



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

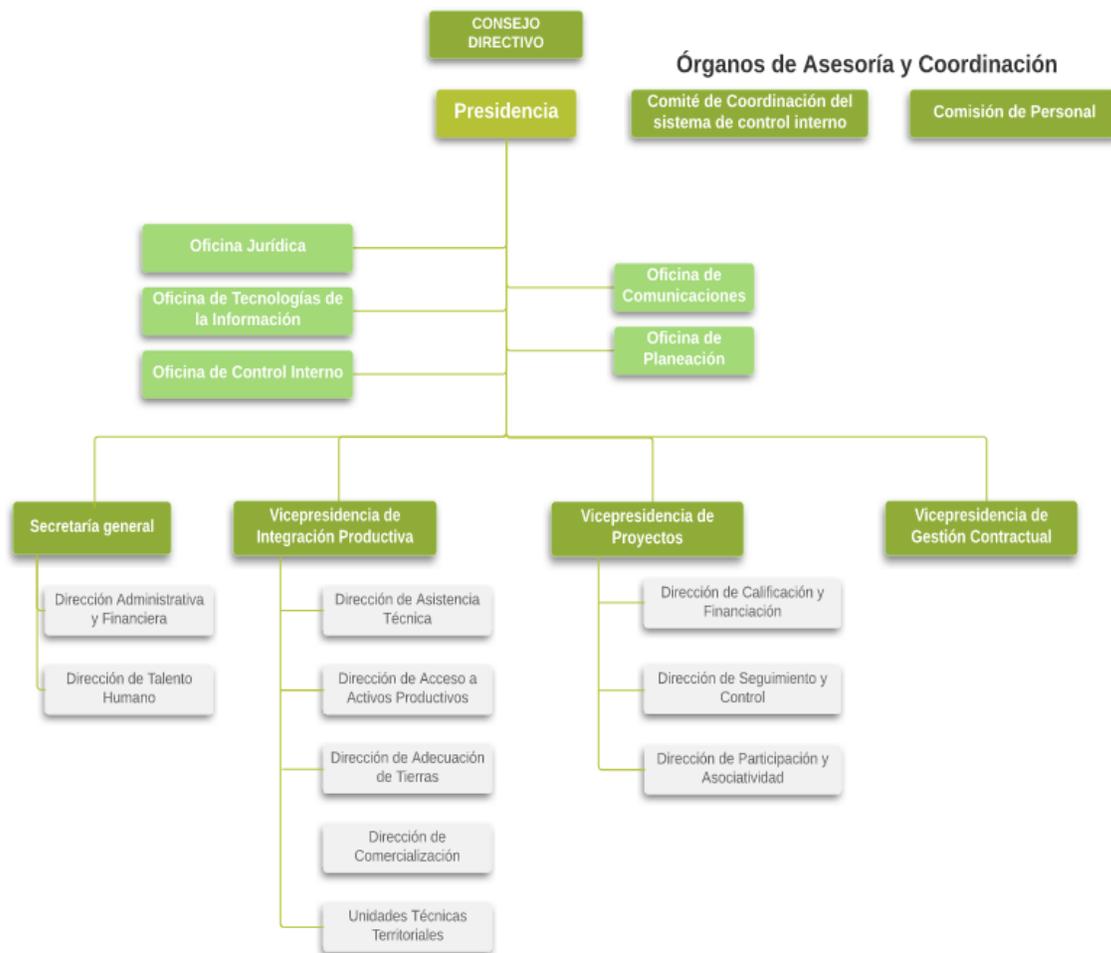


Gráfico. Propio

MAPA DE PROCESOS – Pendiente Rediseño Institucional

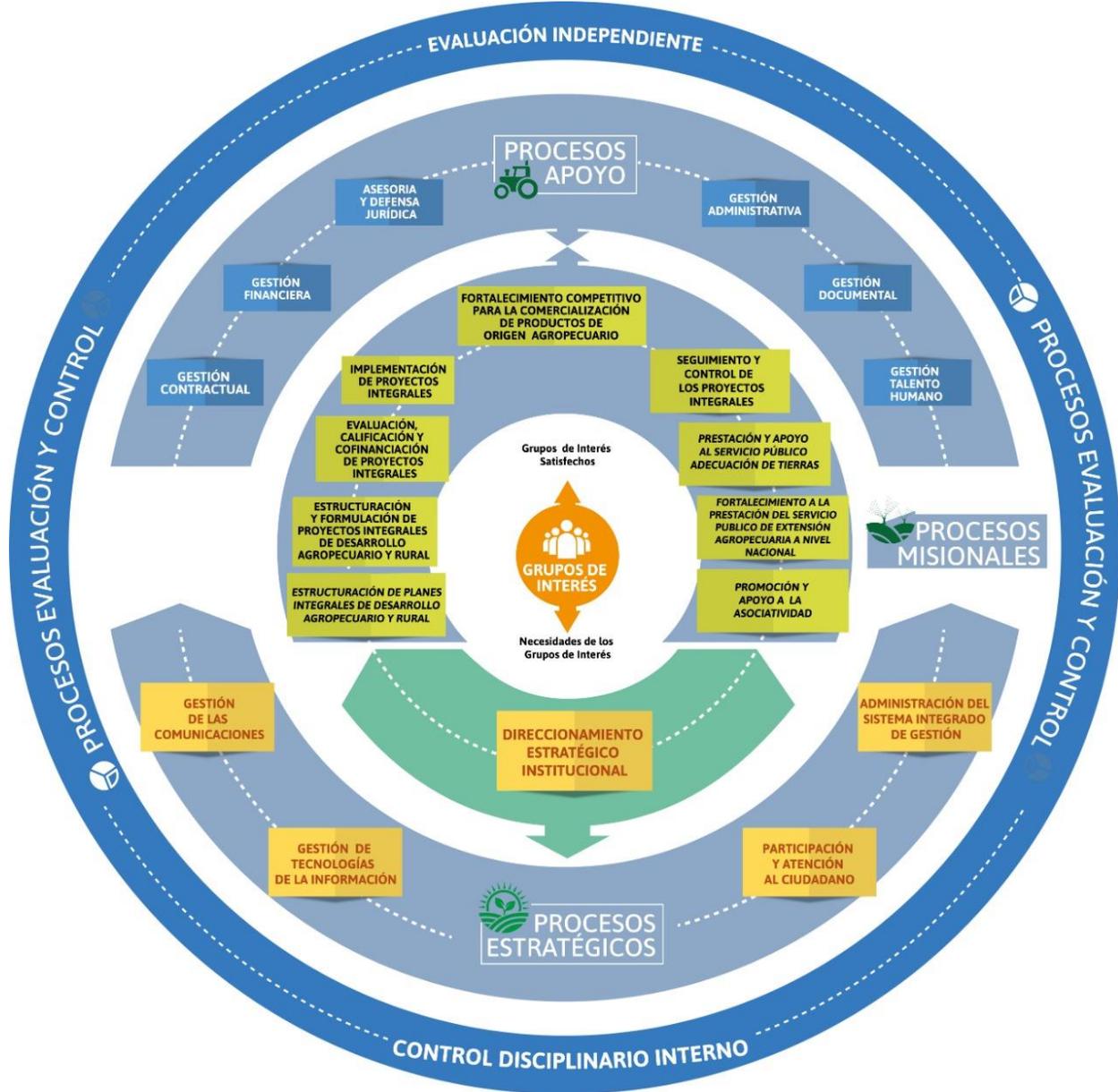


Gráfico. Propio

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

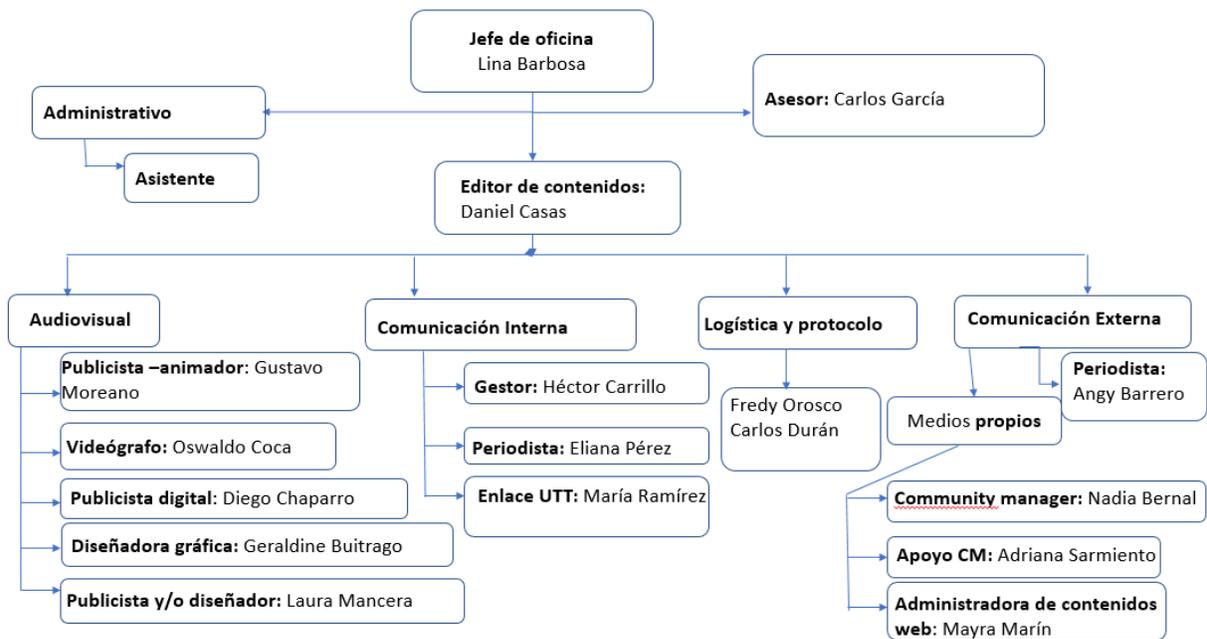
Tecnológicas y de servicios

- 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:



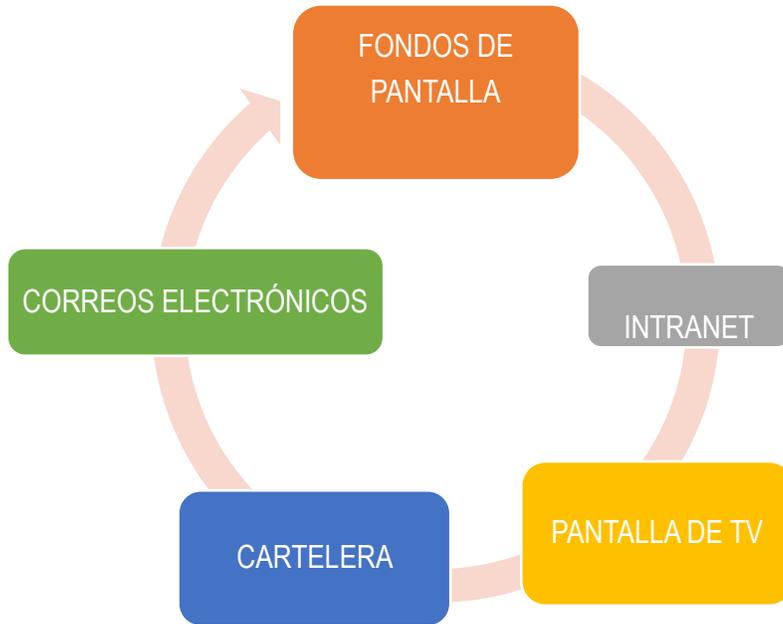
Fuente. Propia

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.	Apropiar y fomentar el sentido de pertenencia ADR y la gestión del cambio	Elaborar Campaña de Sentido de Pertenencia ADR y abiertos al cambio	Digital	Campaña comunicacional	Piezas audiovisuales	6	Bimensual
Mejorar la endocomunicación de la ADR	Socializar proceso de comunicaciones (Articular con Talento Humano y Contractual)	Usar los canales digitales de la Agencia	Digital, chat y correo electrónico.	Socializaciones del proceso de comunicaciones realizadas	Número de socializaciones del procesos de comunicaciones realizadas.	4	Trimestral
	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
	Fortalecer comunicación con las Unidades Técnicas Territoriales	Realizar calendario de actividades.	Digital y físico	Cronograma de seguimiento de las actividades	Calendarios de actividades realizados y publicados	10	Mensual
		Capacitar en vocería a los directores territoriales y socialización de instructivo de fotografía	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	Digital	Celebraciones y actividades de bienestar realizados	Número de celebraciones y concursos	6	Bimensual
		Apoyar campañas comunico pedagógicas	Digital	Piezas audiovisuales	Porcentaje de piezas realizadas vs solicitudes de Talento Humano	100%	Por demanda
	Aprovechar los canales internos de comunicación	Elaborar carteleras	Digitales	Carteleras	Carteleras elaboradas	10	Mensual
		Cambiar los fondos de pantalla, según la estrategia a implementar	Digital	Fondos de pantalla	Cantidad de fondos de pantalla	10 fondos de pantalla (Uno al mes)	Mensual
		Actualizar la INTRANET	Digital	Intranet actualizada	Porcentaje de actualizaciones realizadas vs solicitudes recibidas	100%	Por demanda
	Establecer pautas de protocolo y visitas a territorio	Elaborar un manual de protocolo	Digital	Manual de protocolo institucional	Protocolo elaborado	1	Anual

Manejar posibles crisis comunicativas de la entidad.	Socializar las políticas de riesgo de reputación y marca	Socializar con cada una de las áreas los posibles riesgos de reputación y de marca	Uno a uno, digital 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
	Realizar seguimiento y monitoreo con las áreas	Poner enlaces con las áreas y mantener alerta en comités sobre posibles crisis.	Digital	Seguimiento	Número de seguimientos realizados	10	Mensual

C. EXTERNA

*Pauta de acuerdo a disponibilidad de recursos

OBJETIVO	ACCIÓN	TÁCTICA	MEDIO	PRODUCTO	INDICADOR	META ANUAL	PERIODICIDAD
Fortalecer la imagen de la Agencia de Desarrollo Rural.	Dar a conocer La marca ADR	Informar convocatorias y oferta de servicios a entidades aliadas	Digital	Informativo	Número de informativos realizados	10	Mensual
		Producir clip por visita o noticia destacada	Digital – email (Difusión entidades aliadas)	Video	Número de videos realizados	100%	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 piezas 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	150 (15 mensuales: 2 Pte y mínimo 1 por territorial)	Mensual
		Difundir boletines y comunicados de prensa	Radio , Televisión, Prensa y digital	Boletines de prensa	Free Press- (boletines publicados y menciones sin costo)	200 boletines y 400 impactos en medios	Mensual
		Pautar información relevante en medios de comunicación nacional, regional, comunitarios y locales	Radio , Televisión y Prensa	Cuñas y Spot	Numero de cuñas emitidas	100%	Por demanda de acuerdo disponibilidad de recursos*

		Validar y pautar información y material de la ADR en medios alternativos (Consuma lo nuestro)	Pantallas dinámicas	Videos ADR	Videos emitidos	100%	Por demanda y gestión*
			Redes sociales	Publicaciones	Publicaciones pautadas	100%	Por demanda y gestión*
	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 ADR	Videos realizados	4	Trimestral
		Elaborar las 5 de la ADR - fotonoticias de las acciones realizadas por la ADR en las regiones periódicamente (historias)	Digital (redes sociales)	Fotonoticias	Número de fotonoticias realizadas y publicadas	20	Bimensuales
	Visibilizar a los protagonistas del campo colombiano: los productores. “Así Vive el Campo”	Digital (redes sociales)	Clip de video de beneficiarios y casos de éxito de la ADR	Videos “Así Vive el Campo” realizados	11	Mensual	

		Destacar las recetas con productos del campo en un video llamado "El Campo Gourmet"	Digital (redes sociales)	Piezas de recetas	Número de piezas "El Campo Gourmet" realizados	6	Bimensual
		Elaborar capítulos de la Agrotuber	Digital	Capítulo de agrotuber	Número de videos realizados	6	Bimensual
		Fortalecer la red de apoyo de sinergias de la labor de la ADR	Digital	Contenidos apoyados	Crecimiento de seguidores	100%	Por demanda
		Actualizar y desarrollar contenidos de Página web	Digital	Página web actualizada	Número de actualizaciones realizadas	100%	Por demanda
		Live - Un café con la Presidente	Facebook e Instagram	Live	Live realizados	100%	Por demanda
		Reforzar los mercados campesinos	Digital	Canasto ADR	Canastos realizados	10	Mensual
		Apoyar la campaña consume lo nuestro y sabor de Colombia	Digital	Botica de mi Campo	Botica de mi campo realizado	6	Bimensual

	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	2	Semestral
		Difundir información relevante a los productores del campo	Telefonía	Mensajes de voz y/o texto	Números de mensajes emitidos	8	Mensual
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 de Transparencia y dar conocer la gestión de la Agencia	Apoyar el proceso de divulgación de la estrategia de Rendición de cuentas	Digital y escrito	Convocatoria y coordinación logística	Piezas difundidas y actividades organizadas	10	Mensual
Trabajar de forma interinstitucional para la construcción del	Promocionar convenios con	Difundir convenios con entidades públicas y privadas	Digital	Convenios promocionados y difundidos	Número de productos comunicativos vs	100%	Por demanda

desarrollo rural en el país, siguiendo directriz de la Presidencia de la República y así tener un mayor impacto en las regiones.	entidades públicas				convenios firmados por la ADR		
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	1	Anual

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.