



UPRA

Plan de Comunicaciones 2025



Contenido

	Pág.
Lista de siglas.....	3
Introducción.....	4
1. Marco normativo.....	7
2. Diagnóstico.....	9
3. Plan Estratégico de Comunicaciones 2025-2026.....	13
3.1 Objetivos.....	13
3.2 Estrategia.....	14
4. Grupos de valor.....	21
5. Productos UPRA.....	21
6. Canales.....	22
6.1 Alcance interno.....	22
6.2. Alcance externo.....	22
7. Actividades de comunicación.....	23
8. Estrategia de rendición de cuentas.....	25
8.1 Objetivo general.....	26
8.2 Objetivos específicos.....	26
8.3 Canales externos.....	27
8.4 Actividades.....	27
9. Seguimiento y evaluación.....	29
10. Recomendaciones finales.....	30

Lista de siglas

ANT	Agencia Nacional de Tierras
ACFEC	Agricultura campesina, familiar, étnica y comunitaria
APPA	Área de Protección para la Producción de Alimentos
DHAA	Derecho humano a la alimentación
EVA	Evaluaciones agropecuarias municipales
IPC	Índice de precios al consumidor
MBIP	Metodología para la determinación del bajo impacto en actividades agropecuarias en páramos
MinAgricultura	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
MinComercio	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
PA	Paisaje agropecuario
POT	Plan de Ordenamiento Territorial
PNID	Plan Nacional de Infraestructura de Datos
PPM	Precios de primer mercado
PIB	Producto interno bruto
RECIA	Red Colaborativa de Infraestructura Agropecuaria
Siriiagro	Sistema de Reporte de Información de Insumos Agropecuarios
SIPAM	Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial
SINRADR	Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural
SNUIRA	Sistema Nacional Unificado de Información Rural y Agropecuaria
Sigra	Sistema para la Gestión de Riesgos Agropecuarios
TUT	Tipos de usos de la tierra
UAF	Unidad agrícola familiar
UPRA	Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios
ZRC	Zonas de reserva campesina

Introducción

El 2024 fue el año de reactivación del Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural (SINRADR), un sistema que busca organizar social, productiva y políticamente al campesinado colombiano alrededor de 8 ejes estructurales, sobre los cuales, la Unidad de Planificación Agropecuaria (UPRA) adelanta los siguientes proyectos:

1. De adquisición, adjudicación de tierras, garantía de derechos territoriales de los campesinos, pueblos indígenas y de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras.

Lineamientos, criterios e instrumentos en torno a la formalización de la propiedad rural, y la distribución de la propiedad rural, predios ociosos, subutilizados e improductivos, mercado de tierras y unidad agrícola familiar.

2. De delimitación, constitución y consolidación de zonas de reserva campesina; delimitación, uso y manejo de playones y sabanas comunales, y de organización y capacitación campesina.

Agricultura campesina, familiar, étnica y comunitaria (ACFEC), zonas de reserva campesina (ZRC) y agroecología.

3. De ordenamiento territorial y solución de conflictos socioambientales para la reforma agraria respetando el derecho a la objeción cultural de los pueblos indígenas y de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras.

Frontera agrícola nacional, estrategia Cordon amazónico, zonificación de aptitud agropecuaria, Plan de Ordenamiento Territorial (POT) productivo agropecuario, reconversión productiva, Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA), paisajes agropecuarios (PA) y kit territorial.

4. De acceso a derechos y servicios sociales básicos, infraestructura física y adecuación de tierras.

Adecuación de tierras y Planes departamentales de riego.

5. De investigación, asistencia técnica, capacitación, transferencia de tecnología y diversificación de cultivos, coordinado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Sistema Nacional Unificado de Información Rural y Agropecuaria (SNUIRA), monitoreo de cultivos, Red Colaborativa de Infraestructura Agropecuaria (RECIA), Sistema de Reporte de Información de Insumos Agropecuarios (Siriiagro), Mesa de Estadísticas Agropecuarias.

6. De estímulo a la economía campesina, familiar, comunitaria, de las economías propias indígenas y de las economías de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y

palenqueras, comercialización y fomento agroindustrial coordinado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Agrologística, infraestructura sectorial, análisis económicos, boletines y tableros de control y trazabilidad.

7. De crédito agropecuario y gestión de riesgos, coordinado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Hasta el momento, la UPRA no tiene acciones en este subsistema.

8. De delimitación, constitución y consolidación de territorios indígenas, y de territorios colectivos de comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras; delimitación, uso, manejo y goce de los mismos, y fortalecimiento de la formación desde los saberes propios.

Análisis de la frontera agrícola en territorios étnicos, medidas cautelares y enfoque étnico.

Con la puesta en marcha del SINRADR, la siguiente apuesta del Gobierno del Cambio es que el 2025 sea el año de la agricultura campesina, familiar, étnica y comunitaria (ACFEC), donde se visibilicen sistemas agroalimentarios resilientes, sostenibles y potenciales para el crecimiento económico y productivo que sean amigables con el medioambiente.

En palabras de la ministra de Agricultura, Martha Carvajalino: “La oferta institucional del sector agricultura es asistencial, intrapredial y por familia; esperamos que, para 2025, tenga un enfoque asociativo, de circuitos agroalimentarios, de sistemas agroalimentarios que nos permitan avanzar en la producción, acopio, transformación y comercialización para generar economías de escala que identifiquen a la ACFEC como un potencial agroalimentario”.

Para 2025, el *Plan de Comunicaciones* de la UPRA se enfocará en difundir permanentemente la información sobre los proyectos que adelante la entidad en el marco de la ACFEC, como son: la identificación de las APPA, la consolidación del primer Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM) de Colombia (que será el Paisaje ganadero de sabana inundable de Paz de Ariporo, Casanare), la metodología para calcular la unidad agrícola familiar en las ZRC, los lineamientos y criterios para elaborar Planes de Desarrollo Sostenible de ZRC, la distribución y evaluación del mercado de tierras, la actualización de la frontera agrícola nacional, las zonificaciones de aptitud, los Planes de ordenamiento productivo (POP), Planes maestros de reconversión productiva, Planes de agrologística, Planes de riego y sistemas de información (como Siriagro, RECIA y el Programa de Monitoreo de Cultivos), entre otros proyectos.

Además de la divulgación permanente de información, en 2025, la UPRA se consolidará como la entidad donde trabajan los *profes del campo*; en el marco de la gestión de conocimiento, se espera continuar fortaleciendo la transferencia de saberes con las comunidades, entes

territoriales, academia y ciudadanía en general, a través de espacios como talleres, seminarios web, y eventos presenciales, como Agroexpo 2025, en donde el stand de la UPRA volverá a ser el centro del conocimiento del sector agropecuario. También se destacará la estrategia de comunicación para dar a conocer las más de 200 publicaciones desarrolladas por funcionarios y colaboradores de la entidad que se encuentran alojadas en la página web y hacen parte de una amplia biblioteca digital.

De esta manera, la UPRA, como entidad técnica que apoya al MinAgricultura y sus entidades en la formulación y el seguimiento de políticas públicas, cumple un indeclinable compromiso de contribuir a mejorar la calidad de vida del campesinado, que es el eje de las apuestas del gobierno por una revolución por la vida.

1. Marco normativo

El presente Plan de comunicaciones se sustenta en la siguiente normatividad.

Título	Descripción
Constitución Política de 1991	<p>Artículo 23: “El derecho de petición permite a las personas acceder en forma oportuna a la información y documentos públicos. Obliga a la entidad a facilitar la información y el acceso a documentos que no son de reserva legal”.</p> <p>Artículo 74: “Derecho de las personas y organizaciones en acceder a los documentos públicos”.</p> <p>Artículo 209: “Obligación de cumplir con el principio de publicidad de la administración: dejar ver lo público”.</p>
Ley 152 de 1994	<p>Ley orgánica del Plan Nacional de Desarrollo</p> <p>Considera obligaciones de producción y presentación de información de la rama ejecutiva, especialmente, para fines de rendición de cuentas interna, planeación y seguimiento; y establece un Consejo Nacional de Planeación que incluye participantes de organizaciones sociales.</p>
Ley 489 de 1998	<p>Por la cual se dictan normas sobre la organización y el funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política, y se dictan otras disposiciones.</p>
Ley 1474 de 2011	<p>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.</p> <p>En el artículo 78, sobre democratización de la administración pública (el cual modifica el artículo 32 de la Ley 489 de 1998), se establece que todas las entidades y organismos de la administración pública (nacional y territorial) “tendrán que rendir cuentas de manera permanente a la ciudadanía bajo los lineamientos de metodología y contenidos mínimos establecidos por el Gobierno nacional, los cuales serán formulados por la Comisión Interinstitucional para la Implementación de la Política de Rendición de Cuentas creada por el CONPES 3654 de 2010”.</p>
Decreto 4145 de 2011	<p>Por el cual se crea la Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios (UPRA), y se dictan otras disposiciones.</p>
Ley 1712 de 2014	<p>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.</p>
Ley estatutaria 1757 de 2015	<p>Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática.</p>
Resolución 299 de 2019	<p>Por la cual se delegan unas funciones en el director general, en el jefe de la Oficina de Tecnologías de Información y Comunicaciones, y en el director técnico</p>

	de Uso Eficiente del Suelo y Adecuación de Tierras de la Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios (UPRA).
Resolución 191 de 2019	Por la cual se modifica la Resolución 31 de 2018, de conformación del Comité Institucional de Gestión y Desempeño de la UPRA, se adoptan su reglamento y el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, y se dictan otras disposiciones.
Resolución 1519 de 2020	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 la información pública, accesibilidad web, seguridad digital y datos abiertos.
Ley 2294 de 2023	Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia potencia mundial de la vida”.
Decreto 1122 de 2024	Por la cual, las entidades obligadas del orden nacional, departamental y municipal, cualquiera que sea su régimen de contratación, deberán implementar Programas de Transparencia y Ética Pública con las características, estándares, elementos, requisitos, procedimientos y controles mínimos que, para tales efectos, establezca la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República.

2. Diagnóstico

Durante el 2024, la UPRA consolidó su presencia en territorio, destacándose por su labor en estrecha colaboración con las comunidades, este trabajo contó con el apoyo logístico y de divulgación que facilitaron las actividades en la formulación de planes estratégicos clave para el desarrollo rural; tales como la formulación de los Planes de Ordenamiento Productivo de Acuicultura para especies de consumo humano, así como para los sectores ovino-caprino y café. Estos esfuerzos, orientados a fortalecer las cadenas productivas, se complementaron con el diseño de los Planes Maestros de Reconversión Productiva para las cadenas del maíz y de la papa.

Otro logro significativo fue el acercamiento para el proceso de identificación de las APPA en ocho departamentos y la priorización de alternativas productivas en cuatro ZRC y de comunidades étnicas, promoviendo el acceso a nuevas oportunidades para los pequeños productores. A su vez, se realizó la nueva categorización de la frontera agrícola; un proceso que busca regular y equilibrar el uso de los suelos agrícolas en el país en armonía con figuras ambientales, étnicas, culturales, de gestión de riesgo y otras con restricciones para las actividades agropecuarias.

Otro aspecto que marcó al 2024 fue el desarrollo de espacios con entidades públicas y privadas, gremios y la comunidad en general; que permitieron una interacción directa y enriquecedora con actores clave para fomentar la participación ciudadana. A través de estos espacios, se buscó fomentar el diálogo, compartir conocimientos y fortalecer la participación comunitaria en los procesos de toma de decisiones. Entre los eventos más relevantes que marcaron la agenda de ese año, se destacan:

- El taller “Impuesto predial en Latinoamérica: encuentro de expertos”.
- La conferencia “Los desafíos de la Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria (ACFC)”, durante la Primera Feria de Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria.
- En el marco de la COP16, los eventos “Agroecología: aportes de la Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria a la sostenibilidad ambiental” y “Paz de Aripuro: Un ejemplo de ganadería sostenible para la conservación de las sábanas en la Orinoquia”.
- Las plenarias de la Mesa de Estadística Agropecuaria en Tunja, Buenaventura y Sincelejo.
- El Campamento Pioneros para la aceleración de ideas que apoyen el desarrollo del sector agropecuario.
- La Primera Cumbre de Inteligencia Artificial: Innovación y Sostenibilidad al servicio del agro.

Frente a los canales, durante 2024, el informativo “El Campo No Para” llegó a su cuarta temporada con 45 capítulos. Gracias a la alianza con Latam Rural, una plataforma internacional que destaca noticias del sector agropecuario para América Latina y que transmite para países como México, Chile, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Argentina y Chile, ampliamos la

cobertura. Adicionalmente, para llegar a un público aún más amplio, especialmente en áreas rurales y de difícil acceso, se creó una versión **radial** de **El Campo No Para**, titulada “**El Campo No Para - Radio**”, que se destacó por su lenguaje claro y cercano facilitando que las comunidades rurales pudieran estar al tanto de los avances y proyectos relevantes para su desarrollo, y que les abrió los micrófonos a las comunidades rurales.

En términos de comunicación interna, se hicieron esfuerzos importantes para apoyar temas clave como el cambio de las instalaciones físicas de la UPRA, el proceso de rediseño institucional y la implementación de campañas de sensibilización ambiental. También se fortalecieron los valores institucionales y se promovió la apropiación y gestión de conocimiento a través de Aula UPRA, un espacio para el aprendizaje y la capacitación tanto del personal interno como de los aliados estratégicos.

A continuación, se presentan los resultados detallados del plan de comunicación en áreas interna, externa, digital y de rendición de cuentas, que resumen los impactos generados por estas acciones a lo largo del año.

Comunicación interna: en 2024, la comunicación interna tuvo como objetivo incrementar en los colaboradores su sentido de pertenencia y convertirlos en *embajadores de marca*, es decir, multiplicadores del conocimiento dentro y fuera de la UPRA; así como, mejorar el clima laboral, retener el talento humano y construir un ambiente laboral sano e íntegro en la entidad, por lo que se adelantaron las siguientes actividades:

- 13 eventos Aula UPRA en los que se permitió a los colaboradores adquirir mayor conocimiento sobre los productos institucionales.
- 12 magazines *Pasa en la UPRA* con información interna editados durante el año.
- 13 campañas de divulgación de temas institucionales a través de correo electrónico, cartelera digital y el canal *Eva te cuenta*, en Teams.
- 13 videos divulgados por los canales internos.
- 20 *newsletter Conexión UPRA* remitidos por correo corporativo.
- 54 eventos presenciales o virtuales con los colaboradores de la entidad.

Comunicación externa: para mantener informadas a las audiencias y los diferentes grupos de valor de la UPRA sobre los productos y servicios institucionales, así como de los proyectos, a través de eventos, comunicados de prensa, relacionamiento con medios de comunicación masiva y productos en formato audiovisual en todo el territorio colombiano, se desarrollaron las siguientes actividades:

- 199 comunicados de prensa publicados en la sección de noticias del portal web institucional.

- 291 videos que se emitieron en 45 capítulos durante la temporada 4 del Programa Informativo “El Campo No Para”, que se transmitió en el Canal Uno, el Canal Trece, el canal internacional Latam Rural y el canal de YouTube de la UPRA.
- 17 productos sonoros “El Campo No Para Radio” y “UPRA: Planificamos el Campo”, disponibles en las diferentes plataformas de pódcast.
- 35 seminarios web, eventos virtuales con transmisión en vivo a través de todas las redes sociales de la UPRA, donde las personas interactuaron con los presentadores y panelistas.
- 48 eventos en territorio, que contaron con la presencia de diferentes representantes de los grupos de valor de la entidad.
- 87 sinergias de redes sociales sobre temas o actividades institucionales.
- 170 *shorts* o *reels* para redes sociales.
- 207 noticias o entrevistas relacionadas con productos o servicios institucionales, gracias a la gestión con medios de comunicación masiva en todo el territorio nacional.
- 51 boletines de abastecimiento de alimentos, PIB y valor agregado del sector, IPC, mercado laboral, balanza comercial e índice de precios de agroinsumos.
- 204 publicaciones técnicas sobre los diferentes temas misionales que trabaja la entidad, en formato PDF y dispuestos en el portal web institucional para libre descarga.
- Monitoreo diario de noticias encontrando que la UPRA fue mencionada 207 veces en los diferentes medios nacionales y regionales, de las cuales estuvieron en tono o tono neutro y positivo; ninguna mención fue negativa, con lo cual puede concluirse que la UPRA cuenta con una percepción positiva en los medios de comunicación nacional.

Comunicación digital: conectar con las audiencias digitales fue una tarea clave durante 2024, por lo que se desarrolló una planificación con las diferentes áreas de la UPRA y se fortaleció la gestión del conocimiento y la difusión de actividades a través de X, Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram y el portal web institucional (www.upra.gov.co).

- 974 actualizaciones de contenidos del portal web institucional.
- 3.946 publicaciones a través de las cuentas oficiales de redes sociales de la entidad.
- 18 sinergias de redes sociales para divulgar temas del sector o de gobierno.
- 8.000 nuevos seguidores que se sumaron a nuestra comunidad digital.



Rendición de cuentas: en cuanto a las actividades de la estrategia de rendición de cuentas para la vigencia 2024, que es parte integral del Plan de comunicaciones, en este aspecto, se realizaron las siguientes actividades:

- 4 jornadas de diálogo: en el marco de los eventos Congreso Nacional de Adecuación de Tierras, en Duitama (Boyacá); Plan de Ordenamiento Productivo de la cadena de Acuicultura y Pesca en Bogotá, la “Agroecología: Aportes de la agricultura campesina, familiar, étnica y comunitaria a la sostenibilidad ambiental” en el la COP16 en Cali y el Balance de gestión que se transmitió en YouTube y el canal 13.
- 6 divulgaciones de información en formato audiovisual subtulado.
- Publicación del informe de rendición de cuentas para la paz en la sección de “Transparencia” del portal web institucional.
- 2 productos UPRA priorizados a través de diferentes canales: el POP para la cadena del cacao y su agroindustria, y las APPA. Además, se divulgó el POP para la cadena de Acuicultura y Pesca.

Durante 2024, se crearon 4.514 piezas de comunicación gráfica que contaron con corrección de estilo, 112 animaciones, y se tomaron 6.368 fotografías en salidas a campo en diferentes territorios del país o durante el cubrimiento de eventos.

Las metas alcanzadas durante 2024 se toman como base para formular el Plan Estratégico de Comunicaciones 2025-2026 que se presenta a continuación.

3. Plan Estratégico de Comunicaciones 2025-2026

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

Desarrollar estrategias de comunicación, interna y externa, de los proyectos, las metodologías y los lineamientos definidos por la UPRA, en el marco de la ACFEC y del SINRADR, enfocadas en la protección del suelo rural para la gestión del conocimiento y la transferencia de información relevante para las comunidades rurales, los entes territoriales, la institucionalidad, la academia y la ciudadanía en general.

3.1.2 Objetivos específicos

- 1.** Incrementar la visibilidad y comprensión de los proyectos que adelanta la UPRA entre los grupos de valor a través de la difusión continua de la información que la entidad produce, así como de las actividades y avances asociados a cada iniciativa.
- 2.** Desarrollar sinergias de sensibilización, informativas y pedagógicas que fortalezcan la apropiación y participación de las comunidades en la consolidación e implementación de planes, metodologías y lineamientos propuestos por la UPRA.
- 3.** Promover el uso y la accesibilidad de los diferentes sistemas de información desarrollados por la entidad, a través de capacitaciones y medios digitales mejorando tanto el uso como la interpretación de los datos que estas herramientas arrojan y que son relevantes para la toma de decisiones del sector agropecuario.
- 4.** Implementar tácticas de comunicación interna que fomenten la cultura organizacional, los valores corporativos, la sana convivencia y el reconocimiento a los colaboradores de la UPRA.
- 5.** Concretar alianzas estratégicas que expandan la difusión y el alcance de la información, los avances y los resultados de los proyectos de la entidad fomentando un entorno colaborativo entre los diferentes actores (cooperación institucional, entidades, gremios, entes territoriales, academia).

3.2 Estrategia

3.2.1 Temáticas priorizadas para el 2025

3.2.1.1 Dirección de Ordenamiento de la Propiedad y Mercado de Tierras

Con relación al subsistema 1 del SINRADR:

- Monitoreo y dinámica del mercado de tierras: apoyo a la declaratoria de las APPA mediante el análisis de la dinámica del mercado de tierras en los frentes priorizados por el MinAgricultura.
- Estudios y boletines de distribución y tenencia de la tierra
 - Análisis de distribución de las APPA.
- Metodología de cálculo de la unidad agrícola familiar (UAF). Transferencia y apoyo a la Agencia Nacional de Tierras (ANT).
- Piloto de ZRC en Pradera, Valle del Cauca.
- Acompañamiento a la mesa técnica del Consejo directivo de la ANT.
- Actualización del Sistema para la Planificación Rural Agropecuaria (Sipra).
- Metodología para identificar predios rurales con aptitud agropecuaria que no estén siendo explotados.
- Línea base de ordenamiento social de la propiedad.
- Evaluación de las políticas públicas de regularización del mercado de tierras rurales priorizadas.

Con relación al subsistema 2 del SINRADR:

- Análisis de productores y ACFEC
 - Actualización del mapa de ACFEC
 - Aporte de ACFEC al componente de las APPA
 - Participación en la mesa ampliada de ACFEC.
- Agroecología
- Territorialidades campesinas
- Ecosistemas acuáticos agroalimentarios
- Zonas de reserva campesina: documento de análisis de los mecanismos de seguimiento y evaluación de los Planes de Desarrollo Sostenible y su armonización con otros instrumentos de ordenamiento territorial.

Con relación al subsistema 3 del SINRADR:

- Componente socioeconómico de zonificaciones de aptitud a nivel nacional
 - Zonificación de pesca artesanal marino costera
 - Zonificación de arroz riego
 - TUT de cacao

- Apoyo en la implementación de la ruta étnica para identificar y declarar las APPA en territorios étnicos asociados con la Línea Negra.
- Identificación de las APPA en cuatro territorios priorizados por el MinAgricultura.
- Apoyo al desarrollo de productos de ordenamiento social de la propiedad para las APPA, desde los componentes social, técnico y catastral (síntesis y lineamientos para las Zonas de protección para la producción de alimentos [ZPPA] y las APPA).
- Apoyo en la identificación y caracterización de alimentos para delimitar las ZPPA y declarar las APPA.
- Análisis (evaluación) de la implementación del Derecho humano a la alimentación (DHAA) en los productos UPRA con mayor potencial para el ordenamiento social y productivo del sector agropecuario y pesquero, con orientación a la alimentación humana y para las áreas de especial interés para proteger este derecho.
- Incorporación de indicadores de DHAA (seguridad, autonomía y soberanía alimentaria) en la metodología UAF de las ZRC.
- Acompañamiento al MinAgricultura en la formulación e implementación de los instrumentos del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 en DHAA.
- Documentos de evaluación de la incorporación de los lineamientos del kit territorial.
- Paisaje agropecuario: consolidación del SIPAM de Paz de Ariporo.

Con relación al subsistema 6 del SINRADR:

- Trazabilidad cumplimiento normativa EUDR 1115-2023
 - Guía de debida diligencia
 - Módulo Sipra
 - Conceptualización trazabilidad.

3.2.1.2 Dirección de Uso Eficiente del Suelo y Adecuación de Tierras

Con relación al subsistema 2 del SINRADR:

- Priorización de alternativas productivas agropecuarias en ZRC en los departamentos de Guaviare, Santander y Tolima.

Con relación al subsistema 3 del SINRADR:

- Realización de las zonificaciones de aptitud agropecuaria de café (finalización) y cebolla bulbo
- Socialización de las zonificaciones de aptitud agropecuaria nacionales y territoriales de apicultura, frijol, yuca, plátano, pesca artesanal, arroz riego y cacao
- Socialización de los planes de ordenamiento productivo ovino caprino, acuicultura, café y cebolla bulbo
- Construcción colectiva con las regiones del Plan Maestro de Reconversión Productiva para la caña panelera
- Socialización del Plan Maestro de Reconversión Productiva de la papa

- Socialización del POP Agropecuario con las unidades indígenas Awá en el resguardo Hojal La Turbia
- Apoyo técnico en la definición de las APPA en los componentes: determinantes ambientales de Ordenamiento Territorial, disponibilidad del recurso hídrico y Distritos de adecuación de tierras y agenda interministerial entre los sectores agricultura y minas.

Con relación al subsistema 4 del SINRADR:

- Difusión de los resultados técnicos del Plan de Adecuación de Tierras en Colombia
- Difusión de los cuatro planes departamentales de riego formulados y dos en proceso de formulación.

Con relación al subsistema 5 del SINRADR:

- Resultados preliminares 2024 de las Evaluaciones agropecuarias municipales (EVA), analítica de productos y mercados, boletines de precios de primer mercado (PPM)
- Determinación de estructuras de costos de producción para el cultivo de cebolla de bulbo
- Difusión de los resultados del levantamiento de costos de producción para café
- Socialización de los resultados de los componentes agroclimático y sanitario del Sistema para la Gestión de Riesgos Agropecuarios (Sigra)
- Realización de 12 boletines agroclimáticos y 3 de mercado y financiero.

Con relación al subsistema 6 del SINRADR:

- Socialización de los Planes de agrologística
- Levantamiento de los Planes departamentales de agrologística del Valle del Cauca, La Guajira y Boyacá
- Análisis económico y de mercados agropecuarios, a través de boletines periódicos.

3.2.1.3 Oficina TIC

Con relación al subsistema 5 del SINRADR:

- **Sigra:** promoción y capacitación continua de las actualizaciones del Sigra proporcionando formación a los grupos de valor (productores, entidades gubernamentales y privados) sobre sus beneficios, funcionamiento y aplicaciones una vez esté finalizado.
- **SNUIRA:** impulso del modelo de gobernanza de datos con el objetivo de garantizar la calidad, accesibilidad y uso adecuado de los datos rurales, en articulación con el Plan Nacional de Infraestructura de Datos (PNID).
 - Socialización del sistema: realizar eventos para presentar el SNUIRA y sus avances a los actores clave, explicando su utilidad en el proceso de interoperabilidad y gestión de datos a fin de fortalecer el apoyo a políticas públicas relacionadas con el desarrollo rural.
 - Fortalecimiento del Plan de Interoperabilidad del sector agro, como herramienta que dinamice la gestión de datos sectoriales.

- **Sipra:** mejora en la usabilidad del Sipra mediante actualizaciones y mejoras tecnológicas, para ofrecer a los actores del sector agropecuario una herramienta más intuitiva y útil para la toma de decisiones.
 - Integración de nuevos módulos: incorporación de nuevos módulos que permitan un análisis más eficiente de los datos de los cultivos, facilitando la planificación agropecuaria en tiempo real.
- **Interoperabilidad entre plataformas:** fomento de la interoperabilidad entre plataformas como Sipra, Sigra, RECIA, y SIRIAGRO para mejorar el flujo de datos y la toma de decisiones en el agro.
- **RECIA:** promover activamente el cargue de información de las infraestructuras agropecuarias por parte de los actores del agro en RECIA, con el fin de fomentar la colaboración y el intercambio de datos para mejorar las políticas públicas y las prácticas agrícolas.
- **Monitoreo de cultivos:** integración de tecnologías avanzadas en el monitoreo de cultivos, como el uso de sensores remotos y drones, para obtener datos más precisos y oportunos sobre las condiciones de los cultivos en todo el territorio nacional.
 - Desarrollo de nuevos productos de monitoreo que faciliten la recopilación de información sobre el estado de los cultivos, la calidad del suelo y las condiciones climáticas.
- **Análisis económico y generación de boletines periódicos** sobre temas clave como abastecimiento, seguridad alimentaria, producto interno bruto (PIB) agropecuario, índice de precios al consumidor (IPC), empleo e importaciones/exportaciones, con base en los datos recabados a través de las plataformas del SINRADR.

Con relación al subsistema 6 del SINRADR:

- Proyecto de trazabilidad.

3.2.1.4 Asesoría Técnica

Con relación al subsistema 3 del SINRADR:

- Plan Nacional de Biodiversidad
- Actualización de la frontera agrícola nacional
- Amazonia (estrategia Cordón Amazónico)
- Metodología para la determinación del bajo impacto en actividades agropecuarias en páramos (MBIP).

Con relación al subsistema 8 del SINRADR:

- Medidas cautelares y enfoque étnico
- Análisis de frontera agrícola en territorios étnicos.

3.2.2 Tácticas para desarrollar las temáticas priorizadas

3.2.2.1 De comunicación interna

- Producir y difundir un espacio televisivo interno con las noticias más destacadas de las áreas misionales y de apoyo de la entidad.
- Divulgar periódicamente, a través de campañas de comunicación, los avances en el proceso de rediseño institucional, Plan Institucional de Capacitación, Plan de Bienestar, eventos de inducción y demás proyectos adelantados por la Secretaría General.
- Proyectar un cronograma de actividades y estrategias de comunicación en las que se dé cuenta de las fechas y celebraciones especiales en la entidad (Día de la Mujer, Día del Hombre, Aniversario de la UPRA, cumpleaños de servidores, entre otros).
- Coordinar con las áreas misionales los espacios denominados *Aula UPRA* en sus modalidades presenciales, virtuales o híbridas.
- Proyectar y difundir los contenidos del *newsletter* de la UPRA teniendo en cuenta la información de interés general que se produce desde las áreas de apoyo, así como, contenidos amenos sobre los servidores de la entidad.
- Actualizar permanentemente los canales de comunicación internos (correo electrónico, las carteleras digitales y Teams) con información de interés para la comunidad de la UPRA.

3.2.2.2 De comunicación externa

Prensa

- Realizar entrevistas, artículos de opinión y rondas de medios de comunicación, con énfasis en medios regionales, sobre el balance de los proyectos y la gestión de la entidad.
- Participar en el espacio denominado *La Agenda*, organizado por la Oficina de Prensa de Presidencia, en donde los invitados tendrán una interacción con periodistas de medios comunitarios y regionales para informar sobre los hechos que marcarán la agenda noticiosa del país.
- Realizar el cubrimiento y la difusión periodística de los eventos (lanzamientos, actualizaciones de sistemas de información, avances de la gestión, balance, rendición de cuentas, programas, etc.), presenciales y virtuales, de las diferentes Direcciones técnicas de la entidad.
- Coordinar la logística de los eventos institucionales, de cooperación y en alianza con otras entidades (espacios físicos o virtuales, material audiovisual y POP requerido, refrigerios, etcétera).
- Publicar comunicados de prensa relacionados con los anuncios y avances de la gestión de la entidad, productos, publicaciones, boletines informativos y proyectos.

- Elaborar notas y crónicas para el informativo de televisión y el programa radial sobre las actividades, logros, proyectos, nuevos sistemas de información, entre otros, que la UPRA elabore.

Digital y web

- Desarrollar una estrategia digital encaminada en la divulgación y apropiación de las publicaciones que realiza el equipo técnico de la UPRA. Esta divulgación comprende sinergia de redes sociales, comunicados de prensa, seminarios web y podcasts.
- Elaborar *newsletter* dirigidos a audiencias específicas, que den cuenta de una temática en particular de manera clara y precisa.
- Promover y gestionar información para el canal de WhatsApp de la UPRA.
- Realizar podcasts, con lenguaje claro y conciso, sobre los avances y aportes que hace la entidad al cumplimiento de la estrategia institucional; así como, historias y entrevistas a la comunidad rural, expertos en temáticas, entidades, academia y gremios, como principales veedores de la gestión de la UPRA.
- Promover nuevas alianzas para la difusión del programa “El Campo No Para - Radio”.
- Generar sinergias y campañas para redes sociales que mantengan informadas a las audiencias sobre el quehacer de la UPRA, el uso y la apropiación de las plataformas tecnológicas, y que promuevan su participación en la construcción y desarrollo de los lineamientos, metodologías, proyectos y demás acciones implementadas por la entidad.
- Gestionar nuevos sitios virtuales para las temáticas a las que haya lugar (*Storymap*, micrositios dentro del portal web Experience Builder, entre otras).
- Crear un personaje que se perciba cercano al campesinado que, con un lenguaje claro, sencillo y sin tecnicismos, dé a conocer los productos misionales que adelanta la entidad y su uso práctico.
- Sumar esfuerzos para crear y difundir sinergias de comunicación para el canal de WhatsApp de la UPRA y Celuagronet.

Audiovisual

- Fomentar nuevas alianzas para difundir el programa “El Campo No Para” y, en emisoras comunitarias para las frecuencias AM y FM, “El Campo No Para - Radio”.
- Realizar seminarios web temáticos, talleres pedagógicos, video tutoriales y *reels* animados para redes sociales.

Material POP

- Realizar pendones y tarjetas QR para promoción de productos, proyectos y sistemas de información de la UPRA.

- Producir cartillas, guías y folletos pedagógicos para distribuir en las regiones.

4. Grupos de valor



5. Productos UPRA

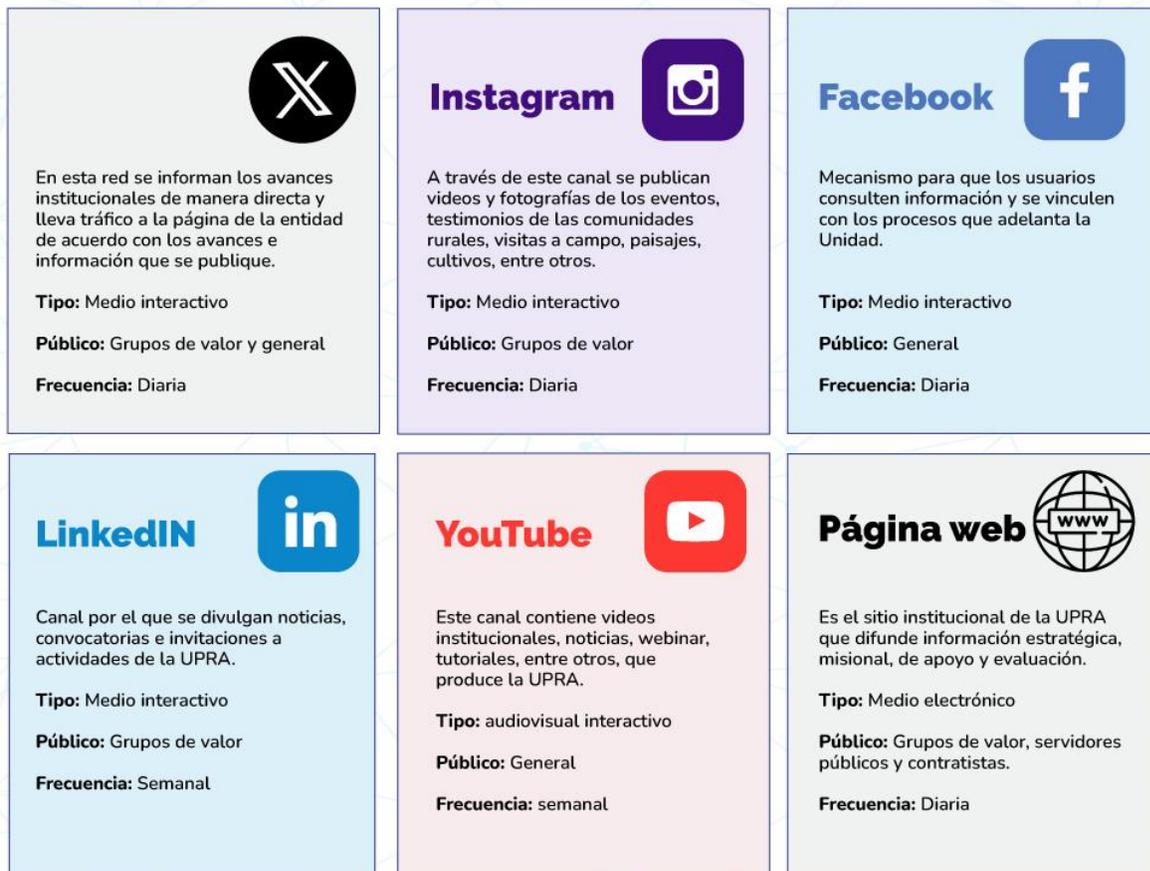


6. Canales

6.1 Alcance interno



6.2. Alcance externo



7. Actividades de comunicación

Tipo de comunicación	Producto	Canal	Indicador
Comunicación externa	Comunicados de prensa TIC / Agronet	Página web, redes sociales, correo electrónico.	50
	Comunicados de prensa OSPMT		30
	Comunicados de prensa UESADT		30
	Videos (crónicas, notas para “El Campo No Para”)	Plataformas de video, redes sociales, correo electrónico	100
	Productos sonoros	Plataformas de audio	12
	Seminarios web	Plataformas de video	15
	Eventos presenciales (talleres, presentaciones, lanzamientos)	Presencial	30
	Columnas de opinión para redes sociales y medios masivos	Redes sociales, correo electrónico, medios masivos	10
	Sinergias TIC / Agronet	Redes sociales, correo electrónico	15
	Sinergias OSPMT		10
	Sinergias UESADT		10
	Videos TIC (<i>short o reel</i>)	Plataformas de video, redes sociales, correo electrónico	30
	Videos OSPMT (<i>short o reel</i>)		15
	Videos UESADT (<i>short o reel</i>)		15
	Monitoreo de medios	Interno	10
	Gestión para publicación de noticias o entrevistas en medios masivos	Interno	30
	Piezas de comunicación gráfica para redes sociales y eventos	Redes sociales, correo electrónico	1700
	Boletines e informes	Página web, redes sociales, correo electrónico	60
	Contenidos página web	Página web	600
	Registro fotográfico (banco de imágenes)	Página web, redes sociales, correo	1600

		electrónico, pantallas digitales	
	Publicaciones técnicas	Página web, redes sociales, correo electrónico	100
	Alianzas con instituciones nacionales o extranjeras, gremios, entes territoriales, academia y medios de comunicación	Interno	12
Comunicación digital	Sinergias de redes sociales	Redes sociales	10
	Animaciones	Página web, redes sociales, correo electrónico	80
	Publicaciones redes	Redes sociales UPRA	3000
	Informe mensual redes	Interno	10
Comunicación interna	Aula UPRA	Virtual y presencial	8
	Magazín <i>Pasa en la UPRA</i>	Correo electrónico, carteleras digitales	8
	Campañas internas (Gestión del conocimiento, SG)		8
	Videos internos		10
	Piezas de comunicación gráfica		500
	Newsletter interno		8
	Eventos presenciales y virtuales		40

8. Estrategia de rendición de cuentas

En cumplimiento de la política institucional orientada a garantizar la participación efectiva de los ciudadanos en los procesos de planeación, ejecución, control y evaluación, la UPRA desarrolló diversas actividades de divulgación y participación durante el 2024. Estas acciones estuvieron enmarcadas en el Plan Estratégico de Comunicaciones, parte integral del Plan de Acción Institucional, disponible en el portal web institucional.

La UPRA promovió la vinculación de los grupos de valor en el análisis de problemas y necesidades mediante actividades como:

- Plan de Acción 2024 y mapa de riesgos
- Construcción de los POP para las cadenas de acuicultura y ovino-caprina
- Formulación del Plan Maestro de Reconversión Productiva Agropecuaria para la cadena de la papa
- Actualización de la Zonificación nacional para ganadería de leche en diversas regiones
- Asociaciones y comunidades de San Andrés para alternativas productivas
- Identificación de APPA
- Regiones como Tumaco, Buenaventura y Togüí para los POP y las alternativas productivas.

La socialización y apropiación de los productos institucionales se logró mediante talleres y socializaciones:

- Uso del Sistema de Información para la Planificación Rural Agropecuaria (SIPRA).
- Red Colaborativa de Infraestructura Agropecuaria (RECIA) y Evaluaciones agropecuarias municipales (EVA).
- Producción audiovisual:
 - 264 videos en el canal de YouTube de la UPRA.
 - 204 documentos técnicos disponibles en el portal institucional.

Para garantizar la rendición de cuentas y fomentar el seguimiento ciudadano, la UPRA desarrolló:

- Publicación de 472 noticias y 17 pódcasts.
- Producción de 45 programas televisivos “El Campo no Para”.
- Además de 4 jornadas de diálogo: En el marco de los eventos Congreso Nacional de Adecuación de Tierras en Duitama (Boyacá); Plan de Ordenamiento Productivo de la cadena de Acuicultura y Pesca en Bogotá, la “Agroecología: Aportes de la agricultura campesina, familiar, étnica y comunitaria a la sostenibilidad ambiental” en el la COP16 en Cali y el Balance de Gestión que se transmitió en YouTube y el canal 13.

Respecto a la evaluación y divulgación se presentaron informes sobre jornadas de diálogo y resultados de encuestas, así como videos de rendición de cuentas sobre gestión institucional, publicados en la página web de la UPRA y en el canal de YouTube.

La UPRA consolidó su compromiso con la transparencia mediante:

- Actualización del Portal Web Institucional: 970 solicitudes atendidas.
- Publicación de informes: Informes de rendición de cuentas y gestión disponibles para consulta pública.
- Producción de contenidos: 3.204 piezas de comunicación gráfica, 107 animaciones y 6.378 fotografías.

Las acciones implementadas durante el 2024 reflejan el compromiso de la UPRA con la inclusión y participación ciudadana en la gestión pública. A través de la diversificación de canales y estrategias, se promovieron la transparencia, el acceso a la información y la colaboración con actores clave para el desarrollo agropecuario sostenible del país.

8.1 Objetivo general

Facilitar a los grupos de interés de la UPRA el seguimiento y la evaluación de las actividades realizadas y los resultados alcanzados durante la vigencia 2025, mediante procesos continuos de rendición de cuentas. Estos serán difundidos a través de los canales institucionales, tanto presenciales como virtuales, empleando un lenguaje claro y apoyándose en materiales gráficos y audiovisuales. Además, se promoverán espacios que posibiliten el contacto directo con los actores en sus territorios.

8.2 Objetivos específicos

1. Comunicar de manera efectiva y oportuna las actividades misionales, administrativas y financieras realizadas por la Entidad a lo largo de 2025, utilizando diversos canales de difusión que garanticen el acceso a la información por parte de los grupos de valor.
2. Diseñar e implementar actividades que favorezcan el intercambio y diálogo abierto con los representantes de los grupos de valor, priorizando encuentros en los territorios para fortalecer la cercanía y el entendimiento de las dinámicas locales.
3. Producir y compartir contenidos en formatos escrito, gráfico y audiovisual que cumplan con altos estándares de calidad, asegurando que la información sea oportuna, objetiva, veraz, completa y presentada en un lenguaje claro y accesible para todos los públicos.

4. Optimizar el uso de herramientas digitales para llevar a cabo una rendición de cuentas continua, dinámica y transparente, garantizando la participación y el acceso de los grupos de valor de la entidad en tiempo real.
5. Promover la retroalimentación y la participación activa de los grupos de valor en los procesos de rendición de cuentas, asegurando que sus opiniones y necesidades sean tomadas en cuenta para mejorar la gestión institucional.
6. Consolidar una cultura de transparencia y confianza mediante la implementación de mecanismos de comunicación inclusivos, que consideren las características y necesidades de los diversos actores involucrados en los procesos de la entidad.

8.3 Canales externos

- Programa de televisión ‘El Campo No Para’
- Productos sonoros pódcast ‘UPRA Planifica el campo’ y programa de radio ‘El Campo No Para’
- Página web www.upra.gov.co
- Redes sociales @upraColombia en X, Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn.

8.4 Actividades

Para alcanzar los objetivos establecidos en esta estrategia específica, y en concordancia con el Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP), se desarrollarán las siguientes actividades durante el año:

1. Integrar un capítulo específico de “Rendición de cuentas”, alineado con los objetivos estratégicos de la entidad, tanto en el Plan de Comunicaciones como en el Plan de Acción 2025.
2. Realizar un monitoreo constante de la ejecución del componente de "Rendición de Cuentas Permanente 2025".
3. Organizar y llevar a cabo dos jornadas de diálogo con los grupos de valor, enmarcadas en eventos institucionales, para fomentar la transparencia y la ética pública.
4. Elaborar y presentar informes sobre las jornadas de diálogo realizadas incluyendo análisis y recomendaciones para fortalecer los procesos de rendición de cuentas.
5. Priorizar y divulgar dos productos de la UPRA a través de múltiples canales de comunicación asegurando su alcance y comprensión.

6. Crear videos informativos que resalten la gestión de la UPRA, con un enfoque en rendición de cuentas, para ser difundidos en formatos accesibles y atractivos.
7. Orientar a los grupos de valor a través de una campaña sobre los canales de denuncia de la UPRA y el nuevo Código de integridad UPRA.
8. Se promoverán espacios internos para dar a conocer la estrategia de Rendición de cuentas, el PTEP, así como las jornadas de diálogo a realizar durante la vigencia.
9. Llevar a cabo una reunión de cierre al final del año para evaluar los resultados del componente de rendición de cuentas y definir los lineamientos del capítulo correspondiente en el Plan de Acción del próximo año.

9. Seguimiento y evaluación

El Plan de Comunicaciones será objeto de un proceso continuo de seguimiento y evaluación mensual, con el objetivo de verificar la efectividad de las estrategias y tácticas implementadas, en cuanto a la comunicación y difusión de los productos y actividades.

Para ello, se llevarán a cabo reuniones semanales denominadas "consejos de redacción", así como una reunión mensual de seguimiento de metas e indicadores, y se elaborará un informe trimestral de avances y resultados.

Adicionalmente, se realizará un monitoreo diario de los medios de comunicación para analizar el tono de las noticias relacionadas con la entidad, con el fin de seguir de cerca la conversación virtual y gestionar la percepción pública.

Como parte del proceso de evaluación, se realizará una encuesta de percepción de las comunicaciones internas y externas, para medir el impacto y el alcance de las estrategias implementadas.

Y, a fin de monitorear, de manera específica, las sinergias digitales, se emplearán herramientas de analítica de redes sociales, como Google Analytics y Supermetrics, que permitirán evaluar el *engagement*, el impacto y el alcance de las actividades.

10. Recomendaciones finales

Realizar visitas coordinadas a las regiones, con la participación de las direcciones técnicas, la Oficina TIC y el apoyo de la Asesoría de Comunicaciones; estas acciones deben incluir espacios de diálogo y retroalimentación con actores locales fortaleciendo la apropiación de los instrumentos de planificación agropecuaria.

Crear mensajes innovadores, diversificar los canales de comunicación y segmentar el contenido, según las necesidades de las audiencias, priorizando temáticas relacionadas con la gestión territorial. Esto permitirá conectar de manera más efectiva con los diferentes públicos objetivo.

Realizar acercamiento con los canales regionales y emisoras comunitarias para tener un mayor alcance en territorio.

Utilizar transmisiones en vivo a través de redes sociales para difundir avances y responder preguntas en tiempo real.