Libertad y Orden

AGENCIA DE DESARROLLO RURAL – ADR

ACUERDO No. 008 DE 2017

(08 AGO. 2017)

"Por el cual se aprueba la Estrategia de comunicación Interna y Externa de las funciones y resultados de la gestión de la Agencia de Desarrollo Rural"

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA AGENCIA DE DESARROLLO RURAL -ADR-

En uso de las facultades que le confieren el numeral 2 del artículo 14 del Decreto Ley 2364 de 2015 y

CONSIDERANDO

Que el artículo 209 de la Constitución Política, establece que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Que el artículo 3 de la Ley 489 de 1998, dispone que la función administrativa se desarrollará conforme a los principios constitucionales, en particular los atinentes a la buena fe, igualdad, moralidad, celeridad, economía, imparcialidad, eficacia, eficiencia, participación, publicidad, responsabilidad y transparencia.

Que en ejercicio de las facultades extraordinarias otorgadas al Presidente de la República, mediante el literal b) del Artículo 107 de la Ley 1753 de 2015, se expidió el Decreto Ley 2364 de 2015 "*Por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural, ADR, se fija su objeto y estructura*", como una agencia estatal de naturaleza especial, del sector descentralizado de la Rama Ejecutiva del Orden Nacional, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, técnica y financiera, adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, cuyo objeto es ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial, formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural nacionales y de iniciativa territorial o asociativa, así como fortalecer la gestión del desarrollo agropecuario y rural, y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales y la competitividad del país.

Que de conformidad con el artículo 4 del Decreto en mención, son funciones de la Agencia de Desarrollo Rural, entre otras, las siguientes*: "9 "Diseñar, adoptar y divulgar los instrumentos a través de los cuales la Agencia ofrece los bienes y servicios para la cofinanciación de los planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial, en el marco de la normativa vigente" y 19 "Propiciar mecanismos de veeduría y participación ciudadana para ejercer control social sobre los proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural".*

Que según lo establecido en el artículo 14 del Decreto Ley 2364 de 2015, son funciones de la Oficina de Comunicaciones, entre otras: "*1. Diseñar, liderar y ejecutar las estrategias para el posicionamiento, imagen y promoción de la entidad, y de divulgación de los programas y proyectos, en coordinación con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; 2. Preparar para aprobación del Consejo Directivo, la estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión de la Agencia, bajo estándares de veracidad, objetividad y oportunidad; 3. Adelantar en coordinación con las demás dependencias de la Agencia, campañas de difusión y socialización de la oferta de servicios y de las oportunidades de financiación de iniciativas regionales para el desarrollo agropecuario y rural por parte de la Agencia, que garanticen el acceso oportuno a la información por parte de la población; 4. Diseñar la estrategia de divulgación de los criterios, parámetros y requisitos para el acceso a los recursos de la Agencia; 7. Ejecutar el Plan Estratégico Institucional y formular y ejecutar los planes de acción que se requieran, de acuerdo con la naturaleza, objetivo y funciones".*

Que la oficina de Comunicaciones elaboró una Estrategia de Comunicación que se desarrolla en tres (3) líneas tácticas: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Comunicación para el Desarrollo, la cual contiene los lineamientos generales que en materia de comunicaciones debe adoptar la Agencia de Desarrollo Rural, para efectos de generar un acercamiento entre la entidad y su público objetivo, promoviendo canales de comunicación eficientes y eficaces que garanticen el posicionamiento, imagen y promoción de la Agencia y el acceso oportuno a la oferta de servicios y a su vez propicien mecanismos de veeduría y participación ciudadana.

Que la Estrategia De comunicación Interna y Externa de las funciones y resultados de la gestión, define las políticas generales de comunicación de la Agencia de Desarrollo Rural para su adopción por parte de todos los servidores y colaboradores, además de estructurar los parámetros generales para definir y mantener procesos y procedimientos de comunicación internos y externos encaminados a producir, circular y apropiar información, coadyuvando de esta forma al logro de los objetivos institucionales y al cumplimiento de los principios que rigen la función administrativa.

Que mediante Resolución No. 731 de 19 de abril de 2017, se creó el Comité Institucional de Desarrollo Administrativo de la Agencia de Desarrollo Rural, como instancia orientadora del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, al cual le corresponde de conformidad con el literal h del artículo 3 de la Resolución en mención "*Aprobar los programas y planes institucionales que respondan a las Políticas de Desarrollo Administrativo".*

Que en cumplimiento de lo anterior, la Jefe de la Oficina de Comunicaciones en sesión del 17 de mayo de 2017, presentó ante el Comité Institucional de Desarrollo Administrativo de la Agencia de Desarrollo Rural, el proyecto de la estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión, el cual cuenta con el aval de sus miembros.

Que en consecuencia la Jefe de la Oficina de Comunicaciones, con el aval del Comité Institucional de Desarrollo Administrativo y la aprobación del Presidente de la Agencia de Desarrollo Rural, presentó ante el Consejo Directivo el Proyecto de Acuerdo *"Por el cual se aprueba la Estrategia de comunicación Interna y Externa de las funciones y resultados de la gestión de la Agencia de Desarrollo Rural",* de conformidad con el numeral 2 del artículo 14 del Decreto Ley 2364 de 2015,

Que en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO.- OBJETO: Aprobar la Estrategia de Comunicación Interna y Externa de las funciones y resultados de la gestión de la Agencia de Desarrollo Rural.

ARTÍCULO SEGUNDO. Hacen parte integral del presente Acuerdo la matriz del plan estratégico, la memoria justificativa y el documento estrategia de comunicación Interna y Externa de las funciones y resultado de la gestión de la Agencia de Desarrollo Rural.

ARTÍCULO TERCERO.- VIGENCIA: El presente Acuerdo rige desde la fecha de su expedición.

Dado en Bogotá, D.C., a los

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

08 AGO. 2017

JUAN PABLO DIAZ GRANADOS PINEDO
Presidente del Consejo Directivo

SANDRA PATRICIA BORRAEZ DE ESCOBAR
Secretaria Técnica

V°B°: Marcela Morales Calderón. Jefe Oficina Jurídica.
Proyectó: Olga Chiguasuque. Jefe Oficina de Comunicaciones

ADR
Agencia de Desarrollo Rural
¡Cosechando progreso!

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1. Introducción _____ Pág 2
2. Políticas de comunicación _____ Pág 3
3. Objetivo General _____ Pág 4
4. Objetivos Específicos _____ Pág 4
5. Públicos objetivo _____ Pág 5
6. Estrategia de comunicación interna _____ Pág 5
7. Estrategia de comunicación externa _____ Pág 6
8. Estrategia de comunicación para el desarrollo _____ Pág 7
9. Implementación _____ Pág 8
   - 9.1. Comunicación interna _____ Pág 8
   - 9.2. Comunicación externa _____ Pág 9
   - 9.3. Comunicación para el desarrollo _____ Pág 10
10. Alcance _____ Pág. 11

1. Introducción

En toda democracia la comunicación se configura como herramienta fundamental para promover la participación y movilización social ciudadana en la construcción de bienes colectivos, para que mediante diversos mecanismos, interactúen con el Estado en la formulación, ejecución, acompañamiento y sostenibilidad de políticas públicas, así como para garantizar la transparencia de la gestión pública.

En este sentido, la comunicación pública le apunta a vincular al ciudadano en la comprensión, acompañamiento y sostenibilidad de políticas públicas y esto va más allá de transmitir un mensaje "informativo", cuya finalidad supera la simple divulgación de información, transformando la comunicación pública en la herramienta para brindar al ciudadano el conocimiento, el acercamiento y el relacionamiento necesario para que participe plenamente en la formación y ejecución de la política gubernamental.

La Constitución de 1991 abrió nuevos espacios de acción, considerando la participación y movilización social como un instrumento primordial de la vida administrativa, de la acción de la justicia y de la gestión y modernización del Estado, tal como lo consagra en su Artículo 2: *"Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación y movilización social de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo".*

Así las cosas, la comunicación se posiciona como elemento estratégico aliado de la gestión de las entidades, facilitando el logro de la misión, visión y objetivos institucionales, promoviendo la participación y movilización social, incrementando el sentido de pertenencia, proyectando efectivamente la imagen y consolidando relaciones.

Mediante Decreto 2364 de 2015 se creó la Agencia de Desarrollo Rural – ADR con el objeto de ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural nacionales y de iniciativa territorial o asociativa, así como fortalecer la gestión del desarrollo agropecuario y rural y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales y la competitividad del país.

En este sentido, consolidarse como la Entidad responsable de gestionar, promover y financiar el desarrollo agropecuario y rural para la transformación del campo y adelantar programas con impacto regional, impone a la ADR un desafío en materia de comunicación que requiere la implementación de una Estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión de la agencia, orientada a generar y mantener procesos y procedimientos de comunicación internos y externos encaminados a producir, circular y apropiar información en un lenguaje común y de fácil comprensión, coadyuvando de esta forma al logro de los objetivos institucionales.

En este orden de ideas, se requiere definir la *Estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión* que establezca la política de comunicaciones y los lineamientos generales que en esta materia deben adoptarse en la Agencia de Desarrollo Rural - ADR, en aras de generar un acercamiento entre la Entidad y los ciudadanos, promoviendo a su vez canales de comunicación eficientes y eficaces que garanticen participación y movilización social ciudadana, reflejen transparencia y mantengan un proceso sostenido de posicionamiento y reconocimiento de la imagen y de la gestión de la ADR.

2. Políticas de comunicación

En el entendido que la comunicación es un proceso estratégico transversal a la estructura organizacional de la ADR que apunta no solo a posicionar la imagen y la gestión de la Agencia, sino a promover el cumplimiento de principios como la publicidad, la transparencia y la participación y movilización social ciudadana, se establecen como políticas generales de comunicación de la ADR las siguientes:

1. Las estrategias de comunicación contribuirán al cumplimiento del objeto, misión y visión de la Agencia de Desarrollo Rural.

2. La comunicación contribuirá a la generación de las condiciones necesarias para promover la participación y movilización social ciudadana y construir consensos.

3. La comunicación se consolidará como instrumento estratégico de transparencia, generador de confianza e insumo para la toma de decisiones de forma imparcial y oportuna.

4. La comunicación se posicionará como eje fundamental de la gestión del talento humano promoviendo su inserción en la dinámica de desarrollo de la Agencia.

5. La comunicación se orientará a formar, informar y movilizar sobre la promoción del desarrollo rural a todos los actores del sector y usuarios de los servicios de la Agencia.

Las políticas de comunicación de la ADR deben ser adoptadas y puestas en práctica por todos los funcionarios públicos, colaboradores y demás personal vinculado a los programas y proyectos de la entidad en todo el país.

3. Objetivo General

Generar y mantener procesos y procedimientos de comunicación internos y externos para la transmisión de mensajes corporativos claros, veraces y oportunos, así como promover el diálogo y la interacción en torno a temas relacionados con la misión y el objeto de la Agencia de Desarrollo Rural.

4. Objetivos Específicos

- Posicionar a la ADR como actor fundamental y referente nacional en la promoción del desarrollo rural y por ende en la transformación del campo colombiano, con especial atención en la etapa de posconflicto.

- Definir e implementar estrategias de comunicación que contribuyan a posicionar y lograr el reconocimiento de la gestión de la Agencia entre la opinión pública.

- Diseñar y ejecutar procesos y procedimientos de comunicación internos para generar un clima organizacional adecuado y de permanente comunicación entre los niveles directivos y de colaboradores que propenda por el logro de la misión, visión, objetivos y programas de la ADR.

- Generar un clima informativo adecuado que maneje con objetividad y responsabilidad los mensajes corporativos, que permita fomentar cultura, confiabilidad y reconocimiento de la entidad.

- Definir acciones estratégicas tendientes a promover y fortalecer la participación y movilización social ciudadana y el control social construyendo relaciones asertivas con la comunidad a fin de impulsar el reconocimiento de la ADR como aliada del desarrollo rural y del campesino colombiano.

- Crear un patrón de identidad visual e incorporarlo en las diversas acciones de comunicación.

- Trabajar en articulación y complementariedad con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, como cabeza de sector y rector de la política agropecuaria y de desarrollo rural, particularmente con la Oficina Asesora de Comunicaciones, con el fin de desarrollar sinergias y potenciar los mensajes e información que como sector se produce para todo tipo de usuarios.

5. Públicos objetivo

Hace referencia a los destinatarios de la ejecución de las políticas y estrategia de comunicación. Dichos públicos son a nivel interno y externo.

Interno. Está conformado por: Consejo Directivo, directivos, funcionarios Sede Nacional y UTT, contratistas Sede Nacional y UTT, sindicatos.

Externo. Lo integran: Ciudadanos en general, campesinos, grupos étnicos, asociaciones, pequeños y medianos productores; Gremios del sector, periodistas, entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales del sector; Entes de Control, potenciales proveedores; veedurías ciudadanas y ONG's.

Externo- Comunicación para el Desarrollo: Está direccionado a: Ciudadanos en general, beneficiarios de proyectos ADR, grupos étnicos, asociaciones, pequeños y medianos productores potenciales interesados; medios comunitarios y alternativos, veedurías ciudadanas y ONG's.

6. Estrategia de Comunicación Interna

Teniendo en cuenta que el Consejo Directivo, directivos, funcionarios Sede Nacional y UTT, contratistas Sede Nacional y UTT y sindicatos son el recurso más importante y valioso de la ADR, cuyo éxito en la gestión depende fundamentalmente de su profesionalismo, su dedicación y su habilidad para comunicarse, es evidente la necesidad de contar con una estrategia de comunicación interna que fluya vertical y horizontalmente y que permita informar con claridad metas, objetivos, progresos, éxitos y fracasos de la Agencia, llegando a cada uno de sus miembros.

Lo anterior, además de hacer partícipes a los funcionarios y colaboradores de los avances de la Entidad, cierra las puertas a los rumores por falta de comunicación

y permite establecer una relación de familiaridad entre los empleados y la organización fortaleciendo el sentido de pertenencia.

LÍNEA ESTRATÉGICA Y AUDIENCIAS	RESPONSABLES	TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
Comunicación Interna **Audiencias básicas:** Consejo Directivo Directivos Funcionarios Sede Nacional y UTT Contratistas Sede Nacional y UTT Sindicatos	**Insumos:** *Jefes de todas las áreas *Líderes de Proceso **Implementación:** * Oficina de Comunicaciones	* Direccionamiento Estratégico * Sistema Integrado de Gestión * Normas Internas y/o externas claves para la gestión * Procesos de formulación de los PIDAR y compromisos con políticas y programas del MADR. * Actos Administrativos que requieran del principio de publicidad * Lineamientos , procesos y procedimientos * Calendario de actividades y eventos * Plan de Bienestar e Incentivos * Plan interno de capacitación * Actualizaciones de las anteriores	* Construir la identidad de la ADR a través de la apropiación y puesta en práctica de los valores y principios por parte de los funcionarios y colaboradores, generando un clima de confianza, motivación y aprendizaje continuo. * Apoyar la sensibilización y divulgación de los objetivos misionales de cada una de las áreas y/o procesos de la entidad. * Apoyar desde la Oficina de Comunicaciones las actividades relacionadas con el proceso estratégico de Gestión de las Comunicaciones	**Imagen Corporativa** *Manual de Imagen.	Documento: Manual de Identidad Audiovisual	1	# de documentos socializados / # de documentos realizados	Documentos socializados	Producto
				Medios Electrónicos *Intranet *Correo electrónico de Comunicaciones	Producción de piezas de divulgación asertivas para concretar el objetivo de comunicación que requiera cada área o proceso	30	# de piezas realizadas / # de solicitudes recibidas	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Boletín electrónico de noticias	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	2	# Encuestas realizadas/# encuestas planeadas	Encuestas semestrales realizadas	Producto
				*ADR Comunica		22	# Boletines socializados / # boletines planeados	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Protector - fondo de pantalla	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	12	# Protectores publicados / # Protectores planeados	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Reuniones, capacitaciones y/ o Actividades de Integración	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	N/A	N/A	N/A	N/A
				Publicaciones de Inducción y actualización	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	N/A	N/A	N/A	N/A
				Carteleras Informativas	Alimentar con insumos clave de las áreas las carteleras informativas	12	# Carteleras actualizadas / # Carteleras planeadas	Carteleras actualizadas	Producto

7. Estrategia de Comunicación Externa

Igualmente, se requiere la implementación de una estrategia de comunicación externa con acciones concretas, que permitan posicionar y fortalecer la imagen y el reconocimiento de la Agencia entre la opinión pública y sus beneficiarios directos a través de los medios de comunicación, siendo ésta a su vez una forma de acercar el gobierno a la comunidad y abrir espacios para su participación y movilización social.

Los medios de comunicación juegan un papel primordial en la formación de la opinión pública, siendo fundamentales en el posicionamiento y reconocimiento de la imagen de una entidad, convirtiéndose en canal primordial para dar a conocer información de una forma sencilla y oportuna.

ADR
Agencia de Desarrollo Rural
¡Cosechando progreso!

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
*Actos administrativos que requieran del principio de publicidad *Servicios, planes, programas, proyectos, estrategias y eventos	* Divulgar, a través de diversos medios masivos de comunicación, información clara y veraz sobre la gestión de la ADR.	* Comunicados de prensa * Ruedas de prensa * Agendas de medios nacionales, regionales, locales y alternativos * Boletin audiovisual ADR Informa	Free Press	70	# de Comunicados enviados / # de Comunicados planeados # de boletines audiovisuales planeados/ # de boletines producidos y socializados	Comunicados enviados	Producto
	*Generar/ posicionar la imagen de la Agencia ante la opinión pública manteniendo alta credibilidad y reconocimiento de la misma.	Medios Electrónicos *Página Web (Politica G.E.L. - Politica Lenguaje claro) *Sala de Prensa Web (audios, recursos visuales) comunicados. *Correo electrónico a bases de datos de prensa del sector *Correo electrónico a bases de datos de prensa regional. *Correo electrónico a bases de datos de medios institucionales nacionales y regionales.	* Publicaciones web * Actualización de bases de datos y remisión permanente de información a las mismas.	100	# de solicitudes de publicación web recibidas / #de solicitudes de publicación web realizadas # de comunicados enviados / # de publicaciones realizadas por medios.	Publicaciones	Producto
		Redes Sociales * Twitter @ADR_Colombia * Agencia de Desarrollo Rural Co * ADR_Colombia	Publicaciones	300	# de mensajes publicados / # de mensajes planeados	Mensajes Publicados	Producto
		Relaciones Públicas	* Gestión de informes especiales * Talleres especializados a periodistas	3	# de informes publicados / # de informes planeados	Informes publicados	Producto

8. Estrategia de Comunicación para el Desarrollo

En este mismo sentido, la importancia de la comunicación para el desarrollo (CPD, Communication for Development o C4D por sus siglas en inglés) es clave como el mecanismo más importante para ampliar el acceso a nuevas oportunidades de empoderamiento de las personas para influir sobre las decisiones que afectan a sus vidas.

La CPD es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas.[1]

La CPD contempla un elemento estratégico de comunicación participativa - entendida como un proceso de diálogo público y privado a través del cual la

1 Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Publicación conjunta del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), **la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)**, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), coordinado por el Centro de Gobernabilidad de Oslo (OGC), del PNUD. 2011.

comunidad define lo que es, lo que quiere llegar a ser y lo que necesita, y cómo llegará a tener el mejoramiento de su vida en sociedad y privada, que aplicado al tema del desarrollo de proyectos integrales rurales y agropecuarios los ubica en el ámbito de la formulación, el acompañamiento y la sostenibilidad de estos como un asunto de vital importancia comunitaria, fortaleciendo así aún más la ejecución misional de la Agencia.

LÍNEA ESTRATÉGICA Y AUDIENCIAS	RESPONSABLES	TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
Comunicación Edu Pedagógica para el Desarrollo **Audiencias Básicas:** * Ciudadanos en general * Beneficiarios de proyectos ADR * Grupos étnicos, asociaciones, pequeños y medianos productores potenciales interesados * Medios comunitarios y alternativos * Veedurías ciudadanas * ONG's	**Insumos:** *Jefes de todas las áreas *Líderes de Proceso **Implementación:** * Oficina de Comunicaciones	* Contenidos asociados a PPIDDA YNCET * Contenidos de asistencia técnica * Contenidos de adecuación de tierras * Contenidos de apoyo a la comercialización * Contenidos de activos productivos * Contenidos de asociatividad * Contenidos de oportunidades de sinergias, articulación, asociación y capacitación, entre otros * Contenidos de participación ciudadana significativa, control social, veeduría ciudadana, movilización social y rendición de cuentas * Actos administrativos que requieran del principio de publicidad *Servicios, planes, programas, proyectos, estrategias y eventos	* Divulgar, a través de diversos medios y mecanismos de comunicación, información misional de necesaria divulgación pedagógica. * Ampliar el acceso a nuevas oportunidades de empoderamiento de la población objetivo a través de su interacción con la ADR en la ejecución de los proyectos como un asunto de vital importancia comunitaria, fortaleciendo así aún más la sostenibilidad social de la inversión misional de la Agencia.	**Redes sociales alternativas:** * SMS * Whatsapp * Otros sistemas similares disponibles	* Envío de textos vía SMS * Envío de mensajes de chat en formatos de comunicación edu pedagógica (audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles)	30	# de mensajes planeados / # de mensajes enviados # de piezas de comunicación edu pedagógica planeadas / # de piezas de comunicación edu pedagógica producidas y socializadas * # de encuestas planeadas / # de encuestas realizadas	Mensajes enviados	Producto
				Medios comunitarios y/o alternativos	Free press con contenido en audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles adaptables a los diversos formatos de los medios	30	# de comunicaciones enviadas / # de Comunicados planeados	Comunicados enviados	Producto
				Reuniones, capacitaciones y/o espacios para socialización	Talleres con comunidades y líderes para trabajar los contenidos de la estrategia en términos de sostenibilidad social de los proyectos a través de los contenidos y mecanismos previstos para producir comunicación para el desarrollo y movilización social.	10	# Talleres planeados / # talleres desarrollados	Talleres desarrollados	Producto

9. Implementación

La Oficina de Comunicaciones liderará la implementación de la Estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión mediante la definición y desarrollo de acciones dirigidas de carácter externo e interno que centrarán su acción alrededor de los contenidos, alineando toda la información institucional en torno a la gestión de la ADR y de su Presidente, programas y proyectos, impacto social y demás valores agregados en favor del desarrollo rural y agropecuario.

9.1. <u>Comunicación Interna</u>

El plan de comunicación interna debe apuntar a construir la identidad de la ADR a través de la apropiación y puesta en práctica de los valores y principios por parte de los funcionarios y colaboradores, generando un clima de confianza, motivación y aprendizaje continuo.

Dado que la comunicación interna es una responsabilidad compartida entre las diversas dependencias de la Agencia, se conformará un Comité integrado por los jefes o delegados de las diferentes áreas, bajo la coordinación del responsable de la Oficina de Comunicaciones. El Comité actuará como órgano de consulta y de

apoyo para proponer actividades en el diseño del Plan, apoyar la puesta en marcha de las mismas, sensibilizar al personal a su cargo, participar en campañas concretas.

Las principales herramientas a utilizar en esta materia son:

Imagen Corporativa
Su principal componente es la comunicación visual, es decir, el logotipo, la papelería, la señalización, etc. Todo tipo de documento institucional debe mantener unidad en el uso de la identidad corporativa.

Medios Electrónicos (Intranet y Mail)
Son los mecanismos por excelencia para dar a conocer información disminuyendo las comunicaciones escritas, agilizando la divulgación, garantizando cobertura a todo el público objetivo y permitiendo utilizar diferentes lenguajes: escrito, video, interactivo.

Publicación institucional (Boletín electrónico)
Es el principal medio para desarrollar la comunicación interna (descendente, ascendente y lateral). Permite difundir la información de interés interno y suscitar un hábito de comunicación entre los cuadros directivos y los empleados y así poder entablar una adecuada red de información.

Reuniones, capacitaciones y/ o Actividades de Integración
Estas actividades constituyen una herramienta de comunicación importante al permitir el acercamiento entre todos los niveles de la Agencia. Las reuniones son un espacio para informar, capacitar, tomar decisiones, etc.

Publicaciones de Inducción y actualización
Este medio permite que los funcionarios y colaboradores que ingresen a la institución conozcan la Entidad a la que han ingresado por lo que debe incluir historia, normatividad interna, organigrama, plan institucional, entre otros. En la medida en que se adopten nuevas medidas que impacten a todos los funcionarios, se divulgarán las mismas a través de nuevas publicaciones.

Carteleras
Es un importante medio de apoyo para transmitir la información más relevante al personal interno. Permite difundir todo tipo de información y refuerza los mensajes que deben ser asimilados por todo el personal. Las carteleras se deben ubicar en puntos estratégicos para optimizar su visibilidad, deben mantener un orden y una imagen corporativa unificada.

Buzón de sugerencias
Este medio brinda a los funcionarios y colaboradores la oportunidad para que aporten opiniones y sugerencias, con el fin de hacerlos participes de las mejoras de funcionamiento.

9.2. Comunicación Externa

Divulgar, a través de los diversos medios masivos de comunicación, información clara y veraz sobre la gestión de la ADR, generará posicionamiento de la imagen de la Agencia ante la opinión pública, logrando comprensión sobre el alcance de sus funciones y construyendo alta credibilidad y reconocimiento sobre la gestión de la misma.

En este sentido, se definen como mecanismos básicos para implementar acciones de comunicación externa los siguientes:

Comunicados de prensa, publicaciones periódicas, ruedas de prensa, agendas de medios, estrategias digitales (Free Press)
Medios y mecanismos por los cuales se transmite oficialmente información relevante y de interés, generada a partir de la gestión de la Agencia.

Página web
Medio para mantener comunicación continua con los diversos públicos informando gestión, programas y proyectos, además de disponer mecanismos para facilitar la atención y participación y movilización social ciudadana.

Relaciones Públicas
Mecanismo para incentivar la confianza y afianzar la relación existente entre la Agencia y sus públicos objetivo.

Archivo Periodístico
Documentos de apoyo y constatación de las noticias, reportajes y notas que se han publicado y emitido en los diferentes medios masivos de comunicación del país. Además es la base para poder realizar una evaluación de impacto ante la opinión pública.

9.3. Comunicación para el Desarrollo

Igualmente, en el marco de la estrategia de comunicaciones y divulgación de la Agencia, el empoderamiento social constituye un requisito importante para la sostenibilidad social de los proyectos. La participación ciudadana significativa, la movilización social, y el control social sobre la ejecución misional, constituyen el mecanismo para posicionar la ADR ante sus públicos de interés comunitarios como la entidad de orden nacional aliada en la transformación del campo.

A través de una adecuada selección, segmentación, adaptación edu pedagógica y masificación de contenidos, junto con la dinamización de redes sociales físicas o virtuales, se logrará la adecuada percepción de la gestión, de los avances, de los valores agregados de la existencia de la ADR y la participación de la comunidad en la formulación, acompañamiento, ejecución y sostenibilidad de los proyectos integrales impulsados por la Agencia.

Tratándose de la comunicación más cercana con el público objetivo más directo, los contenidos de esta línea estratégica son los asociados a la información relacionada con los proyectos productivos integrales de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial, los contenidos de asistencia técnica, los contenidos de adecuación de tierras, los contenidos de apoyo a la comercialización, los contenidos de activos productivos, los contenidos de asociatividad, los contenidos de oportunidades de sinergias, articulación, cofinanciación y capacitación, entre otros; los contenidos de participación ciudadana significativa, control social, veeduría ciudadana, movilización social y rendición de cuentas; así como los relacionados con actos administrativos que requieran del principio de publicidad y los fundamentales sobre servicios, planes, programas, proyectos, estrategias y eventos.

Al tratarse de una estrategia edu pedagógica para nuestro público fundamental objetivo, los mecanismos básicos para implementar acciones de comunicación para el desarrollo son los siguientes:

Redes sociales alternativas:
A través del envío de textos vía SMS, whatsapp y otros sistemas similares disponibles

Los mensajes de chat se distribuirán en formatos de comunicación edu pedagógica (audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles)

Medios comunitarios y/o alternativos
Free press con contenido en audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles adaptables a los diversos formatos de los medios

Reuniones, capacitaciones y/o espacios para socialización
Talleres con comunidades y líderes para trabajar los contenidos de la estrategia en términos de sostenibilidad social de los proyectos a través de los contenidos, metodologías y mecanismos previstos para producir comunicación para el desarrollo y movilización social.

10. Alcance

La presente Estrategia de comunicación interna y externa de las funciones y resultados de la gestión está diseñada para ser adoptada de forma permanente, sin perjuicio de ajustes anuales de acuerdo a las necesidades de la Agencia.

Con base en este documento, la Oficina de Comunicaciones adoptará anualmente las respectivas acciones de comunicación en concordancia con los retos definidos para su gestión.

Olga Chiguasuque Vargas
Jefe Oficina de Comunicaciones

VoBo. Carlos Eduardo Gechem Sarmiento
Presidente

Validación: Comité de Desarrollo Institucional
ADR

ADR Agencia de Desarrollo Rural ¡Cosechando progreso!

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
VIGENCIA 2017

TODOS POR UN NUEVO PAÍS PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA Y AUDIENCIAS	RESPONSABLES	TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
Comunicación Interna **Audiencias básicas:** Consejo Directivo Directivos Funcionarios Sede Nacional y UTT Contratistas Sede Nacional y UTT Sindicatos	**Insumos:** *Jefes de todas las áreas *Líderes de Proceso **Implementación:** * Oficina de Comunicaciones	* Direccionamiento Estratégico * Sistema Integrado de Gestión * Normas Internas y/o externas claves para la gestión * Actos Administrativos que requieran del principio de publicidad * Lineamientos , procesos y procedimientos * Calendario de actividades y eventos * Plan de Bienestar e Incentivos * Plan interno de capacitación * Actualizaciones de las anteriores	* Construir la identidad de la ADR a través de la apropiación y puesta en práctica de los valores y principios por parte de los funcionarios y colaboradores, generando un clima de confianza, motivación y aprendizaje continuo. * Apoyar la sensibilización y divulgación de los objetivos misionales de cada una de las áreas y/o procesos de la entidad. * Apoyar desde la Oficina de Comunicaciones las actividades relacionadas con el proceso estratégico de Gestión de las Comunicaciones	**Imagen Corporativa** *Manual de Imagen.	Documento: Manual de Identidad Audiovisual	1	# de documentos socializados / # de documentos realizados	Documentos socializados	Producto
				Medios Electrónicos *Intranet *Correo electrónico de Comunicaciones	Producción de piezas de divulgación asertivas para concretar el objetivo de comunicación que requiera cada área o proceso	30	# de piezas realizadas / # de solicitudes recibidas	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Boletín electrónico de noticias *ADR Comunica	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	2	# Encuestas realizadas/# encuestas planeadas	Encuestas semestrales realizadas	Producto
						22	# Boletines socializados / # boletines planeados	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Protector - fondo de pantalla	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	12	# Protectores publicados / # Protectores planeados	Piezas producidas y socializadas	Producto
				Reuniones, capacitaciones y/ o Actividades de Integración	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	N/A	N/A	N/A	N/A
				Publicaciones de Inducción y actualización	Reportería permanente de la Oficina de Comunicaciones con el designado como enlace en cada área o proceso	N/A	N/A	N/A	N/A
				Carteleras Informativas	Alimentar con insumos clave de las áreas las carteleras informativas	12	# Carteleras actualizadas / # Carteleras planeadas	Carteleras actualizadas	Producto

ADR Agencia de Desarrollo Rural

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
VIGENCIA 2017

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA Y AUDIENCIAS	RESPONSABLES	TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
Comunicación Externa **Audiencias básicas:** * Ciudadanos en general *Campesinos, grupos étnicos, asociaciones, pequeños y medianos productores *Gremios del sector * Periodistas * Entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales del sector * Entes de Control * Potenciales proveedores * Veedurías ciudadanas * ONG's	**Insumos:** *Jefes de todas las áreas *Líderes de Proceso **Implementación:** * Oficina de Comunicaciones	*Actos administrativos que requieran del principio de publicidad *Servicios, planes, programas, proyectos, estrategias y eventos	* Divulgar, a través de diversos medios masivos de comunicación, información clara y veraz sobre la gestión de la ADR. *Generar/ posicionar la imagen de la Agencia ante la opinión pública manteniendo alta credibilidad y reconocimiento de la misma.	* Comunicados de prensa * Ruedas de prensa * Agendas de medios nacionales, regionales, locales y alternativos * Boletin audiovisual ADR Informa	Free Press	70	# de Comunicados enviados / # de Comunicados planeados # de boletines audiovisuales planeados/ # de boletines producidos y socializados	Comunicados enviados	Producto
				Medios Electrónicos *Página Web (Política G.E.L. - Política Lenguaje claro) *Sala de Prensa Web (audios, recursos visuales) comunicados. *Correo electrónico a bases de datos de prensa del sector *Correo electrónico a bases de datos de prensa regional. *Correo electrónico a bases de datos de medios institucionales nacionales y regionales.	* Publicaciones web * Actualización de bases de datos y remisión permanente de información a las mismas.	100	# de solicitudes de publicación web recibidas / #de solicitudes de publicación web realizadas # de comunicados enviados / # de publicaciones realizadas por medios.	Publicaciones	Producto
				Redes Sociales * Twitter @ADR_Colombia * Agencia de Desarrollo Rural Co * ADR_Colombia	Publicaciones	300	# de mensajes publicados / # de mensajes planeados	Mensajes Publicados	Producto
				Relaciones Públicas	Gestión de informes especiales	3	# de informes publicados / # de informes planeados	Informes publicados	Producto

ADR
Agencia de Desarrollo Rural
¡Construimos progreso!

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
VIGENCIA 2017

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA Y AUDIENCIAS	RESPONSABLES	TEMAS A SOCIALIZAR	OBJETIVOS	MEDIOS	TÁCTICAS	META	MEDICIÓN	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR
Comunicación Edu Pedagógica para el Desarrollo **Audiencias básicas:** * Ciudadanos en general * Benenficiarios de proyectos ADR * Grupos étnicos, asociaciones, pequeños y medianos productores potenciales interesados * Medios comunitarios y alternativos * Veedurías ciudadanas * ONG's	**Insumos:** *Jefes de todas las áreas *Líderes de Proceso **Implementación:** * Oficina de Comunicaciones	* Contenidos asociados a PPIDDAYRCET * Contenidos de asistencia técnica * Contenidos de adecuación de tierras * Contenidos de apoyo a la comercialización * Contenidos de activos productivos * Contenidos de asociatividad * Contenidos de oportunidades de sinergias, articulación, cofinanciación y capacitación, entre otros * Contenidos de participación ciudadana significativa, control social, veeduria ciudadana, movilización social y rendición de cuentas * Actos administrativos que requieran del principio de publicidad *Servicios, planes, programas, proyectos, estrategias y eventos	* * Divulgar, a través de diversos medios y mecanismos de comunicación, información misional de necesaria divulgación pedagógica. * Ampliar el acceso a nuevas oportunidades de empoderamiento de la población objetivo a través de su interacción con la ADR en la ejecución de los proyectos como un asunto de vital importancia comunitaria, fortaleciendo así aún más la sostenibilidad social de la inversión misional de la Agencia.	**Redes sociales alternativas:** * SMS * Whatsapp * Otros sistemas similares disponibles	* Envío de textos via SMS * Envío de mensajes de chat en formatos de comunicación edu pedagógica (audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles)	30	# de mensajes planeados / # de mensajes enviados # de piezas de comunicación edu pedagógica planeadas / # de piezas de comunicación edu pedagógica producidas y socializadas * # de encuestas planeadas / # de encuestas realizadas	Mensajes enviados	Producto
				Medios comunitarios y/o alternativos	Free press con contenido en audios, micro videos, animaciones gráficas, piezas gráficas y demás formatos disponibles adaptables a los diveros formatos de los medios	30	# de comunicaciones enviadas / # de Comunicados planeadas	Comunicados enviados	Producto
				Reuniones, capacitaciones y/o espacios para socialización	Talleres con comunidades y lideres para trabajar los contenidos de la estrategia en términos de sostenibilidad social de los proyectos a través de los contenidos y mecanismos previstos para producir comunicación para el desarrollo y movilización social.	10	# Talleres planeados / # talleres desarrollados	Talleres desarrollados	Producto