupos de valor a partir de las variables identificadas.
- Identificar los canales de recepción con mayor uso por parte de nuestros usuarios con el objeto de evidenciar falencias y lograr mejorar la comunicación con la ciudadanía.

## Alcance

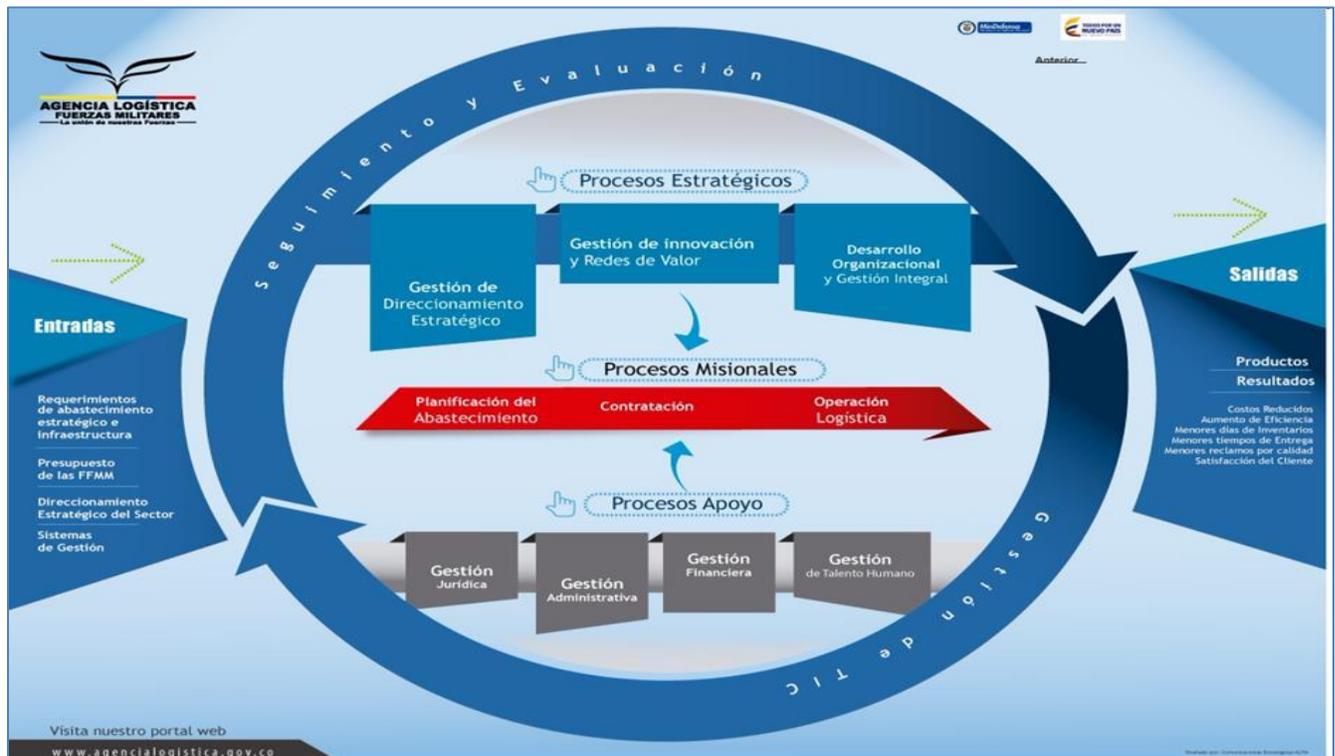
La Agencia Logística de las Fuerzas Militares tiene como fin último Proveer soluciones logísticas focalizadas en abastecimiento Clase I, Clase III e infraestructura a las Fuerzas Militares de Colombia y a otras entidades del Gobierno Nacional, en todo tiempo y lugar, y desarrollar sus capacidades en la gestión de otros bienes y servicios. Por lo cual, teniendo en cuenta la fuente de información disponible y las conclusiones, se establecen las principales necesidades del usuario y los canales usados por los usuarios.

## Modelo de Operación

La gestión de procesos en la Entidad se analiza bajo el concepto de “generación de valor” que implica diseñar y operar los procesos en función de tres aspectos y así mejorar la eficacia dentro de un sistema de gestión de calidad, con el fin de aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

- ❖ Enfoque al usuario de los productos y/o servicios que se ofrecen.
- ❖ Orientación hacia la mejora de los procesos transversales clave identificados, y
- ❖ El empoderamiento y apropiación de la estrategia por parte de los servidores públicos que hacen posible la ejecución de las metas y las reflejan en su operación.

## Mapa de Procesos



## Metodología

La información recopilada en esta caracterización se basó inicialmente en fuentes internas como los informes ministeriales de PQRD emitidos por la oficina de Atención y Orientación Ciudadana donde se refleja la retroalimentación de nuestros clientes sobre el servicio y producto proporcionado y la matriz de partes interesadas de la entidad donde se discrimina la relación con las partes interesadas en una metodología de requisitos, requerimientos y priorización.

### Matriz de partes interesadas ALFM

<https://www.agencialogistica.gov.co/wp-content/uploads/Matriz-de-partes-interesadas-2020.pdf>

La matriz de partes interesadas de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares se mide semestralmente alineada al Sistema Integrado de Gestión y se actualiza cuando la cadena de valor de la entidad se actualice.

En segunda medida se tomaron como referencia fuentes externas como la guía para la caracterización de usuarios de las Entidades públicas del Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.



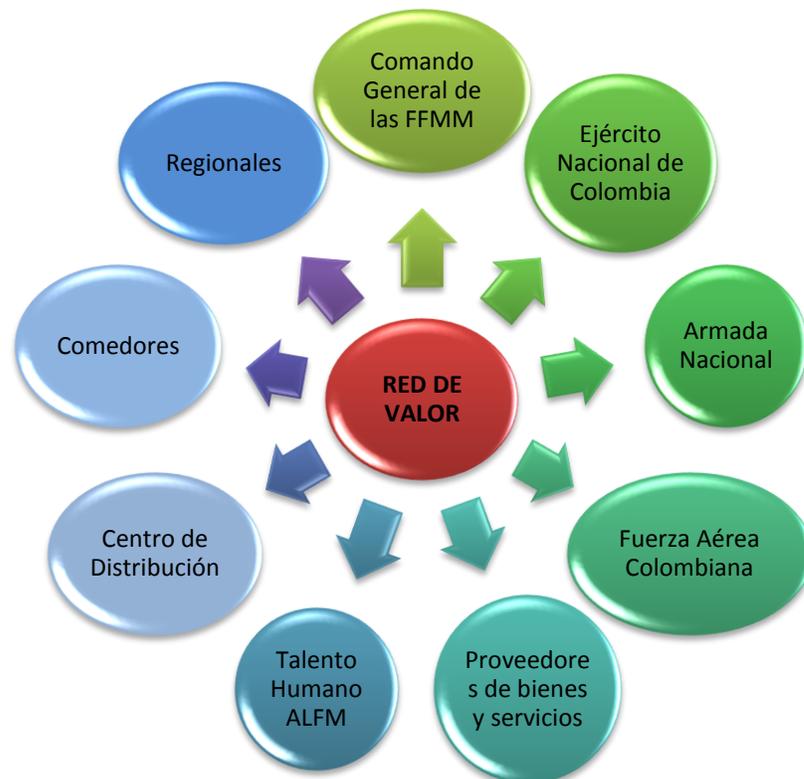
## Resultados del ejercicio

La caracterización permite reconocer las características generales de los usuarios y establecer la forma como interactúan con la Entidad según sus necesidades y dependiendo del servicio al que acceden, con el propósito de fortalecer la atención a la ciudadanía.

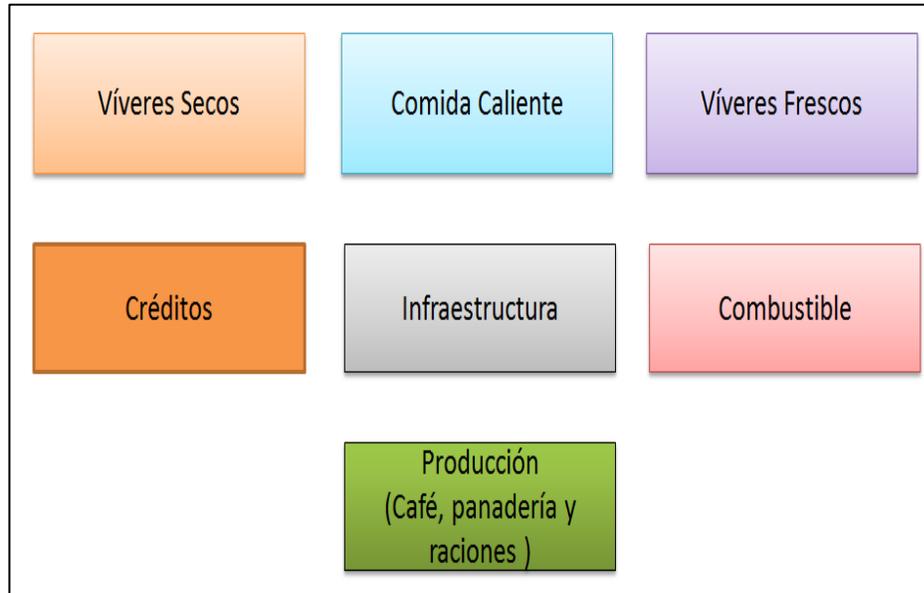
### Beneficios

- Aumenta el conocimiento de la población objetivo de la Entidad.
- Permite identificar y conocer las necesidades y preferencias de la demanda.
- Ayuda a enfocar los esfuerzos de la entidad para cumplir y mejorar de cara a los requerimientos de los clientes.
- Ofrece elementos que permitan mejorar las vías de comunicación entre la Entidad y su población objetivo.

### Red valor (grupos de valor)



### Principales Necesidades (Productos y servicios)



### Variables para la proyección del ejercicio



Intrínseca – Grupo de Usuarios



Intrínseca – Uso de Canales



De comportamiento – Principales Necesidades



Geográfica – Ubicación

**Intrínseca – Grupo de Usuarios:** Identificación de las partes interesadas de la entidad. (Matriz de partes interesadas) En esta estrategia se identifican los diferentes niveles de relacionamiento los grupos de valor y partes interesadas, en donde se busca lograr un impacto colectivo con una participación multilateral entre la Agencia Logística de las Fuerzas Militares y su entorno.

<https://www.agencialogistica.gov.co/wp-content/uploads/Matriz-de-partes-interesadas-2020.pdf>

### PARTES INTERESADAS ALFM

1. GOBIERNO NACIONAL
2. CLIENTES
3. PROVEEDORES
4. PROCESOS INTERNOS
5. ALTA DIRECCIÓN
6. ENTES DE CONTROL
7. COMPETIDORES
8. OTRAS ORGANIZACIONES
9. SUPERVISORES DE CONTRATOS
10. PERSONAL (Funcionarios)
11. SOCIEDAD

#### Expectativas de las partes interesadas:

##### 1. GOBIERNO NACIONAL

- ✓ Cumplir con la misión institucional.
- ✓ Cumplir los objetivos del Plan Estratégico de la Entidad y a su vez, cumplir lo establecido en el Plan Estratégico Ministerial y Plan Nacional de Desarrollo.
- ✓ Cumplir con el Plan de Acción Institucional.

##### 2. CLIENTES

- ✓ Construir e implementar la nueva red de valor para fortalecer las relaciones de credibilidad y confianza con los clientes.
- ✓ Adecuación de la oferta a las necesidades de las Fuerzas.
- ✓ Promover altos niveles de integración. Cumplimiento y oportunidad en los pagos.

### 3. PROVEEDORES

- ✓ Fichas técnicas según las necesidades establecidas.
- ✓ Satisfacción de la entidad en el servicio y/o bien recibido.
- ✓ Credibilidad Comunicación Accesibilidad Crecimiento Igualdad Oportunidad en el pago.

### 4. PROCESOS INTERNOS

- ✓ Reducción de costos; aumento de eficiencia - Menores días de inventario - Menores tiempos de entrega - Menos reclamos por Calidad - Satisfacción del cliente.

### 5. ALTA DIRECCIÓN

- ✓ Cumplir los objetivos del Plan Estratégico de la Entidad y a su vez, cumplir lo establecido en el Plan Estratégico Ministerial y Plan de Desarrollo Nacional.
- ✓ Cumplir con el Plan de Acción Institucional.
- ✓ Ejecutar la planificación presupuestal establecida.
- ✓ Llevar a feliz término los proyectos de inversión de la entidad.
- ✓ Mantener un enfoque de procesos.

### 6. ENTES DE CONTROL

- ✓ Lograr cero hallazgos en los resultados de las auditorías o inspecciones realizadas.
- ✓ Atender oportunamente todos los requerimientos y auditorias programadas por los entes de control brindando información oportuna y confiable.
- ✓ Desarrollar oportuna y eficazmente los planes de mejoramiento.

### 7. COMPETIDORES

- ✓ Condiciones favorables para competir dentro del marco legal.

### 8. OTRAS ORGANIZACIONES

- ✓ Mantener la certificación de conformidad al Sistema de gestión de calidad.
- ✓ Continuar con el cumplimiento de la Política de daño de riesgo antijurídico.
- ✓ Continuar con la defensa adecuada en los procesos judiciales, fiscales, disciplinarios y administrativos en la Entidad.

### 9. SUPERVISORES DE CONTRATOS

- ✓ Asegura que el producto o servicio adquirido cumpla con los requisitos y tiempos establecidos en el contrato. Oportunidad en la entrega de informes.

### 10. PERSONAL (Funcionarios)

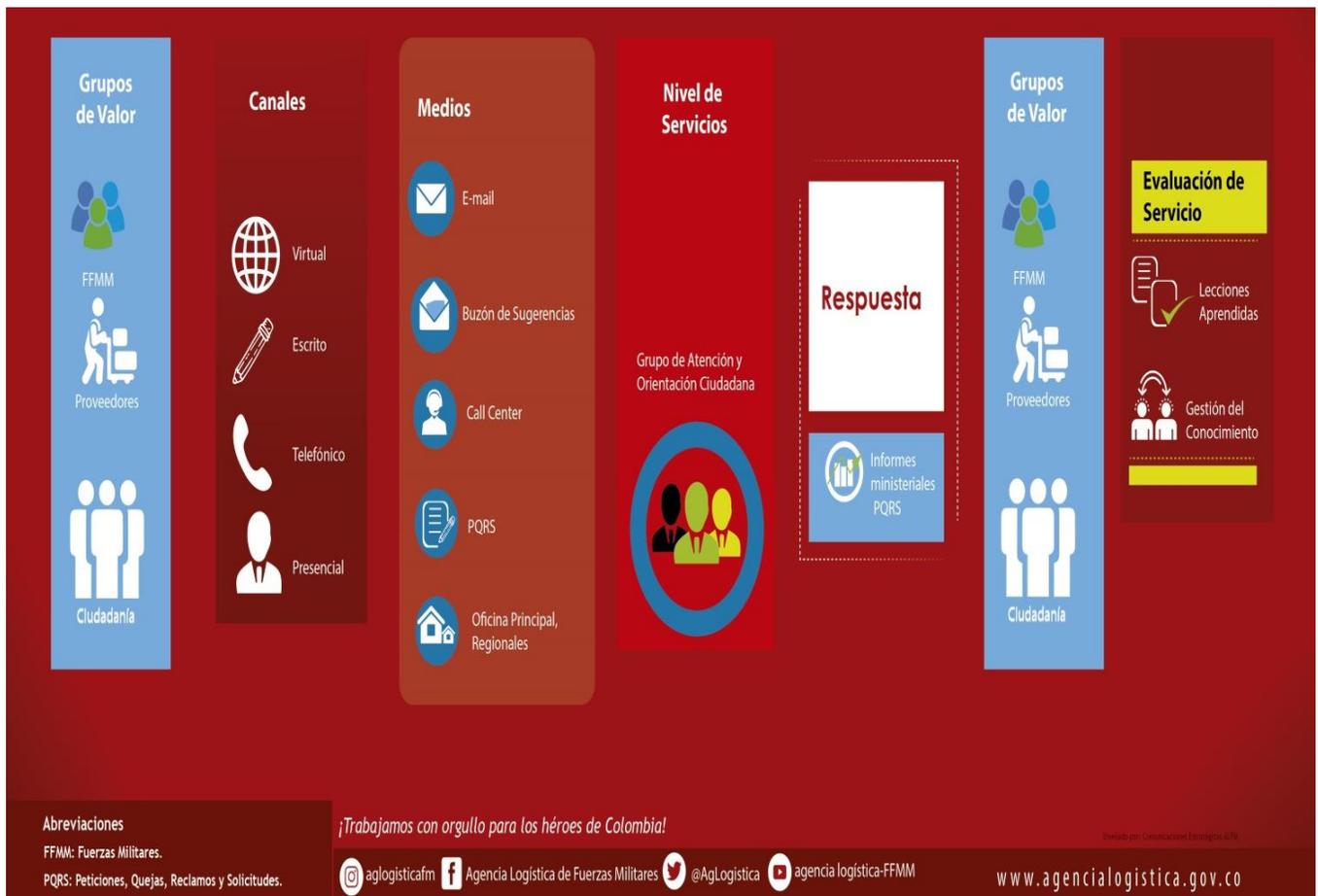
- ✓ Manual de funciones debidamente aprobado.
- ✓ Rubros presupuestales asignados conforme a las necesidades presentadas.
- ✓ Mantener y conservar información documentada en las herramientas tecnológicas.

- ✓ Clima Organizacional óptimo.
- ✓ Condiciones de seguridad favorables.

## 11. SOCIEDAD

- ✓ Mejorar el sentido de lo público.
- ✓ Fortalecer la legitimidad de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- ✓ Servir como insumo para ajustar políticas, planes y programas de manera que responda a las necesidades y demandas de los usuarios.
- ✓ Respuestas oportunas a solicitudes Procesos claros y transparentes.

### Intrínseca– Uso de Canales:



### Centro de Atención Telefónico

Atención de lunes a viernes en el horario de 7:30 am a 4:30 pm; por medio del cual agentes de la Entidad orientan de manera efectiva y ágil los requerimientos de los usuarios y/o ciudadanía en general.

PBX (571) 6510420 al 6510449

## Foros y Encuestas de participación

Por medio de foros y encuestas realizadas a través de la página web y la 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.

## 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, en los comedores de tropa es donde se evidencia la mayor participación por parte de los soldados que reciben el suministro de alimentación.

## Módulo PQRD del Portal Institucional

Formulario virtual que permite registrar un derecho de petición y realizar el seguimiento.

## 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.

## 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*.

## Correo electrónico

Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante redes de comunicación electrónica.

- **contactenos@agencialogistica.gov.co:** El ciudadano puede registrar todo tipo de solicitudes o manifestaciones.
- **denuncie@agencialogistica.gov.co:** Los ciudadanos pueden manifestar hechos de corrupción, adjuntando los respectivos soportes.
- **notificaciones@agencialogistica.gov.co:** Esta dirección de correo electrónico fue creada para uso único y exclusivo para recibir notificaciones judiciales que provienen de la rama judicial, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 197 de la ley 1437 de 2011.

## Página Web

A través de la página web [www.agencialogistica.gov.co](http://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 misión de la Entidad. La página cuenta con espacios de contacto con la ciudadanía para propiciar la comunicación con los interesados.

## App Móvil

Aplicativo que permite el registro y seguimiento de peticiones, quejas, reclamos y denuncias, desde su dispositivo móvil de una manera sencilla, amigable e inmediata desde la comodidad de la casa, trabajo o del sitio en donde se encuentre.

## Audiencia Pública de Rendición de Cuentas

Es uno de los mecanismos por el cual se rinde cuentas a la ciudadanía. Este evento se realiza anualmente, informando sobre la gestión y resultados de la Entidad, como también de la administración en general; tiene como finalidad generar transparencia, garantizar el ejercicio del control social a la administración pública; inclusión social y ajuste de proyectos y planes de acción de la Entidad si aplica.

## De comportamiento – Principales Necesidades:

Los temas más requeridos por los usuarios son las solicitudes e información de créditos, información sobre el portafolio de la Entidad, ofertas laborales, solicitud de certificaciones contractuales, certificaciones para declarar renta, certificaciones laborales, certificaciones de paz salvo.

### **Geográfica – Ubicación:**

A través de las 11 Regionales y Oficina Principal, se cuenta con centros de Atención al Ciudadano, con el fin de examinar documentación y/o recibir orientación, abarcando la totalidad de las partes interesadas dentro de la limitación geográfica de la operación de la entidad.

Agencia Logística de las Fuerzas Militares – Sede Principal Calle 95 No.13 – 08 (Bogotá – Colombia)

### **Estrategias Propuestas:**

Con la construcción, ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas se identificarán las necesidades de información y los canales de participación que se emplean con los usuarios externos para fortalecer las herramientas y lograr la satisfacción de los usuarios. Así mismo los resultados de las mediciones de satisfacción de la matriz de partes interesadas, serán insumo para futuras estrategias de cara a las partes interesadas de la ALFM.

En cuanto a la estrategia para optimizar el Sistema Nacional de Atención y Orientación al Ciudadano, la entidad cuenta con diferentes Sistemas de Atención e Información al ciudadano para interponer sus PQRDS y F, en procura de mantener los atributos del buen servicio que deben ser brindados al ciudadano, gozando así de una eficiencia y calidad en el mismo.

#### **Elaboró:**

Coordinadora Grupo de Atención y Orientación al Ciudadano

#### **Revisó:**

Profesional de Defensa  
Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional

#### **Aprobó**

Jefe Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional  
Rommel Daniel Gutierrez Gomez

Secretario General de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares  
Coronel Juan Carlos Riveros Pineda