



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

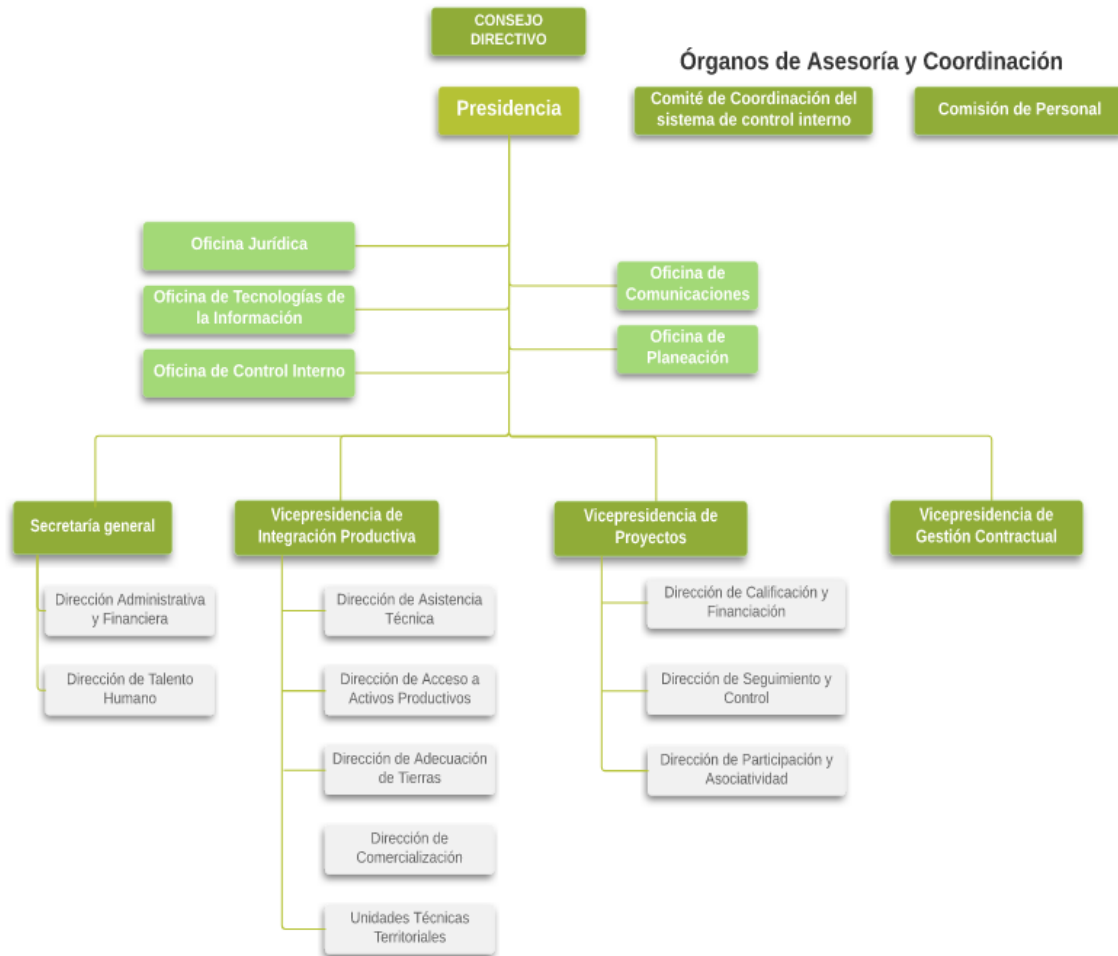


Gráfico. Propio

MAPA DE PROCESOS – Pendiente Rediseño Institucional

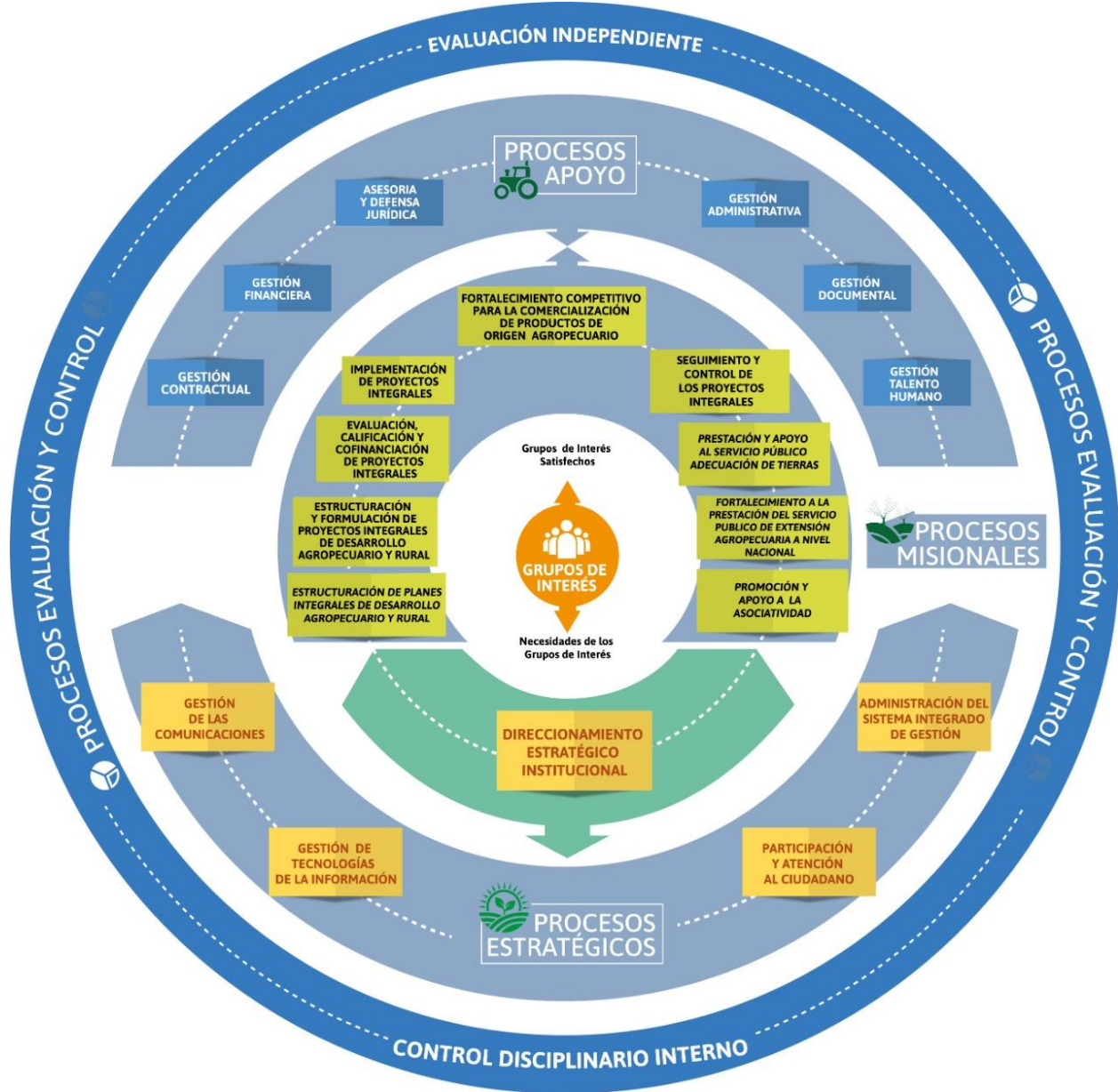


Gráfico. Propio

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

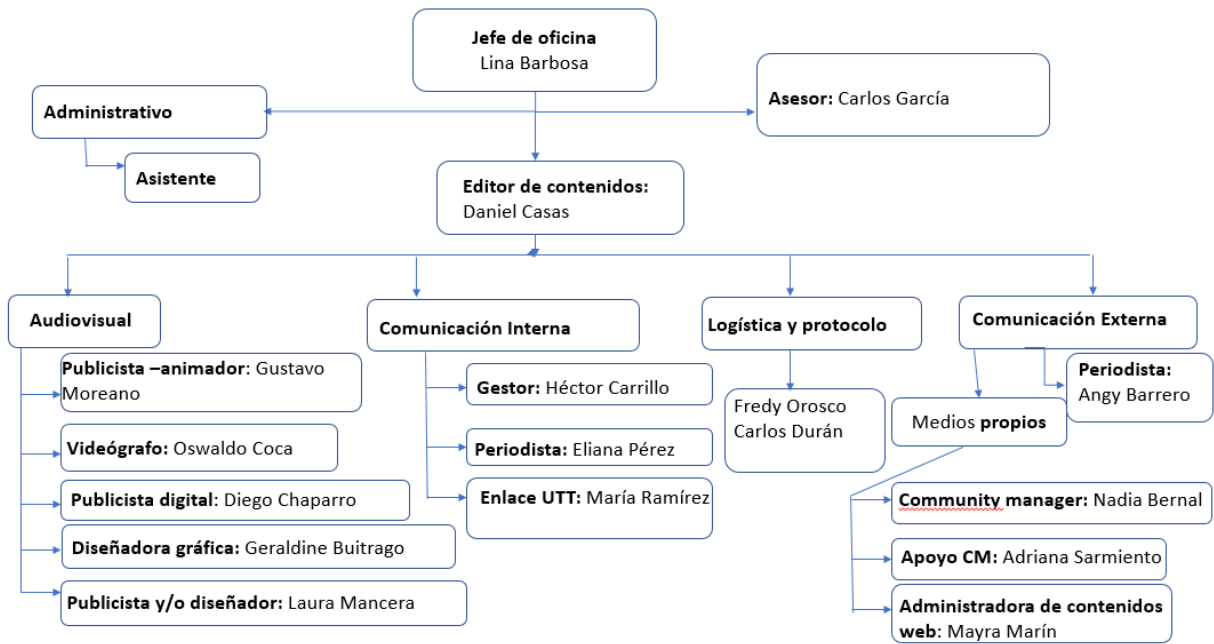
Tecnológicas y de servicios

- 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:



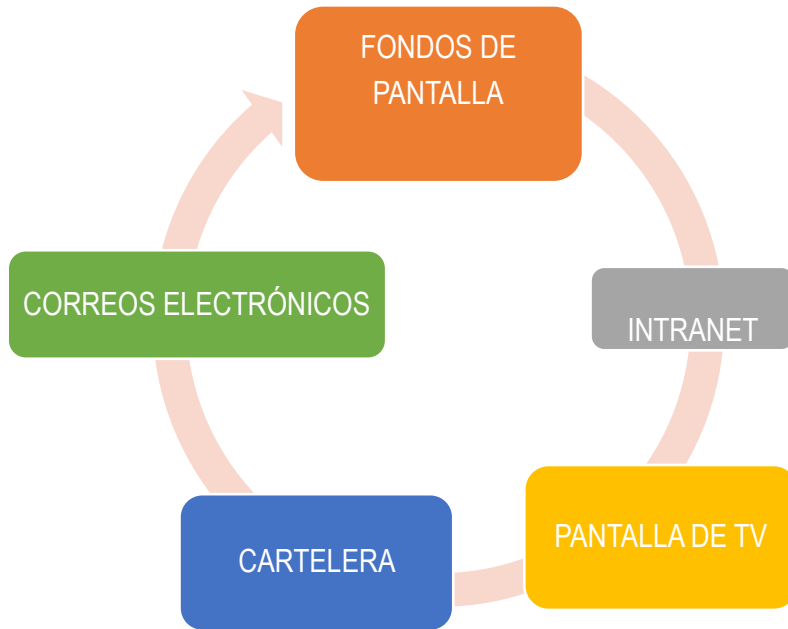
Fuente. Propia

PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA:



Fuente. Propia

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA



Fuente. Propia

CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA



Fuente. Propia

C. INTERNA

OBJETIVO	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACCIÓN TÁCTICA (¿CÓMO LO VAMOS A HACER?)	PRODUCTO A ENTREGAR	MEDIO	INDICADOR	META ANUAL	PERIODICIDAD
Fortalecer la comunicación interna de la Agencia de Desarrollo Rural.	Apropiar y fomentar el sentido de pertenencia ADR y la gestión del cambio	Elaborar perfiles de funcionarios y contratistas	Video: conozcamos nuestros compañeros	Digital	Piezas audiovisuales elaboradas vs piezas proyectadas	32	3 mensuales
		Socializar el cronograma de actividades mensuales de talento humano y bienestar.	ADR en segundos	Video tipo tik tok	Videos realizados vs videos socializados	11	Mensual
		Apoyar campañas comunico pedagógicas	Piezas audiovisuales	Digital	Porcentaje de piezas realizadas vs solicitudes de Talento Humano	100%	Por demanda
		Apoyar las celebraciones de Bienestar	Celebraciones y actividades de bienestar realizados	Digital	Número de celebraciones cubiertos vs Número de actividades planilladas	100%	Por demanda
	Socializar la política anticorrupción	Elaborar piezas enfocadas en la política anticorrupción	Piezas audiovisuales elaboradas	Digital	Piezas Audiovisuales elaboradas vs piezas proyectadas	4	Trimestral
	Mejorar la coordinación con las áreas misionales	Establecer un enlace periodístico con cada una de las áreas	Información de las áreas divulgada	Presencial y virtual	Seguimientos por enlace	100%	Por demanda

	Atender las solicitudes internas del día a día	Responder las solicitudes en el menor tiempo posible según lo establecido	Productos comunicacionales (Publicaciones, boletines y/o piezas audiovisuales).	Escrito y digital	Porcentaje de requerimientos atendidos vs solicitudes de comunicaciones viables.	100%	Por demanda
	Fortalecer la comunicación con las UTTS y áreas misionales	Implementar APP calendario de actividades	Cronograma de seguimiento de las actividades	Digital	Calendario de actividades	11	Mensual
Aprovechar los canales internos de comunicación	Elaborar producto interno informativo	Boletín interno		Digital	Boletín elaborado/boletín difundido	11	Mensual
	Implementar los espacios físicos y virtuales carteleros de manera	Carteleros de la ADR		Digitales y/o físicas sede central y territoriales	Carteleros elaborados y publicados vs Carteleros proyectados	11	Mensual
	Cambiar los fondos de pantalla, según la campaña a implementar	Fondos de pantalla		Digital	Cantidad de fondos de pantalla publicados vs fondos de pantalla planillados	20 fondos de pantalla (Dos al mes)	Mensual
	Actualizar la intranet	Alimentar con contenidos informativos		Digital	Intranet actualizada	Por demanda	Semanal
	Apropiar el uso de la INTRANET	Campaña para incentivar el uso de la Intranet realizada		Digital por whatsapp, pantallas y correo	Porcentaje de actualizaciones realizadas vs solicitudes recibidas	20 piezas	Dos mensuales

	Socializar las directrices de Presidencia de la República y del MADR de manera interna	Elaborar material gráfico y/o audiovisual	Correo, cartelera física y/o virtual	Digital whastapp, pantallas correo	por y	Porcentaje de actualizaciones realizadas vs solicitudes recibidas	100%	Demanda
--	--	---	--------------------------------------	------------------------------------	-------	---	------	---------

C. EXTERNA

*Pauta de acuerdo a disponibilidad de recursos

OBJETIVO	OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICA O ACCIÓN (¿Cómo lo voy a hacer?)	PRODUCTO A ENTREGAR	MEDIO	INDICADOR	META ANUAL	PERIODICIDAD
Posicionar a la ADR a través de los diferentes medios de comunicación tradicionales y alternativos	Implementar la estrategia de posicionamiento de la ADR	Informar la Gestión de la ADR a entidades aliadas.	Informativo: Notas rurales	Digital	Número de informativos realizados VS informativos planeados	10	Mensual
		Realizar un café con Editores y Directores de medios	Reuniones realizadas con editores y directores de medios	Presencial y/o virtual	Número de reuniones realizadas /reuniones planeadas	20	Mensual
		Café con periodistas o corresponsales que cubren el sector	Capacitación realizada a periodistas y corresponsales	Virtual y/o presencial	Reuniones realizadas a periodistas vs capacitaciones planeadas	14	Mensual

	Divulgar a través de diversos medios de comunicación masiva, información clara y veraz sobre la gestión y misionalidad de la ADR.	Aprovechar los espacios de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)	Comerciales aprobados y emitidos a través de canales públicos y privados	Televisión	Número de comerciales realizados vs Comerciales planeados	2	Semestral
		Coordinar agendas de medios nacionales y regionales	Entrevistas realizadas con medios nacionales y regionales	Radio, Televisión, Prensa y digital	Entrevistas realizadas vs entrevistas planeadas	150 (15 mensuales) Pte y mínimo 1 por territorial)	Mensual
		Difundir boletines y comunicados de prensa	Boletines de prensa difundidos	Radio, Televisión, Prensa y digital	Boletines difundidos	200 boletines difundidos	Por demanda
		Elaborar podcast y cuñas radiales para emisión	Podcast elaborados y emitidos	Radio y/o emisoras online	Podcast elaborados vs podcast planeados	11	mensual
	Dar a conocer las acciones de la ADR a través de sus canales oficiales	Actualización permanente página web	<ul style="list-style-type: none"> - Página actualizada -Sección noticias actualizada con hilo de notas y videos - Ajustar espacio niños y términos de referencia. - Calendario de actividades actualizado - Directorio Comercial creado y publicado 	Página web	Implementación realizada vs implementación planeada	1	Anual

		<p>Elaborar la estrategia de contenidos en redes sociales para incrementar el Engagement</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vota por tu favorito/ Versus del campo (Platos típicos, paisajes rurales, dulces, etc.) ● Pregunta/respuesta ● Encuestas ● Cambiar banners de manera constante promocionando algún mensaje de la entidad/Gobierno o alguno de los productos. ● Infografías ● Entrevistas ● Datos Agro (Cifras relevantes) ● Tik Tok * Botica de mi campo * Canasto ADR 	Digital	Estrategia implementada vs estrategia planeada	30%	Anual
		Producto audiovisual	Video "Territorio Agro"	Digital	Número de videos realizados VS Videos planeados	10	Mensual

		Producir videoclip por visita o noticia destacada	Video producido en visita a territorio	Digital – email (Difusión entidades aliadas)	Número de videos realizados VS videos planeados	100%	Por demanda
		Publicar en redes sociales la gestión en territorio	Piezas audiovisuales publicadas en redes sociales	Digital - Redes	Porcentaje de publicaciones vs solicitudes	100%	Por demanda*
		Realizar producto Pregúntele a la ADR – Video con preguntas de campesinos respondidas por la Presidente u/o vocero de la entidad	Video Pregúntele a la ADR realizado	Digital (redes sociales)	Videos realizados vs videos planeados	4	Trimestral
		Elaborar las 5 de la ADR - fotonoticias de las acciones realizadas por la ADR en las regiones periódicamente (historias)	Videos	Digital (redes sociales)	Número de fotonoticias realizadas y publicadas vs de fotonoticias planeadas	22	Quincenal

		Visibilizar a los protagonistas del campo colombiano: los productores. "Así Vive el Campo"	Clip de video de beneficiarios y casos de éxito de la ADR	Digital (redes sociales)	Videos "Así Vive el Campo" realizados vs videos planeados	11	Mensual
		Destacar las recetas con productos del campo en un video llamado "El Campo Gourmet"	Producto audiovisual de recetas	Digital (redes sociales)	Número de piezas "El Campo Gourmet" realizados vs piezas planeadas	6	Bimensual
		Elaborar capítulos de la Agrotuber	Capítulo de agrotuber	Digital	Número de videos realizados vs videos planeados	6	Bimensual
		Live-Un café con la ADR	Live Realizado	Facebook e Instagram	Live realizados	100%	Por demanda
Promocionar el trabajo interinstitucional para la construcción del desarrollo rural en el país	Promocionar convenios con entidades públicas	Difundir convenios con entidades públicas y privadas	Convenios promocionados y difundidos	Digital	Número de productos comunicativos vs convenios firmados por la ADR	100%	Por demanda

Prevenir y atender crisis comunicacionales	Responder a posibles crisis	Implementar el Comité de soluciones y no agresiones de la ADR	Estrategia de crisis definida para cada situación	Digital	Reuniones del comité de crisis	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.