

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
PECO**

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

2023

Reviso	Aprobó 
Nombre: Camilo Andrés Castro Yara Cargo: Coordinador Grupo de Comunicaciones y Prensa Fecha: 24-04-2023	Nombre: Didier Chica Cargo: Asesor Grupo de Comunicaciones y Prensa Fecha: 24-04-2023

<h1>Documento Estratégico</h1> <p>Gestión de comunicaciones y prensa</p>	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Versión: 1
		Fecha Emisión: 24/04/2023

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	OBJETIVO.....	4
3.	ALCANCE.....	4
4.	DEFINICIONES.....	4
5.	Base legal.....	5
6.	RESPONSABLES.....	8
7.	CONTENIDO DEL PLAN	8
7.1.	Públicos de interés	8
7.2.	Recursos a tener en cuenta para la construcción del Plan de Comunicaciones	8
7.3.	Diagnóstico de Comunicaciones del Ministerio de Agricultura	9
7.3.1.	Contexto.....	9
7.3.2.	Características del entorno	9
7.3.3.	Encuesta interna de comunicaciones.....	14
7.4.	Ejes del Plan de Comunicaciones	15
7.5.	Subprocesos de la comunicación	16
7.6.	Necesidades en comunicación	16
7.7.	Estrategias a Desarrollar	16
7.7.1.	Newsletter # Conexión Agro	16
7.7.2.	Manejo de medios de comunicación	17
7.7.3.	Estrategia de redes sociales	18
7.7.5.	Un café con la ministra.....	20
7.7.6.	Soy Agro	21
7.7.7.	Colombia Agro	22
7.7.8.	Conciencia Verde	23
7.8.	Metas del Plan Estratégico de Comunicaciones para el año 2023.....	24
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	25
9.	CONTROL DE CAMBIOS:	25



<p>Documento Estratégico</p> <p>Gestión de comunicaciones y prensa</p>	 <p>MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL</p>	<p>Código: DE-CYP-02</p>
	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO</p>	<p>Versión: 1</p> <p>Fecha Emisión: 24/04/2023</p>

1. INTRODUCCIÓN

La información pública es una herramienta que posibilita la gestión transparente de las entidades del Estado y facilita la vigilancia ciudadana sobre sus acciones. Un ministerio que informa suficiente, oportuna y verazmente y recoge las demandas informativas de la comunidad, es una entidad que genera confianza, certidumbre y credibilidad en la población que representa.

Las comunicaciones del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural deben establecer la relación entre la entidad, los grupos de valor y la población en general, determinar los espacios de encuentro y de intercambio para fortalecer la identidad institucional. Es por eso que el Plan Estratégico de Comunicaciones (PECO) es la línea base para la comunicación interna y externa del Ministerio, convirtiéndose en una herramienta importante, dado que contempla las pautas mínimas de comunicación en una organización.

Por otro lado, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) define la información y comunicación como una dimensión transversal y “articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión” (Función Pública, s.f.), por lo tanto, este plan debe diseñarse teniendo en cuenta la dimensión y características de la entidad y su entorno, los resultados disponibles de indicadores relacionados con comunicación del Ministerio, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, la Guía para la Administración del Riesgo y el diseño de controles en entidades públicas y demás normatividad aplicable.

El PECO es el documento oficial del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para la implementación de acciones que conducen al éxito de la comunicación pública. Vista en dos (2) subprocesos:

- Comunicación interna
- Comunicación externa

Es así como se plantea un plan que responda integralmente no solo al eje de prensa, sino a la cultura de la entidad en general, tal como lo indica el Modelo de Comunicación Pública Organizacional e informativa para entidades del Estado de la USAID: “que no solamente se propongan establecer unas buenas relaciones con los medios de comunicación y garantizar la difusión de las actuaciones de las entidades, sino que contribuyan a la consolidación de una cultura organizacional fundada en los principios de la función pública y encaminada a movilizar internamente a los servidores públicos en sintonía con los objetivos estratégicos propios de cada entidad y con el cumplimiento de los fines esenciales del Estado.”

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

2. OBJETIVO

Desarrollar una cultura de la comunicación a través de estrategias y acciones que permitan el manejo asertivo de la información del Ministerio a nivel interno y externo con criterios de transparencia, oportunidad y veracidad, fortaleciendo la participación ciudadana, la formulación y promoción de las políticas públicas y el acceso a la oferta estatal en el marco de la reforma rural integral.

3. ALCANCE

La información y comunicación es una dimensión articuladora de las demás, por lo tanto, su alcance se extiende de manera transversal a todos los procesos de la Entidad y a todos sus niveles jerárquicos.

DESDE: el diagnóstico y recolección de necesidades de los procesos y ciudadanía.

HASTA: la evaluación de las estrategias ejecutadas.

4. DEFINICIONES

Comunicación interna: procesos de comunicación ascendente y descendente que se desarrollan en el ámbito interno de la organización, entre personas, áreas o equipos. Abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos, a través de diferentes canales.

Comunicación externa: hace referencia a los mensajes y canales dirigidos a la ciudadanía, gremios, asociaciones, proveedores, sindicatos, medios de comunicación y público en general.

GCYP: Grupo de Comunicaciones y Prensa.

MADR: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

PECO: Plan Estratégico de Comunicaciones.

MIPG: modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Mecanismos de comunicación: canales, medios o herramientas utilizadas por la institución para establecer comunicación con cada uno de sus grupos de interés

Vocero: es el ministro(a) o la persona delegada por él o ella, para dar declaraciones a medios masivos, regionales o comunitarios de comunicación.

Medios masivos: hace referencia a los medios que impactan a una cantidad importante de la población colombiana a través de sus diferentes plataformas.

Comunicación digital: son los mensajes enviados a través de medios como la Intranet Institucional, página Web, redes sociales, mail, WhatsApp, televisores, Pantallas y toda

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

herramienta que requiera internet para su uso.

Boletín: hace referencia a un texto informativo en el cual se proyectan y redactan noticias de interés.

Comunicados de prensa: es la herramienta a través de la cual se da información o respuesta a medios de comunicación, frente a algún tema.

Canales o medios institucionales: hace referencia a las herramientas utilizadas por la institución para establecer comunicación con cada uno de sus grupos de interés y de esta manera tenerlos comunicados.

Comunicación en doble vía: se refiere a la comunicación entre emisor y receptor, que genera mensajes al mismo tiempo por ambas partes.

Estrategia de comunicación interna: busca fomentar un proceso de comunicación al interior de la entidad de manera asertiva con la que se optimicen los recursos y el encadenamiento productivo de las organizaciones.

Comunicación descendente: este tipo de comunicación se desprende desde los niveles directivos y fluye hacia los niveles operativos, a través de los diferentes jefes de oficina.

Comunicación ascendente: este tipo de comunicación se desprende de los colaboradores y fluye hacia los directivos, permitiendo generar canales de escucha y retroalimentación en los diferentes niveles. Los colaboradores de la Institución se convierten en sujetos propositivos dentro de la gestión corporativa.

Comunicación horizontal: se desarrolla entre colaboradores de un mismo nivel jerárquico en donde tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí. Su objetivo es proveer un canal de coordinación y solución de problemas, además de brindar la alternativa de relacionarse como colaboradores con rangos similares en la Institución.

5. BASE LEGAL

NORMA	AÑO	DESCRIPCION	EMITIDO POR
Ley 23	1982	Derechos de autor	Congreso de la República de Colombia
Artículos 15, 20, 23, 61, 73, 74, 78, 270 y 284 de la Constitución Política.	1991	Temas relacionados con acceso a la información, a documentos públicos, formas y sistemas de participación ciudadana, así como suministro de información y protección de la propiedad intelectual.	Asamblea Nacional Constituyente
Ley 98	1993	Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano	Presidencia de la República de Colombia

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

Directiva presidencial 22	2003	Austeridad en el gasto público en contratos de consultoría.	Presidencia de la República de Colombia
Modelo de Comunicación Pública Organizacional e informativa para entidades del Estado	2004	Documento guía para la implementación y desarrollo de la Comunicación Pública en las Entidades del Estado. Ofrece una metodología para diseñar planes de comunicación que no solo establezcan relaciones con los medios de comunicación, sino que contribuyan a consolidar una cultura organizacional con base en los principios de la función pública.	USAID/CASALS/Comunicación Pública Estrategias
Manual de Niñez y Periodismo. Un aporte para el trabajo periodístico comprometido	2008	Recomendaciones para filmar o fotografiar niños, niñas y adolescentes, respetando sus derechos.	Agencia Nacional de Noticias. Proyecto de Global Infancia Inteligente de la Red ANDI-América Latina.
Ley 1341	2009	Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC	Congreso de la República de Colombia
Acuerdo 002	2011	Por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta.	Comisión Nacional de Televisión.
Ley 1474	2011	Estatuto Anticorrupción. Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.	Congreso de la República de Colombia
Decreto 4326	2011	Reglamenta parcialmente el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 sobre actividades de divulgación.	Presidencia de la República de Colombia
Ley 1507	2012	Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia
Ley Estatutaria 1581	2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales	Congreso de la República de Colombia
Decreto 2573	2014	Define los lineamientos, instrumentos y Gobierno en Línea para garantizar máximo aprovechamiento de las TIC, con fin contribuir con la construcción de un Estado abierto más eficiente, más transparente y participativo y que preste mejores servicios con la colaboración toda la sociedad. Deroga el decreto 2693 de 2012	Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

Ley 1712	2014	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia
Resolución 159	2015	Por la cual se crea y organiza un grupo interno de trabajo en el Despacho del Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, se le asignan responsabilidades y se designa coordinador.	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
Decreto 1078	2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	Presidencia de la República de Colombia
Ley Estatutaria 1757	2015	Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática	Congreso de la República de Colombia
Decreto 124	2016	Por el cual se sustituye el Título IV de la Parte 1 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015, relativo al "Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano	Presidencia de la República de Colombia
Decreto 1499	2017	Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015 (MIPG)	Presidencia de la República de Colombia
Manual Operativo Modelo Integrado de Planeación y Gestión, Manual Operativo	2023	El nuevo Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG articula el nuevo Sistema de Gestión, que integra los anteriores sistemas de Gestión de Calidad y de Desarrollo Administrativo, con el Sistema de Control Interno. El objetivo es consolidar, en un solo lugar, todos los elementos que se requieren para que una organización pública funcione de manera eficiente y transparente, y que esto se refleje en la gestión. Dimensión No. 5 de información y Comunicación.	Consejo para la Gestión y el Desempeño Institucional. Departamento Administrativo de la Función Pública
Decreto 2106	2019	Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública.	Departamento Administrativo de la función Pública
Resolución 1519	2021	Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a	Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

		la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos.	
Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026	2023	Es la hoja de ruta de este gobierno del cambio que busca sentar las bases para que el país se convierta en un líder de la lucha mundial por la vida, la humanidad y la naturaleza	Presidencia de la República de Colombia

6. RESPONSABLES

Los responsables de la gestión, adherencia y cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones serán el Asesor, el Coordinador del Grupo de Comunicaciones y Prensa y su equipo de trabajo.

La Oficina de Planeación y la Oficina de Control Interno, estarán encargadas de realizar el seguimiento y verificación frente al cumplimiento de las acciones plasmadas en el PECO.

7. CONTENIDO DEL PLAN

7.1. Públicos de interés

Siendo Comunicaciones y Prensa un proceso transversal a toda la institución, el PECO está dirigido a cada uno de los macroprocesos y procesos de la institución; así como, al público externo (Ciudadanos, gremios, productores, asociaciones, entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación masivos y comunitarios, entidades del sector, proveedores, entes de control). Los grupos de valor más específicos están supeditados a la caracterización que adelanta el Ministerio.

7.2. Recursos a tener en cuenta para la construcción del Plan de Comunicaciones

- ✓ Mapa de procesos.
- ✓ Caracterización del proceso y resolución de la Política de Comunicaciones.
- ✓ Solicitudes recibidas o necesidades identificadas.
- ✓ Avances de gestión.
- ✓ Disposiciones legales.
- ✓ Plan de Acción Institucional,
- ✓ Plan anual de Adquisiciones – PAA
- ✓ Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano. PAAC.
- ✓ Modelos Integrado Planeación y Gestión, MIPG.
- ✓ Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas
- ✓ Reforma Rural Integral.
- ✓ Plan Nacional de Desarrollo.

Documento Estratégico Gestión de comunicaciones y prensa	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Versión: 1 Fecha Emisión: 24/04/2023

7.3. Diagnóstico de Comunicaciones del Ministerio de Agricultura

7.3.1. Contexto

La Ley 101 de 1993 y la Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero, desarrollaron los artículos 64, 65 y 66 de la Constitución Nacional, con miras a proteger el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, y promover el mejoramiento del ingreso y calidad de vida de los productores rurales, asignando diferentes funciones y competencias al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, entidad del orden nacional encargada de formular, dirigir, coordinar y evaluar las políticas relacionadas con el desarrollo rural, agropecuario, pecuario, pesquero, acuícola y forestal.

En el nuevo Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026 denominado “Colombia, potencia mundial de la vida”, el Gobierno Nacional definió los siguientes propósitos: Ordenamiento del territorio alrededor del agua y justicia ambiental; Seguridad humana y justicia social; Derecho humano a la alimentación; Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática; Convergencia regional; El cambio es con las mujeres, Colombia igualitaria, diversa y libre de discriminación; Reparación efectiva e integral a las víctimas, pueblos y comunidades étnicas; Jóvenes con derechos que lideran las transformaciones para la vida; y Garantías hacia un mundo sin barreras para las personas con discapacidad.

Todas estas son las bases que buscan la Paz Total apuntando hacia la promoción de un desarrollo económico, social y ambiental, impulsando una Reforma Rural Integral que fortalezca los modelos de desarrollo territoriales y cree mecanismos de democratización de la tenencia de la tierra priorizando a las mujeres. La Reforma contribuirá en la transformación de Colombia en una potencia agroalimentaria sostenible y garantizará el derecho humano a la alimentación para todos sus habitantes. Se permitirá el acceso de los productores de la economía familiar, campesina y comunitaria a factores productivos, como soluciones de riego, tecnología, extensión agropecuaria, conectividad y servicios complementarios a la producción.

Teniendo en cuenta este nuevo contexto las comunicaciones del ministerio incidirán de manera transversal en todos los objetivos del Plan de Desarrollo, por lo que resulta necesario realizar un diagnóstico que evalúe las características de los diferentes entornos para formular un plan de comunicaciones con indicadores de impacto.

7.3.2. Características del entorno

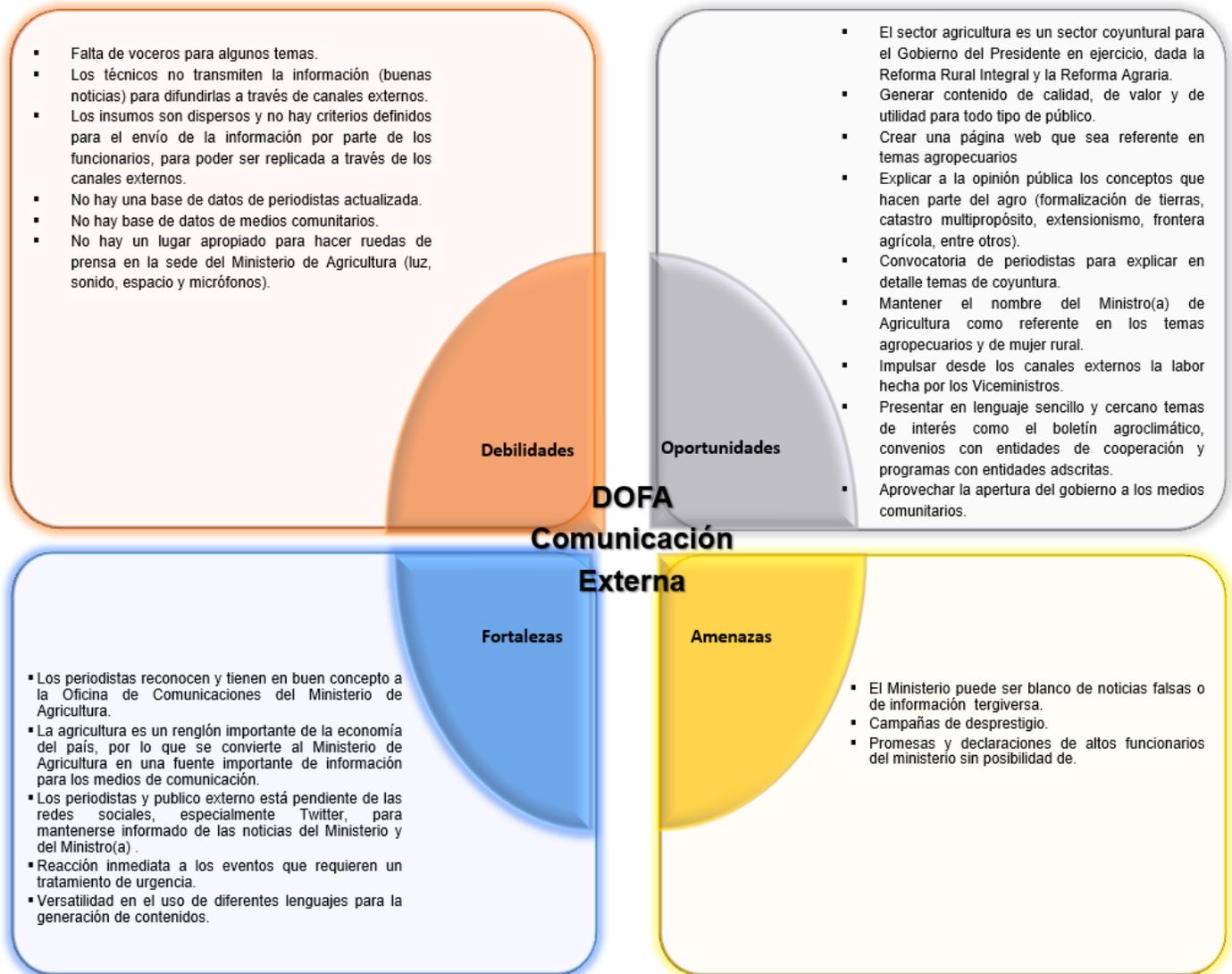
Con el fin de realizar un análisis del entorno que incide en la comunicación interna y externa del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, se construye el siguiente diagnóstico teniendo en cuenta las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas (PEST); así como, las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA) de cada eje de comunicación para construir un nuevo Plan Estratégico de Comunicaciones.

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023



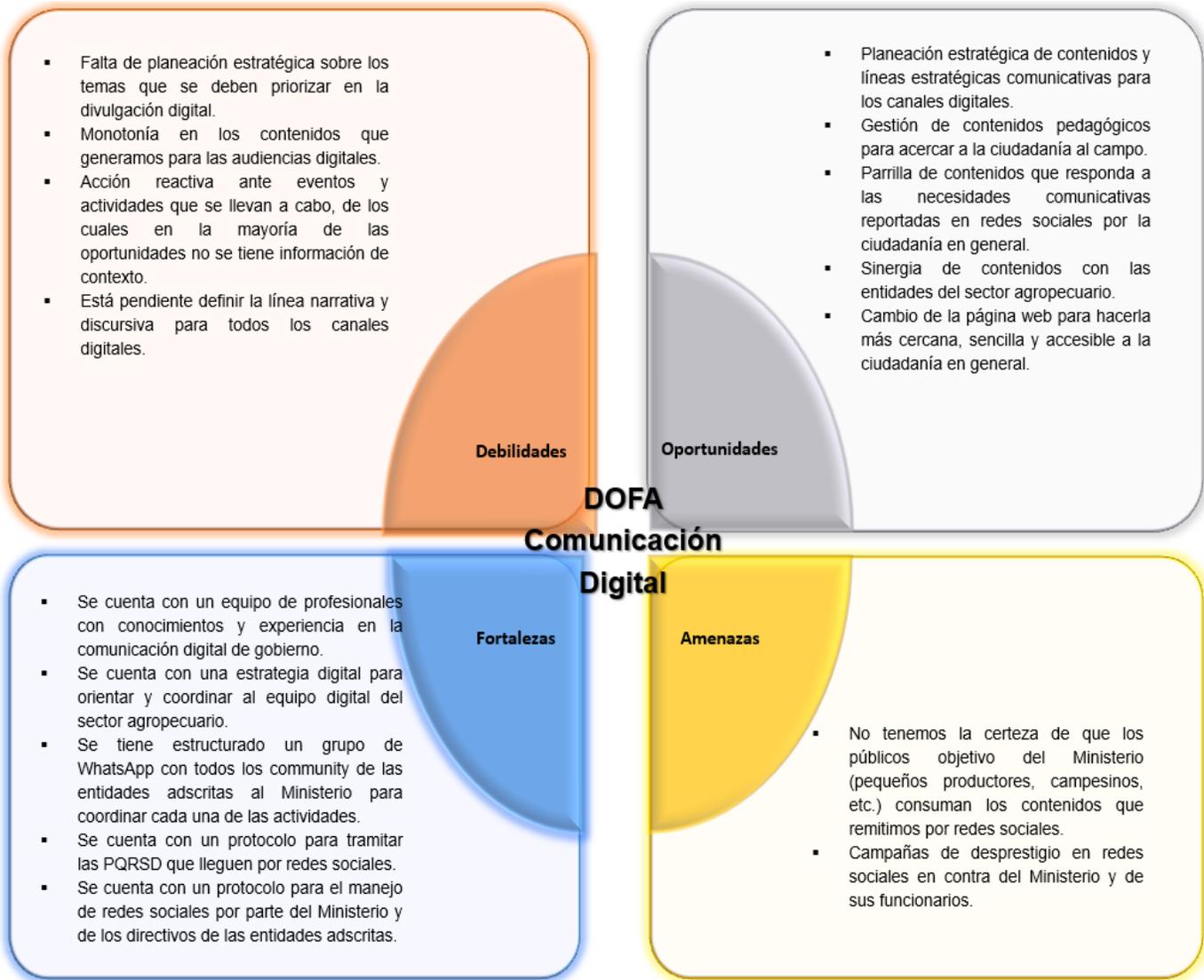
Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

DOFA Comunicación Externa



Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

DOFA Comunicación Digital



Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

DOFA Comunicación Institucional

- Las carteleras son el canal de comunicación interna que menos consumen los funcionarios, pese a que su ubicación es muy transitada.
- Las diferentes dependencias del Ministerio de Agricultura no acostumbran a solicitar al Grupo de Comunicaciones y Prensa asesoría a la hora de crear un micrositio en la página web.
- La comunicación interna del Ministerio de Agricultura no cuenta con un procedimiento que les permita a los colaboradores conocer cómo realizar sus solicitudes y aprobaciones.
- El Grupo de Comunicaciones y Prensa no cuenta con un Plan de Comunicaciones ni una política.
- Las diferentes dependencias del Ministerio de Agricultura no conocen qué proyectos llevan a cabo las otras áreas.

Debilidades

- Fortalecer la comunicación ascendente dado que gran parte de los colaboradores sienten que sus opiniones no son tomadas en cuenta a la hora de presentar una propuesta de mejora de la entidad.
- Fortalecer la comunicación horizontal, en especial el diálogo entre áreas, pues un gran porcentaje de las personas encuestadas aún considera que el diálogo no les resulta fácil.
- Los funcionarios y contratistas quieren tener más información sobre los procesos que se adelantan en las demás áreas y sobre la agenda del Ministro(a).
- Hacer uso del correo electrónico de comunicaciones internas como medio para arrastrar audiencia a otros canales como: CampoNet y las pantallas de televisión.
- Entendiendo que el correo electrónico es el canal de comunicación preferido por los colaboradores, se gestionará información que resulte de interés para los funcionarios y contratistas.
- Cambiar las carteleras por una alternativa más sostenible y versátil que permita reproducir material audiovisual.
- Teniendo en cuenta la gran acogida que tiene Soy Agro, se ampliará su alcance para que tanto funcionarios como contratistas puedan participar.
- Se busca mejorar la comunicación ascendente a través de reuniones de equipo que permitan escalar la sugerencias, quejas o solicitudes a los jefes y supervisores en pro de fortalecimiento de la entidad.
- Diseñar un procedimiento de comunicaciones que le permita a los colaboradores conocer cómo realizar sus solicitudes y aprobaciones.

Oportunidades

DOFA Comunicación Institucional

Fortalezas

- El correo electrónico es el canal de comunicación interna que más conocen y consumen los funcionarios y contratistas.
- Los funcionarios y contratistas se encuentran satisfechos con la información emitida por el Grupo Asesor de Comunicaciones y Prensa, y sienten confianza a la hora de consumir sus productos.
- Los trabajadores están satisfechos con el producto audiovisual Soy Agro.
- El Grupo de comunicaciones y prensa cuenta con profesionales capacitados para responder a las necesidades del Ministerio.
- El Grupo de comunicaciones y prensa tiene contacto directo con la ministra, situación que le permite conocer de primera mano las instrucciones y línea comunicativa del sector.

Amenazas

- Las dependencias del Ministerio de Agricultura no comparten con el Grupo de Comunicaciones y Prensa el material que van a divulgar por los canales de comunicación interna, en especial el correo electrónico. No existe un filtro que permita validar el manejo de la imagen corporativa y el discurso.
- Pese a que en repetidas ocasiones el Grupo de Comunicaciones y Prensa ha divulgado la necesidad de utilizar el nuevo logo del Gobierno Nacional, algunas dependencias aún manejan el logo del Gobierno anterior.
- No existe un canal de comunicación interna directo entre el Ministerio de Agricultura y las entidades adscritas y vinculadas.

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

7.3.3. Encuesta interna de comunicaciones

La encuesta de comunicaciones se realizó a finales del 2022 con el fin de medir los flujos y mecanismos de comunicación al interior del Ministerio; una herramienta que funge como insumo valioso para la proyección del nuevo PECO en cuanto a las acciones para fortalecer la comunicación interna. El resultado ponderado que arrojó la herramienta fue de 3.6 sobre 5, indicador que se tomará como línea base para la formulación de nuevas metas.

Entre las conclusiones más importantes están:

- Gran parte de los colaboradores expresaron que sus opiniones no son tomadas en cuenta a la hora de presentar una propuesta de mejora de la entidad.
- Se debe fortalecer la comunicación horizontal, en especial el diálogo entre áreas, pues un gran porcentaje de las personas encuestadas aún considera que el diálogo no les resulta fácil.
- El correo electrónico es el canal de comunicación interna que más conocen y consumen los funcionarios y contratistas.
- Las carteleras es el canal de comunicación interna que menos consumen los funcionarios, pese a que su ubicación es muy transitada.
- Los funcionarios y contratistas se encuentran satisfechos con la información emitida por el Grupo Asesor de Comunicaciones y Prensa, y sienten confianza a la hora de consumir sus productos.
- Los funcionarios y contratistas quieren tener más información sobre los procesos que se adelantan en las demás áreas y sobre la agenda del jefe de la cartera.
- Los trabajadores están satisfechos con el producto audiovisual Soy Agro.

Oportunidades de mejora:

- Hacer uso del correo electrónico de comunicaciones internas como medio para impulsar audiencia a otros canales como: CampoNet y las pantallas de televisión.
- Entendiendo que el correo electrónico es el canal de comunicación preferido por los colaboradores, y respondiendo a la solicitud de las áreas de estar informados de la agenda y actividades del ministro (a), es necesario que el Grupo Asesor de Comunicaciones y Prensa envíe los comunicados de prensa a funcionarios y contratistas por este medio.
- Aunque gran parte de los funcionarios y contratistas reconocen las carteleras como canal de comunicación, muy pocas personas las consumen. Desde el Grupo Asesor de Comunicaciones y Prensa se debe gestionar el reemplazar las carteleras de cartón por pantallas móviles para poder publicar material audiovisual en las mismas y, al mismo tiempo, evitar el consumo de papel.

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

- Los colaboradores están muy satisfechos con Soy Agro, desde el área de comunicaciones internas se proyecta extender su alcance, entrevistando a funcionarios y contratistas de todo nivel jerárquico.
- Para contribuir al fortalecimiento de la comunicación ascendente, el Grupo Asesor de Comunicaciones y Prensa propone establecer de manera periódica reuniones de equipo que permitan escalar la sugerencias, quejas o solicitudes a los jefes y supervisores en pro de fortalecimiento de la entidad.

7.4. Ejes del Plan de Comunicaciones

Mediante la resolución 159 de 2015 se crea y organiza el Grupo de Comunicaciones y Prensa del MADR, asignándole responsabilidades alrededor de tres ejes de trabajo: Prensa, Comunicación Institucional y Comunicación Digital, los cuáles, para el 2023, se desarrollarán a través del proceso de Comunicaciones y de dos subprocesos.

Los temas claves que el Grupo de Comunicaciones y Prensa del MADR se propone fortalecer a través de los ejes del Plan Nacional de Desarrollo y de los objetivos del Ministerio, son los siguientes:

 Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural



Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

7.5. Subprocesos de la comunicación

Los subprocesos del proceso de comunicación en el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural son:

- ✓ Comunicación Interna (Colaboradores)
- ✓ Comunicación Externa (Ciudadanos, gremios, productores o asociaciones, entidades públicas, medios masivos y comunitarios de comunicación, entidades del sector, proveedores, medio ambiente, entes de control).

Estos públicos de interés están supeditados a la caracterización de grupos de valor que adelanta el Ministerio.

7.6. Necesidades en comunicación

Desde el subproceso de comunicación interna se recogen anualmente las necesidades en comunicación a partir de la Matriz de Necesidades en Comunicación por Proceso. Los tiempos de respuesta y el manejo están descritos en el Procedimiento Generación de Contenidos Informativos Internos PR-CYP-03.

7.7. Estrategias a Desarrollar

7.7.1. Newsletter #ConexiónAgro

Diseñar y realizar un informativo periódico en línea (**newsletter**) del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y sus entidades adscritas y vinculadas, para mantener actualizada la información más importante del sector y facilitar el acceso a los diferentes grupos de valor

Objetivo:

- Establecer un canal de información directo con las audiencias y los usuarios del sector agropecuario y rural para difundir información relevante de la cartera agropecuaria y la institucionalidad, que incluya:
 - ✓ Contenidos de prensa: noticias del Ministerio de las entidades de la última semana.
 - ✓ Temas de actualidad: agendas, convocatorias o anuncios importantes, etc.
 - ✓ Oferta institucional.
 - ✓ Canales de participación ciudadana (líneas, redes, chats, etc.).
 - ✓ Generar tráfico a las páginas web del Ministerio de Agricultura y las entidades.



Documento Estratégico Gestión de comunicaciones y prensa	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Versión: 1 Fecha Emisión: 24/04/2023

- ✓ Generar un mecanismo para surtir de información actualizada a los diferentes usuarios del MADR.

Generar atención y conocimiento de los diferentes canales de participación e información como web, líneas telefónicas, chats, etc. Además de las redes

Canales de distribución:

- Correo electrónico
- Grupos de Whastapp
- Página Web

Metodología:

Dependiendo la periodicidad que se adopte, se recopilará información que hayan divulgado el MADR y las Entidades de mayor impacto, que incluyan cifras relevantes del sector y una frase del ministro(a) o de uno de los viceministros.

Audiencias:

- Secretarios de agricultura.
- Gremios.
- Alcaldes y gobernadores.
- Organizaciones.
- Congreso.

Periodicidad: Quincenal.

7.7.2. Manejo de medios de comunicación

Divulgar las políticas, planes, programas, logros de gestión, servicios y demás temas de interés relacionados con el Ministerio de Agricultura o el sector agropecuario, a la ciudadanía a través de los medios masivos y comunitarios de comunicación

Objetivos:

- Identificar los temas clave del Ministerio para la realización de boletines de prensa.
- Construir una base de datos de medios de comunicación regionales y nacionales para el envío de los boletines de prensa.
- Mantener una relación cordial y respetuosa con la prensa.
- Visibilizar la gestión institucional del equipo directivo y del Ministerio.
- Monitorear constantemente las publicaciones de los medios de comunicación.

Periodicidad: De acuerdo con las metas del Plan Estratégico de Comunicaciones.



Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

Línea discursiva: mensajes clave a trabajar a lo largo del año.

Teniendo en cuenta el momento coyuntural de Colombia y el gran objetivo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de avanzar en una Reforma Rural Integral, todas las comunicaciones externas deben propender por incidir y reforzar este mensaje a través de las siguientes líneas discursivas.

- Reforma rural integral como elemento fundamental en la construcción de paz.
- Paz total con soberanía alimentaria.
- Colombia potencia mundial de la alimentación.
- Impulsar la transformación del campo.
- Relación entre tierra y producción.
- Mejorar las condiciones de vida.
- Gobierno del campo.
- Transformación del campo con las mujeres.
- Campo para la gente.
- La reforma agraria es una realidad para el país.

7.7.3. Estrategia de redes sociales

Posicionar las redes sociales del Ministerio de Agricultura como canales de comunicación pedagógicos y cercanos bajo la estrategia de marketing de gobierno online.

Objetivos:

- Diseñar la estrategia sombrilla de marketing digital de gobierno para el Ministerio de Agricultura.
- Definir la parrilla de contenidos digitales.
- Construir comunidad digital alrededor de los intereses y motivaciones del agro colombiano.
- Visibilizar la gestión institucional del ministro(a) y el Ministerio.

Audiencias:

- Población rural (productores, agricultores, cultivadores, campesinos) y gremios para socializar políticas públicas, programas, proyectos, beneficios, incentivos que mejoren su calidad de vida e ingresos económicos.
- Entidades del sector: articulación, información inmediata, relacionamiento y trabajo colaborativo.
- Ciudadanía: gestión y resultados.
- Medios de comunicación: información permanente, de calidad y con utilidad para sus labores.

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

Canales de distribución:


 Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

 <p>Posicionará los temas que sean más mediáticos ante los líderes de opinión y medios de comunicación.</p> <p>Reto Un trino = a un titular.</p>	 <p>Escenario digital para conectar socialmente al Ministerio con la ciudadanía en general.</p> <p>Reto Crear comunidad activa digitalmente.</p>	 <p>Vitrina del campo, lo bonito, lo estético, lo que nos antoja, lo que nos emociona, lo que más nos gusta del agro... lo que nos mueve las fibras.</p> <p>Reto Antojo por probar lo mejor de mi tierra.</p>	 <p>Canal digital para hacer lobby con stakeholders y visibilizar la gestión Institucional.</p> <p>Reto Posicionamiento de las buenas prácticas Institucionales.</p>	 <p>Aprender, conocer y generar curiosidad sobre el campo y el mundo del agro en general</p> <p>Reto Hacer pedagogía del y para el campo.</p>	 <p>Plataforma para visibilizar los videos de mejor calidad y con una extensión mayor a un minuto.</p>
--	--	---	---	---	---

Reto general: Conectar a los usuarios digitales con el campo colombiano

KPIS de la campaña:

- Alcance (a cuántos llegamos)
- Interacciones (cuántos interactuaron)
- Visualizaciones de los clips divulgados (reproducciones totales)
- Nuevos seguidores

Periodicidad: Diario

7.7.4. Campaña Somos #MinAgricultura

Con esta campaña sombrilla se realizará la socialización de la información clave del Ministerio de Agricultura a todos los colaboradores con temas de: mejoramiento, avances, logros, retos realizados por la Secretaría General y/o el equipo directivo.

En esta campaña se promoverá la importancia de un liderazgo transformacional que, a través del ejemplo se fomenten los valores y principios institucionales en el marco de una etapa de cambio que se viene presentando al interior de la entidad, en donde se enmarque que a pesar de que cada colaborador es único y diferente, cuenta con las aptitudes y actitudes para cohesionar y trabajar en el marco de las siguientes características propias del equipo de trabajo #MinAgricultura:

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

- Trabajo en equipo
- Respeto
- Corresponsabilidad
- Asertividad
- Participación
- Integración

Así mismo, con el reconocimiento y la importancia de la labor de cada uno de los colaboradores se identifica la importancia de la labor que hace cada uno para logra que Colombia sea potencia mundial de la alimentación.

Mensajes:

Somos potencia
Yo Soy #MinAgricultura
Todos Somos #MinAgricultura.
Hago parte de #MinAgricultura.

Acciones Tácticas:

- Reuniones de fortalecimiento: espacios mensuales para desplegar la información y un tema corporativo mensual designado desde la secretaria general para el posicionamiento de los temas más relevantes en todo el equipo.
- Talleres de Comunicación: espacios liderados desde el Grupo de Comunicaciones y Prensa para el fortalecimiento de competencias comunicativas.
- Fortalecimiento de la Cultura y Clima Organizacional: a través de la articulación con las diferentes área, oficina o grupos, generando espacios para integración de los colaboradores del ministerio.

7.7.5. Un café con la Ministro(a)

Fomentar la participación e interés del público interno en la transformación del sector agropecuario a través de un espacio de diálogo y escucha entre los equipos de trabajo del MADR y el equipo directivo del ministerio, permitiendo estrechar la relación y comunicación entre todos los actores del Ministerio.

Objetivos:

- ✓ Generar un espacio informal en donde el ministro(a) o su delegado pueda exponer los objetivos de la vigencia y los principales compromisos del gobierno en temas agropecuarios.



Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

- ✓ Recibir retroalimentación por parte de los colaboradores para identificar sugerencias, necesidades u oportunidades de mejora.
- ✓ Visibilizar los objetivos, logros y metas del ministerio desde la visión del jefe de cartera y su equipo de directivo.
- ✓ Generar confianza y sentido de pertenencia por parte de los colaboradores de la entidad.
- ✓ Evitar rumores y desinformación.

Metodología:

De acuerdo a la agenda del jefe de cartera o su equipo directivo se elegirá estratégicamente una oficina o área para agendar una reunión con el ministro(a), en donde, alrededor de un refrigerio o un café, se dará una charla informal en doble vía que enriquezca la gestión y aumente el sentido de pertinencia y el compromiso con los objetivos del ministerio.

Para la realización de estos espacios se debe contar con el acompañamiento de comunicaciones que tomará nota de las observaciones de los colaboradores y las articulará con cada área encargada.

Audiencias:

- Colaboradores

Periodicidad: De acuerdo a la agenda del jefe de cartera.

7.7.6. Soy Agro

Producto audiovisual para rotar en las pantallas de los televisores que tiene como objetivo conocer el equipo que hace parte del Ministerio de Agricultura y sus historias.

Objetivos:

- ✓ Mostrar una faceta diferente a la laboral de los colaboradores que hacen parte del MADR.
- ✓ Acercar los directivos a sus equipos de trabajo
- ✓ Fortalecer la comunicación interna.



Canales:

- ✓ Pantallas de Tv internas
- ✓ Camponet
- ✓ Correo masivo

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

Metodología:

Mediante un producto audiovisual se realiza pre, pro y posproducción de una historia de vida de un colaborador (inicialmente directivos) en donde el personaje expone apartes de su vida, su infancia, metas y trayectoria laboral.

Periodicidad: Quincenal

Audiencia: Público interno

7.7.7. #AsíAvanzaElAgro

Objetivo

Mantener informados a los ciudadanos con las estadísticas, logros y principales avances del Ministerio de agricultura y Desarrollo Rural, dando respuesta a las acciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos del sector como parte del ejercicio de rendición de cuentas permanentes.



Metodología

Recopilación de información de interés para la ciudadanía. Este insumo se extrae de boletines, publicaciones digitales o de mensajes publicados en distintos canales tanto por el MADR como de las entidades del sector.

Se proyecta un guion condensando la información y se produce un vídeo para ser difundido en canales oficiales.

Canales:

- ✓ Redes Sociales
- ✓ Página web

Audiencias: Público externo

Periodicidad

Mensual. Se publica en la última semana del mes.

Acción Táctica Productos del mes: visibilizar las principales características de los productos del agro colombiano para incentivar el consumo por parte de los colaboradores del Ministerios de

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa		Fecha Emisión: 24/04/2023

Agricultura con mensajes de difusión y articulación con las cadenas para generar acercamiento con productores para su distribución al interior del ministerio.

7.7.8. Tiempo del Agro

Objetivo

Entregar recomendaciones a productores agropecuarios para que adopten medidas basadas en datos sobre pronósticos del clima con el fin de evitar pérdidas en sus proyectos productivos.



Metodología

- Se reciben los insumos del IDEAM y se transforman en lenguaje sencillo y claro.
- Se solicitan datos a los gremios sobre recomendaciones de su sector y se hace un resumen.
- Se proyecta un guion y se elabora un vídeo para YouTube. Se hace difusión a través de los canales internos y externos del ministerio.

Audiencia

Público externo

Periodicidad

Mensual. Se difunde en la primera semana del mes.

7.7.9. Conciencia Verde

Estrategia con el fin de concientizar a todos los colaboradores frente al cuidado de los recursos en la entidad y practicas ambientalmente responsables.

Objetivos:

- Desarrollar un plan de acciones en comunicación que permitan la implementación de buenas prácticas enmarcadas en el cuidado y buen uso de los recursos por parte de los colaboradores del ministerio.
- Incentivar el cambio paulatino del uso irracional del papel por otras prácticas responsables.
- Fomentar el uso correcto de los recursos naturales, energía, agua, estrategia cero papel,

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

segregación de residuos, entre otros.

Canales:

- Carteleras internas
- Pantallas Digitales
- Papel tapiz
- Correos

Metodología:

Articulación con el Grupo de Servicios Administrativos para establecer los mensajes y acciones a fortalecer las practicas ambientalmente responsable al interior del ministerio.

Periodicidad: Quincenal

Audiencia: Público interno

7.8. Metas del Plan Estratégico de Comunicaciones para el año 2023

Producto	Indicador	Meta (%)
Notas publicadas en medios de comunicación relacionadas con el Ministerio de Agricultura o el sector agropecuario.	Número de impactos en medios de comunicación (notas publicadas) / Notas proyectadas para publicación x 100	2160
Aumentar la calificación de la comunicación interna obtenida a través de la encuesta de comunicaciones.	Resultado ponderado de la encuesta interna 2023 / Resultado 2022(3,68) +10% =(4,05) *100%	4.05
Aumentar el engagement en las Redes Sociales del MADR	5% de aumento de engagement	100%
	Número de campañas al mes	
Fortalecer el enfoque documental del proceso de Comunicaciones y Prensa.	Porcentaje de documentos actualizados y publicados en el SIG (Número de documentos construidos o actualizados/ 80%	100%

Documento Estratégico	 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	Código: DE-CYP-02
		Versión: 1
Gestión de comunicaciones y prensa	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PECO	Fecha Emisión: 24/04/2023

	total de documentos que requiere la oficina)	
Realizar al 100% la articulación de los procesos institucionales para definir las necesidades de comunicación según estructura organizacional.	Porcentaje de procesos con articulaciones o solicitudes realizadas Número de procesos articulados / 24 procesos de la institución	100%
Construir un Newsletter propio del ministerio de publicación periódica y que recoja las noticias más importantes de la entidad y del sector.	Publicaciones al año / 18 publicaciones	100%

8. BIBLIOGRAFÍA

- Don Tapscott y Anthony D. Williams (Diciembre 2006). Wikinomics (USA).
- Jorge Aguilera. (Marzo 2008). Gerencia Integral de comunicaciones (Col). Ed. Ecoe Ediciones.
- Daniel Scheinsohn. (2009). Comunicación Estratégica. Ediciones Granica S.A.
- USAID. (2004). Modelo De Comunicación Pública Organizacional E Informativa Para Entidades Del Estado

9. CONTROL DE CAMBIOS:

Fecha	Versión	Descripción
Fecha:24-04-2023	1	Versión inicial – Creación del documento

