

# Revista **Punto** Logístico

Septiembre 2020

Planeación Estratégica:  
Soñar y Hacer Realidad

Gestión del  
Conocimiento

Créditos con recursos  
propios

El Cambio  
es la energía que dinamiza la  
vida empresarial

Comunicaciones  
Estratégicas  
en tiempos de pandemia

¿Cuál es la APP en mayor crecimiento en  
**Transmisiones en vivo?**



Agencia Logística  
Fuerzas Militares



aglogisticafm



Agencia Logística de  
Fuerzas Militares



@AgLogistica

[www.agencialogistica.gov.co](http://www.agencialogistica.gov.co)



Oscar Alberto Jaramillo Carrillo  
**Director General**  
Agencia Logística de las  
Fuerzas Militares



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



**Corrector de Estilo**  
Miguel Ángel Areválo Luque  
Asesor Dirección General  
Agencia Logística de las  
Fuerzas Militares



**Editora de Contenido**  
Karen Yuleisi Castillo Rico  
Comunicadora Social y  
Periodista



**Conceptualización Gráfica y  
Contenido / Creativo**  
Eddy Luis Marchena Barros  
Publicista

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares está orgullosa de presentar su primera edición de Revista “Punto Logístico”, con la cual buscará a través de todas sus ediciones, darle a conocer a la ciudadanía y a sus distintos Grupos de Valor, la labor que se realiza desde la Entidad, en beneficio de Nuestros Héroes de Colombia, en todo el territorio nacional.

Sobre la naturaleza de la Entidad, es necesario precisar que es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Defensa Nacional, dotado de personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonial.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, se crea con el Decreto 4746 del 2005, luego de la fusión de los antiguos Fondos Rotatorios del Ejército Nacional, la Fuerza Aérea Colombiana y la Armada Nacional de Colombia y tiene por misión proveer soluciones logísticas focalizadas en el abastecimientos Clase I (alimentación y víveres secos), Clase III (grasas, lubricantes) e Infraestructura, a las Fuerzas Militares de Colombia y otras entidades del Gobierno Nacional, en todo tiempo y lugar, además de desarrollar sus capacidades en la gestión de otros bienes y servicios.

Para lograr abarcar todo Colombia, la Entidad cuenta con una Oficina Principal y 11 regionales, las cuales están ubicadas estratégicamente en diferentes ciudades de nuestro país.



# Gestión del Conocimiento

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, dentro de su estrategia de Gestión del Conocimiento, ha adelantado una serie de acciones alineadas a su planeación estratégica mediante el objetivo estratégico No.1 “Fortalecer la cultura organizacional y el desarrollo del talento humano”, al cumplimiento de su misión y a los riesgos asociados al desarrollo de la carrera administrativa. Estas se enmarcan en el Plan de Retención y Transferencia del Conocimiento y cuyas actividades brevemente se describen así:

## *Guía de Gestión del Conocimiento Institucional*

La Entidad implementó una guía metodológica para la gestión del conocimiento institucional, cuyo objetivo reza: “adoptar una cultura que permita generar, apropiar, compartir y difundir el conocimiento nuevo y existente en la entidad, mediante estrategias que faciliten la adaptación a la tecnología y promoviendo buenas prácticas de gestión, encaminadas al cumplimiento de los objetivos institucionales, al mejoramiento continuo de los procesos y a la generación de innovación”. La misma, establece acciones que fortalecen a la entidad para compartir y difundir el conocimiento entre los servidores públicos y los grupos de valor.

## *Documentación conocimiento tácito y explícito*

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, siguiendo las líneas metodológicas determinadas en la guía de gestión del conocimiento, documentando de manera general el conocimiento propio e intrínseco de los funcionarios, generado en el desarrollo de sus funciones, sus estudios y la experticia adquirida de la mano de la organización. En el desarrollo de esta actividad, liderada por el grupo de Innovación y Redes de Valor de la Entidad, se han documentado un total de 350 cargos sobre la planta de provisionalidad.

## *Capacitación manejo herramientas TIC*

Se centra en la búsqueda continua de la optimización del desarrollo de sus procesos y la adecuada inducción en el manejo de las herramientas tecnológicas utilizadas en la Entidad. Se desarrollaron cursos e instructivos tanto de las herramientas propias de la entidad como de las externas vitales en desarrollo de procesos específicos. Mediante este desarrollo, se asegura el correcto uso, ejecución y línea de aprendizaje de las mismas. Se han documentado un total de 15 herramientas entre las que destacan las Suite Vision Empresarial como gestor documental, ERP-SAP, SIIF Nación, SECOP II, entre otros.

## Identificación y categorización de cargos

Como acciones asociadas al desarrollo del concurso de méritos de carrera administrativa adelantada por la Comisión Nacional del Estado Civil, la Agencia Logística ha identificado los cargos que según la fase del concurso no continuarán en la planta de personal. Lo que permite adelantar acciones sobre cargos específicos.

1. **Categoría I** Impacto alto: funcionarios con 10 o más años en la Entidad.
2. **Categoría II** Impacto medio: funcionarios de 3 a 9 años en la Entidad.
3. **Categoría III** Impacto bajo: funcionarios con hasta 2 años en la Entidad.



## Capacitaciones CNSC

De cara a la presentación de pruebas de conocimiento, se han adelantado capacitaciones en cuanto a: referencia normativa del concurso, lineamientos metodológicos de las pruebas, material de estudio y consideraciones para la presentación. Esto, con la intención de preparar y acompañar tanto al personal que continua en concurso, como informar y capacitar a quienes no. En este proceso se capacitaron un total de 300 funcionarios a nivel nacional.

## Estrategias de retiro y capacitación del personal

Teniendo en cuenta la última fase del concurso, la Agencia adelanta estrategias pensando en el acompañamiento psicosocial requerido para el personal que no continuará en la entidad. Por otro lado, teniendo como insumo principal los productos descritos a lo largo del documento, se adelanta la estrategia de capacitación del nuevo personal, con el propósito de mitigar la curva de aprendizaje.

## Formalización Institucional del Plan

La Dirección General por medio de la Directiva Transitoria 07 de noviembre 2020, formalizó a nivel institucional la formulación, desarrollo y cumplimiento del plan descrito.

## Semillero de buenas prácticas y lecciones aprendidas de las Gestión del Conocimiento- GSED

El grupo de Innovación y Redes de Valor de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, en conjunto con la Dirección Empresarial del GSED, crearon el semillero de buenas prácticas y lecciones aprendidas de las Gestión del Conocimiento, con el fin de contar con un espacio de sinergia y apoyo, principalmente al desarrollo de la carrera administrativa y las acciones que las entidades han generado para mitigar los riesgos asociados a dicho proceso.

# Créditos con recursos propios

Agencia Logística de las Fuerzas Militares (ALFM)



Desde la existencia de los antiguos Fondos Rotatorios del Ejército Nacional, la Armada Nacional, y la Fuerza Aérea Colombiana, se ha venido prestando el servicio de créditos con recursos propios.

En el año 2005, con la fusión de los Fondos Rotatorios nació la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, lo que requirió una serie de cambios al interior de la entidad, razón por la cual fue suspendido el servicio de créditos con miras de prestar un servicio más completo para los interesados.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares retomó sus créditos para la vigencia 2021, proyectando una colocación de \$23.000.000 millones de pesos, con una línea diseñada para funcionarios del Sector Defensa que cuenten con más de 5 años de servicio en el sector Defensa, militares activos y de la reserva activa, al igual que entidades adscritas al Grupo Social y Empresarial de la Defensa (GSED).

Manejando una tasa de interés del 0,85% mes vencido para todos los plazos y montos, con la mejor opción en crédito de libranza, con financiación de 12 hasta 60 meses, de acuerdo a la capacidad de endeudamiento y monto aprobado.

Apoyar el cumplimiento de sueños es de vital importancia para la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, permitiendo créditos desde \$1.000.000 hasta \$50.000.000 millones. Es de resaltar que no se realiza compra de cartera.

Si se encuentra interesado en adquirir un Crédito, deben ingresar la página web **[www.agencialogistica.gov.co](http://www.agencialogistica.gov.co)** y radicar su requerimiento la última semana de cada mes.

## Pasos para acceder realizar proceso de radicación.

Se recomienda no utilizar el navegador de Explorer para el trámite.

1. Ingresar a la página <http://www.agencialogistica.gov.co>
2. En la página web ubique la pestaña tramites y servicios. Seguido ingresar a la ventana única y por último clic en solicitud de crédito.
3. Lea detenidamente la información allí registrada, antes de iniciar el proceso de solicitud.
4. Iniciar proceso de solicitud. (Diligenciar los datos solicitados en información personal)

Si el solicitante es retirado debe elegir:

En nivel:	Civiles
En Fuerza:	Cremitil
Grado:	No se habilita



INICIAR PROCESO DE SOLICITUD	
INFORMACIÓN PERSONAL	RESULTADO DE LA SIMULACIÓN
TOTAL DEVENIDADO O PENSIÓN: 4.632.485	MONTO MÁXIMO A PRESTAR: 50.000.000
PRIMAS (VALORES QUE NO SUMAN A LA CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO): 0	CAPACIDAD DE PAGO MENSUAL: 1.340.629
DESCUENTOS: 650.455	MONTO SOLICITADO: 35.000.000
FECHA DE NACIMIENTO: 21/01/1965	PLAZO: 60 MESES
NIVEL: CIVILES	<input type="button" value="CALCULAR CUOTA"/>
FUERZA: CREMIL	CUOTA MENSUAL: 747.096
GRADO: AÑOS: 20	<input type="button" value="INICIAR SOLICITUD"/>
TIEMPO DE SERVICIO: MESES: 10	
<input type="button" value="CALCULAR CAPACIDAD"/>	

### Oficina Principal:

Calle 95 No. 13-08

### Antioquia Choco:

Carrera 50 Calle 79 Sur 101 Interior 188 Bodegas Stock Sur (Municipio La Estrella - Antioquia)

### Regional Amazonía:

Calle 14 sur no. 11- 295 urbanización el progreso vía barrio Bruselas (Florencia)

### Regional Caribe:

Entrada Boca grande Base Naval (Cartagena)

### Regional Centro:

Autopista Medellín KI 2.5 Vereda Parcelas (Cota) Parque Industrial Porto Sabana 80 Bodega 1.

### Regional Llanos:

Carrera 48 Calle 1ra Lote 7a-1 Anillo Vial-Rosa blanca (Villavicencio)

**Regional Nororiente:** Calle 31 No. 33 a-80 Barrio Galán (Bucaramanga)

### Regional Norte:

Calle 30 Al Lado Del Batallón Vergara Y Velazco (Barranquilla-Malambo).

### Regional Pacífico:

Calle 5 No. 85-38 Barrio Meléndez (Cali)

**Regional Sur:** Puerto Leguizamo Carrera 1 Calle 1 Frente A Base Naval Arc Leguizamo

### Regional Suroccidente:

Carrera 92 A No. 2c-35 Barrio Meléndez

### Regional Tolima grande:

Centro Comercial Zulia Segundo Piso (Base Militar Tolemaida)

**Para mayor información, pueden comunicarse con el grupo de Créditos de la Agencia Logística FF.MM a la línea 6510420 Ext. 1503, 1506 o a los móviles 3203000598- 3208594331.**

Cuando se haya diligenciado la información personal, dar clic en calcular capacidad, el sistema le indicara el monto máximo al que puede acceder y la capacidad de pago.

5. El usuario debe diligenciar el monto solicitado y el plazo, y dar clic en calcular cuota, el sistema le indicará el valor a pagar de acuerdo a valor y plazo elegido.

6. Si le sirven las condiciones, debe dar clic en iniciar solicitud y diligenciar allí toda la información requerida.

7. Adjuntar en PDF, los siguientes documentos:

- \* Dos últimos desprendibles de pago.
- \* Fotocopia a blanco y negro de cedula de ciudadanía.
- \* Certificación de cuenta de nómina.

La respuesta de aceptación o negación de la solicitud, será enviada al correo personal, registrado al momento de radicar la solicitud.

Si la solicitud de crédito es viable, podrá realizar la firma de los documentos en:

**¡Te ayudamos a cumplir tus sueños!**

Tasa de Interés 0,85%

Mes vencidos para todos los plazos y montos

## Mejor Opción en Crédito de libranza



Financiación de 12 hasta 60 meses,  
de acuerdo a capacidad  
de endeudamiento y  
monto aprobado



Desde \$1.000.000  
hasta \$50.000.000

Tiempo de servicio a partir de 5 años

# Comunicaciones estratégicas en tiempos de pandemia

La comunicación nunca había tenido un valor tan estratégico como el que se ostenta actualmente, debido a que las Organizaciones buscan mecanismos de interacción y conexión permanente tanto con la ciudadanía interna como la externa.



En medio de la crisis que enfrenta el país por el Covid-19. No hay un método concreto y mágico que nos indique cómo debemos comunicarnos al interior de las Entidades o su relacionamiento con las partes interesadas o usuarios, lo cual depende de la naturaleza de la Entidad, la misión, la audiencia a la que quiere contactar e impactar, y los diversos tipos de comunicaciones que se realicen permanentemente dentro de la empresa.

Hoy, el mundo está obligado a transformar las comunicaciones, es así que se fortalecen los medios tecnológicos y las comunicaciones, para los lazos de comercialización e interacción con la ciudadanía en general, por lo que se debió someter a transformaciones para afrontar desafíos y de esta manera continuar con organizaciones que requieren de la promoción de bienes y servicios, por lo que es de vital importancia no solo generar contenidos visuales, sino crear comunicación, interacción y empatía con la ciudadanía, partes interesadas y grupos de valor.

Una de las herramientas de comunicación que han tomado fuerza en medio de la crisis sanitaria, son las redes sociales (RRSS) y medios tecnológicos, siendo canales de excelencia en tiempos de pandemia, de lo cual se resalta que debemos conocer plenamente la audiencia con la que interactuamos, por lo que se requiere de una buena planificación, canales adecuados para comunicar, con generación de contenido de alto valor, estratégicos, íntegros y claros de alto interés para la Ciudadanía.

Es de gran importancia recordar que los mensajes que se difundan deben ir acorde con la identidad y cultura de la Entidad, siendo las Redes Sociales y la tecnología, herramientas para mantener una comunicación clara, confiable y oportuna entre las Entidades y públicos.

A nivel global



7,3% ↗

4.600 millones

Usuarios de internet

6h y 54m

Navegación media diaria

13% ↗

4.200 millones

Usuarios de redes sociales

2.740 mill. FACEBOOK  
2.291 mill. YOUTUBE  
2.000 mill. WHATSAPP

Las redes sociales más utilizadas

1,8% ↗

5.220 millones

Número de líneas móviles

De acuerdo al informe Digital 2021 elaborado por Hootsuite y We are social, donde se tomaron los rangos de enero 2020 a enero del 2021, casi un 60% de la población mundial (4.660 millones de personas) son usuarios de Internet, lo que representa un 7,3% más respecto al 2020. Además, ahora hay 4.200 millones de usuarios de redes sociales, lo que representa un crecimiento interanual de más del 13% (490 millones de usuarios nuevos)

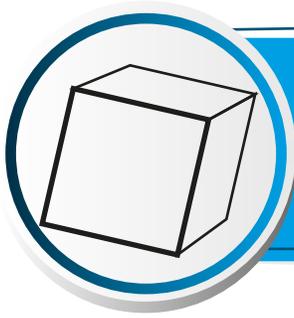
Esto demuestra, que actualmente las redes sociales son el canal principal para comunicar lo que se quiere dar a conocer, recordando que la innovación, interacción, generación de interés, avanza permanente; por lo que requiere contenido novedoso, variado y personalizado para cada una de las RRSS y de esta manera llegar de manera oportuna e integra al público objetivo.

## Transformación

La pandemia del Covid-19, transformó a tal magnitud, que ahora debemos pensar estratégicamente para generar impacto, mantener excelente interacción, relaciones interpersonales y empresariales, y a su vez consolidar negocios con los grupos de valor, partes interesadas, para de esta manera fortalecer la misión, objetivo e intereses organizacionales.

## Retos

Uno de los retos más importante para la Agencia Logística de las Fuerzas militares, es fortalecer los vínculos afectivos, en donde se promueva la comunicación de aprender a escuchar el entorno, dar confianza, empatía, trabajo en equipo, liderazgo, planificación, gestión, transparencia y control en pro y beneficio tanto institucional como al servicio y cultura de la ciudadanía en general.



# Planeación Estratégica: Soñar Y Hacer Realidad

La planeación estratégica se convirtió de un tiempo para acá en una de las mayores banderas que enarbolan las empresas, dedicando recursos financieros, humanos y técnicos para implementarla al interior de sus procesos. Para todos es claro que constituye la base sobre la cual una entidad o empresa debe iniciar la construcción de su quehacer diario, en pos del cumplimiento de una misión, para así alcanzar la visión, claramente establecida con ambición y optimismo.

Ahora bien, el mayor problema y el que se materializa al principio, es precisamente quedarse en la estructuración de una Planeación Estratégica rimbombante, demasiado ambiciosa, sin claridad de objetivos, sustentada en parámetros que para la alta dirección resultan lógicos, pero que no se plasman ni clarifican de manera puntual, lo cual los vuelven incomprensibles para la estructura ejecutora de una Entidad.

Planear es la mejor parte de todo proceso, es hacer un “Blue Print” mental, que puede ser adornado de muchas formas gráficas, ser bautizado con nombres que evocan victorias, en su mayoría históricas o mitológicas; se identifican riesgos, indicadores, componentes que estructuran “DOFA´s” perfectas para ser presentadas a nivel académico; sin embargo, es en su ejecución que se pone a prueba realmente la efectividad de todas esas horas y recursos que deben ser presentados como una inversión real y productiva para una empresa, y no como un mero gasto que en la mayoría de ocasiones termina perfectamente encuadrada en la librería de la alta dirección.

*En el caso de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, esta partió del establecimiento de objetivos y estrategias claros desde el inicio de la nueva administración, que viene implementándose a partir del segundo semestre de 2016. Lo primero y fundamental: Claridad de la alta dirección; este es el pilar conceptual de mayor importancia, la cual viene soportada por el diálogo estratégico, integral y elaborado en equipo que permite tener despejado el horizonte donde debe trabajar la Dirección General. El segundo pilar: compromiso de la alta dirección; de poco vale la intención del Director General si sus mandos altos y medios no tienen clara la estrategia, o peor aún, si no la apropian y comparten.*

*Partiendo de estos dos pilares, la Alta Dirección estableció cinco objetivos claros, entendibles y cumplibles:*

## **1. Fortalecer la Cultura Organizacional y el desarrollo del talento humano:**

El fundamento de toda entidad o empresa reposa en su gente, en que tan comprometidos están con la Entidad y en la calidad de vida y desarrollo que es capaz de ofrecer esta misma. Es una simbiosis en donde si una de las partes gana, las dos salen beneficiadas.

Resultados alcanzados: Modernización y reestructuración de la planta de personal y estructura organizacional. / Profesionalización de la Planta de Personal. / Incremento en la medición del Clima Organizacional al 92%.

## 2. Fidelizar al Cliente:

La razón de toda empresa o entidad es satisfacer los requerimientos del cliente, en el caso las Fuerzas Militares. Desprenderse de la falsa idea de que son un “Cliente cautivo”, sino que representan la razón por la cual una organización como la Agencia Logística exista, y que bien puede dejar de hacerlo si no logra el cumplimiento de la misión institucional. Retirar la falsa seguridad por la idea de un ofrecer un servicio de calidad, que nos conviertan más en un aliado que en un mero proveedor.

Resultados alcanzados: Ejecución de \$522.096 millones en Abastecimientos Clase I (Alimentación) a las tres Fuerzas. / Eficiencia en la adquisición de víveres a través de la BMC por \$14.033 millones. / Ejecución de \$51.796 millones en abastecimientos Clase III (Combustible, grasas y lubricantes) a la Armada Nacional en puertos nacionales e internacionales. / Se obtuvo por parte de MIN-MINAS la autorización como distribuidor minorista en calidad de comercializador industrial. / En 2020 se formalizó el contrato interadministrativo con la Policía Nacional - Dirección de Antinarcóticos Grupos Móviles de Erradicadores de Cultivos Ilícitos por \$42.007 millones, y para 2021 por \$108.084 millones.

## 3. Consolidar el modelo de Operación:

Mejoramiento continuo, fortalecimiento de las debilidades, búsqueda de innovación (bien sea tecnológica o de procesos). Renovación continua, entender y saber que ser estacionarios es destinar la entidad a su desaparición.

Resultados alcanzados: Resultado FURAG del 96,4% posicionando a la Agencia en el segundo puesto en el Sector Defensa y séptimo puesto a nivel nacional. / Auditoría de Seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad vigencia 2020 con cero hallazgos.

## 4. Modernizar y Desarrollar la infraestructura física y tecnológica:

Como operador logístico, debemos ampliar nuestra cobertura y capacidad de respuesta. Fortalecer la presencia con los Centros de Abastecimientos y Servicios, y mejorar la capacidad de transporte con la renovación del parque automotor, así como soportar la operación en la mejora del software y hardware del que se dispone.

Resultados alcanzados: Adquisición de la Sede Administrativa y Centro de Abastecimiento y Distribución de la Regional Antioquia Chocó en la Estrella. / Adquisición del Centro de Abastecimiento y Distribución de la Regional Nororiente en el parque industrial de Provincia del Soto. / Uso de Plataforma Tecnológica de Comunicación propia, con 427 puestos habilitados para Teletrabajo. Adecuación y Traslado del datacenter alterno de la entidad a la Regional Antioquia Chocó.

## 5. Mantener la Sostenibilidad Financiera:

Si todos los anteriores cuatro objetivos se cumplen, el resultado final se verá reflejado en este último. Fortalecido con seguimiento y control constante, se emiten políticas y órdenes que permiten alcanzar las cifras financieras que la Entidad necesita para seguir retroalimentando los cuatro objetivos estratégicos iniciales.

Resultados alcanzados: A pesar de que en la vigencia 2020 se recibieron menos ingresos operacionales dada la situación de desaceleración económica producto de las restricciones para controlar la pandemia de COVID 19 al descender de \$456.395 millones a \$437.041 millones, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, ejerciendo un control estricto en los costos y gastos que se generan por su operación, obtuvo los mejores resultados financieros históricos, reflejados en \$9.137 millones de utilidad operacional, \$22.860 millones de utilidad neta, \$19.300 millones de Ebitda y una ejecución presupuestal del 99,5%.

*De esa manera, aplicando los principios de mantener el foco, la disciplina y la perseverancia, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares durante 57 meses, planeó, estructuró, ejecutó y controló una Planeación Estratégica sólida, cuya efectividad puede ponderarse en los resultados obtenidos vigencia a vigencia.*



# Conoce nuestros canales de comunicación

## Conéctate con nuestras redes sociales



Agencia Logística de Fuerzas Militares



@AgLogistica



aglogisticafm



Agencia Logística Fuerzas Militares

## Canales Informativos



Revista  
**Punto**  
Logístico

[www.agencialogistica.gov.co](http://www.agencialogistica.gov.co)

# ¿Sabías qué ?



¿Cuál es la APP en mayor crecimiento en

## Transmisiones en vivo?

**Ha logrado un máximo histórico con 6.300 millones de horas vistas, en relación a los 1.060 millones de horas de Facebook Gaming y los 1.370 millones de YouTube Gaming.**

Entendamos que “Twitch” es una app que permite realizar transmisión en vivo, donde inicialmente fue enfocada a un mercado de gamers, eSports y otros tipos de eventos relacionados a los videojuegos. Ahí encontraron una forma de relacionarse y conocer trucos para avanzar en este tipo de entretenimiento. El receptor es llamado Streamers el cual se suscribe y recibirá alertas cuando este emisor este en vivo. Así mismo se puede monetizar la interacción de conectividad, que tengan en su transmisión con mayor número de suscriptores.

El alcance de esta plataforma y su crecimiento exponencial ha trascendido más de lo planeado, Amazon es el propietario de este aplicativo, el cual tiene un 72,3% del mercado, seguido de Youtube Gaming Live (15,6%) y Facebook Gaming (12,1%).

**Durante el 2021 creció un 16,5% en el primer trimestre del 2021**

Según las cifras de “Streamlabs y Stream Hatchet” los “streamers” han retransmitido 35 millones de horas más de contenido en el primer trimestre de este año en comparación con el último trimestre de 2020

Los periodistas deportivos han encontrado en este medio un espacio de relacionamiento más amplio con sus seguidores, donde le permite extenderse y generar mayor contenido para debatir, sobre el desarrollo de cualquier disciplina deportiva. además es un ingreso extra por suscripciones.

Cada vez el mundo digital sigue ganando participación y monetizando a los creadores de contenidos, la innovación siempre será fundamental para ampliar el marketing y su alcance, las limitaciones solo existen en la mente ¿Cómo será la mejor conexión del futuro?



# El Cambio

*es la energía que dinamiza la vida empresarial*

*A finales de 2016, con la nueva administración en cabeza de su Director General, el señor Cr (R.A) Oscar Alberto Jaramillo Carrillo, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares comenzó una travesía marcada por grandes y profundos cambios como única alternativa para lograr la supervivencia de la institución.*

# La imperiosa

necesidad de un cambio en la organización requería de un Direccionamiento Estratégico muy bien definido, de fácil comprensión por parte de toda la empresa, a fin de lograr un mejor desempeño tanto en lo administrativo a nivel central, como en la operación logística del abastecimiento y servicio a nivel de todas sus regionales.

El primer paso en esta escalera de crecimiento fue la reestructuración, que significó la modificación de la estructura interna de la Agencia y determinación de funciones para las nuevas dependencias, lo cual cambió totalmente la comunicación y nivel de responsabilidad entre las áreas funcionales, para lo cual se creó una entidad menos piramidal con el propósito de lograr un mejoramiento en la capacidad de respuesta para nuestras Fuerzas Militares y entidades del Estado, en especial en sus procesos de gestión contractual, planificación del abastecimiento, operación logística y por supuesto en la gestión de redes de valor e innovación empresarial. A esto se sumó otro gran cambio, esperado por años, se logró establecer por Decreto, una planta propia para el personal de la ALFM, en reemplazo de las plazas temporales de los años anteriores.

Un cambio en la organización requería de un Direccionamiento Estratégico, de fácil comprensión por parte de toda la empresa, a fin de lograr un mejor desempeño tanto en lo administrativo a nivel central como en todas sus regionales; en consecuencia, se ajustó la visión y misión institucional, se definieron los Objetivos Estratégicos claves que hasta hoy han permanecido vigentes y han demostrado de manera evidente la gestión por resultados:

**Se ha fortalecido de manera importante la cultura de la organizacional** y el desarrollo del talento humano, demostrado con un excelente clima organizacional y trabajo en equipo.

**Una significativa mejora en la satisfacción** de nuestros clientes, tan exigentes como son las Fuerzas Militares y las entidades del estado.

**Se ha implementado la operación empresarial** por procesos, soportada con avanzadas plataformas tecnológicas, en donde se marca con claridad la importancia del trabajo de todos y cada uno de los funcionarios de la organización.

**De resaltar, la sostenibilidad financiera** que ha venido en ascenso, los números rojos en el estado de resultados son registros del pasado, lo actual son números significativamente positivos.

**La campaña y propósito** de cero tolerancia a la corrupción ha sido un esfuerzo muy importante, con justicia y valentía.



Todos los cambios son en la práctica retos que concluyen en logros, pero también conllevan riesgos y hoy la Agencia Logística FF.MM tendrá que atender con planeación y estrategia, todos los riesgos asociados al proceso de concurso de méritos para carrera administrativa, que si bien tiene por objeto mejorar la eficacia de la administración y ofrecer a todos los colombianos igualdad de oportunidades para acceder a un cargo público, también es cierto que causará un gran impacto en la organización y en algunos de sus actuales funcionarios, por cuanto compromete el conocimiento individual adquirido por años, fruto de la experiencia personal (muchas veces ni siquiera su propietario sabe describirlo), y claramente es el que más posibilidades tiene de generar ventaja competitiva.

Yo creo y admiro nuestra Agencia Logística... ¿y usted?

# Revista Punto Logístico

Septiembre 2020



Agencia Logística  
Fuerzas Militares



aglogisticafm



Agencia Logística de  
Fuerzas Militares



@AgLogistica

[www.agencialogistica.gov.co](http://www.agencialogistica.gov.co)