



**Asamblea
General**

**26
marzo**



CO-SC-CER577682



SC-CER577682



FT-CER577683



CS-CER577329

www.alianzafrancesa.org.co/bogota

I. INFORME GENERAL

Amandine PORET

Directora general

2020

Un año de adaptación a la pandemia mundial, generando resultados positivos a pesar de un contexto de Crisis económica

I.1. CONTEXTO

Como sabemos, la misión de la Alianza Francesa de Bogotá es tanto la promoción como la difusión de la lengua y de la cultura francesa, sin olvidarse del apoyo a la creación colombiana enfocándose en los artistas jóvenes y alternativos. Misión que se debe alcanzar a través de una triple estrategia: el profesionalismo, la calidad y reinventarnos.

2020 fue el último año de realización del Plan estratégico de desarrollo 2017-2020. Era un plan ambicioso que apostó tanto por el desarrollo del eje digital transversal a todos los servicios como por la cultura de la calidad certificada por las normas idóneas. El reto era mantener la frecuentación estudiantil en tiempos de pandemia (a partir de marzo) adaptando una política tarifaria con una reducción del 20% en los cursos y la supresión de las matrículas.

El informe de Dirección presentado en el marco de la Asamblea general del 26 de marzo 2021 califica el año 2020 como año clave destacable para superar los retos debidos a la pandemia y crisis económica. El informe también destaca resultados financieros positivos para el año 2020 de \$1.771.427.010 frente a los \$1.848.100.401 del 2019 (después de los resultados positivos del 2018 con \$1.345.574.224). Este buen resultado financiero se debió a un crecimiento del aumento de horas vendidas y al éxito de la nueva oferta de clase "Mi hora".

El desafío para el 2020 era adaptarse a un contexto de pandemia mundial manteniendo el número de estudiantes pasando a la modalidad 100% virtual en abril con una nueva oferta de cursos. Eso generó un aumento de 8% de horas vendidas (745.875 en total), en particular gracias a la nueva oferta "Mi hora", mientras que muchas Alianzas francesas se vieron fragilizadas debido a este contexto y a la crisis económica.

Dotada con las normas de calidad nacionales NTC 5555, NTC 5580 e internacional ISO-9001 que fueron nuevamente renovadas en 2020, la Alianza francesa de Bogotá vio dar nuevo fruto de su trabajo. Reposicionada como una institución de excelencia y a pesar de la pandemia, logró atraer a 6.563 estudiantes manteniendo las mismas cifra que en 2019 y desarrollando relaciones fortalecidas tanto con el SENA como con la Secretaría de Educación, apoyando la reintroducción del francés en 19 colegios públicos a nivel nacional en el marco del proyecto FSPI liderado conjuntamente con la Embajada de Francia en Colombia y 8 Alianzas francesas de la red.

I.2. LA VIRTUALIDAD COMO ESTRATEGIA PARA ADAPTARSE AL CONTEXTO DE PANDEMIA

El Plan estratégico de desarrollo 2017-2020 aprobado por la Junta Directiva tenía un núcleo digital muy fuerte, que se comparte de manera transversal entre todos los departamentos y áreas de actividad de la institución. Se construyó dirigido a nuevos públicos en el sentido propio como figurado, aprovechando este enfoque digital para liberarse de las limitaciones físicas y geográficas y atraer a nuevos públicos jóvenes y conectados en su vida diaria. La plataforma digital "Mon Alliance" ha facilitado el paso a clases 100% virtuales a partir del 19 de marzo 2020.

Apoyándose en esta estructura consolidada, siguió desarrollándose el plan estratégico en su coherencia dirigida al núcleo digital y al reposicionamiento de la asociación a nivel institucional, que se inscriben en el marco de una muy fructuosa y exitosa relación con la Embajada de Francia en Colombia.

Se decidió armar unos proyectos faros, presentados en el marco de la Asamblea General del 2020, los cuales se cumplieron:

- Organización de una jornada de puertas abiertas
- Creación del curso Français en ligne (A1) 100% en autonomía (Mon Alliance) con el apoyo del Instituto francés de París y de la Embajada de Francia y pilotaje con aprendices SENA del Chocó y de Nariño
- Remodelación del espacio de recepción de la Sede Chicó
- Renovación de las 3 normas de calidad (NTC 5555, NTC 5580 e ISO 9001(2015), las cuales fueron adquiridas en 2017, que toca renovar cada 3 años)

I.3. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Hay que subrayar que, a pesar de las dificultades diversas por un año atípico, 2020 dio muy buenos resultados tanto a nivel de número de estudiantes como de horas vendidas. El mejor manejo de la actividad se refleja aún más entonces en el ejercicio de los estados financieros que muestran resultados positivos con \$1.771.427.010 de pesos de excedente del ejercicio (vs \$1.848.100.401 en 2019 y 1.345.574.224 en 2018).

6.563 estudiantes confiaron en la Institución para aprender francés, dentro de los cuales se pueden destacar 2.215 principiantes y 1.840 inscripciones en cursos de niños y adolescentes (quienes constituyen una parte importante de nuestro público). La Red de Excelencia Educativa de Francés (REF), continuó vigente en 2020, con 19 colegios inscritos. Gracias a la REF, la Alianza Francesa de Bogotá se ha posicionado en Bogotá, Chía, Cota, Cajicá y La Calera.

Se decidió armar unos proyectos faros para el 2021:

- Diseñar una estrategia y plan de trabajo para convertirnos en una Alianza eco-responsable y Alianza Verde
- Fortalecer el eje comercial vía la organización de una capacitación dirigida al personal de recepción de la red de Alianzas de Colombia
- Crear nuevos cursos híbridos y “comodalité”/alternancia
- Obtener “Q10” software de gestión de cursos y adaptarlo a las necesidades de la Alianza
- Desarrollar una política de expansión de ventas y oferta de cursos gracias a las nuevas herramientas híbridas y la “comodalité” para atraer a nuevos públicos y estudiantes
- Abrir al público el museo virtual Micro Folie
- Fortalecer el género *Bande Dessinée* en el marco del Año 2021 de la Bande Dessinée
- Retomar progresivamente nuestras actividades culturales en modalidad semi-presencial y giras nacionales de artistas franceses (a partir del segundo semestre)
- Construir una estrategia de comunicación externa impactante de acuerdo a las tendencias y necesidades de los públicos

- Modernizar el Casazine (revista digital cultural) con una nueva imagen y política editorial

Finalmente, encontrarán ustedes en este informe anual la presentación por departamento de las actividades realizadas en 2020 así como las que están previstas para 2021, y que tendremos que manejar en un contexto difícil debido a la crisis sanitaria y pandemia del COVID-19 que afecta tanto el mundo como al país desde inicio de marzo 2020.

II. INFORME ACADÉMICO

Julie MONBET

Directora pedagógica

La transición digital de la institución, presentada en el plan estratégico diseñado por la Directora en 2017 como un proyecto a mediano/largo plazo, se declinaba en varios planes según el área. En cuanto al ámbito pedagógico, inició en 2017 con el pilotaje de la plataforma de cursos Mon Alliance, desarrollada por Apolearn, para el público adulto. Desde su implementación, los cursos se dictaban en modalidad presencial pero el estudiante enriquecía su aprendizaje gracias a todos los recursos disponibles en la plataforma (ejercicios interactivos, depósito de recursos, tareas para la casa, etc.) y en Culturethèque. En paralelo, siguiendo el plan estratégico, en 2019 logramos el 100% de los salones conectados y equipados con pantalla interactiva (sea mediante videobeam o tablero digital).

Por otra parte, en 2019, se diseñó un plan de acción pedagógico orientado hacia lo digital, para completar la oferta de cursos proponiendo en una primera etapa cursos híbridos (con una parte de la formación en línea y la otra en presencial) para luego proponer unos cursos 100% virtuales. El equipo pedagógico creó actividades de aprendizaje para la plataforma y capacitamos a todos los profesores en el uso eficaz de la plataforma. En el último trimestre de 2019, el paro generalizado en la ciudad nos llevó a intentar llevar algunos contenidos de los cursos a la plataforma y probar la herramienta de videoconferencia Zoom para compensar los días de clase perdidos por el cierre repentino de las sedes. Al mismo tiempo, la Alianza respondió a una convocatoria del Instituto francés de París y obtuvo su apoyo para la creación en 2020 de un curso de nivel A1 100% en línea y en autonomía dirigido a zonas aisladas de Colombia. En marzo de 2020, la transición digital dio un giro inesperado puesto que en pocos días decidimos cerrar las tres sedes para garantizar la salud de nuestra comunidad y trasladar todos nuestros cursos presenciales a una modalidad 100% remota gracias a nuestra plataforma y a Zoom.

Esta transición se logró de manera muy satisfactoria como lo muestra el balance anual de la actividad del Departamento, con un **aumento del 8% en horas vendidas y un número de estudiantes estable** entre 2019 y 2020. Tres factores explican los resultados positivos de este año a pesar de un contexto sanitario y socioeconómico particularmente difícil: 1) la anticipación gracias a la visión estratégica institucional, 2) la reactividad y capacidad de adaptación de los equipos y 3) el compromiso de todos los colaboradores de la Alianza. En este contexto, aprovechamos la oportunidad brindada por la modalidad virtual para diversificar nuestra oferta y responder a las necesidades del público: curso Mi hora (1 hora diaria, 20h), cursos vacacionales para niños y adolescentes (confinados), cafés de francés gratuitos para interactuar, packs de cursos particulares, uso de la plataforma para todos los cursos adolescentes y las "Ventanas abiertas" (clases de prueba gratuita para principiantes).

La buena gestión del proceso pedagógico fue destacada por el Icontec en su auditoría de junio 2020, quien aprobó la renovación de todas nuestras normas de calidad.

En el ámbito de la cooperación educativa, cabe destacar la renovación en el transcurso de 2020 de los convenios con la SED de Bogotá y con el SENA, a pesar del contexto poco favorable. Otro evento destacable de 2020 es el lanzamiento en octubre del **gran proyecto de cooperación nacional FranCo**, de la Embajada de Francia con el

Ministerio de Educación Nacional, en el que 9 Alianzas francesas de la red colombiana aportan su experticia pedagógica, encabezadas por la Alianza francesa de Bogotá.

II.1. INFORME CUALITATIVO

Sistema integrado de gestión de calidad

Los esfuerzos de todo el personal de la Alianza durante los años 2017, 2018 y 2019, permitieron obtener y conservar tres certificaciones (ISO 9001:2015, NTC 5555:2011 y NTC 5580:2011). Hay que subrayar que **la norma NTC 5580:2011 es la Certificación de Calidad de "Programas de Formación Académica en: Diseño y prestación de servicios de Conocimientos Académicos en Lengua y Cultura Francesa, en los niveles A1, A2, B1, B2, C1 y C2"**. En 2020, en pleno confinamiento, logramos renovar por tres años más estas tres certificaciones tras una auditoría virtual del Icontec.

Las fortalezas destacadas por el Icontec fueron las siguientes (procedentes del informe final de la auditoría de junio 2020):

Gestión Pedagógica

- El manejo y soportes de las actividades realizadas para verificación y validación de los cambios en el proceso de evaluación que mediante los pilotajes realizados permitieron confirmar de manera objetiva y eficiente los rediseños realizados.
- La actualización de materiales y libros para niños y adolescentes
- El manejo del sistema de información para diligenciamiento y gestión de la "planilla" que favorece con un manejo básico de información la generación de reportes confiables para hacer seguimiento a cada uno de los cursos.
- El desarrollo del programa "Mi hora" para fortalecer la virtualidad.

Este año, el Icontec cerró todas las acciones correctivas pendientes y no se estableció ninguna solicitud de acción correctiva para el Departamento pedagógico. Este balance confirma que estamos cumpliendo con el principio de mejoramiento continuo y que la implementación del sistema integrado de gestión está dando sus frutos.

En 2019, el Instituto francés y la Fondation Alliance française publicaron una versión conjunta del Referencial "Démarche Qualité". El Departamento de pedagogía cumple con 30 de los 32 criterios del apartado "Organizar y dictar clases" y 16 de los 18 criterios del apartado "Organizar y llevar a cabo las sesiones de exámenes". En 2021 tenemos como objetivo cumplir con el 100% de los criterios.

Plataforma

En 2020, con la repentina implementación de la modalidad virtual debido a la aparición del covid19 y al confinamiento, la **plataforma digital de aprendizaje Mon Alliance** se convirtió en nuestra primera herramienta pedagógica.

Los profesores usan la plataforma para publicar actividades interactivas, tareas, eventos, discusiones. Los estudiantes pueden acceder a una multitud de ejercicios interactivos y auto-correctivos, a sus exámenes de comprensión oral o escrita, y también a módulos de remediación y apoyo para los temas más difíciles. Todos los estudiantes de cursos internos adultos y adolescentes acceden a sus clases *Zoom* a través de *Mon Alliance*.

La transición iniciada en el mes de marzo, sin perder días de clases, se realizó de manera efectiva, gracias al trabajo realizado a lo largo del año 2019 por los Gestores de sede y los Profesores con proyectos específicos "Recursos pedagógicos" y "TICE" (Tecnologías de la Información y de la Comunicación para la Enseñanza), quienes crearon **actividades de aprendizaje** para la plataforma y animaron **talleres de capacitación** destinados a todos nuestros docentes. El equipo docente estaba capacitado para enfrentar de la mejor manera posible este gran desafío de la virtualidad.

Oferta de cursos

A lo largo de este año transcurrido, seguimos proponiendo cursos de Francés general (FLE) para niños, adolescentes y adultos, en nuestras tres sedes, con distintas modalidades de intensidad y horarios para cubrir la demanda de nuestro público.

Una nueva modalidad de curso fue creada con el fin de aprovechar la virtualidad y atraer a un nuevo público: las personas con horarios muy apretados que no solían asistir a nuestros cursos por falta de tiempo libre. Desde abril 2020 y con los nuevos cursos *Mi hora*, los estudiantes pueden asistir a clases de una hora diaria, antes o después de sus horarios laborales, o incluso durante su pausa del mediodía.

Aparte de los cursos temáticos **Literatura** y **Conversación**, en el 2020 abrimos los cursos siguientes:

- **Francés para militares** (solicitud de la Misión de la Defensa de la Embajada de Francia), una sesión en 2020, antes de la pandemia, en Chicó.
- **Francés de la Salud, en el marco del Convenio con el SENA** dirigido a los aprendices de esta área.
- Nuevas inscripciones al **curso en línea *Frantastique* (44 inscritos en el 2020)**
- Cursos vacacionales **para adolescentes**.
- Talleres vacacionales para niños y adolescentes: escritura, conversación y cuentacuentos.

Cursos externos

- En el año 2020, se mantuvieron los convenios de cooperación con la **Universidad Externado de Colombia, Universidad Nuestra Señora del Rosario** y la **Universidad Jorge Tadeo Lozano**, a la cual consolidamos poco a poco luego del interés de esa institución en crear su propio departamento de francés. Adicionalmente, se reforzó el programa de aprendizaje con empresas francesas como Crédit Agricole, Total, Decathlon y otras como Tales, Red Somos.
- En 2020, reforzamos las acciones con el **SENA**, pasado de 2 a 4 grupos, incluido uno de Francés de la Salud, cada uno con 25 estudiantes, con un total de 280 horas por grupo. En la red de Alianzas, se llevaron a cabo cursos coordinados por Bogotá, por lo cual recibimos unos honorarios de gestión.
- Respecto a las **Fuerzas Armadas**, sólo se pudo organizar un curso al iniciar el año debido al cierre por la pandemia de Covid-19. Este curso se realiza bajo facturación a la Misión de Defensa de la Embajada.
- **La facturación de 2020 en cursos externos llegó a los mil ochocientos millones de pesos**, alcanzando más precisamente **\$1.813.869.282**. Esta facturación incluye cursos en universidades, instituciones del Estado (SENA, SED) y empresas, con un total de **1904** estudiantes diferentes.

II.2. INFORME CUANTITATIVO

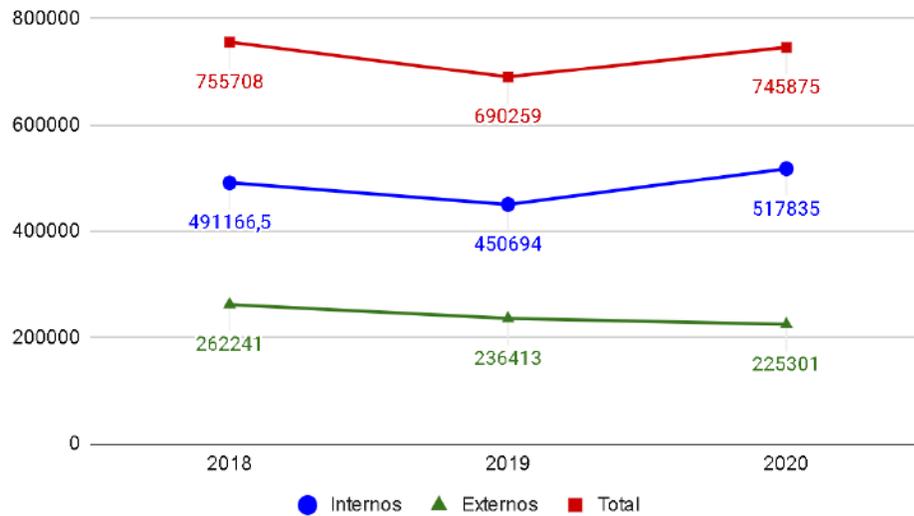
Comparativo volumen de horas vendidas en cursos internos, externos y particulares 2018-2020

	2018	2019	2020
Internos (francés, español, talleres)	491.166,5	450.694	517.835
Externos	262.241	236.413	225.301
Cursos particulares	820,5	1.672	1.394
Frantastique (a partir del 2017)	1480*	1.480*	1.345
Total	755.708	690.259	745.875
% evolución	+10,4%	-8.6%	+8.1%

**Para los años 2018 y 2019 se toman en cuenta los inscritos Frantastique de los años anteriores que siguieron suscritos.*

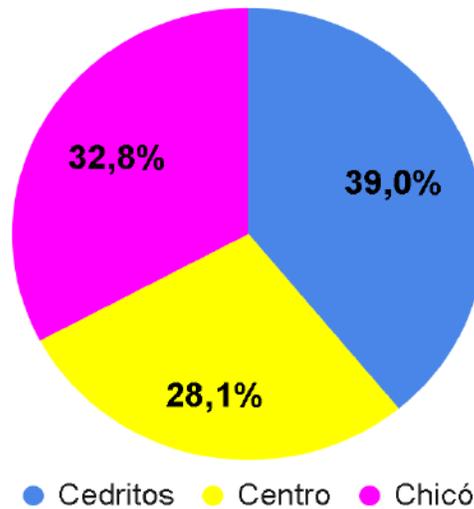
Observamos un aumento del 8,1% del número de horas vendidas entre 2020 y 2019.

Evolución horas vendidas



Las horas vendidas en cursos internos, sobre el total de 517.835, se reparten de manera homogénea entre las tres sedes: Cedritos representa el 39,0%, Chicó el 32,8% y Centro el 28,1% de las horas. Observamos para 2020 un aumento más importante para la sede Cedritos (+27,9% en horas vendidas) que para las sedes Chicó (+11,4%) y Centro (+4,0%).

Repartición horas vendidas por sede

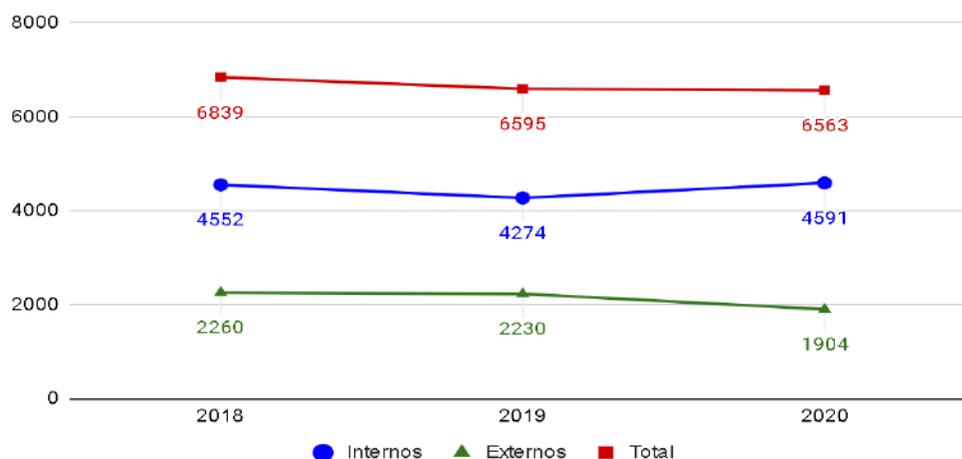


Comparativo estudiantes diferentes cursos internos, externos y particulares 2018-2020

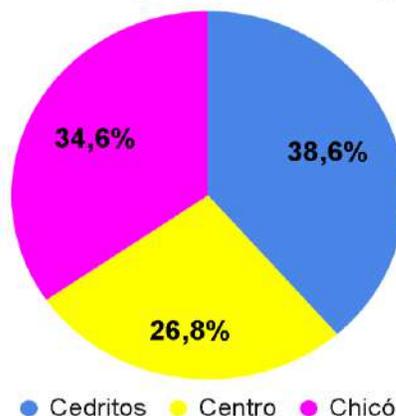
	2018	2019	2020
Internos (francés, español, talleres, Frantastique)	4.552	4.274	4591
Externos	2.260	2.230	1904
Cursos particulares	67	91	68
Total	6.839	6.595	6.563
Evolución	+1,5 %	- 3,6%	- 0,5%

Los resultados de los cursos colectivos internos son muy positivos (+7,4% en número de estudiantes diferentes). Observamos una baja en cursos particulares (-25,2%) y en cursos externos (-14,6%) debido a la suspensión de algunos grupos por causa de la pandemia por Covid-19. En total, **el número de estudiantes diferentes bajó muy ligeramente del 0,5%**.

Evolución estudiantes diferentes



Repartición estudiantes por sede en 2020 (cursos internos)



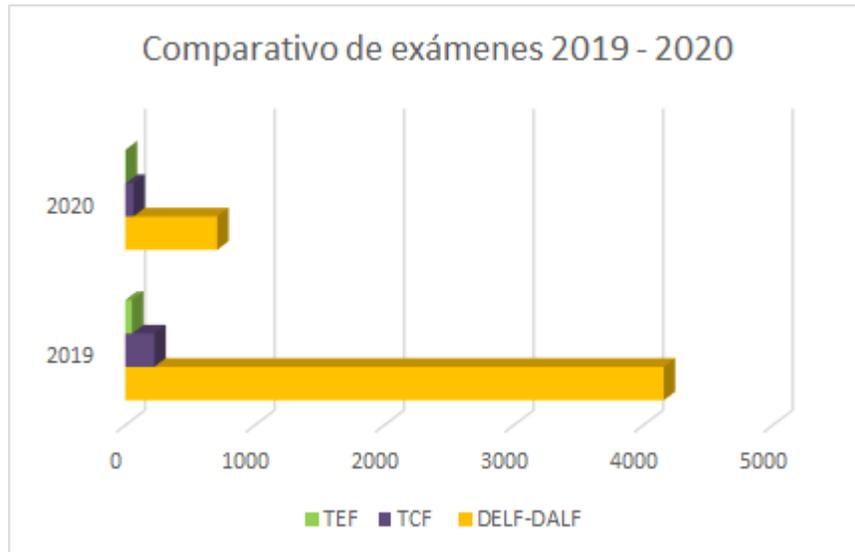
El estudiante diferente en cursos internos se reparte de esta manera entre las tres sedes: Cedritos representa el 38,6%, Chicó el 34,6% y **Centro la menor franja**, con el 26,8%.

II.3. CERTIFICACIONES (COMPARATIVO 2019/2020) Y EXÁMENES EXTERNOS

Infortunadamente, ni el Ministerio francés de educación (DELF-DALF y TCF) ni la Cámara de Comercio de París (TEF) autorizan que los estudiantes puedan presentarse a sus pruebas oficiales remotamente, lo que dificultó mucho la tarea de poner en marcha el calendario que se tenía programado y el trabajo de promoción de las certificaciones. Sin embargo, logramos que nuestros protocolos de bioseguridad para los exámenes fueran aprobados en el mes de octubre para dar fin a la sesión de exámenes DELF y DALF de marzo en el mes de noviembre. Cabe mencionar que para las pruebas orales de los exámenes DELF-DALF, obtuvimos la autorización de France Education International para que el jurado se encuentre a distancia y que la evaluación se realice mediante la herramienta de videoconferencia Zoom. Esta modalidad fue de gran ayuda para agilizar la organización de las pruebas, garantizar mejores condiciones para el desarrollo de la prueba oral y proteger todavía más la salud de los candidatos.

Bajo este contexto tan particular, las cifras del servicio bajaron significativamente.

Durante el año 2020, se recibieron **710 inscripciones en las diferentes sesiones de los exámenes DELF y DALF**; 64 para los tests TCF, TCF-Québec y TCF DAP y 5 para las sesiones TEF y TEFAQ para un **total de 779 inscripciones**. El resultado arrojado indica una baja del 83 % en las pruebas DELF-DALF, del 71,5% en las pruebas TCF y una baja del 90% para los tests de la Cámara de Comercio de París (TEF).



Las acciones del servicio de exámenes oficiales para el 2021 se centrarán en ofrecer un servicio dentro de los parámetros de bioseguridad y de calidad de acogida a los candidatos e información, pues, el crecimiento de las cifras está limitado por las condiciones de pasación de las pruebas y los cupos que podemos tener en los espacios de la institución.

La Alianza como centro de exámenes externos

La Alianza es centro de exámenes de la formación DAEFLE que se realiza 100% a distancia. Para esta prueba es necesario hacer un test de ingreso que se lleva a cabo en línea y un examen final que es presencial. La Alianza también es centro de presentación de exámenes de varias escuelas superiores o universidades: Test SIM (IAE) et Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3.

Durante el 2020, fue posible atender las necesidades de los candidatos que se presentaron al test de acceso al DAEFLE en tres sesiones diferentes y para el cual contamos con un total de 8 candidatos. Una vez la apertura progresiva del servicio de Exámenes oficiales, fue posible llevar a cabo el examen final en diciembre, para el cual contamos con un candidato inscrito.

En total, se organizaron **2 sesiones de exámenes**, con un total de 9 participantes, representando un beneficio de **\$1.214.435** para la Alianza.

II.4. EQUIPO DOCENTE: SEGUIMIENTO Y PLAN DE FORMACIÓN

Capacitaciones

A lo largo del año 2021, tanto **en cursos internos como externos, se realizaron un total de 167 visitas de clases** a profesores con el fin de llevar a cabo un seguimiento de sus prácticas pedagógicas y detectar sus puntos fuertes y necesidades en didáctica.

Las visitas se dividen entre varias categorías:

- Visitas formales: 48 visitas para evaluar a los docentes en el marco de nuestro sistema de evaluación del docente.
- Visitas informales cursos adultos: 20 visitas para acompañar a los nuevos docentes o los docentes en dificultad.
- Visitas informales cursos niños: 17 visitas realizadas por los PPS Cursos Niños, para acompañar a los profesores de los cursos niños y adolescentes.
- Visitas de acompañamiento a la modalidad virtual: 82 visitas de clases realizadas por los gestores pedagógicos y los PPS para acompañar el cambio de modalidad (COVID-19)

A partir de estas observaciones y de las necesidades del Departamento, se organizaron las **capacitaciones** siguientes:

- **Formación de examinadores-correctores para los exámenes DELF-DALF:** una sesión de capacitación en febrero para los niveles A1 a B2. Cabe destacar que, debido al contexto sanitario, France Education International extendió la validez de las habilitaciones que estaban caducando en 2020 hasta el 31 de agosto 2021, y puso en marcha la posibilidad de realizar la formación de examinadores-correctores en línea. En total, **16 profesores de la AFB se rehabilitaron en febrero de 2020.**
 - 9 profesores obtuvieron la habilitación A1
 - 10 profesores obtuvieron la habilitación A2
 - 13 profesores obtuvieron la habilitación B1
 - 12 profesores obtuvieron la habilitación B2
- **Formaciones *entre pares*:** en total, de enero a diciembre 2020, **3 Jornadas Pedagógicas** se organizaron, durante las cuales los profesores pudieron participar en varios talleres sobre temas de didáctica del francés y de cultura general francesa y francófona, dirigidos por profesores y coordinadores de nuestra institución. La primera fue presencial y las dos siguientes se llevaron a cabo en línea por el contexto sanitario, con un enfoque hacia la gestión de clases en línea.

3 formadoras exteriores intervinieron en nuestras Jornadas Pedagógicas:

- ❑ María Fernanda Lara Díaz, Doctora en ciencias cognitivas y lenguaje de la Universidad nacional acerca de las estrategias cognitivas para permitir una mejor gestión de la inclusión en clase de FLE (segunda intervención para la AFB)
- ❑ Anne Mocaër, formadora FLE y TICE, acerca de la creación de cápsulas vídeo
- ❑ Laurence Rogy, formadora del CAVILAM, para una formación acerca de la evaluación en contexto virtual

Las capacitaciones propuestas fueron las siguientes:

- Jornada pedagógica de febrero 2020
 - « *Estrategias cognitivas para la inclusión en actividades de lenguaje* » (María Fernanda Lara Díaz)
 - « *La classe inversée avec Adomania* » (Mélanie Le Gall, Fabián Vasco)
 - « *L'exploitation de la vidéo en classe de FLE : développer la compréhension orale, la compétence interculturelle et la production* » (Pierrick Barthezème, Consuelo Rodriguez)
- Jornada pedagógica de agosto 2020
 - « *Comment optimiser la gestion du temps concernant la préparation des cours en virtuel et dans le cadre des corrections* » (Mélanie Le Gall)
 - « *La production dans le cadre des cours virtuels ados et enfants* » (Consuelo Rodriguez)
 - « *La création de capsules vidéos pédagogiques* » (Anne Mocaër)
- Jornada pedagógica de diciembre 2020
 - « *Evaluer en ligne : pourquoi ? comment ?* » (Laurence Rogy)

Prácticas y pasantías realizadas en la Alianza en el 2020

En 2020, a pesar de la cuarentena, la AFB recibió 8 practicantes: 4 de la Universidad Javeriana y 4 de la Universidad de La Salle, destinados a actividades de Tutoría pero también de animación de Clubes de Conversación y concepción de material pedagógico. Tres de ellos fueron contratados como profesores.

II.5. LA ALIANZA, ORGANISMO DE FORMACIÓN PARA OTRAS INSTITUCIONES

Se llevaron a cabo formaciones virtuales en los colegios oficiales en el marco del Convenio entre la SED y la Embajada de Francia. Varios tipos de formación tuvieron lugar con este público, a pesar de la pandemia. Por un lado, los 16 docentes de la SED provenientes de 5 instituciones focalizadas (Liceo Femenino Mercedes Nariño, Villemar El Carmen, La Candelaria, Nueva Colombia e INEM de Kennedy) adelantaron cursos de refuerzo lingüístico y, por otro lado, un grupo de ellos (vinculados en 2020 al proyecto con la SED) tomaron una formación de 60 horas en actualización en metodología. Además de esto, 9 profesores de 4 de las instituciones asistieron a una capacitación en línea de 20 horas para ser habilitados como Examinadores-Correctores de los exámenes oficiales DELF A1 y A2, por primera vez en el país, lo que permitió llegar al público de 147 estudiantes de IED oficiales con la certificación pues estos docentes habilitados actuaron como Jurados.

Respecto a la REF, las formaciones se redujeron en 2020 debido a la pandemia pero sin embargo se propusieron algunas virtuales en un total de 11 horas. Aparte de todo, las instituciones públicas (Convenio SED) y las privadas (Convenio REF) pudieron participar en el **Foro del Francés**, realizado por primera vez en el país, el 13 de noviembre de 2020, con asistencia de 107 actores del francés, durante 6 horas.

En el **Convenio FSPI** (entre la Embajada de Francia en Colombia y el Ministerio de Educación Nacional en donde la AFB es operador pedagógico y gestión central), al cerrar el año se llevaron a cabo formaciones en refuerzo lingüístico y metodología.

Finalmente, 8 Practicantes de Lenguas, de las Universidades Javeriana y La Salle fueron formados en actualización metodológica y gestión de grupos para su trabajo en la Alianza Francesa.

Las anteriores formaciones consolidan a la Alianza Francesa de Bogotá como el principal agente en la formación continuada de docentes de francés en ejercicio, además de ser ya reconocida como formadora de formadores.

II.6. LA COOPERACIÓN EDUCATIVA

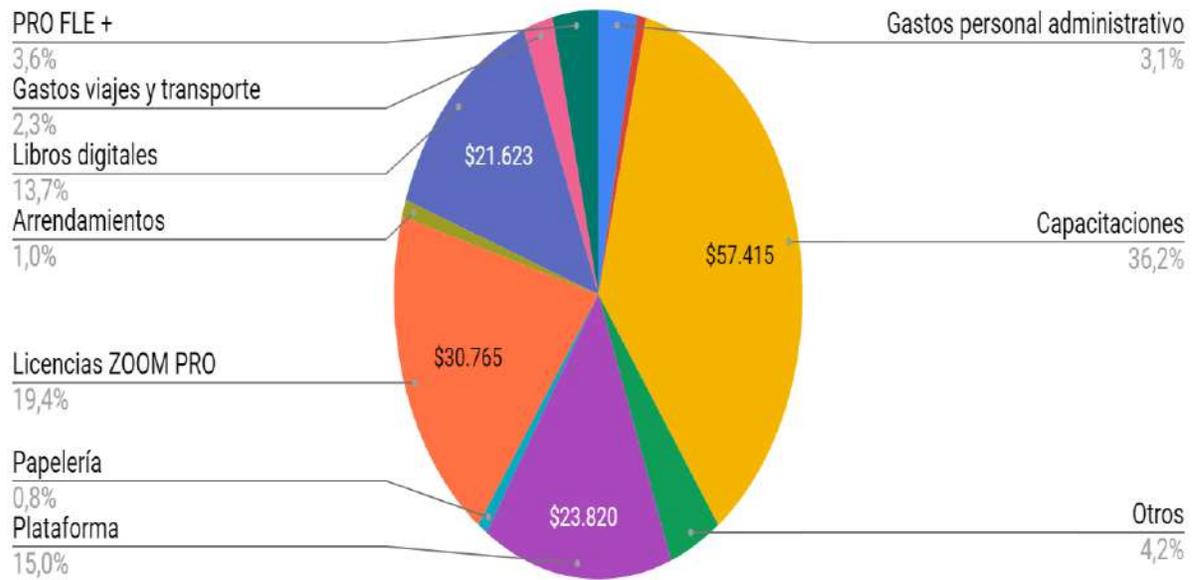
La Coordinación de la Cooperación Educativa de la Alianza Francesa de Bogotá, logró en 2020:

- **Ejecutar cerca del 97,3% del presupuesto destinado por la Embajada de Francia para el programa de Movilidad Internacional/Colfuturo/Universidades.** El programa de cooperación realizado con la subvención de la Embajada impactó en particular a 5 grupos de estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional, Colfuturo y diferentes universidades en cursos de lunes a viernes y de los sábados. Esta acción forma parte de las misiones de la Embajada (Agregaduría de Cooperación Universitaria). La subvención de la Embajada para ejecutar fue de \$112.781.955 y la ejecución llegó a \$109.777.100.
- **Integrarse activamente como operador pedagógico al proyecto nacional FranCO, financiado por el Fondo de Solidaridad de Proyectos Innovadores (FSPI) del Ministerio francés de Asuntos Exteriores, objeto de un Convenio entre la Embajada y el Ministerio de Educación Nacional.** La AFB se ocupó desde mediados de septiembre de 2020 de las acciones de formación de docentes de las instituciones educativas a su cargo (Sopó y Rionegro) así como de la coordinación nacional del diagnóstico de las instituciones, de las inscripciones de docentes a Culturethèque, de los informes correspondientes, tests de nivel y gestión central, entre otras acciones de posicionamiento como formadora de formadores. Los ingresos por esta acción de cooperación alcanzaron un total de **\$178.570.740.**
- **Fortalecer las acciones de cooperación educativa a nivel local,** renovando su condición de operador pedagógico a través del Convenio entre la Embajada de Francia y la Secretaría de Educación del Distrito. En 2020, se integró una nueva institución pública al proyecto iniciado en 2019: el INEM de Kennedy. Las acciones de la AFB cubrieron formación en idioma para 15 docentes y presentación de exámenes oficiales para un grupo de ellos, formación de actualización metodológica para 6 docentes (60 horas, los sábados), diagnóstico del INEM, acompañamiento de docentes nativos, dotación de material didáctico, exámenes DELF Junior para 200 alumnos de los 4 colegios que llevan más tiempo en el proyecto, formación de docentes de la SED como Examinadores-Correctores de los DELF A1 y A2, utilización del Museo Virtual Micro-Folie adaptado al contexto virtual y, por primera vez, el Foro del Francés. Gracias a estas acciones de la AFB, uno de los colegios, el Liceo Femenino Mercedes Nariño (Localidad Uribe Uribe, al sur de Bogotá), obtuvo la Acreditación de Calidad del Gobierno Francés, el *Label FrancÉducation*, constituyéndose en el primer colegio público de Colombia en obtener esta Acreditación.

- **Proseguir con la difusión de la certificación oficial de la Alianza Francesa de Bogotá** en colegios oficiales del Distrito y ante los docentes de francés de los 5 colegios focalizados en el Convenio con la SED. En efecto, estudiantes de 4 de las 5 instituciones presentaron exámenes DELF A1 y A2, y los docentes de las 5 instituciones hicieron la prueba de A2, B1, B2 o C1.
- **Consolidar los diferentes convenios de cooperación educativa con miras a fortalecer inscripciones en cursos internos.** En el primer semestre de 2020, aproximadamente el 97% de los convenios estuvieron activos y en el segundo semestre fue de 100%, lo cual implica que aportaron estudiantes a los cursos internos. Los principales convenios que dieron origen a estudiantes para los cursos internos (gracias a los descuentos) fueron la Universidad del Rosario, con 202 además de los cursos externos, 84 del Club Concorde, 62 de ASCUN y 102 de la REF, entre otros. El Convenio de la Red de Centros Binacionales también se hizo presente en las cifras, con 61 inscripciones en curso interno (cerca de 200% de crecimiento frente a los 21 del año 2019).
- **La Red de Excelencia Educativa de Francés (REF)**, continuó vigente en 2020, con 19 colegios inscritos. Gracias a la REF, la Alianza Francesa de Bogotá se ha posicionado en **Bogotá, Chía, Cota, Cajicá y La Calera**. A pesar de la pandemia, propusimos a las instituciones formaciones y talleres en modalidad virtual que, sin embargo, no tuvieron la acogida habitual del presencial. Igualmente, los estudiantes de **colegios afiliados a la REF** siguen matriculándose en los cursos internos, gracias al Convenio y a que son atraídos mediante las Tutorías, decidiendo luego inscribirse directamente a la Alianza. Así, tuvimos **102** inscripciones en 2020 indicando una diferencia entre el presencial de 2019, que había tenido 182 inscripciones. Los ingresos por inscripciones de los alumnos de la REF en 2020 a cursos internos fueron de **\$62.403.350** en el año. Constatamos así que la estrategia de ofrecer Tutorías gratuitas en las instalaciones de la Alianza, para atraer a los alumnos de colegios afiliados y fortalecer sus competencias en francés, funciona. Para el año 2021 se prevé un filtro en la renovación de inscripciones con el fin de dejar cupos disponibles para nuevos colegios que sí nos envíen estudiantes a cursos internos y a los exámenes DELF. En este sentido, los colegios que no contribuyen a los campos de acción de la AFB en cursos y exámenes, podrán ser sustituidos por nuevos establecimientos.

II.7. DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DEL DEPARTAMENTO PEDAGÓGICO EN 2020

GASTOS DEL DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA EN 2020 (cifras en miles de pesos)



Total, presupuesto ejecutado en 2020: \$158.400.224

II.8. PERSPECTIVAS 2021

Para 2021, el Departamento pedagógico tiene 3 grandes campos de acción, siempre al servicio de sus metas principales que son captar nuevos públicos y responder a las necesidades de nuestros clientes actuales: la gestión de la calidad, el desarrollo de la cooperación educativa y la innovación pedagógica con la hibridación/virtualización de los cursos.

Garantizar la calidad de nuestros cursos y del servicio brindado al estudiante tanto para los cursos como para los exámenes es la promesa que ofrecemos a nuestro público. En 2021, se realizarán visitas de conformidad durante las sesiones de exámenes de la Alianza francesa de Bogotá a modo de autodiagnóstico para cumplir no solo con el protocolo de bioseguridad sino también con todos los criterios de calidad establecidos por France Education International, el *Instituto francés* y la *Fondation Alliance française* en sus documentos de referencia sobre la gestión de la calidad. También pondremos en marcha un plan de acción para subsanar los items que nos faltan en el Referencial "Démarche qualité" (la guía del estudiante, por ejemplo). Revisaremos los indicadores del proceso pedagógico a la luz del nuevo contexto.

En cuanto al ámbito de cooperación educativa, continuaremos en 2021 con nuestra estrategia de posicionamiento pedagógico tanto en instituciones oficiales como privadas y de apertura de nuevos mercados institucionales y empresariales, con una atención especial hacia la cooperación real y eficaz y la creación de un ecosistema para nuestros aliados. En este sentido, se prevé un filtro en la renovación de inscripciones de la REF con el fin de dejar cupos disponibles para nuevos colegios que sí nos envíen estudiantes a cursos internos y a los exámenes DELF. En 2021, la Alianza francesa de Bogotá seguirá orquestrando el proyecto FranCo (FSPI) a nivel nacional, en su segunda fase de capacitación docente e implementación del currículo sugerido para el francés en los colegios focalizados. Gracias a un nuevo convenio de cooperación con el gobierno de Québec, la Alianza formará en francés a varios grupos de futuros trabajadores de esta provincia canadiense, contribuyendo así a la concretización de su proyecto de movilidad. En aras de ofrecer siempre el mejor servicio a nuestros aliados (universidades, SED, SENA, REF, Embajada de Francia, gobierno de Québec), seguiremos proponiéndoles nuestras certificaciones oficiales (DELF DALF, TCF, TCF-Québec, TEF Canadá), una variedad de acciones pedagógico-culturales, el uso de las Mediatecas, de Culturethèque y de Micro-Folie, nueva herramienta de acercamiento virtual a las culturas francesas y francófonas.

Después de un año de clases Zoom en línea, se propone para 2021 un plan de innovación pedagógica con la creación de nuevos cursos asíncronos (100% en autonomía) como *Français en ligne* pero para el público en general y de cursos híbridos (*blended learning*) con una parte del curso en autonomía en la plataforma y la otra parte con el grupo en clase virtual o presencial. Los talleres de preparación a los exámenes oficiales DELF-DALF y a los tests serán digitalizados en la plataforma y el test TCF se llevará a cabo con computadores en la sede. Esta nueva oferta digital, modular e integrada (será posible ir y venir entre estas modalidades) responderá a la exigencia de flexibilidad que nos piden los estudiantes y nos ayudará a captar nuevos públicos.

III. INFORME CULTURAL

Juliette OZANNE

Directora cultural

III.1. CONTEXTO 2020

El año 2020 ha drásticamente impactado el Departamento cultural en varios aspectos, tanto a nivel de la programación que a nivel administrativo: la llegada de la pandemia mundial, el cierre de los espacios culturales, y los varios cambios de dirección y de equipo. A pesar de todas las dificultades encontradas, el servicio perduró, se reinventó y siguió ofreciendo a sus públicos una programación digital variada y adaptada a la nueva normalidad.

Este momento ha permitido al equipo buscar nuevas alternativas de consumo cultural, ya que la actividad cesó por completo el 7 de marzo del 2020. Una total reinención fue necesaria: traducir nuestros productos en escenarios 100% digitales. Fue primordial seguir los esfuerzos emprendidos en el 2019, resaltando artistas jóvenes locales y diversificando las ofertas/recomendaciones. El departamento cultural supo responder a la crisis y adaptarse rápidamente a nuevos métodos de trabajo y nuevos canales de difusión.

Por ende, la Alianza Francesa siguió con su política cultural y objetivos claros que guiaron el trabajo del equipo:

▪ **Contenido coherente y diferenciador:**

- El respeto fundamental de los lineamientos de la política cultural que busca **promover el diálogo intercultural y la promoción de la creación emergente y de la diversidad**, con un enfoque mayor en la visibilidad de artistas colombianas y colombianos en nuestras plataformas.
- **Consolidar la identidad digital** de la Alianza (con miras de promover en 2021 el proyecto MICROFOLIE y su sala digitalizada en la sede Centro)

▪ **Construcción de público:**

- Organizar eventos de gran impacto a nivel digital y aprovechar para **captar nuevas poblaciones y públicos potenciales**, a nivel nacional e internacional.
- Difundir una comunicación moderna y fluida.
- Misión de difusión del francés a través de la cultura, apoyar pedagogía en conservar los alumnos actuales y captar nuevos.

▪ **Sostenibilidad:**

- **Asegurar una programación digital continua.**
- Reducción consecucional del presupuesto y preservación de los fondos del departamento.
- Encontrar nuevos colaboradores para una programación digital prospera.

III.2 BALANCE 2020 – AF BOGOTA

- **PROGRAMACIÓN EN CIFRAS**

7 actividades en presencial se realizaron antes del cierre de las sedes (exposiciones, conciertos, charla), 29 recorridos virtuales de eventos realizados en el pasado, y cerca de 30 eventos virtuales variados repartidos en el segundo semestre (talleres, charlas, Fiesta de la Música, Noviembre Numérico, Concurso de la canción francófona).

- **LOGROS-INICIATIVAS 2020: sostener una programación virtual variada y crear nuevas alianzas**

La Alianza Francesa conservó su doble misión cultural – la difusión de la culturas francesas y francófonas y el apoyo a la cultura local, a través de una programación virtual. Se resalta aquí la fuerza de resiliencia por parte del departamento cultural, en colaboración con el departamento de comunicación, y su habilidad en proveer contenidos a pesar de la imposibilidad de trabajo en presencial, cual es el corazón de trabajo de una actividad cultural.

Una de las estrategias que se implementó para generar contenido, fue revivir exposiciones del pasado y volver a atraer al público hacia un formato nuevo. Nos permitió generar contenidos audiovisuales dinámicos, y a la vez resaltar actividades pasadas exitosas.

- La creación del **CASAZINE**, una revista digital propia a la Alianza de Bogotá. Cada semana propusimos a nuestro público acceder a toda la actualidad artística y cultural francesa, francófona y colombiana. El CASAZINE busca acercar a toda la comunidad de la Alianza alrededor de una programación bilingüe que ayudará a profundizar el conocimiento del idioma y de la cultura (recomendaciones, artículos, contenidos en línea, curiosidades y juegos).

En el 2020, se difundieron 35 ediciones desde el 20 de abril hasta el 20 de diciembre. Se desarrollaron varios conceptos de actividades como los podcasts (“Les Mots que j’aime”), entrevistas con artistas (“Mon rendez-vous avec”) o formaciones digitales (Charlas, talleres, conferencias zoom).

- Participar en la gran iniciativa regional de las **ALIANZAS SONORAS**. Después de unas semanas de pandemia y numerosos intercambios virtuales, la mayoría de las alianzas francesas presentes en la región de América Latina y del Caribe se han unido para organizar una **Fiesta de la Música 100% virtual**. Este trabajo de coordinación cultural y cooperación regional ha abierto nuevos horizontes más allá de las fronteras. Las alianzas sonoras se convirtieron en un concepto detrás del cual el deseo de trabajar juntos y compartir adquiere todo su significado. La experiencia colectiva se convierte

entonces en una herramienta de mutualización, unificación y solidaridad, que da lugar a numerosos proyectos musicales, literarios y formativos.

- Desarrollo de una **PROGRAMACIÓN DIGITAL** en las **REDES SOCIALES** y seguir una periodicidad regular de publicaciones en Facebook, Twitter, Instagram y el sitio web. Fue primordial analizar las diferentes estadísticas de alcances e interacciones en las plataformas web para poder identificar los eventos más populares y fomentarlos. Son indudablemente música y literatura, que son los eventos más vistos. Igualmente, gracias a la plataforma francesa IF Cinéma à la carte, pudimos a lo largo del año redirigir nuestro público y hacer recomendaciones cinematográficas francófonas con acceso libre y gratuito.

a. ACTIVIDADES REALIZADAS

Presencial:

Exposición Uramado	Cedritos	2019-2020 para la jornada abierta
Exposición Cuando el Sol se Cae	Chico	17 de febrero
Exposición Sako Asko Universo	Centro	20 de febrero-20 de marzo
ESCEN/A 2020, Concierto Agrupación Guarura	Centro	26 de febrero
Escena Abierta/Show de talentos	Centro	2 de marzo
SONSET - Chonta DJ y Yurika / inauguración Flambée	Chico	5 de marzo
Charla Woman	Chico	5 de marzo

Virtual:

Charlas "Breves apuntes del graffiti en Colombia"	Mayo (5 actividades)	zoom
Charlas "Ciclo de cine"	Junio (4 actividades)	zoom
Fiesta de la Música	Junio	Redes sociales
Charlas "Ciclo periodístico en tiempo de coronavirus"	Julio (4 actividades)	zoom
Charlas "Los 75 años de la carta de las Naciones Unidas"	Agosto (4 actividades)	zoom
Charlas "Influencia del rap"	Septiembre (3 actividades)	zoom
Charlas "Hip-Hop"	Octubre (4 actividades)	zoom
Noviembre Numérico	3-7 de noviembre (5 actividades)	Redes sociales
Concurso de la canción francófona	21 de noviembre	Redes sociales
Recorridos virtuales de exposiciones	Todo el año	Redes sociales
CASAZINE	Todo el año	Redes sociales y sitio web

Unas cifras significativas para las manifestaciones culturales mayores:



Alcance de lectores repartidos en el mundo para el CASAZINE

- Fiesta de la Música: 16.000 personas alcanzadas
- Concurso de la canción francófona: 2.700 personas alcanzadas
- Noviembre Numérico: 633 personas participantes a las actividades
- CASAZINE: 21.371 visitas a las revistas

α. ACTIVIDADES CANCELADAS O POSPUESTAS

- Maxime Zecchini (pianista francés)
- JohnBern Thomas (jazz haitiano)
- Maye + Taroe (street artista francés)
- Zeina Abirached (ilustradora francesa)
- Fergessen (música)
- DJ Kodh (música)
- AlfioOriglio Jazz (jazz/beat box)
- Man Rec (danza contemporánea)
- Le portrait de Raoul (circo)
- Edition Nuits Sonores (música electrónica)

b. BALANCE FINANCIERO

El presupuesto dedicado al departamento cultural fue obviamente reducido dado que las actividades virtuales generan menos gastos propios. Es importante notar que normalmente, el valor global real de la agenda cultural es el doble del presupuesto en fondos propios de la Alianza Francesa. Significa que por su trabajo de gestión se duplican los medios para la realización de la programación en condiciones óptimas.

- **En el 2020, la Alianza Francesa contó con un aporte de fondos propios de \$64.968.000** (saldo de ejecución sin sueldo).
- Sueldos ejecutados en 2020 en el área de culturales: **\$129.797.071**
- Comparación con años anteriores:

En el 2019, la Alianza Francesa aportó **sobre fondos propios \$294.149.173** (valor global real estimado en \$527.074.261).

- 2018: \$ 290.549.947
 - 2017: \$164.722.677
 - 2016: \$ 283.530.119
- En el año 2020 no se recibieron apoyos financieros directos, ni indirectos, ni aportes materiales en canje.
 - Subvención Instituto Francés: 8.000 euros recibidos para la realización en 2021 de la gira MAN REC, compañía de danza contemporánea.

III.3 COORDINACIÓN DE LA RED.

A pesar del paro de las giras nacionales, las alianzas de la red se coordinaron para colaborar conjuntamente sobre proyectos como la Fiesta de la Música virtual, el Concurso de Canción Francesa y Noviembre Numérico. Se multiplicaron los intercambios de ideas y recomendaciones, para permitir a cada una de las Alianzas tener suficientemente recursos para difundir en sus plataformas web respectivas. Aquí influyó mucho el apoyo de la red de Alianzas Sonoras, proponiendo proyectos "clé en main", resaltando una red regional fuerte y solidaria.

Número de giras nacionales de artistas franceses:

- 2020: 1 gira nacional, interrumpida por la llegada de la pandemia (N3rdistan)
- 2019: **20** giras nacionales, **un alza de 82%** con respecto a 2018
- 2018: 11 giras nacionales, **una baja en un 59%** con respecto a 2017
- 2017: 27 giras nacionales (año Colombia-Francia con programación especial)

La coyuntura debida a la pandemia tuvo un impacto brutal sobre la organización de giras nacionales. La mayoría de las giras nacionales contempladas para el año 2020 tuvieron que ser canceladas o pospuestas para el segundo semestre del 2021. Todavía se están aclarando muchos detalles respecto a estas giras nacionales.

El trabajo de red es **indispensable y tiene que ser retomado** ya que nos brinda herramientas de negociación y la capacidad de gestionar apoyos para la AFB.

III.4 BALANCE DE LA SALA JULES VERNE

Lamentablemente la programación cinematográfica de la Sala Jules Verne fue completamente parada para el 2020, ya que solo nos permite realizar proyecciones presenciales.

III.5 PERSPECTIVAS 2021

- Creación de un equipo cultural
- Reactivación de los espacios culturales
- Reto: retomar los eventos 100% presenciales para el segundo semestre, al igual que las giras internacionales y nacionales
- Microfolie: dinamizar el museo digital y desarrollar sus usos

• CONSOLIDACIÓN EQUIPO CULTURAL

El equipo cultural ha sufrido cambios grandes en el transcurso del año 2020, llevándonos a repensar la construcción del equipo y tareas de colaboradores. Para inicios de 2021, el equipo está constituido de la manera siguientes:

- **Directora cultural** – Juliette Ozanne – reestructuración del equipo/servicio y de la programación, coordinación general de actividad cultural
- **Encargada de Proyectos culturales** – Carolina Bernal – seguimiento de las actividades en curso
- **Reclutamiento de un practicante para la Microfolie** - desarrollo del proyecto
- **Reclutamiento de un regidor/responsable técnico** para el segundo semestre, cuando se retomará una programación física.

• REACTIVACIÓN DE ESPACIOS

Después de tanto tiempo sin uso, se tienen que rehabilitar los espacios y reparar los eventuales daños ocurridos en el año 2020. Nuestras galerías, terraza o otros espacios tienen que ser mantenidos y listos para acoger nuevamente proyectos culturales.

- **Sede Centro**
- **Sede Chico**
- **Sede Cedritos**

• ALIANZAS Y COLABORACIONES

El nuevo equipo cultural, junto a la directora general Amandine Poret, esta estableciendo nuevos contactos y alianzas, con el fin de crear nuevamente una red de contactos. Museos, galerías, salas de espectáculos, Secretaría de cultura en la Alcaldía, Banco de la República, centros binacionales, organizaciones y asociaciones culturales, todos los actores del mundo cultural bogotano tienen que ser contactados por nuestro equipo con el fin de tener nuevamente un repertorio ideal y vital para la vida y prosperidad del departamento cultural.

Desde el mes de febrero del 2021, se está ya concretizando con IDARTES un acuerdo de participación para el Festival de Teatro y Circo de Bogotá, y un convenio de cooperación para un periodo de 2 años.

IV. INFORME MEDIATECAS

Mauricio ROA

Coordinador de bibliotecas

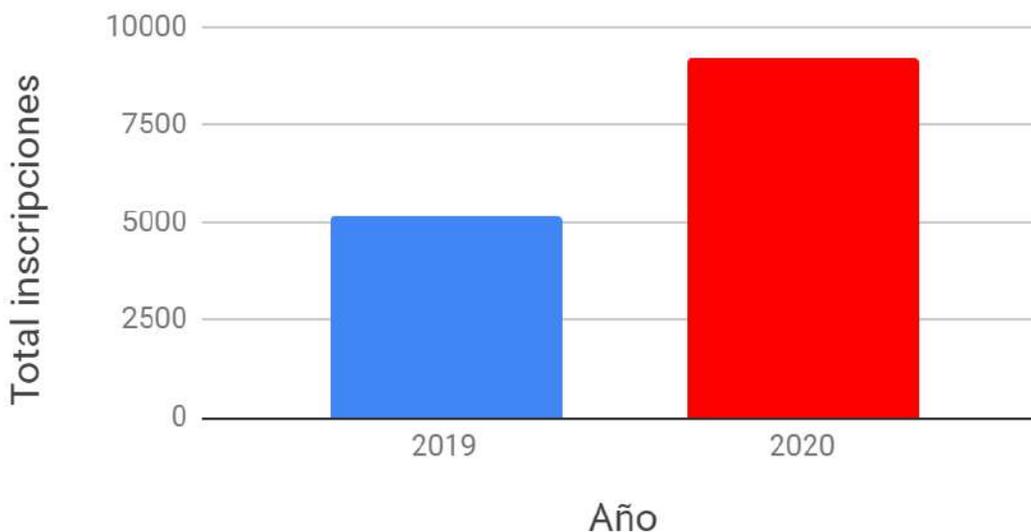
IV.1. USUARIOS, PRÉSTAMOS, CULTURETHÈQUE

En 2020 las mediatecas registraron un total de **2.585** usuarios nuevos y renovados (3.100 en 2019) en el sistema de bibliotecas PMB y se prestaron **3.996** documentos (16.617 en 2019). La Biblioteca Digital *Culturethèque* registró un total de **15.550** inscripciones creadas durante el año a nivel nacional (10.086 en 2019) de las cuales **9.162** corresponden a Bogotá (5.149 en 2019). El conteo de frecuentación registra un total de **8.314** visitantes en las mediatecas de Bogotá (35.836 en 2019).

Respecto a los datos anteriores es importante tener en cuenta que las mediatecas cerraron sus puertas al público desde el 15 de marzo por motivo del confinamiento obligado por la situación de salud pública. Por esta razón el número de préstamos realizados y la frecuentación de las mediatecas se redujeron de manera sustancial con respecto al año anterior.

Sin embargo, se aprecia un **incremento del 77,9% en el número de inscripciones realizadas al portal Culturethèque**. Este aumento refleja, por un lado, la programación de inducciones por Zoom para todos los cursos de estudiantes internos y externos en cada sesión, con un total de **199 inducciones a Culturethèque realizadas y 1845 estudiantes que asistieron**, y por otro, el seguimiento que se ha realizado a las inscripciones y re-inscripciones de los colegios afiliados a la REF y la promoción del portal que se ha hecho con los responsables de los convenios de cada institución.

Total inscripciones



INSCRIPCIONES A CULTURETHÈQUE:

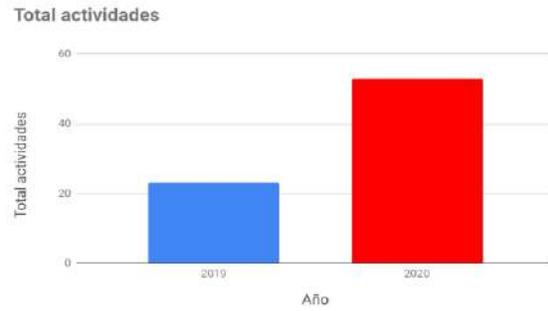
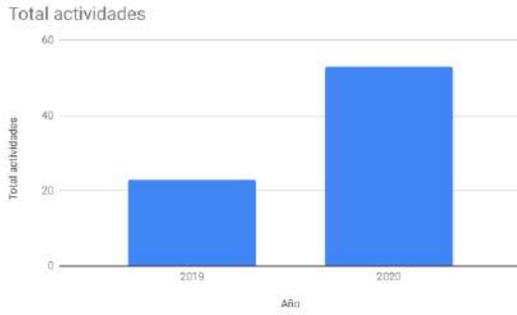
Año	Total inscripciones
2019	5149
2020	9162

IV. 2) ACTIVIDADES

En 2020 las Mediatecas lograron convertir el confinamiento en una oportunidad, proponiendo un total de 5 ciclos de actividades via Zoom, para un total de **53 actividades** (23 en 2019) y **1869 participantes** (383 en 2019). Este aumento del 388% en el número de asistentes y del 130% en el número de actividades realizadas, se traduce en nuevos públicos, entre los que cabe destacar públicos externos interesados en el cómic y estudiantes de los colegios de la REF y de los colegios con convenio de la Secretaría de Educación, que han acogido con entusiasmo el Taller de juegos en su modalidad virtual. Por otro lado, desde el lanzamiento del primer número del Casazine, las mediatecas tuvieron una presencia destacada en la revista, proponiendo cada semana en la sección de Literatura recomendados de novelas y de BD, disponibles en Culturethèque y asociados a las temáticas que se trabajaron en las actividades por Zoom, lo cual redundó en la promoción del portal, siendo de lejos Bogotá la ciudad con mayor número de conexiones del país y Colombia el tercer país a nivel mundial, según fue comunicado por el Institut Français.

Adicionalmente, durante el segundo semestre del año, el equipo de Mediatecas brindó un valioso apoyo a la Coordinación Pedagógica y al chat de Servicio al Cliente durante los tiempos fuertes de inicio de sesión, apoyo que se mantendrá durante el 2021 y que ha permitido al equipo de mediatecas un mejor conocimiento de otros procesos de la Alianza.

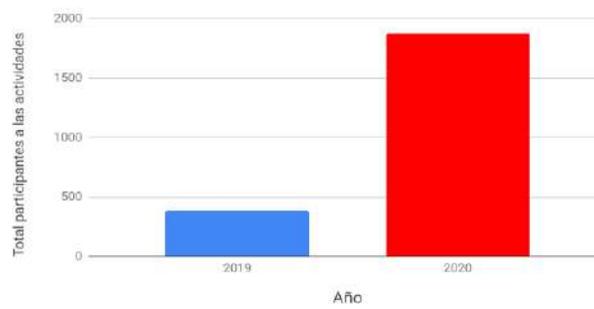
ACTIVIDADES	# de actividades	Total asistentes
1. Ciclo de charlas sobre cómic "Parlons BD" (presenciales, antes del confinamiento)	3	37
2. Ciclo de charlas sobre el cómic "Parlons BD" (por Zoom)	16	448
3. Club de lectura "Parlons BD" (por Zoom)	17	331
4. Club de Conversation "Tête à Tête" avec l'AD de Puebla, Mexique (por Zoom)	4	70
5. Taller de juegos "Jouons á la Médiathèque 2.0" (por Zoom)	13	983
TOTAL	53	1869



Nro. de actividades:

Año	Total actividades
2019	23
2020	53

Total participantes a las actividades



Nro. de participantes a las actividades:

Año	Total actividades
2019	383
2020	1869

VI.3 PERSPECTIVAS 2021

ACTIVIDADES: Tanto las 2 actividades sobre el cómic con el taller de juegos se han reconducido en 2021, con una programación renovada que incluirá, para las charlas de Cómic, invitados especiales y creadores de BD y para el taller de juegos la creación de materiales en línea asociados a cada actividad para un trabajo en autonomía y que estarán disponibles en la sección de mediatecas del sitio web de la Alianza. De esta manera la programación 2021 continua alineada con las expectativas de nuestros públicos y con la celebración internacional 20-21 de la BD, haciendo uso de la plataforma Zoom durante el tiempo que se mantengan las restricciones para las actividades presenciales.

SERVICIOS: A partir del 1ero de febrero de 2021 los usuarios activos de la Mediateca cuentan con el servicio "Reserva y recoge tus libros", al cual pueden acceder a través del instructivo y del formulario de reserva en línea disponibles en la sección Mediatecas del sitio WEB de la Alianza:

<https://alianzafrancesa.org.co/bogota/mediatecas/reserva-y-recoge-tus-libros/>

A partir del 5 de abril se prevé una etapa de transición a la prespecialidad, con trabajo a puerta cerrada en la biblioteca de Chicó tres días a la semana y un esquema de rotación de los bibliotecarios. A partir de mayo se contempla la re-apertura al público, de lunes a viernes y con un aforo limitado al 35% de la capacidad máxima. Las mediatecas de Centro y Cedritos podrán reactivarse durante el segundo semestre del año, respetando igualmente los protocolos de aforo y bio-seguridad. Mientras tanto se fortalecerá la comunicación del servicio de reserva de libros.

COLECCIONES: En 2021 se retomará el pedido anual de libros priorizando la actualización de la colección pedagógica, la colección de audiolibros y la colección de BD. Igualmente se retomarán las tareas de re-etiquetado de las colecciones y señalización que se habían proyectado para 2020.

V. INFORME COMUNICACIONES

Cristhian HERRERA
Responsable Comunicaciones
y Marketing

V.1. GESTIÓN INTERNA

2020 fue un año de grandes retos debido a la coyuntura presentada por el Covid-19. En cuanto al departamento de comunicaciones nuestras acciones estuvieron enfocadas en garantizar soluciones digitales que permitieran la disponibilidad y continuidad de nuestros servicios.

A continuación, se detallarán las principales acciones que fueron ejecutadas por nuestro departamento:

V.2. ACTIVIDADES

El departamento de Comunicaciones y marketing está a cargo de las siguientes actividades:

- Diseñar, desarrollar y ejecutar el Plan de Comunicación y mercadeo
- Gestionar la relación con medios de comunicación tanto para la consecución del freepress como para el relacionamiento con medios aliados.
- Desarrollar y actualizar la imagen y la marca de la Alianza Francesa de Bogotá
- Diseñar y ejecutar piezas publicitarias (Material POP) y formatos digitales para diferentes medios y canales.
- Desarrollo y actualización de las páginas web y redes sociales.
- Brindar apoyo y acompañamiento a los diferentes departamentos y servicios de la Alianza Francesa de Bogotá para la realización de campañas, material y la producción de material propio de cada área.
- Crear y actualizar los canales de comunicación de la Alianza Francesa de Bogotá con el fin de ofrecer soluciones cada vez mejores enfocadas en el cumplimiento de objetivos tanto para usuarios internos como externos.
- Diseñar y desarrollar estrategias para difusión, promoción de los cursos de francés.
- Diseñar, planear y ejecutar acciones orientadas a la difusión de los eventos culturales para un mejor alcance.
- Buscar la constante generación de espacios y oportunidades de exposición para la marca.
- Desarrollar soluciones digitales que fortalezcan la relación con los usuarios en cuanto a su experiencia y/o en la difusión de información.
- Apoyar a otros departamentos en la planeación y ejecución de actividades que aumenten su impacto (exámenes oficiales, servicio al cliente, entre otros)

A continuación, se detallarán las principales acciones que fueron ejecutadas por nuestro departamento:

1. Sistema de inscripción y pago en línea

Previo al aviso de la Alcaldía de Bogotá, el pasado 20 de marzo de 2020, sobre el “**simulacro de cuarentena**”, y que posteriormente evolucionó a **cuarentena estricta** durante varios meses, desde el departamento de comunicaciones avanzamos en la generación de información oportuna y soluciones que permitieran mitigar el impacto de la situación que se estaba presentando.

Esto nos llevó a migrar todo el sistema de pago e inscripciones a un mecanismo completamente en línea, el cual no solo facilita captar la información del usuario y el recaudo de pagos, sino que además contempla una instancia administrativa que permite hacer un seguimiento completo a cada solicitud que ingresa.

Este desarrollo permitió convertir la página web de la Alianza en un entorno transaccional en tiempo récord (antes de que la cuarentena obligatoria entrara en rigor), lo cual permitió que la Alianza no tuviera ni un día de pausa en la transición al teletrabajo.

Esta solución tuvo dos factores de impacto:

A. Continuidad: como se dijo antes, un objetivo era garantizar que nuestra oferta de cursos siguiera vigente, que los usuarios pudieran inscribirse y pagar sin inconvenientes. Lo cual afectó positivamente en que la Alianza Francesa de Bogotá no detuvo sus labores ni un solo día.

B. Imagen de marca: uno de los retos más grandes que tiene el departamento de comunicaciones y marketing es gestionar la imagen de la Alianza hacia sus partes interesadas. En el marco de la pandemia los cursos se volvieron virtuales y para guardar una coherencia de vanguardia era necesario ofrecer también herramientas digitales capaces de resolver las necesidades de los usuarios. Dicho de otra manera, la Alianza necesitaba con urgencia desarrollar canales digitales y actualizar los actuales como una manera de crear confianza en la comunidad.

Gracias a esto, en 2020, se recibieron y gestionaron **11.577** solicitudes de inscripción para cursos adultos, **1.752** de cursos niños y adolescentes y **504** para cursos vacacionales. A su vez, dio lugar a la creación de un sistema para la gestión de inscripciones a exámenes oficiales los cuales vuelven a llevarse a cabo en 2021.

2. Campaña de comunicación

Unido a los esfuerzos por tener mejores canales de comunicación y acceso para los usuarios, también fue necesario generar cercanía con las personas. La pandemia llevó a muchas personas a reevaluar sus prioridades y ante las dificultades económicas era necesario hablar desde la cercanía, generando unidad con la comunidad y destacando las necesidades de tener presente nuestra oferta de servicios.

Para conseguir esto, nos enfocamos desde el día 1 de la cuarentena en hablarle a nuestros usuarios y a los potenciales desde la inclusión, es decir: invitarlo a vivir una experiencia nueva junto a nosotros.

Por ello, lanzamos una campaña de comunicación que no reforzará los mensajes sobre el covid o la pandemia, sino que se enfocará en mostrar a las personas que juntos podríamos vivir la experiencia de la virtualidad. (al fin, tanto usuarios como la institución se lanzarían en una nueva manera de ofrecer y tomar los cursos).

Esta campaña tuvo gran acogida; las buenas respuestas en redes sociales y canales de comunicación, así como también los resultados en las inscripciones de cursos, que mes a mes iban aumentando, nos permitieron ver que la intención de ser más cercanos estaba generando un impacto positivo en los usuarios.

3. Chat en línea

Uno de los elementos que más se debe tratar con cuidado es la **atención al cliente** y, dado que la pandemia nos obligó a cerrar las puertas para recibir a los usuarios, desde el departamento de comunicaciones trabajamos de manera mancomunada con el departamento de servicio al cliente para desarrollar una herramienta que permitiera mantener la comunicación constante con los usuarios. Esto nos llevó en primera instancia a crear un sistema de chat en línea que fue implementado en la página web. Allí los equipos de asesores podrían seguir brindando atención oportuna a las personas y guiarlas en el proceso de aprender francés en la Alianza. Posteriormente pasamos a un sistema más robusto que nos da más y mejores herramientas en materia de seguimiento y monitoreo.

Al corte del 31 de diciembre de 2020 este sistema nos permitió gestionar un total de **24.909** chats, de los cuales el **40%** se generaron por "**invitación proactiva**", una función automática que le propone a los visitantes a la página iniciar una conversación con alguno de nuestros asesores.

OBJETIVOS PRINCIPALES

- **Adquirir estudiantes nuevos**

Pese a los retos que tuvo el año 2020, la gestión para adquirir nuevos estudiantes continuó siendo uno de los pilares para la continuidad de la Alianza. Las acciones antes descritas y la permanente gestión de pauta orgánica y de pago a través de nuestros canales de comunicación y en menor medida algunos de terceros permitieron llevar la oferta de cursos a más personas.

Gracias a la gestión realizada, durante el 2021 logramos atraer **2.215** nuevos estudiantes, lo cual representa un **crecimiento del 11%** respecto al año anterior con 1.995.

De igual manera, las inscripciones en general presentaron un **incremento del 20,6%** al pasar de 11.594 en 2019 a un total de **13.985 en 2020**.

Con esto seguimos avanzando en la adquisición de nuevos usuarios tanto en el nivel principiante como en los siguientes.

- **Actividades culturales**

Por otra parte, dadas las condiciones de la crisis sanitaria debido al COVID 19, y con el propósito de controlar la propagación del virus, la Alianza Francesa canceló todas las actividades presenciales a partir de marzo de 2020 y trasladó su oferta a medios digitales, con lo cual las cifras de eventos en 2020 fueron las siguientes:

- **7** eventos presenciales
- **30** eventos virtuales

Como una medida para mantener la programación y poder ofrecer a los usuarios contenidos interesantes, desde el departamento de comunicaciones y con apoyo del departamento cultural producimos **29 recorridos virtuales** a partir de material audiovisual de eventos y exposiciones realizadas en el pasado. Esto nos permitió mantener una oferta de "eventos" que pasaron de las galerías a las redes sociales como vitrina de visualización.

Por otra parte, con el fin de generar contenidos actuales se lanzó la revista digital **Le Casazine**, un formato digital en el cual se presentan las actividades y eventos de la Alianza, así como también contenidos recomendados en diversas categorías como: artes visuales, artes digitales, música, moda, gastronomía, literatura y podcast, entre otros.

Al corte del 31 de diciembre de 2021 se publicó un total de **35 ediciones digitales**, las cuales dejaron las siguientes cifras:

- **21.371** visitas a las revistas.
- **212.913** páginas vistas
- **4 minutos 39 segundos**: tiempo promedio de lectura.
- **397** descargas
- **102** veces compartida la revista
- **6.730** clics en los enlaces

WEB Y REDES SOCIALES

Mediante Google Analytics medimos la actividad de los usuarios en nuestra página web.

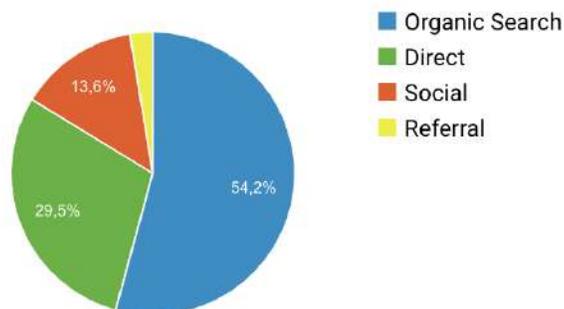
A continuación, se muestran cifras de impacto referente a los canales web que usamos para difusión.

www.alianzafrancesa.org.co/bogota

www.alianzafrancesa.org.co/bogota		 CRECIMIENTO
 Número de páginas vistas	905.216	42,6%
 Sesiones	286.850	37,4%

Tuvimos un crecimiento del **42,6%** en el número de páginas vistas, esto significa que los usuarios que entran a la página consultan más secciones, su navegación es más larga y se interesan más por los contenidos que encuentran.

En cuanto a sesiones tuvimos un crecimiento del **37,4%**, lo cual significa que más personas ingresan a la página y generan visitas. Al cierre de 2020 el promedio mensual de sesiones fue de **23.904**. El tráfico de la página es más alto en comparación a los años anteriores.



El **54%** del tráfico de la página proviene de la **búsqueda orgánica**, esto significa que los usuarios buscan directamente desde los buscadores como google o yahoo, entre otros, información referente a nuestros eventos y éstos tienen un muy buen posicionamiento en la web o lo que se conoce como SEO.

Sesiones por dispositivo



El **54,6%** de nuestros usuarios acceden a la página web mediante dispositivos de "escritorio" u "ordenadores", mientras que el 45,4% lo hace desde dispositivos móviles, con el paso del tiempo vemos que la tendencia va cada vez más hacia los móviles, por lo cual es clave llevar a cabo ejercicios de **experiencia de usuario** e **interfaz de usuario para mejorar la navegación**.

* Cifras de www.alianzafrancesa.org.co/bogota sustraídas de Google Analytics

www.lagenda.co

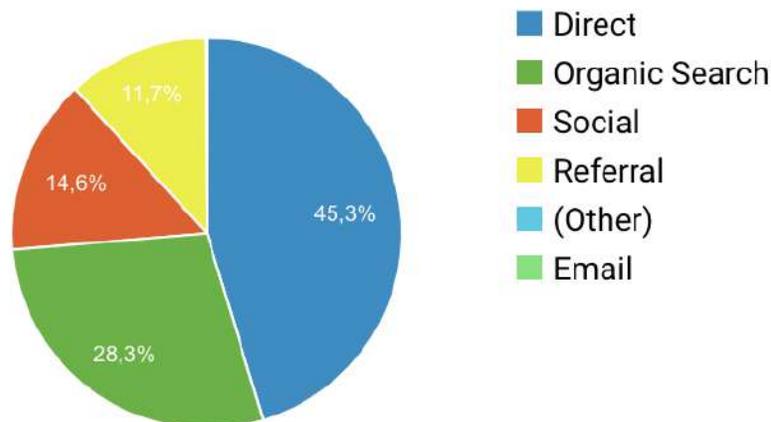
Contrario al crecimiento que presentó la página principal, nuestra página para gestionar y dar difusión a eventos tuvo una reducción importante.

www.lagenda.co		 CRECIMIENTO
 Número de páginas vistas	32.902	-56,0%
 Sesiones	20.415	-52,5%

Para el año 2020 hubo un decrecimiento del **56%** en páginas vistas y del 52,5% en sesiones. La causa principal es que hubo menos actividad cultural en toda la red de Alianzas Francesas en Colombia y por ende menos contenidos publicados.

Una cifra importante es que **Bogotá generó el 52%** del total de ese tráfico, por lo cual el impacto se generó principalmente en otras ciudades.

Canales principales



El **45,3%** de las visitas de la página son por **tráfico directo**, esto significa que los usuarios buscan directamente en su navegador web "www.lagenda.co", esto habla de una buena retención de parte de los usuarios, es decir, recuerdan la página web y la consultan de manera directa.

El canal de **Búsqueda orgánica** representa el **28,3%**, una causa de que sea menor es que al producirse menos contenido en la página los motores de búsqueda no tienen muchos insumos para posicionar a través del SEO.

* Cifras de www.lagenda.co sustraídas de Google Analytics

REDES SOCIALES

Las redes sociales de la Alianza Francesa de Bogotá son un canal de gran importancia para la comunicación e interacción con el público.

En el año 2020 fueron una de las principales fuentes no sólo para transmitir información de actividades culturales, sino que además fueron la "vitrina digital" mediante la cual los usuarios pudieron acceder a nuestros contenidos.

A continuación, se detallan las cifras correspondientes a las tres redes que usa la Alianza actualmente:

- **Twitter**

Para el periodo 2020 tuvimos un crecimiento del **15%** respecto al año anterior en materia de seguidores y alcanzamos un total de **646.536** impresiones. Significa que estamos llegando a más personas con nuestros contenidos.



- **Facebook**

En 2020 tuvimos un crecimiento del **4%** en seguidores respecto al año pasado y logramos un total de **2.239.759** personas alcanzadas. El alcance es alto dado que nos hemos enfocado en campañas con objetivo de impacto, por lo cual nuestros contenidos y las pautas realizadas mediante esta plataforma tienen como fin llegar a más personas, aumentando la exposición de la información que publicamos. Esto es de gran importancia ya que más personas alcanzadas representa más exposición de contenidos y que más personas vean cosas relacionadas a las Alianza.



- **Instagram**

Nuestra comunidad en línea sigue creciendo en cada plataforma, sin embargo, en 2020 nos enfocamos en Instagram dado que es una red social que cada vez se proyecta y crece más. Por otra parte, pasar la barrera de los **10.000 seguidores** nos permitió acceder a **nuevas funciones y herramientas a nivel empresarial** que no se tenían antes.

El crecimiento fue de **43%** de en seguidores respecto al año pasado obtuvimos un total de **842.958** personas alcanzadas.



*** Todas las cifras de redes sociales fueron obtenidas directamente de las plataformas usadas. Éstas incluyen secciones de estadísticas y medición.**

V.3. GESTIÓN DE RECURSOS

El equipo del área de comunicaciones y mercadeo se compone de:

- 1 responsable de comunicación y marketing (cumple el rol de coordinación y gestión estratégica)
- 1 Social Media Manager (cumple funciones operativas y algunas estratégicas, también de seguimiento y gestión publicitaria)

Adicionalmente el equipo cuenta con personal contratado por prestación de servicios financiado con el presupuesto del área y que cubren los siguientes roles:

- 1 Diseñador junior (responsable del lineamiento gráfico de la Alianza, conceptualización de eventos y campañas, y encargado de realizar todas las piezas)
- 1 Desarrollador web (encargado de administrar, actualizar, dar soporte y crear nuevas herramientas para la página web y derivados en materia de desarrollo)
- 1 Productor audiovisual (responsable de pre, pro y post-producción de fotografía, video y otros formatos para web)
- 1 Jefe de prensa y gestor de contenidos (Encargado de mantener y aumentar las relaciones con medios de comunicación, freepress y contenidos editoriales)

V.4. GESTIÓN PRESUPUESTAL

- Financiar del equipo (personal contratado por prestación de servicios)
- Inversión en compra de medios para pauta y promoción digital.
- Inversión pauta en medios tradicionales y emergentes.
- Elaboración de material impreso y merchandising.
- Adquisición de nuevas herramientas y equipos que optimizan el desempeño del área. (Software, licencias para plataformas de diseño, edición, campañas de e-mail marketing, banco de imágenes y recursos, entre otros)

LOGROS

- Diseño y desarrollo de sistema de inscripción y pago en línea.
- Incremento en número de inscripciones de principiantes.
- Mejora en la percepción de los usuarios respecto a los canales de comunicación. En la encuesta de satisfacción al cliente aplicado en 2020 los resultados siguen en crecimiento.
- Continuamos en la modernización de la imagen de la Alianza con visuales y propuestas que son atractivas para los usuarios.

V.5. PERSPECTIVAS Y SUGERENCIAS

- Es necesario seguir desarrollando soluciones y herramientas digitales que faciliten la gestión administrativa de cara a los usuarios y la experiencia de éstos con nuestras plataformas. Pese a que tuvimos grandes avances con los desarrollos realizados en 2020, seguimos encontrando oportunidades de mejora que pueden llevarnos no solo a una mejor gestión, sino también a adquirir más estudiantes.
- La gestión de la información y el manejo de datos de los usuarios debe ser una parte fundamental en el horizonte de la Alianza. Debemos estar a la vanguardia en uso de sistemas CRM que permitan una verdadera relación con el cliente con el fin de dar mejores experiencias y una comunicación más cercana. Esto implica que en el ejercicio se involucren desarrollos tecnológicos, servicio al cliente y estrategias comerciales más fuertes. Para ello se propone implementar un sistema de gestión de cursos robusto que supla las necesidades de la organización ya que los elementos actuales empiezan a quedarse obsoletos.

VI. INFORME ADMINISTRATIVO

Liliana GUEVARA

Directora administrativa y financiera

En el transcurso del 2020, las áreas del departamento Administrativo y Financiero tuvieron que ajustar muchos de sus procesos y procedimientos para poder hacer frente a pandemia generada por el COVID-19, de esta manera presentamos en lineamientos generales algunos de los aspectos más importantes que se realizaron para manejar esta contingencia.

VI.1. GESTIÓN HUMANA

- Para el año 2020, la distribución de la planta de personal fue la siguiente:

DIRECCIÓN GENERAL		8
	Comunicaciones	2
	Mediatecas	6

DIRECCIÓN PEDAGÓGICA		77
	Personal Administrativo en Pedagogia	8
	Gestor pedagógico	3
	Profesor Proyectos Especificos y Profesores	66
	PROFESOR PROYECTOS ESPACIFICOS	5
	PROFESOR	61

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA		33
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	29
	APRENDIZ SENA	4

DIRECCIÓN CULTURAL		0
---------------------------	--	----------

TOTAL GENERAL		118
----------------------	--	------------

- La Institución cuenta con 3 puestos financiados por el Ministerio Francés de Asuntos Exteriores, que son los puestos de director general, director pedagógico y asistente pedagógico.

- Durante el 2020 contamos en nuestra planta de personal con 11 profesores y 4 colaboradores en el personal administrativo provenientes de diferentes países francófonos.

Ajustándonos a los lineamientos impartidos por el gobierno nacional, el personal de la institución se adaptó al modelo de trabajo en casa. Desde gestión humana se realizaron cambios en muchas de las funciones ya que muchas de estas, se realizaban de manera presencial y pasaron a desarrollarse de manera virtual, tales como el cobro de incapacidades, la contratación, las inducciones a todo el personal, las afiliaciones a seguridad social, las solicitudes de certificados laborales, otrosí, solicitudes de vacaciones, permisos, licencias por luto el envío de informes al Sena y demás funciones asignadas al área, dando cumplimiento a los requisitos legales.

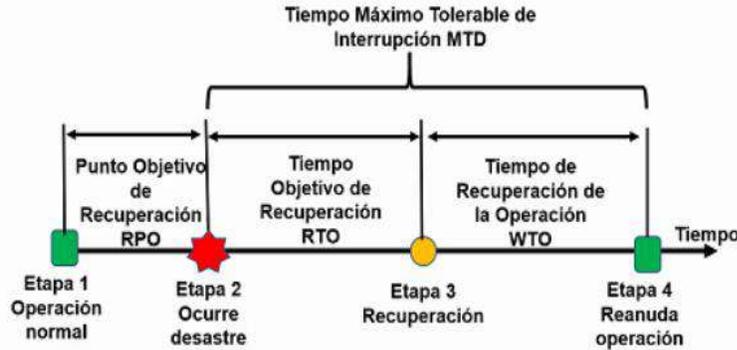
VI.2. GESTIÓN DE PROCESOS

SGI (Sistema de Gestión Integral)

Claramente el 2020 presentó un reto para todos los niveles de nuestra institución y el sistema integrado de gestión no fue ajeno a esta circunstancia. En medio de toda la crisis desatada por esta tragedia mundial nuestra institución en cabeza de la alta dirección y de la mano del sistema de gestión de calidad pudo consolidar un esquema de gestión que le permitió asegurar el cumplimiento de las normas certificadas y seguir prestando un servicio de alta calidad como lo ha hecho durante más de 75 años.

En medio de esta crisis el sistema de gestión integral de nuestra institución tuvo que transformarse para poder ejercer el control necesario a las nuevas actividades planteadas por el reto de la pandemia, supo acoplarse a las condiciones cambiantes de los continuos estados de emergencia decretados, adoptó las disposiciones de seguridad y trabajo establecidas por el gobierno nacional, les brindó herramientas a todos los procesos para el monitoreo y seguimiento a sus actividades asegurando una continuidad en nuestros estándares de calidad de los cursos y finalmente tal vez lo más importante logró probar una cultura de calidad afianzada en la institución, preocupada por la satisfacción del cliente que pudo conquistar la recertificación de nuestras normas de referencia (ISO 9001:2015, NTC 5555:2011 y NTC 5580:2011).

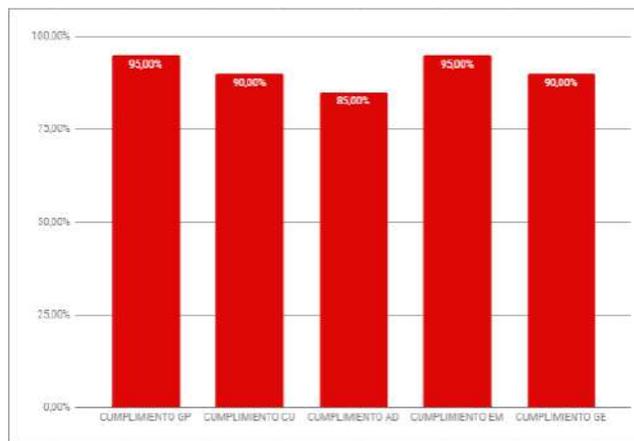
El cambio más significativo del SGI fue la adopción de conceptos de planes de continuidad del negocio y gestión del riesgo para poder atender la crisis y conservar su capacidad de cumplir con los requisitos de las partes interesadas, legales, de las normas, adaptar sus procesos organizacionales y lograr la satisfacción del cliente, en este cambio se adoptó un nuevo modelo de recuperación de actividades de acuerdo al siguiente modelo:



Modelo tomado de la ISO 31000 para gestión del riesgo

A nivel de resultados generales, el comportamiento específico de nuestros procesos fue muy bueno, teniendo en cuenta la adopción de nuevos indicadores de gestión y metodologías de seguimiento adaptadas a los nuevos modelos de trabajo asistidos por tecnología.

Teniendo en cuenta que para el 2020 termino el alcance del plan estratégico trazado hace cuatro años, en la siguiente gráfica se puede resumir el resultado promedio de los indicadores de gestión alcanzados para la culminación de dicho plan:



Resultados tomados de la batería de indicadores de gestión

Gestión Estratégica (Proceso Estratégico) GE

Gestión Pedagógica (Proceso Misional) GP

Gestión Cultural (Proceso Misional) CU

Gestión Administrativa y Financiera (Proceso de Apoyo) AD

Evaluación y Mejora (Proceso de Mejora Continua) EM

Las perspectivas de trabajo para el siguiente año son interesantes ya que entre otras cosas el sistema de gestión tendrá que demostrar su capacidad frente a los siguientes retos:

Adaptarse a la nueva planeación estratégica de nuestra nueva dirección general y apoyar a los procesos actuales y nuevos en despliegue de la misma para la formulación de los objetivos, metas e indicadores de gestión organizacionales

Detectar y analizar las oportunidades de mejora frente a los nuevos esquemas de trabajo y nuevas actividades que dejará a pandemia en la institución a la luz del paradigma de la "nueva normalidad".

Mantener la conformidad del sistema de gestión integral respecto a las normas adoptadas en un entorno cambiante de recuperación económica.

Adaptar y aplicar nuevas metodologías y herramientas de gestión (Six sigma, Lean Manufacturing, Kaizen, Big Data, etc.) de cara al tratamiento de no conformidades y reingeniería de procesos.

VI.3. SERVICIO AL CLIENTE

Sin duda alguna, comparable indudablemente a los cambios experimentados por el servicio pedagogo, nuestro departamento de servicio al cliente tuvo que transformar totalmente su estructura de actividades y servicios ya que, de una atención presencial en sedes con interacción sincrónica, pasamos a un modelo de atención virtual con atención en vivo y por fuera de línea abriendo los canales de atención y pago totalmente virtuales.

El principal cambio que le trajo la pandemia a este servicio es el rompimiento de las barreras de los equipos de recepción y la central telefónica ya que, al enviar a todos los miembros del equipo a desempeñar sus labores desde casa, en el ámbito virtual se consolidó un equipo mucho más homogéneo y con mayor capacidad de atención, como lo muestran las cifras de crecimiento de horas vendidas, presentadas por el servicio pedagógico.

Modelo de servicio al cliente asistido por tecnología:

La central telefónica tuvo que adoptar las disposiciones de trabajo en casa y pasó de tener un conmutador físico con re direccionamiento de llamadas, a líneas individuales de

atención personalizada, en este aspecto la institución realizó un esfuerzo de adecuación y asignación de una línea celular a cada asesor telefónico (3 líneas en total) para ser responder las llamadas de los usuarios.

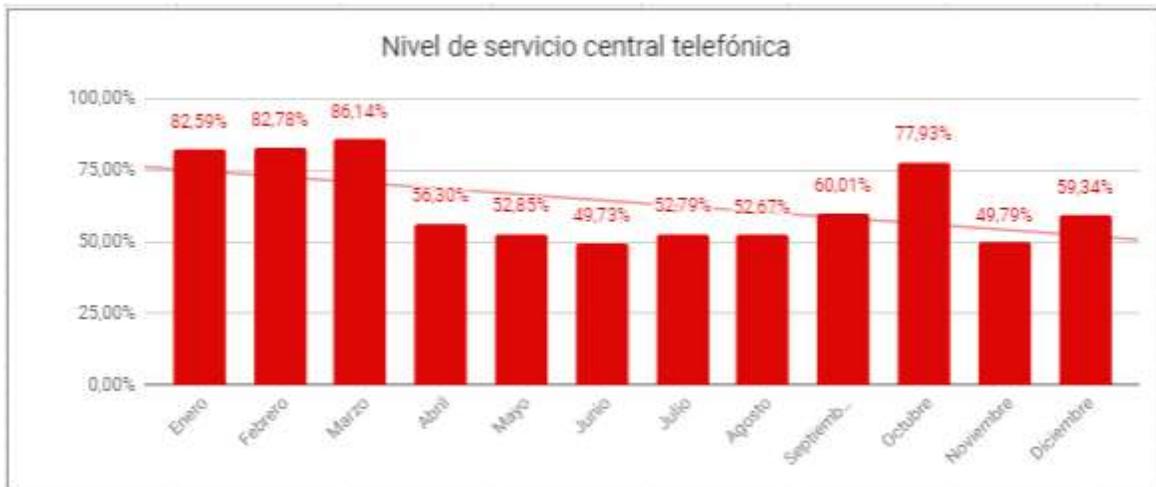
Este mismo esquema de trabajo fue adoptado por el equipo de recepciones, transformando a l equipo como una única unidad de respuesta.

Claramente el canal telefónico no sería suficiente para atender los requerimientos de todos nuestros usuarios y estudiantes por lo que fue necesario implementar un modelo de atención de asesor virtual desde nuestra página web, en el cual cualquier usuario de la página web puede interactuar con nuestros asesores en vivo (en horarios laborales) o dejar un mensaje fuera de línea para que sea respondido al día siguiente por la persona designada.



Captura de pantalla del chat en línea de la página web

De acuerdo a la nueva estructura de atención sufrimos una caída considerable en el nivel de respuesta de las interacciones de los clientes como se describe en la siguiente gráfica:



Tomado de la batería de análisis de indicadores de gestión del proceso de evaluación y mejora (véase la caída a partir del mes de abril luego de la emergencia decretada)

Pese a los resultados las perspectivas de mejora son alentadoras ya que se han identificado mecanismos de respuestas tipo y metodologías para agilizar las respuestas con un alto potencial de mejora para el 2021, cabe mencionar que el proceso se encuentra estudiando sus cifras y aplicando modelos de reingeniería para mejorar el desempeño, que sumados a una mejora tecnológica de plataformas y equipos seguramente impactará de forma positiva el nivel de atención a todos los usuarios y clientes.

PQRS:

El comportamiento de las quejas pese a lo que se podría pensar por la baja del nivel de servicio se ha mantenido dentro de los promedios históricos (entre 8 y 10 quejas mensuales) ya que el nuevo esquema de trabajo desde el ámbito virtual ha obligado todos nuestros procesos a dar respuestas de forma más inmediata frente a las manifestaciones de los clientes.

VI.4. PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD

Durante este año se cambiaron las dinámicas realizadas en los años anteriores debido a la contingencia dada por la pandemia, cada área realizó todos los ajustes necesarios para reducir sus gastos para apoyar a disminución de gastos de manera global. De esta manera se calcula una disminución tentativa de 20%, disminución que como estrategia se trasladó a las matrículas de los estudiantes para generar retención. El esfuerzo

sostenido durante todo el año dio frutos y este porcentaje se convirtió al finalizar el año en -19,6% respecto al ejercicio del año anterior.

VI.5. MANTENIMIENTOS LOCATIVOS Y RENOVACIÓN TECNOLÓGICA

El año 2020 fue atípico para el mundo entero porque las dinámicas cambiaron rotundamente a raíz de la crisis sanitaria provocada por el Covid 19. Fue así como las sedes de la Alianza cerraron a partir del 18 de marzo de 2020, sin certeza de cuando reabrirían.

El equipo de administración decidió realizar el trabajo desde cada uno de los hogares de los empleados, pero las sedes debían mantenerse mínimamente para que no se afectarían sus condiciones de sanidad y estabilidad de los equipos técnicos. El equipo de mantenimiento decidió para tal fin, reprogramar los trabajos que normalmente se hacían y llevarlos a un mínimo que diera seguridad de funcionamiento de las sedes, respaldo en caso de una emergencia, conservación de las áreas externas dando prioridad a las plantas y vegetación en general y soporte a los guardas de seguridad, ya que eran las personas que debían permanecer en las sedes y por lo tanto tener las condiciones óptimas durante sus jornadas de trabajo.

El nuevo programa de trabajo contempló:

1. Congelar los contratos anuales de mantenimiento que se llevaban durante años y mediante un cronograma que incluía el mínimo de visitas, mantener vigilados los equipos así:
 - Plantas de emergencia: las empresas Cummins y Diselectros realizaron 1 visita de inspección y revisión de los niveles de combustible y refrigerante, dejando lo equipos en óptimas condiciones y con la certeza de atender cualquier situación de emergencia.
 - Equipos de ventilación: la empresa Dismec realizó la supervisión de los equipos de aire acondicionado, prestando especial cuidado a los data center, porque allí funcionan los servidores, que han mantenido la comunicación virtual de los funcionarios, profesores y alumnos.
 - Bombas de emergencia: la empresa MP Soluciones de Ingeniería realizó 2 visitas durante el año 2020 para garantizar el buen funcionamiento de los equipos de presión e incendio y atendió las emergencias que se presentaron.
 - Ascensores: se llegó a un acuerdo con la empresa Mitsubishi para que mantuviera los ascensores detenidos y sólo realizará una visita mensual de revisión. El costo de cada una de estas visitas es del 30% del valor de la mensualidad cuando el ascensor se encuentra trabajando normalmente.

- Monitoreo de alarma: la empresa Telesentinel viene prestando regularmente el sistema de monitoreo, ya que este servicio no se puede reducir porque pondría en riesgo la seguridad del personal de vigilancia y las sedes.
2. Realizar las revisiones y tareas estrictamente necesarias así:
- Lavado y desinfección de los tanques de agua potable; se realizaron en las fechas previstas porque de ello depende la calidad del agua, necesaria para el funcionamiento de los baños y para las labores de limpieza.
 - Fumigación de todos los espacios de las sedes para evitar la proliferación de insectos y plagas.
 - Recarga de extintores para que se encuentren en perfectas condiciones y cumplan su función en caso de una emergencia.
 - Revisión técnica de las instalaciones de gas, necesario para garantizar la seguridad de la sede.
 - Mantenimiento de los jardines: se redujo a 2 visitas en el año para no descuidar las plantas y brindarles abono y fumigación.
 - Mantenimiento del sistema de riego: Se redujo a 2 visitas para garantizar que las plantas siempre estén con agua suficiente.
3. Programación del equipo de auxiliares de mantenimiento y servicios generales a fin de mantener el aseo de las sedes. Se han organizado brigadas de aseo rotando por cada sede, y haciendo una limpieza a profundidad de todos los espacios. Este personal también se encarga de dar una revisión a cada dependencia y si notan algo extraño inmediatamente lo comunican para tomar las respectivas medidas de control.

Como resultado de estas medidas, los valores del mantenimiento de las sedes se redujeron drásticamente, comparándolos con los reportados en el año 2019.

	2019	2020
CHICÓ	80'570.543	42'073.510
CENTRO	65'017.140	20'751.793
CEDRITOS	34'991.174	21'522.259
TOTAL	180'578.857	84'347.562

Finalmente, el 2021 se plantea como un año de constante cambios, donde nos debemos adaptar a la situación cambiante que existirá al cabo de todo este periodo