



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

2019-2022



El campo
es de todos

Minagricultura



El campo
es de todos

Minagricultura

ASPECTOS A ACTUALIZAR EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES DE LA ADR 2019-2022

ORGANIGRAMA – Pendiente Rediseño Institucional

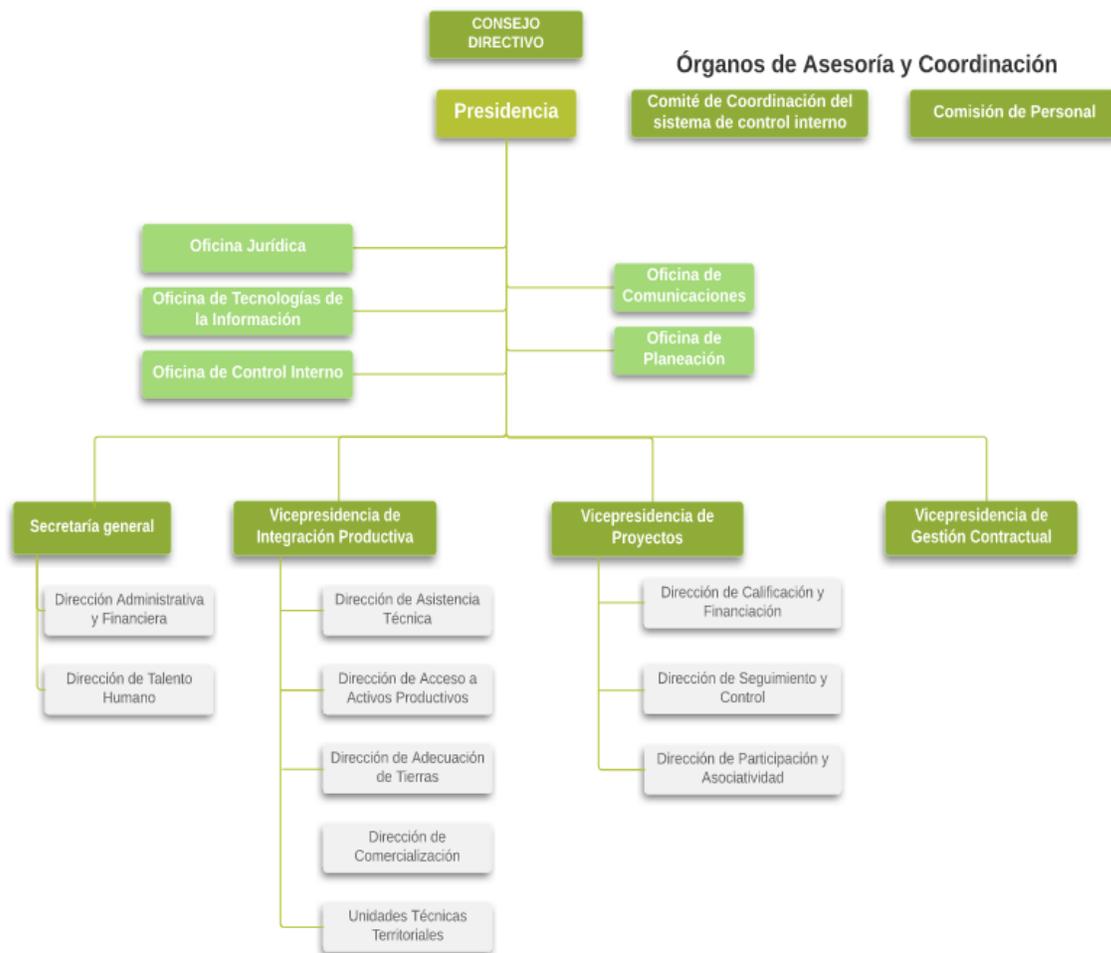


Gráfico. Propio

MAPA DE PROCESOS – Pendiente Rediseño Institucional

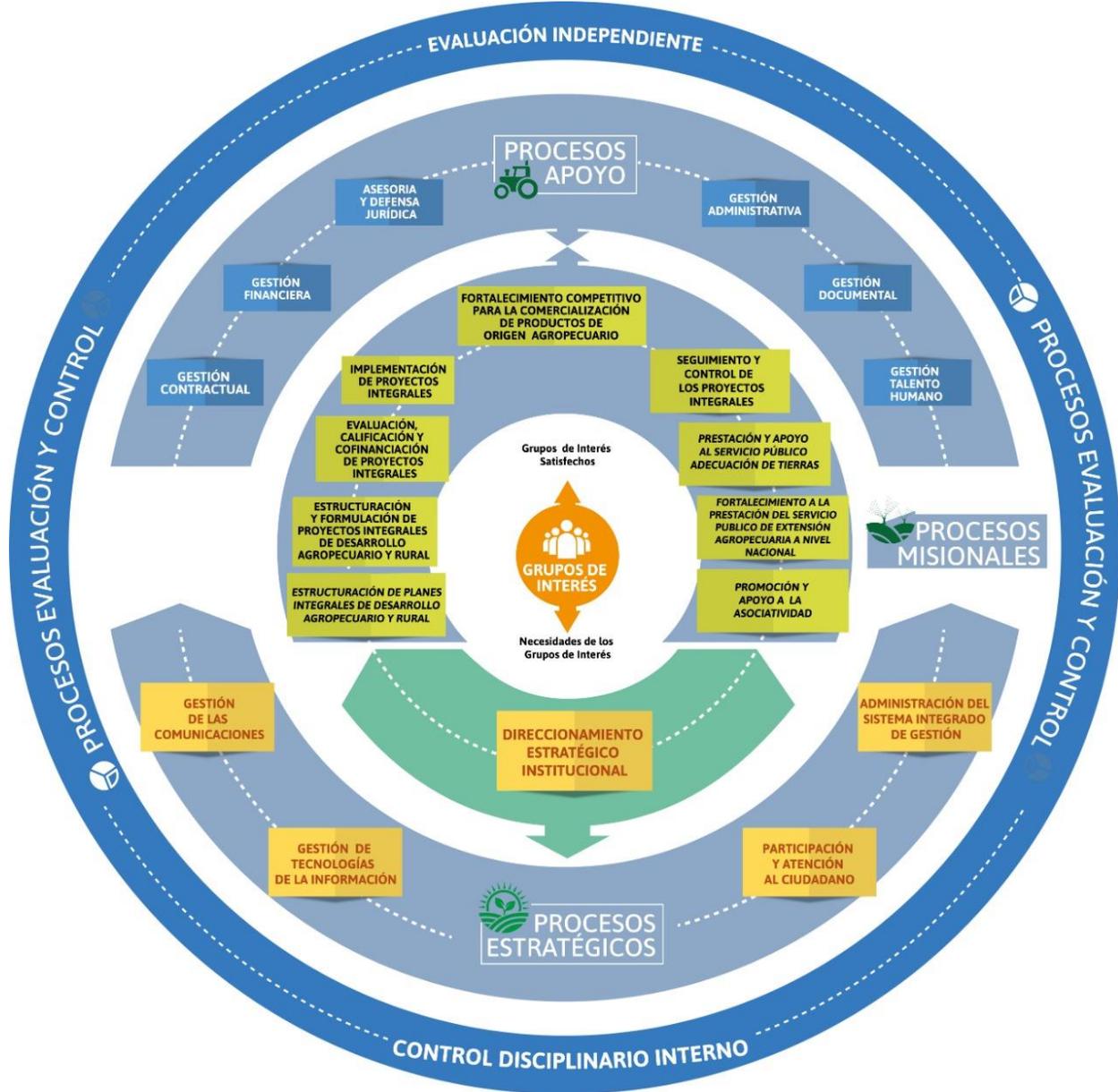


Gráfico. Propio

NECESIDADES

Internas

Fortalecimiento y gestión del cambio

Externas

- *Elaboración y constante actualización de base de datos de los stakeholders.*

Humanas

Labor	Tipo de vinculación
<i>Personal Calificado y administraivo</i>	<i>Prestación de servicios</i>
<i>Practicante</i>	<i>Prestación de servicios</i>

Fuente. Propia

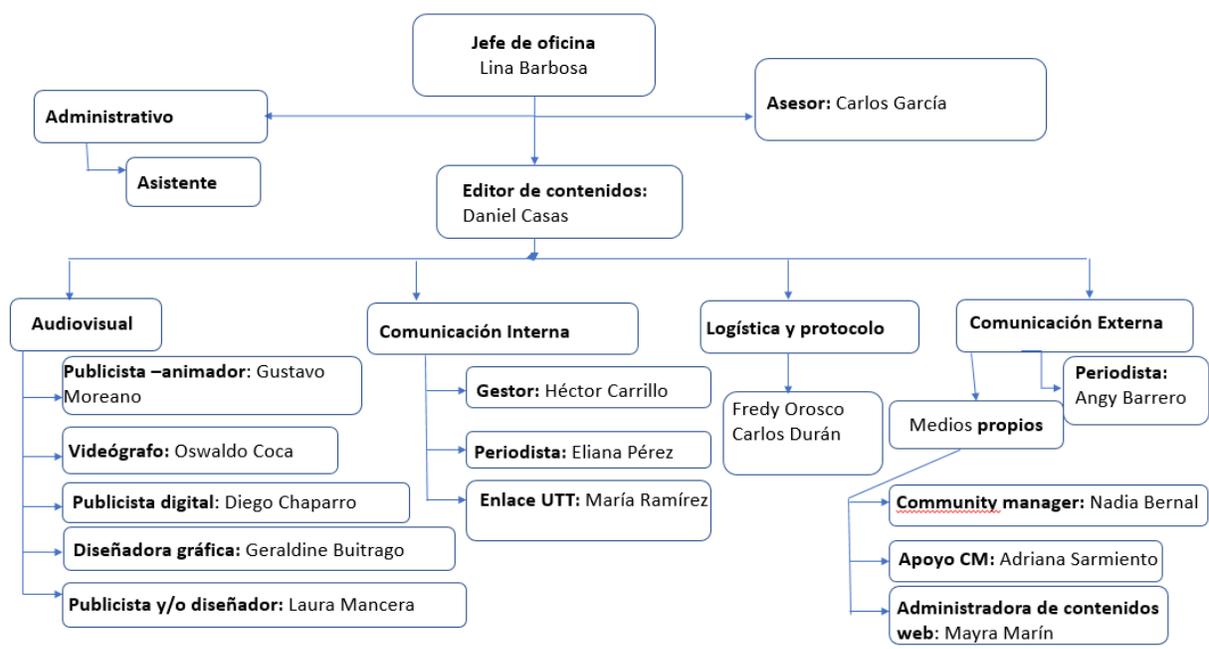
Tecnológicas y de servicios

- Licencia de software paquete adobe 2020 para macbook pro
- Herramientas de medición, redes sociales y página web. Hootsuite sugerencia para redes.
- Mantenimiento para los Imacs
- Sanoxy Sanoxy_4glte-150 Mini Enrutador Portátil Wi-fi (Modem)
- 10 Usb de 32 Gigas de 3.0
- 16 Baterías recargables y su respectivo cargador, triple A para grabadoras y 8 baterías doble A recargables con su respectivo cargador para micrófonos
- Celular smartphone para la oficina de comunicaciones con plan de minutos ilimitados, datos móviles, capacidad de memoria y excelente resolución de cámara.
- 1 CABINA DE SONIDO ACTIVA
- EQUIPO DE INTERCOMUNICADORES (10)

Servicios:

- Monitoreo de medios
- Producción audiovisual o codificación
- Central de medios

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ÁREA DE COMUNICACIONES



Fuente. Propia

PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN INTERNA:



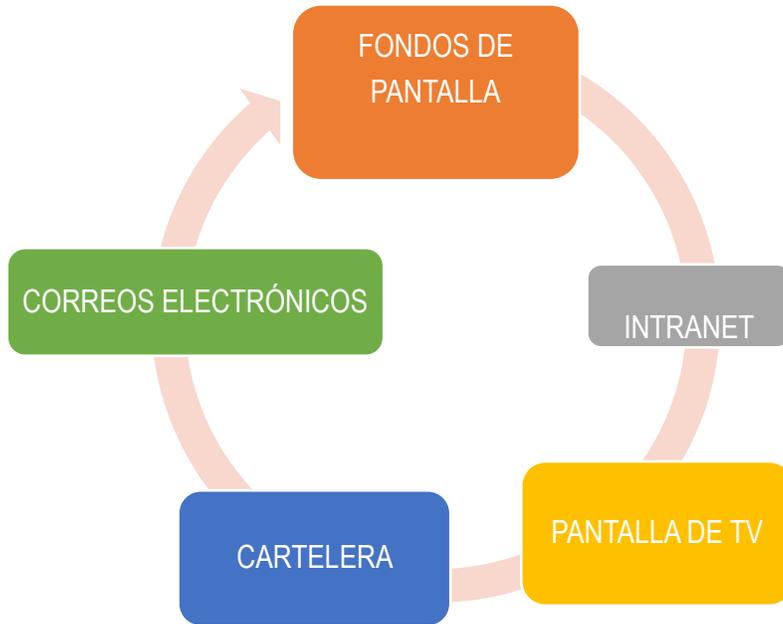
Fuente. Propia

PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA:



Fuente. Propia

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA



Fuente. Propia

CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA



Fuente. Propia

C. INTERNA

OBJETIVO	ACCIÓN	TÁCTICA	MEDIO	PRODUCTO	INDICADOR	META ANUAL	PERIODICIDAD
Fortalecer la imagen institucional de la Agencia de Desarrollo Rural.	Actualizar la imagen de la ADR y la aplicación de piezas gráficas	Actualizar el Manual de Imagen	Escrito y Gráfico	Manual con las aplicaciones de imagen actualizada	Documento guía nuevo de imagen actualizada de la ADR.	1	Anual
	Apropiar y fomentar el sentido de pertenencia ADR con gestión del cambio	Campaña Yo soy ADR	Digital	Campaña comunicacional de sentido de pertenencia	Piezas audiovisuales Yo Soy ADR	6	Bimensual
	Reconocer la labor de los funcionarios ADR	Destacar Funcionarios en los medios internos	Medios Internos ADR	Géneros periodísticos informativos	Número de reportajes, entrevistas o perfiles realizados	6	Bimensual
	Socializar proceso de comunicaciones	Usar los canales digitales de la Agencia	Digital, chat y correo electrónico.	Socializaciones realizadas	Medios usados para socializar el proceso de comunicaciones	6	Bimensual
	Atender las solicitudes internas del día a día	Responder las solicitudes en el menor tiempo posible según lo establecido	Escrito y digital	Productos comunicacionales (Publicaciones, boletines y/o piezas audiovisuales).	Porcentaje de requerimientos atendidos vs solicitudes de comunicaciones viables.	100%	Por demanda
		Realizar calendario de actividades.	Digital y físico	Cronograma de seguimiento de las actividades	Calendarios de actividades realizados y publicados	12	Mensual
		Intercambiar información con las UTT.	Chat telefónico	Servicio de asesoría	Asesorías brindadas vs. Número de	100%	Por demanda

Mejorar la endocomunicación de la ADR	Fortalecer comunicación con las Unidades Técnicas Territoriales				inquietudes recibidas		
		Hacer seguimiento de las actividades programadas	Uno a uno	Boletines de prensa/ publicaciones de redes sobre las actividades realizadas.	Informe de seguimiento realizado a las actividades programadas	12	Mensual
		Capacitar en vocería a los directores territoriales y socializar la línea de mensaje	Cara a cara	Capacitación en vocería de medios	Taller realizado	1	Anual
	Articular el trabajo para mejorar el clima y la cultura organizacional con el área de Talento Humano y Secretaría General	Apoyar las celebraciones de Bienestar	Cara a cara y digital	Celebraciones y concursos	Número de celebraciones y concursos	12	Por calendario de celebración
		Realizar campaña de valores institucionales	Televisión y digital	Publicaciones en Noticiero ADR, Cartelera y fondos de pantalla	Número de publicaciones	6	Bimensual
		Apoyar campañas comunico pedagógicas	Digital	Piezas audiovisuales	Porcentaje de piezas realizadas vs solicitudes de Talento Humano	150	Por demanda
	Aprovechar los canales internos de comunicación	Actualizar las carteleras	Impresas y digitales	Carteleras actualizadas	Carteleras realizadas	12	Mensual

		Cambiar los fondos de pantalla, según la estrategia a implementar	Digital	Fondos de pantalla	Cantidad de fondos de pantalla	12 fondos de pantalla (Uno al mes)	Mensual
		Transmitir información a través de los televisores de la ADR	Digital	Reel de los televisores ADR	Número de actualizaciones de la usb con piezas y videos de los televisores	6	Bimensual
		Lanzar la INTRANET	Digital	Intranet implementada	Porcentaje de actualizaciones realizadas vs solicitudes recibidas	100%	Por demanda
Manejar posibles crisis comunicativas de la entidad.	Adoptar protocolo de 'soluciones'	Socialización de protocolo	Escrito y digital	Protocolo de soluciones	Protocolo adoptado	1	Anual
	Actualizar las políticas de riesgo de reputación y marca	Elaborar consuada con las áreas de los posibles riesgos de reputación y de marca	Uno a uno y escrito	Documento de riesgos reputacionales y de marca de la entidad actualizado	Documento de riesgos reputacionales y de marca de la entidad actualizado	1	Anual

C. EXTERNA

OBJETIVO	ACCIÓN	TÁCTICA	MEDIO	PRODUCTO	INDICADOR	META ANUAL	PERIODICIDAD
Fortalecer la imagen de la Agencia de Desarrollo Rural.	Actualizar la imagen de la ADR	Actualizar visualmente la imagen corporativa de la ADR	Gráfico y digital	Kits Institucionales para UTT y áreas misionales	Número de kits institucionales digitales enviados	18	Por demanda
Posicionar a la ADR a través de los diferentes medios de comunicación tradicionales y alternativos (Radio, prensa, televisión, redes sociales, internet)	Divulgar a través de diversos medios de comunicación masiva, información clara y veraz sobre la gestión de la ADR	Publicar en redes sociales la gestión en territorio	Digital - Redes	Piezas audiovisuales	Porcentaje de publicaciones vs solicitudes	100%	Por demanda
		Diseñar arte para vallas, placas o identificadores en proyectos PIDAR	Digital	Vallas, placas e identificadores diseñadas	Porcentaje de artes diseñadas vs solicitudes recibidas	100%	Por demanda
		Coordinar agendas de medios nacionales y regionales	Radio , Televisión, Prensa y digital	Entrevistas	Entrevistas realizadas	24	Bimensual
		Difundir boletines y comunicados de prensa	Radio , Televisión, Prensa y digital	Boletines de prensa	Free Press- (boletines publicados sin costo)	150	Anual
		Acercar la Oficina de Comunicaciones con los corresponsales y medios que cubren el sector	Cara a cara	Jornada de trabajo pedagógica de lenguaje técnico y de gestión.	Jornadas realizadas	1	Anual

	Apoyar la sensibilización y divulgación de los objetivos misionales de cada una de las áreas y/o procesos de la entidad.	Cubrir, apoyar y promocionar cada una de las actividades y eventos de las áreas misionales de la Agencia	Cara a cara, medios tradicionales y redes sociales	Productos comunicacionales (Boletines, publicaciones y/o piezas audiovisuales)	Número de productos comunicacionales realizados	300	Anual
	Posicionar y fortalecer las acciones de la ADR a través de sus canales oficiales	Realizar producto Pregúntele a la ADR – Video con preguntas de campesinos respondidas por la Presidente de la entidad	Digital (redes sociales)	Video Pregúntele a la Presidente	Videos realizados	2	Semestral
		Elaborar las 5 de la ADR - fotonoticias de las acciones realizadas por la ADR en las regiones periódicamente	Digital (redes sociales)	Fotonoticias	Número de fotonoticias realizadas y publicadas	24	Bimensuales
		Comunicar los logros y trabajo de la ADR	Digital (redes sociales)	Piezas audiovisuales	Número de piezas realizadas	2	Semestral
		Visibilizar a los protagonistas del	Digital (redes sociales)	Clip de video de beneficiarios y	Videos “Así Vive el Campo” realizados	6	Bimensual

		campo colombiano: los productores. "Así Vive el Campo"		casos de éxito de la ADR			
		Destacar las recetas con productos del campo en un producto llamado "El Campo Gourmet"	Digital (redes sociales)	Clips de recetas	Videos de "El Campo Gourmet" realizados	6	Bimensual
		Cubrir diariamente la actualización y gestión de la ADR en redes sociales	Digital	Publicaciones en redes sociales	Número de publicaciones realizadas	365	Diario
		Crear una red de apoyo de sinergias de la labor de la ADR	Digital	Red de Gobierno o particular	Redes creadas de sinergia	2	Semestral
		Mejorar el diseño de la página web	Digital	Mockup (bosquejo o propuesta de diseño web)	Página web actualizada	1	Anual
	Posicionar la imagen de la Agencia ante la opinión pública manteniendo alta credibilidad y reconocimiento de la misma.	Aprovechar los espacios de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)	Televisión	Comercial	Número de comerciales realizados	3	Anual

Brindar información oportuna y permanente a los diferentes medios masivos de comunicación, al público interno y otros grupos de interés sobre las actuaciones, retos y logros de la entidad.	Cumplir la Ley Transparencia y dar conocer la gestión de la Agencia	Realizar la audiencia Pública de Rendición de cuentas	Digital y escrito	Audiencia de rendición de cuentas	Informe de audiencia realizada	1	Anual
Trabajar de forma interinstitucional para la construcción del desarrollo rural en el país, siguiendo directriz de la Presidencia de la República y así tener un mayor impacto en las regiones.	Promocionar convenios con entidades públicas	Entidades públicas y privadas	Cara a cara	Porcentaje de la difusión de productos comunicativos vs convenios firmados por la ADR	Número de productos comunicativos vs convenios firmados por la ADR	100%	Por demanda
	Realizar Taller Construyendo Desarrollo Rural	Articular con entidades territoriales	Cara a cara	Taller Construyendo Desarrollo Rural	Taller realizado	1	Anual
Prevenir y atender crisis comunicacionales	Responder a posibles crisis	Aplicar el manual de crisis formalizado por la ADR	Definidos en estrategia tras evaluación del comité	Estrategia de crisis	Porcentaje de estrategias de crisis realizadas vs crisis presentadas	100%	Por demanda

Nota

La ADR realizará pauta en redes sociales y medios de comunicación nacional, regional, locales o comunitarios del país, de acuerdo a disponibilidad de recursos, por demanda de las áreas misionales y en cumplimiento de la Directiva Presidencial no 03 de 2019.

Los Talleres Construyendo Desarrollo Rural: Son espacios de diálogo, donde la Agencia de Desarrollo Rural tendrá la oportunidad de escuchar las preocupaciones, las denuncias, las ideas de las comunidades y las situaciones de riesgo social, en compañía de posibles beneficiarios, productores, asociaciones, gremios y directivos de los entes territoriales, para así buscar soluciones a través de la gestión, promoción y financiación de los diferentes programas y proyectos agropecuarios con los que se logra la transformación del campo por parte de la entidad en articulación con entidades estatales y privadas.

El objetivo de estos talleres es posicionar la Agencia de Desarrollo Rural como el mejor aliado del campo colombiano en la búsqueda de soluciones agropecuarias que transformen el sector para la construcción de un campo para la equidad y con futuro, que convierta sueños en realidades.