

ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA – VIGENCIA 2025																			
Nº	Dependencia Responsable Servidor Público a cargo	Actividad	Instrumento de planeación asociado a la acción de gestión institucional	Objetivo	Grupo(s) de valor Partes Interesadas Involucradas	Instancias de participación formalmente constituida o informales? ¿Cuál?	Identificación del ciclo de la gestión				Alcance de la participación	Canales de Participación	Metodología participativa que se utilizará	Resultado esperado con la acción participativa	Fecha de realización de la actividad	Recursos Estimados	Rubro Presupuestal	Observaciones	
							Diagnóstico participativo	Formulación participativa	Ejecución participativa	Seguimiento y evaluación									
										Control social									Rendición de cuentas
1	Marketing y Comunicaciones - Juan Aragon Harold Diaz Liz Cipagauta	Programa Institucional "Unidos Somos Más"	Plan de Marketing y Comunicaciones. Manual de Comunicaciones	Posicionar la marca ALFM. Informar sobre la entidad. Participación ciudadana	Ciudadanía en General	Redes Sociales		X	X		X	Informar, Involucrar	Redes sociales institucionales	Se planean los temas de interés y alta relevancia para ser publicados en cada actividad	Informar sobre la misión, servicios y productos de la entidad	Abril - Agosto - Diciembre	Humano y Tecnológico	0	Periodicidad cuatrimestral
2	Marketing y Comunicaciones - Juan Aragon Harold Diaz Liz Cipagauta	Revista Digital Institucional "Punto Logístico"	Plan de Marketing y Comunicaciones. Manual de Comunicaciones	Posicionar la marca ALFM. Informar sobre la entidad.	Ciudadanía en General	Redes Sociales					X	Informar.	Redes sociales institucionales	Se planean los temas de interés y alta relevancia para ser publicados en cada actividad.	Informar sobre la misión, servicios y productos de la entidad	Junio - Diciembre	Humano y Tecnológico	0	Periodicidad Semestral
3	Marketing y Comunicaciones - Juan Aragon	Publicaciones en redes sociales	Plan de Marketing y Comunicaciones. Manual de Comunicaciones	Posicionar la marca ALFM. Informar sobre la entidad. Participación ciudadana	Ciudadanía en General	Redes Sociales		X	X	X	X	Informar, Involucrar	Redes sociales institucionales	Se planean los temas de interés y alta relevancia para ser publicados en cada actividad	Aumento de seguidores	Semanal	Humano y Tecnológico	0	Periodicidad Semanal
4	Marketing y Comunicaciones - Juan Aragon	Publicación de noticias en página web	Plan de Marketing y Comunicaciones. Manual de Comunicaciones	Posicionar la marca ALFM. Informar sobre la entidad.	Ciudadanía en General	Página web				X	X	Informar, Involucrar	Página web	Redacción de noticias relevantes que mejoran el posicionamiento de la entidad	Se esperan comentarios sobre el artículo.	Mensual	Humano y Tecnológico	0	Periodicidad Mensual
5	Subdirección General de Operación Logística	Concertación y/o escogencia de Menús	Contratos interadministrativos Manual de operación Logística	Cumplir con la misional y Contractual - Satisfacción al usuario	soldados, alumnos, cadetes, infantes de las Fuerzas Militares	Foro de opinión y acta de concertación y/ escogencia de menú	X		X	N/A	N/A	Concertar y/o escoger el menú valorizado que se suministrara a los soldados, infantes o alumnos.	Presencial / Virtual	Socializaciones, debate, voto y concertación o escogencia final	menú trimestral	Periodos trimestrales	Humano, técnico, tecnológico y económico.	De acuerdo al rubro estipulado por cada regional	Los menús se cocer tan y/o escogen de acuerdo a lo establecido en la minuta patrón de los contratos interadministrativos.
6	Subdirección General de Operación Logística	Diligenciar Libro de Conceptos	Manual de operación Logística	Conocer la satisfacción del usuario final (consumidor)	soldados, alumnos, cadetes, infantes de las Fuerzas Militares	Libro de conceptos	X			N/A	N/A	Opinión de la percepción de la alimentación	Interacción participativa-cuando se requiera	Diligenciamiento libro de conceptos	conocer la opinión sobre el menú y el servicio suministrado	diario después del servicio de alimentación	Humano	N/A	N/A
7	Subdirección General de Operación Logística	Diligenciar Encuestas de Satisfacción CAD 'S	Manual de operación Logística	Conocer la satisfacción del cliente atendido en los CAD 'S	Suboficial de alimentación de cada unidad	Encuesta de satisfacción	X		X	N/A	N/A	Emitir conceptos favorables o desfavorables de los abastecimientos de víveres.	Interacción con el personal que de las unidades militares que recibe o recoge víveres en los CAD 'S.	Diligenciamiento encuestas de satisfacción.	conocer la opinión sobre la calidad, oportunidad y mejora en la entrega de los abastecimientos	Cada vez que se realiza una entrega de consolidados de víveres y la medición es trimestral	Humano, tecnológico y económico.	N/A	N/A
8	Subdirección General de Operación Logística	Diligenciar encuesta a través del Código QR	Manual de operación Logística	Medir el grado de satisfacción del usuario	soldados, alumnos, cadetes, infantes de las Fuerzas Militares	Encuesta de satisfacción	X		X	N/A	N/A	Medir la aceptabilidad o rechazo de la alimentación, emisión de conceptos favorables o desfavorables de la alimentación suministrada	Interacción participativa-cuando se requiera	Diligenciamiento código QR	medir la satisfacción sobre el menú y el servicio suministrado	diario después del servicio de alimentación	Humano, técnico, tecnológico	N/A	N/A
9	Subdirección General de Operación Logística	Realizar mesas de trabajo con las fuerzas para seguimiento y monitoreo a la prestación del servicio de alimentación en las diferentes modalidades.	Plan de Acción Directiva Ministerial 037	Realizar mesas de trabajo con las fuerzas dando cumplimiento a la política de bienestar de las Fuerzas y a la Directiva permanente de Ministerio de Defensa Nacional sobre los "lineamientos para el abastecimiento de alimentación de las fuerzas militares"	Supervisores Nacionales de los contratos interadministrativos	Mesas de trabajo	X		X	X	N/A	Concretar actividades conjuntas para la mejora continúa en el suministro de víveres y comida caliente	Presencial	Mesas de trabajo	Informe de reunión	según programación trimestral	Humano, tecnológico y económico.	N/A	La información se tiene en cuenta para el consejo directivo
10	Subdirección General de Operación Logística	Diligenciar Encuestas de Satisfacción Cliente Catering	Manual de Operación Logística	Medir la satisfacción del Cliente Catering de acuerdo a la percepción del servicio de alimentación en modalidad comida caliente	Administradores de la Partida de alimentación en los comedores de tropa.	Encuesta de satisfacción	X		X	X	N/A	Medir la satisfacción en la percepción del servicio de alimentación, emisión de conceptos favorables o desfavorables del servicio de la alimentación suministrada.	Virtual	Diligenciamiento encuesta de satisfacción cliente catering	Medir la satisfacción del cliente catering, sobre la prestación del servicio de alimentación comida caliente	una vez al mes	Tecnologicos, Humano	N/A	Ninguna

11	Oficina TIC - Grupo Informatica	Plan Datos Abiertos 2025	Plan de apertura, mejora y uso de datos abiertos ALFM - Vigencia 2025	Fortalecer el conocimiento sobre los datos abiertos, su marco normativo y su implementación en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, fomentando una cultura institucional de transparencia, colaboración y uso de la información pública.	Ciudadanía en General	Redes Sociales, encuesta de satisfacción.	X		SI		X	informar	Redes sociales institucionales, Página web	capacitaciones, deligenciamiento encuesta datos abiertos,	Medir la satisfacción del suaruto, por medio de la encuesta datos abiertos	anual		Humano y Tecnológico	N/A	N/A
12	Grupo de Atención y Orientación Ciudadana	Encuesta a veedurias	Plan de Participación Ciudadana	Fomentar el control social sobre los contratos ejecutados por la entidad	Veedurias ciudadanas	Foro de opinion				X		Involucrar a las veedurias en la gestión institucional	Redes sociales institucionales, Página web	Control social en la gestión contractual	Recibir opiniones, comentarios y sugerencias	anual		Humano y Tecnológico	N/A	N/A
13	Grupo de Atención y Orientación Ciudadana	Audiencia Publica de Rendición de Cuentas	CONPES 3654 de 2010 y Ley 1757 de 2015	Informar y garantizar la transparencia de la gestión de la Administración Pública	Ciudadanía en General	Espacio de encuentro/ diálogo entre la ciudadanía y la ALFM					X	Informar	Redes Sociales Presencial	Fortalecer la confianza institucional	Informar y fortalecer el diálogo con la ciudadanía	anual		Humano y Tecnológico	\$ 5.800.000	El rubro es el presupuesto asignado para el streaming
13	Grupo de Atención y Orientación Ciudadana	El arte del Lenguaje Claro	Bases de Construcción de Acciones del Modelo de Servicio al Ciudadano	Mejorar la comunicación de los servidores públicos de la ALFM	Servidores Públicos	Plataforma digital	X					Socializar	Correo electrónico	Fortalecer el uso de lenguaje claro	Mejorar la comunicación entre la ciudadanía y la entidad	anual		Humano y Tecnológico	N/A	N/A

DIANA MARTIN - AOC

Registro de auditoría

Detalles

NOMBRE DEL ARCHIVO Formulación del Plan de Participación Ciudadana - Vigencia 2025.pdf - 4/8/25, 18:03

ESTADO ● Firmado

MARCA DE TIEMPO DEL ESTADO 2025/08/04
23:04:17 UTC

Actividad

 ENVIADA	diana.martin@agencialogistica.gov.co ha enviado una solicitud de firma a: • DIANA MARTIN - AOC (diana.martin@agencialogistica.gov.co)	2025/08/04 23:03:20 UTC
 FIRMADO	Firmado por DIANA MARTIN - AOC (diana.martin@agencialogistica.gov.co)	2025/08/04 23:04:17 UTC
 COMPLETADO	Todos los firmantes han firmado este documento y ya se ha completado	2025/08/04 23:04:17 UTC

La dirección de correo indicada arriba para cada firmante puede estar asociada a una cuenta de Google. Puede ser la dirección de correo electrónico principal asociada a la cuenta o una secundaria.