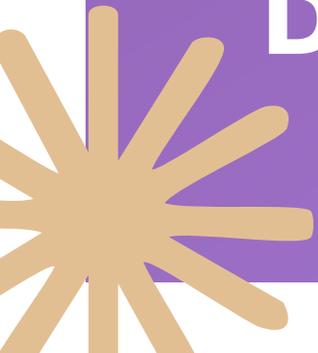




Agencia de
Desarrollo Rural



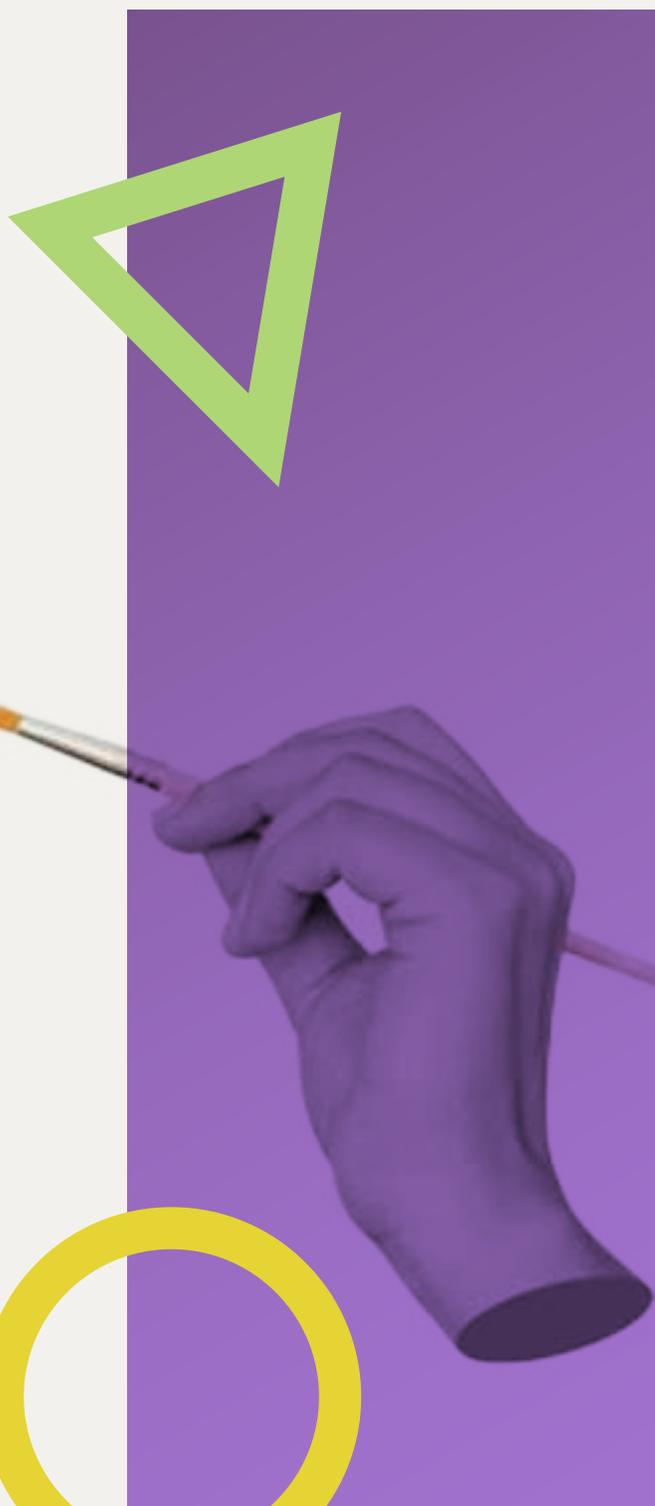
PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES



INTRODUCCIÓN

El capítulo 3 del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida, posiciona la transformación del sector agropecuario como un pilar fundamental para garantizar el derecho a la alimentación, a través de la producción de alimentos suficientes, adecuados, sanos e inocuos. Para lograrlo, es esencial no solo garantizar el acceso a la tierra, el agua y el capital, sino también la implementación de prácticas productivas sostenibles y la mejora de la infraestructura para garantizar la conectividad y la logística adecuada para la distribución de alimentos.

Dentro de esta visión transformadora, la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) tiene como propósito central democratizar el acceso a los recursos clave para la producción agropecuaria: el agua, los activos productivos, el conocimiento y los mercados. En línea con el Sistema Nacional de Reforma Agraria (SNRA), la ADR se compromete a avanzar en una reforma agraria integral que redistribuya con una lógica agroindustrial: la tierra, el agua, los activos productivos, el conocimiento y los mercados. Asimismo, no hay prosperidad económica si no se tiene especial atención en la Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria como forma eficaz de reducción de pobreza y de la violencia en las zonas alejadas del país. En este contexto, la ADR ha reconocido la necesidad de construir una estrategia de comunicación eficaz que esté alineada con su misión institucional y su rol político. Esta estrategia de comunicación debe permitir compartir de manera clara y efectiva las políticas, acciones y resultados de la Agencia, transmitiendo el impacto positivo de la inversión en la agroindustria, la asociatividad campesina, el cooperativismo y el fortalecimiento del mercadeo.



Agroindustria:

Apostar por la agroindustria es fundamental, pues permite la transformación de los productos agropecuarios en alimentos con mayor valor agregado, mejorando la rentabilidad de los productores y ampliando el acceso a nuevos mercados, tanto nacionales como internacionales. La agroindustria contribuye directamente a la seguridad alimentaria, promoviendo una mayor disponibilidad de alimentos, y fortalece la economía rural generando empleo y dinamizando el desarrollo local.

Asociatividad:

La asociatividad campesina es otra apuesta estratégica para garantizar el derecho a la alimentación, pues permite a los productores compartir recursos, conocimientos y herramientas, optimizando su capacidad productiva. A través de la colaboración, los campesinos pueden reducir costos, mejorar sus prácticas agrícolas y acceder a mejores precios de venta, además de incrementar su capacidad para negociar con los intermediarios. Esta asociación también facilita el acceso a servicios de financiamiento, capacitación y mercados, elementos cruciales para una producción sostenible.



Cooperativismo:

El cooperativismo refuerza esta idea de solidaridad y fortalecimiento colectivo, creando redes de apoyo entre productores que permiten la gestión eficiente de recursos y la maximización de capacidades. Las cooperativas también juegan un papel fundamental en la distribución de productos, asegurando que lleguen de manera más directa y accesible a los consumidores. Además, las cooperativas fomentan una mayor cohesión social en las comunidades rurales, apoyando el desarrollo económico local.

Mercadeo:

El fortalecimiento del mercadeo, tanto a nivel local como internacional, es esencial para garantizar que los productos de los pequeños y medianos productores lleguen a los mercados de manera eficiente y competitiva. Al mejorar las capacidades de marketing, distribución y comercialización, se contribuye al crecimiento económico de los productores, incrementando su competitividad en un entorno globalizado. Además, el desarrollo de circuitos cortos de comercialización también fortalece la seguridad alimentaria local, permitiendo que los alimentos frescos lleguen de manera más rápida y económica a las comunidades.

La implementación de estas estrategias fortalece la seguridad alimentaria en el país y asegura que los productores, especialmente los campesinos, tengan los recursos y el apoyo necesario para mejorar su productividad y calidad de vida. En este sentido, la ADR trabaja con el objetivo de transformar el sector rural colombiano, mejorar la calidad de vida de los productores campesinos, indígenas y afrocolombianos, y generar capacidades locales para una gestión eficiente del desarrollo agropecuario, que se traduzca en soberanía alimentaria y la superación del hambre.



2 Hacia una comunicación efectiva que aporte al desarrollo rural

Con base en el marco legal de funcionamiento de la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) y las funciones asignadas a la Oficina de Comunicaciones, una comunicación efectiva puede aportar significativamente al desarrollo rural de las siguientes maneras:



Posicionamiento y promoción institucional

De acuerdo con el Decreto 2364 de 2015, la Oficina de Comunicaciones de la ADR tiene la responsabilidad de diseñar, liderar y ejecutar estrategias para el posicionamiento y la promoción de la entidad, así como la divulgación de los programas y proyectos. Esto contribuye al desarrollo rural al garantizar que las comunidades rurales estén informadas sobre las políticas, los programas y los servicios disponibles. La promoción adecuada de estos recursos facilita el acceso a oportunidades que mejoran la productividad agropecuaria, fomentan la asociatividad y contribuyen a la seguridad alimentaria.



Transparencia y confianza

La estrategia de comunicación debe asegurar que la información sobre las funciones y resultados de la gestión de la ADR sea clara, objetiva y veraz, tal como lo establece la ley. Esto fortalece la transparencia y genera confianza tanto dentro de la institución como con las comunidades rurales y otras partes interesadas. La rendición de cuentas a través de una comunicación efectiva es clave para garantizar que los programas de desarrollo agropecuario sean bien recibidos y tengan el impacto deseado.

Acceso a la información oportuna

La comunicación efectiva, en coordinación con las dependencias de la ADR, permite difundir de manera eficiente las ofertas de servicios y oportunidades de financiación para el desarrollo agropecuario. Asegurar que las comunidades rurales tengan acceso oportuno a esta información es crucial para que puedan aprovechar las iniciativas de apoyo financiero, capacitación, y recursos para mejorar su productividad y calidad de vida. Esto, a su vez, contribuye a la reducción de la pobreza rural y al fortalecimiento de la soberanía alimentaria.

Divulgación de Criterios y Requisitos

Una comunicación efectiva también facilita la divulgación clara de los criterios, parámetros y requisitos para acceder a los recursos de la ADR. Esto asegura que los productores rurales comprendan cómo acceder a los fondos y programas disponibles, lo que incrementa su participación en los proyectos de desarrollo agropecuario. Una estrategia bien diseñada también puede orientar a los pequeños productores y cooperativas en la estructuración de proyectos que se alineen con las políticas públicas.

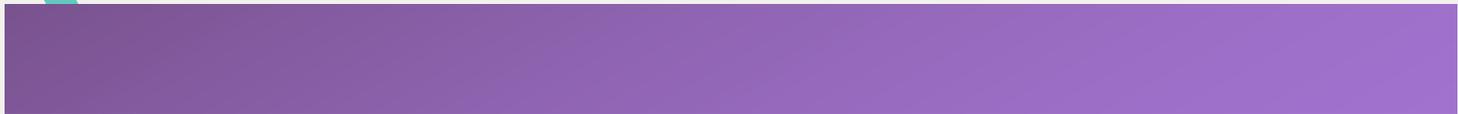
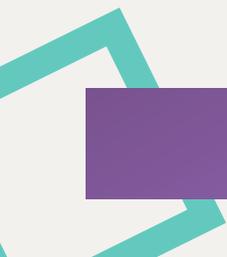


Fortalecimiento de la Relación con los Medios y la Opinión Pública

El manejo adecuado de las relaciones con los medios de comunicación y otros sectores de la opinión pública, como establece el Decreto 2364, es esencial para visibilizar los logros de la ADR y los avances en el desarrollo rural. A través de una comunicación estratégica, se puede promover el reconocimiento de las iniciativas de desarrollo agropecuario y sensibilizar al público general sobre la importancia de apoyar a las comunidades rurales y sus procesos de transformación.

Desarrollo de Encuestas y Evaluación de Impacto

La Oficina de Comunicaciones lidera el diseño de encuestas de calidad de servicio y satisfacción de usuarios, lo que contribuye a mejorar los programas y servicios ofrecidos por la ADR. Esta retroalimentación es vital para ajustar las estrategias y garantizar que las políticas de desarrollo rural estén alineadas con las necesidades de las comunidades. Además, las encuestas proporcionan información valiosa sobre la efectividad de las intervenciones y permiten realizar ajustes en tiempo real para maximizar su impacto.



Gestión de la Página Web y Comunicación Digital

La página web de la ADR, como medio clave para la divulgación de información institucional, debe ser gestionada de manera que sea accesible, informativa y atractiva para los productores rurales. A través de la web, se pueden difundir recursos educativos, oportunidades de financiación, y herramientas digitales que faciliten la conexión entre los productores rurales y los servicios ofrecidos por la ADR. Esta herramienta es esencial para la inclusión digital de las comunidades rurales y la promoción de buenas prácticas agropecuarias.

Sostenibilidad del Sistema de Gestión Institucional

La comunicación efectiva también juega un papel en el desarrollo y sostenimiento del Sistema Integrado de Gestión Institucional de la ADR. Al garantizar que todos los departamentos y dependencias de la entidad trabajen de manera coordinada y con una comunicación fluida, se fortalece la ejecución de proyectos y se mejora la eficiencia de la agencia en su misión de promover el desarrollo agropecuario y rural en Colombia.



Apoyo a la Gobernanza y Coordinación Territorial

Finalmente, una estrategia de comunicación bien diseñada puede ser un elemento clave para mejorar la gobernanza y la coordinación de las políticas públicas relacionadas con el desarrollo rural. Al facilitar el flujo de información entre las diferentes partes interesadas, se fortalecen los mecanismos de colaboración entre la ADR, los gobiernos locales, las comunidades y otros actores del sector agropecuario, lo que contribuye a un desarrollo rural más inclusivo y efectivo.



3 Diagnóstico y recomendaciones iniciales



Falta de intervención en el discurso público

Es fundamental que las acciones de comunicación no se limiten únicamente a la divulgación de logros y actividades, sino que también busquen influir en las narrativas y percepciones públicas de las tareas de la Agencia como del cumplimiento de la misión y visión de la ADR. Esto implica intervenir estratégicamente en el discurso público, especialmente en momentos clave, como grandes anuncios o controversias, donde la ADR debe adoptar una postura clara y coherente. La intervención en estos espacios permite generar comprensión, apoyo y legitimidad para las acciones de la agencia, asegurando que los esfuerzos no queden solo en el plano operativo, sino que también formen parte de un discurso más amplio sobre el desarrollo rural y la reforma agraria.

Redefinición del enfoque de la comunicación de la ADR

Actualmente, gran parte de las publicaciones y mensajes se centran en mostrar la gestión, pero este enfoque no permite comprender la verdadera magnitud de los logros alcanzados. La comunicación debe equilibrarse entre la presentación de resultados y la intervención directa en el discurso público, buscando informar los logros institucionales en materia de desarrollo agropecuario, pero también generar reflexión y debate sobre la relevancia y los impactos de esas acciones. Al mismo tiempo, se debe procurar que las narrativas de la ADR contribuyan a una visión más amplia sobre la reforma agraria, el desarrollo rural y la seguridad alimentaria.



Necesidad de redefinir el concepto de Reforma Agraria

El concepto “Reforma Agraria” tiene una significación histórica, política y social. Es necesario redefinir ese concepto en el contexto actual del país. La geopolítica, los compromisos comerciales y la situación económica de las regiones rurales requieren un enfoque más inclusivo y multidimensional. La reforma agraria que la ADR defiende es aquella que apunte a la agroindustria, la asociatividad, el mercadeo agropecuario, y la paz con trabajo digno. La reforma agraria no solo debe centrarse en el campesinado, sino también en los diversos actores sociales y políticos involucrados en el desarrollo agrario.

El papel central del campesinado en la Comunicación de la ADR

Para contrarrestar la percepción de estancamiento en el desarrollo rural histórico, es fundamental que la comunicación de la ADR otorgue mayor centralidad a los campesinos y su rol en la reforma agraria. Resaltar el contexto histórico y político que ha condicionado la crisis del sector agropecuario colombiano es clave para explicar los retos inherentes a la reforma agraria integral y a los alcances de las acciones de la agencia. La narrativa del campesino debe ser el eje central, ya que refleja la complejidad del proceso de cambio en el sector agropecuario. La ADR debe posicionarse como la autoridad encargada de abordar estos desafíos, comunicando abiertamente las dificultades de la gestión y el camino hacia una transformación real.

La importancia de una reforma agraria efectiva y sustentable

Es esencial que la comunicación de la ADR también advierta sobre los peligros de una reforma agraria ineficaz, que no sea suficiente para comprender la importancia de la institución. Muchas veces, no se percibe la diferencia entre la ADR y otras entidades como la ANT o el Ministerio de Agricultura, lo que diluye su rol como actor clave en la construcción de paz en los territorios rurales. La comunicación debe resaltar el privilegio de contar con una agencia como la ADR, que no existía desde la apertura económica de los años 90s, cuando gran parte de la institucionalidad agraria fue desarmada. Evidenciar la necesidad de su fortalecimiento para garantizar una reforma agraria efectiva y transformadora.



Confusión en la identidad y falta de visibilidad regional

La ADR enfrenta desde su creación problemas de reconocimiento y confusión sobre su nombre y misión. A veces es confundida con la ANT o el antiguo Incoder. Además, el centralismo y la falta de visibilidad de las Unidades Territoriales (UTT) dificultan la conexión con la misionalidad de la Agencia, creando desarraigo y desconexión tanto con el público interno como externo.



Mayor integración entre comunicadores y áreas técnicas

Existe una comunicación poco fluida entre las áreas técnicas de la institución y los profesionales de la comunicación. En las áreas técnicas los comunicadores encuentran muchas veces poca disponibilidad en la información o insumos de difícil comprensión. Esta situación impide que el área de comunicación tenga mayor impacto en las campañas comunicativas a la hora de visibilizar las acciones de la agencia y el estado de situación de tal o cual aspecto del desarrollo agrario.

El ejemplo como definición

Las formas que ha utilizado históricamente la agencia para comunicar su misión y su visión fue a través de la redacción de textos extensos que no dan verdadera dimensión a su labor en pos de una reforma agraria integral. Es por eso que se deben buscar historias ejemplificadoras que puedan ser tomadas como definición. Es decir “si esto es lo que hace la agencia entonces la agencia es esto”. Esa ejemplificación debe tener en cuenta la coyuntura específica, por ejemplo si existe una efeméride como “Día de la Mujer Rural” se debe visibilizar las acciones históricas para reforzar el rol de ese actor fundamental para el desarrollo agropecuario.



Recuento histórico

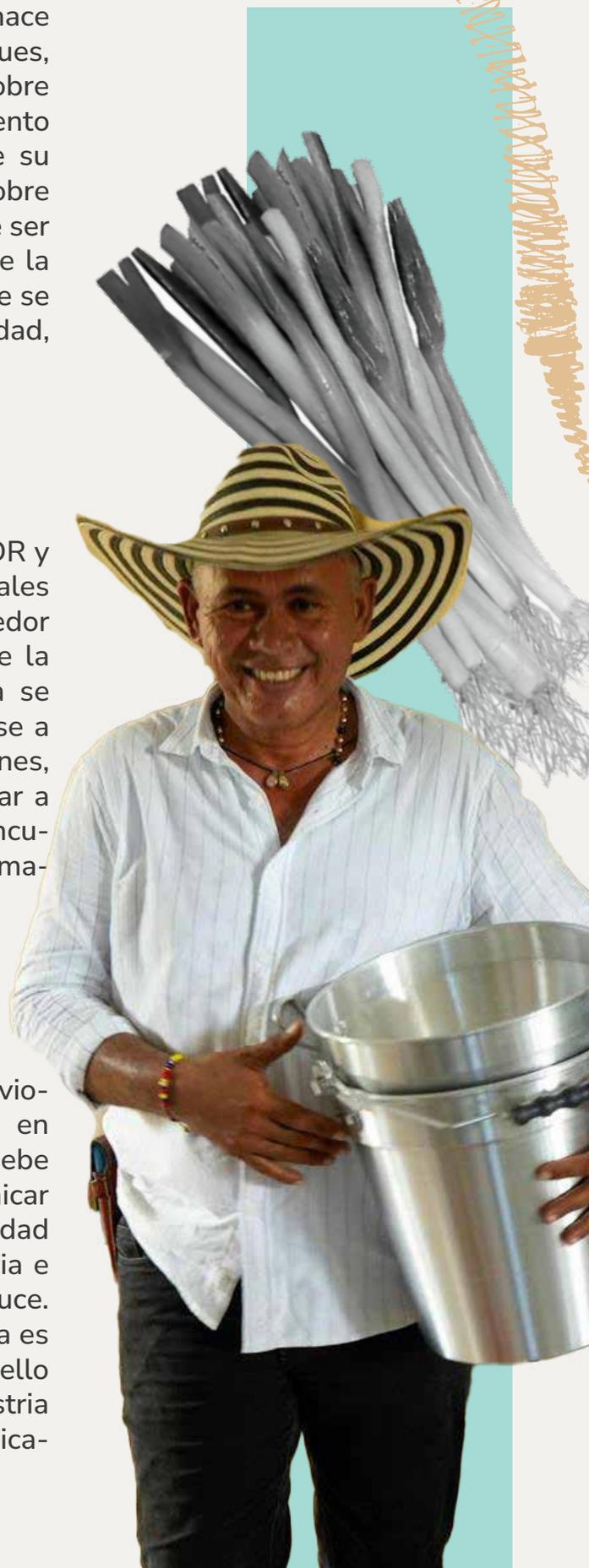
Cada presidencia que asume en la agencia hace borrón y cuenta nueva con nuevos enfoques, nuevas acciones y priorizando objetivos unos sobre otros. Sin embargo es necesario hacer un recuento histórico de ¿Qué ha hecho la agencia desde su creación? ¿Qué objetivos se han cumplido sobre otros? Ese recuento histórico de acciones puede ser parametrizado según los objetivos centrales de la nueva presidencia. Es decir dar cuenta de lo que se ha hecho en materia de mercadeo, de asociatividad, de enfoque diferencial, de agroindustria, etc.

Narrativa de descentralización

La nueva presidencia ha decidido llevar a la ADR y a sus funcionarios más allá de las oficinas centrales y UTTs. Los encuentros con asociaciones alrededor del país necesitan una narrativa que justifique la dimensión de esos eventos. En esa narrativa se debe destacar el servicio que significa acercarse a las asociaciones y no esperar que las acciones, muchas veces con pocos recursos, logren llegar a las oficinas de la ADR o incluso que puedan vincularse con otras de su misma región para lograr mayores niveles dentro de la propia organización.

Relación Reforma Agraria = Paz

La relación histórica entre el desarrollo rural y violencia en el país está estrechamente ligada en aspectos económicos y sociales. La agencia debe comprender esa dimensión para poder comunicar efectivamente como en los lugares que la actividad agropecuaria tiene vigor los índices de violencia e ingreso de actores armados ilegales se reduce. Donde hay trabajo en el campo no hay violencia es la enseña histórica que tenemos como país, por ello aportar a una reforma agraria con agroindustria debe destacarse a lo largo y ancho de la comunicación institucional.





El campo como espacio de reconciliación

Muchas asociaciones incluyen entre sus miembros víctimas del conflicto armado y también victimarios. En esencia esto se debe a que tanto de un lado y el otro de la historia se encuentra el campesinado. Todos son hijos de un mismo origen campesino y popular. Las asociaciones que tienen esta característica son el claro ejemplo que si hay condiciones de progreso en el campo la reconciliación se da de manera efectiva y sustentable.

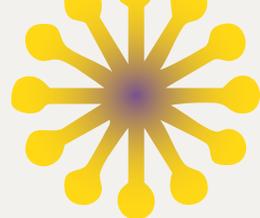
Hijos de una misma tradición

Campesinos, indígenas y afrodescendientes muchas veces han sido actores que han entrado en conflicto, sin embargo desde la agencia se debe promover la asociatividad entre esos sectores. Son hijos de una misma tierra y encuentran en el trabajo en el campo más que su alimento, encuentran un trabajo digno y un camino de progreso para tener cumplimiento a los derechos esenciales. Poner en relieve el cruce entre los tres sectores es un mensaje potente sobre los alcances de la reforma y el camino a reconstruir los lazos sociales en el territorio.

Narrativa de la dificultad de la gestión

Se debe hacer un énfasis en resaltar lo complejo de la labor de la Agencia. Esto significa comunicar no solo la acción, no solo la gestión institucional, sino también las dificultades que se han tenido para llevarla adelante. De esto se pueden desprender muchísimos aspectos tales como: la dificultad de acceso al territorio, la complejidad en la agro logística, las deudas históricas que afronta la institución de pasadas gestiones, etc. Esa narrativa no se construye como una excusa para la ejecución, sino para darle valor a una institución necesaria que establezca políticas públicas que vayan más allá de quién esté a cargo de la agencia.





Espacio de difusión para proyectos productivos beneficiados por la agencia

Uno de los objetivos de esta administración es darle visibilidad a las asociaciones campesinas que tengan como posibilidad y vocación la exportación de sus productos con o sin procesos agroindustriales. De esta manera se debe dedicar un espacio de visibilidad para proyectos que puedan tener un impacto simbólico en la tarea de la Agencia pero que también a través de su difusión pueden darle lugar a otros emprendimientos similares.

Redacción de los comunicados

Los comunicados que realiza a diario la ADR hacia la prensa nacional e internacional deben tener un enfoque y una vocación de ser noticia. No alcanza con mencionar logros si no se resalta el aspecto noticioso de esa gestión. Si no es noticia difícilmente se publique en medios medianos y grandes a nivel nacional. Ser noticia es la manera más efectiva de difundir naturalmente las acciones que la Agencia realiza para beneficiar a las asociaciones campesinas.

