



PLAN DE COMUNICACIONES 2026



Contenido

1. Introducción	4
2. Marco normativo.....	6
3. Diagnóstico	8
3.1 Lo más destacado en la realización del Plan de Comunicaciones UPRA-2025.....	8
3.1.1 El Nuevo Pacto de Chicoral.....	8
3.1.2 Macroencuentros por la Reforma Agraria.....	9
3.1.3 APPA.....	9
3.1.4 Zonas de reserva campesina (ZRC).....	10
3.1.5 Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM)	10
3.1.6 Siriiagro	10
3.1.7 Boletines.....	10
3.2 Análisis de impacto en redes sociales de la UPRA en 2025.....	11
3.3 Las publicaciones más consultadas en la página web de la UPRA fueron:.....	12
3.4 Sondeo sobre necesidades de comunicación al interior de la UPRA	13
3.5 Resultados frente a indicadores 2025, Asesoría de Comunicaciones.....	14
4. Plan Estratégico de Comunicaciones 2026	15
4.1 Objetivo general.....	15
4.2 Objetivos específicos.....	15
4.3 Estrategia de comunicación externa	16
4.3.1 Región Caribe y Magdalena Medio: Distritos agrarios	16
4.3.2 Amazonía: Corredor de estabilización de la frontera agrícola	17
4.3.3 Altillanura-Orinoquía: Ordenamiento productivo articulado entre AC FEC y agroindustria	17
4.3.4 Pacífico-Insular: Territorios interculturales para la paz.....	17
4.3.5 Andina: Seguridad jurídica para la protección de la producción de alimentos.....	18
4.3.6 Otros temas que la UPRA abordará	18
4.4 Estrategia de comunicación digital.....	21
4.4.1 Material de consulta digital para las comunidades	22
4.4.2 Promoción del <i>chatbot</i> institucional.....	22
4.4.3 Construcción de comunidad digital activa	22
4.4.4 Historias humanas como pilar del contenido	23
4.4.5 Territorialización del contenido.....	23
4.4.6 Video como formato prioritario	23
4.4.7 Colaboraciones estratégicas.....	23
4.4.8 Narrativa basada en datos; no solo mostrar datos.....	24
4.5 Estrategia de comunicación interna.....	24
4.6 Estrategia de rendición de cuentas.....	25
4.6.1 Diagnóstico 2025.....	25
4.6.2 Objetivo general de la rendición de cuentas 2026	28



4.6.3 Objetivos específicos de la rendición de cuentas 2026	28
4.6.4 Plan de Acción.....	28
5. Indicadores del Plan de Comunicación 2026.....	30
6. Grupos de valor	32
7. Canales.....	34
7.1 Canales digitales externos.....	34
7.2 Canales audiovisuales y sonoros.....	34
7.3 Canales de prensa.....	34
7.4 Canales internos.....	35
7.5 Canales presenciales y territoriales.....	35
8. Seguimiento y evaluación	36



1. Introducción

El 2026 es el año de la Justicia Agraria y la consolidación del Plan Decenal de la Reforma Agraria, la cual se convertirá en una política de Estado. Para la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA), representa fortalecer un diálogo directo en los territorios con las comunidades rurales portadoras del conocimiento y saberes ancestrales. En este marco, la entidad adelantará ejercicios de construcción y retroalimentación de los instrumentos de planificación con visión local y territorial basados en la escucha activa de las apuestas que tienen los habitantes del campo; en este sentido, la Unidad participará con su oferta institucional orientada a las comunidades rurales en la II Conferencia Internacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural, espacio al que asistirán delegaciones de más de 130 países.

El nuevo enfoque de la UPRA reconoce al campesinado como sujeto de derecho en sus dimensiones organizativa, política, productiva, cultural, territorial y ambiental; además, reivindica las prácticas agropecuarias tradicionales y ancestrales de las comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras. En coherencia con ello, la entidad centrará esfuerzos en el trabajo articulado con los habitantes de las zonas de reserva campesina (ZRC), los territorios campesinos agroalimentarios (TECAM), las Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA), por unos sistemas agroalimentarios encargados de abastecer las plazas de mercado y centros de acopio de Colombia. En este proceso, desde la entidad, visibilizaremos cómo la articulación interinstitucional y el acceso a la información se traducen en beneficios concretos para los territorios fortaleciendo la confianza y cercanía entre la UPRA, con las poblaciones rurales y en los territorios.

Este año, la UPRA orientará sus esfuerzos comunicativos en instrumentos de planificación —tales como las zonificaciones de aptitud, los planes de ordenamiento productivo, las Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA), la frontera agrícola y la declaratoria del Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM) en Paz de Ariporo, Casanare, entre otros— bajo el enfoque en la Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria (ACFEC); así, en su construcción, contará con una participación comunitaria y local efectiva.

Además, para esta vigencia, se mantendrá el rol fundamental de apoyar técnicamente al MinAgricultura proyectando su misionalidad entorno a la implementación de la Reforma Agraria mediante la gestión de lineamientos que incidan en los territorios; estas acciones estarán orientadas a los ocho subsistemas del Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural (SINRADR), y se fundamentarán en la estrategia de territorialización de las apuestas estratégicas del sector —Distritos agrarios (Caribe-Magdalena Medio), Corredor de estabilización de la frontera agrícola (Amazonía), Ordenamiento productivo articulado entre



ACFEC y agroindustria (Altillanura-Orinoquia), Territorios interculturales para la paz (Pacífico-Insular), y en la seguridad jurídica para la protección de la producción de alimentos (región Andina)—, en favor de la justicia social y ambiental, así como de la soberanía y seguridad alimentaria de los colombianos.

Estas apuestas técnicas contarán con una especial divulgación centrada en los medios de comunicación regionales, alternativos y comunitarios para la apropiación por parte de las comunidades rurales de los instrumentos de planificación que la UPRA desarrolla. La entidad seguirá divulgando su misionalidad a través de productos comunicacionales ya posicionados, como el programa de TV “*El Campo No Para*” que, en su séptima temporada, se ha convertido en un referente del sector agropecuario en Colombia e incluso en Latinoamérica.

Para 2026, los podcasts *UPRA: Planificamos el campo* y los webinar *Aula UPRA* serán el espacio donde los grupos de valor de la entidad se nutrirán de conocimiento especializado en el sector rural. Todo esto acompañado de una constante presencia en redes sociales, en donde se divulgarán los avances en la misionalidad y se realizará una capacitación constante sobre el alcance de instrumentos, como las APPA, para evitar la desinformación y contrarrestar las *fake news* que se han venido generando.



2. Marco normativo

El presente Plan ha contemplado lo estipulado en la normatividad que se describe en la siguiente tabla:

Título	Descripción
Constitución Política de 1991	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”. Artículo 74: “Derecho de las personas y organizaciones a acceder a los documentos públicos”. Artículo 209: “Obligación de cumplir con el principio de publicidad de la administración – dejar ver lo público”.
Ley 152 de 1994	Ley Orgánica del Plan Nacional de Desarrollo 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.
Ley 1474 de 2011	<i>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.</i> 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”.
Decreto 4145 de 2011	<i>Por el cual se crea la Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios (UPRA) y se dictan otras disposiciones.</i>

Título	Descripción
Ley 1712 de 2014	<i>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.</i>
Resolución 299 de 2019	<i>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 de Uso Eficiente del Suelo y Adecuación de Tierras de la UPRA.</i>
Resolución 191 de 2019	<i>Por la cual se modifica la Resolución 031 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 (MIPG), y se dictan otras disposiciones.</i>
Resolución 1519 de 2020	<i>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.</i>
Ley 2294 de 2023	<i>Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 “Colombia, potencia mundial de la vida”.</i>
Directiva 03 del 2023	Lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional.
Directiva 07 de 2024	Deberes de las y los funcionarios públicos en el ejercicio de la libertad de expresión y el respeto a la libertad de prensa
Directiva 11 de 2024	Fortalecimiento de la divulgación de información pública a través del servicio público de radiodifusión sonora comunitaria y de televisión comunitaria.
Decreto 1122 del 2024	Reglamenta lo relacionado con el Programa de Transparencia y Ética Pública.



3. Diagnóstico

Durante la vigencia 2025, se realizaron acciones enmarcadas en la dimensión de Información y Comunicación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), específicamente en lo relacionado con la política de Transparencia, Acceso a la información pública y Lucha contra la corrupción; así como la política de Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Estas acciones se fundamentan en lo establecido en el Plan de Comunicaciones Institucional, conforme a los lineamientos de la Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional), y con el propósito de garantizar la divulgación interna y externa de los bienes y servicios generados por la UPRA, dirigidos a los diferentes grupos de valor.

El Plan de Comunicaciones 2025 tuvo como 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 AC FEC y del SINRAD R, 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”.

En ese sentido, la UPRA desarrolló estrategias de comunicación a corto y mediano plazo; entre las que se destacaron:

3.1 Lo más destacado en la realización del Plan de Comunicaciones UPRA-2025

3.1.1 El Nuevo Pacto de Chicoral

El 2025 arrancó con un hito histórico: la realización del encuentro denominado *Nuevo pacto Chicoral*; un acuerdo social y político que reunió a campesinos, comunidades rurales, pueblos indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueros, y sectores progresistas en Chicoral, Tolima. El encuentro buscó impulsar la reforma agraria en la próxima década con la construcción del Plan Decenal de Reforma Agraria, con metas, acciones y objetivos; y marcó la hoja de ruta hacia la transformación del campo.

En este espacio, la UPRA hizo presencia en las mesas de discusión de temáticas como Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA) y Ordenamiento Productivo; también contó con un stand donde se atendió a los representantes de las comunidades rurales de todo el país. En cuanto a acciones comunicativas, se realizó una constante presencia en redes sociales, y se desarrollaron dos especiales de TV, en el programa institucional *El Campo No Para*; así mismo, se produjo un podcast con amplia difusión a través de las plataformas propias y emisoras comunitarias.



3.1.2 Macroencuentros por la Reforma Agraria

Una acción que se estableció en el *Nuevo Pacto de Chicoral* fue la realización de los “Macroencuentros por la Reforma Agraria”, espacios de participación diseñados para fortalecer el diálogo entre el movimiento agrario y el Gobierno nacional en torno a la agenda de reforma agraria para la próxima década. Se realizaron encuentros en la Costa Caribe, región Andina, Amazonía, Suroccidente-Litoral Pacífico, Orinoquía-Altillanura.

La UPRA participó con los equipos técnicos y de comunicaciones en estos encuentros teniendo como eje comunicacional el *Mandato por la tierra, el agua, el territorio, el ambiente y la vida*; donde las propias voces de los habitantes de la ruralidad nos informaron, a través de los canales de comunicación de la UPRA, cómo diseñan el futuro del campo colombiano.

3.1.3 APPA

A lo largo de 2025, la UPRA desarrolló una de las apuestas más importantes para la entidad en términos de trabajo técnico y comunicativo: las Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA). La estrategia de comunicación estuvo orientada al cubrimiento y la divulgación de los espacios con los diferentes grupos de valor para resolver dudas, aclarar mitos y construir juntos la visión de un campo que alimenta.

Estas jornadas se realizaron en los municipios donde se adelantan la identificación de las APPA, con entidades públicas y privadas, entre las que se encuentran, Universidad de la Sabana, Universidad Sergio Arboleda, Federación Nacional de Departamentos, gobernaciones, comités intergremiales, entre otros espacios presenciales y virtuales, arrojando las siguientes actividades:

- 28 comunicados de prensa
- 51 videos
- 8 webinars
- 35 noticias en medios de comunicación
- Acompañamiento o publicación de mensajes de redes sociales de 120 diálogos con la comunidad en 2025

Sinergia #FronteraAgrícolaIncluyente

En el 2025, se llevó a cabo la firma de la resolución que modifica el artículo 3 de la Resolución 261 de 2018 sobre la frontera agrícola nacional; la estrategia de comunicación se enfocó en reconocer el papel histórico de campesinas, campesinos y pueblos étnicos como aliados en la protección de la biodiversidad y en la producción de alimentos.



3.1.4 Zonas de reserva campesina (ZRC)

La divulgación del trabajo técnico en la identificación de alternativas productivas en ZRC fue uno de los proyectos misionales que priorizó la Dirección OPMT de la UPRA en el año 2025. En regiones como: Pradera, Valle, Toguí, Boyacá y San José del Guaviare, Guaviare. Además de informar sobre el componente técnico de esta labor, las comunicaciones de la UPRA se esforzaron por presentar en la estrategia comunicativa a esos hombres y mujeres que a diario trabajan la tierra a la vez que son los guardianes de sus territorios; por lo tanto, tuvieron una constante presencia en el programa de televisión *El Campo No Para* y en las redes sociales de la Unidad.

3.1.5 Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM)

En agosto de 2025, El MinAgricultura envió a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) el expediente que postula el primer SIPAM de Colombia; el cual está ubicado en Paz de Ariporo, Casanare. Se trata del “Sistema de ganadería tradicional y agroalimentario en el paisaje de sabanas inundables” de ese municipio.

Este proyecto que viene adelantando la UPRA desde hace 5 años ha sido objeto de una intensa estrategia de comunicación que ha involucrado además de a la UPRA, a entidades como la Alcaldía de Paz de Ariporo, la Gobernación de Casanare, The Nature Conservancy (TNC), el MinAgricultura y la FAO.

En esta estrategia, se han desarrollado acciones como: comunicados de prensa, sinergias de redes sociales, videos ABC, rondas de atención a medios de comunicación, especiales en televisión y radio, entre otras acciones conjuntas.

3.1.6 Siriiagro

En la vigencia 2025, desde la Oficina TIC, se priorizó el proyecto Siriiagro para la estrategia comunicativa. La estrategia para este proyecto se centró en la divulgación de las capacitaciones de la plataforma del Sistema de Reporte de Información de Insumos Agropecuarios (Siriiagro), la cual permite que los agentes vigilados reporten oportunamente la información de precios; para los cual, se desarrollaron videos en formato tutorial, ABC, así como la divulgación de los talleres que se adelantaron en Bogotá y otras regiones del país.

3.1.7 Boletines

Los boletines de abastecimiento, precios, insumos agropecuarios y agroclimático son los productos de la UPRA más demandados por los medios masivos de comunicación. Durante



el 2025, se socializó de manera detallada, el funcionamiento y alcance del *Boletín Agroclimático*. La estrategia de comunicación para esta temática buscó resolver inquietudes sobre los tipos de datos que generan estas herramientas, su utilidad para anticipar y mitigar los impactos en la producción agropecuaria, y la manera en que los productores y tomadores de decisiones pueden acceder e interpretar esta información estratégica para una planeación más eficiente.

Como hitos, en cuanto a presencia en eventos masivos del sector agropecuario, se registró en el 2025 la participación de la Unidad en la feria *Agroexpo 2025*, con un stand donde se registraron 28 eventos en vivo transmitidos a través de las redes sociales de la entidad. El stand de la UPRA, durante los 10 días de la feria, fue el epicentro del conocimiento enfocado en el agro. También se realizó la *II Cumbre IA en el Agro*, con aliados como la Cámara de Comercio de Bogotá, MinTic, MinAgricultura, Microsoft y ESRI entre otros.

La participación de la UPRA en estos eventos constituyó un gran esfuerzo en términos de comunicación y presupuesto logístico, que implicaron etapas de preproducción, producción y postproducción, constituyéndose, especialmente, la Cumbre de IA en unos de los espacios de la UPRA con mayor acogida y presencia de medios de comunicación masiva.

En el marco de la Política de Participación Ciudadana, la Política de Transparencia y Ética Pública, y en cumplimiento de lo establecido en el Manual Único de Rendición de Cuentas (MURC) expedido por el Departamento Administrativo de la Función Pública para las entidades del orden nacional y sus entidades adscritas, la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA) desarrolló, durante la vigencia 2025, dos jornadas de diálogo de rendición de cuentas orientadas a promover la transparencia, el control social, la participación ciudadana y el acceso a la información pública. Dichas jornadas se realizaron en el marco de dos eventos institucionales: en *Agroexpo*, en el taller *Frontera Agrícola Nacional como instrumento de planificación del territorio rural en Colombia*, y en el municipio de Zipaquirá durante el evento denominado *APPATÓN 2025*.

3.2 Análisis de impacto en redes sociales de la UPRA en 2025

Durante el año 2025, las plataformas digitales de la UPRA demostraron que publicar menos contenido pero de mayor calidad genera mejores resultados; el volumen de publicaciones se redujo en 1,7 % respecto al año anterior, mientras las interacciones aumentaron 79 %. Para entender estos resultados, es importante aclarar cómo medimos el "impacto" de un contenido: no se trata solo de cuántas personas lo ven, sino de cuántas realmente interactúan con él (dando *like*, comentando, compartiendo o guardando la publicación). Un contenido con 10.000 visualizaciones, pero solo 50 interacciones, tiene menos impacto real que uno con



5.000 visualizaciones y 500 interacciones; porque esto último indica que la audiencia se sintió motivada a participar activamente.

Bajo este criterio, los contenidos relacionados con APPA fueron los de mayor impacto durante 2025, registrando 28.126 interacciones con 973 publicaciones. Este resultado confirma que la estrategia de comunicación sobre APPA logró posicionar el tema en la agenda digital, generando amplia participación ciudadana y convirtiendo a esta iniciativa en el eje temático con mayor capacidad de movilización de audiencias de toda la entidad. Esto valida la pertinencia de mantener APPA como pilar central de la estrategia comunicacional.

Otros contenidos que demostraron alto impacto fueron los boletines institucionales que, con solo 167 publicaciones, generaron 14.010 interacciones logrando un promedio de 84 interacciones por cada publicación; la cifra más alta de todas las dependencias. Los formatos que mejor funcionaron fueron videos testimoniales de campesinos, infografías educativas sobre procesos técnicos, y contenido que humaniza el trabajo de campo de la entidad.

Un hallazgo particularmente relevante es el desempeño sobresaliente de Facebook, que registró un crecimiento de 349 % en interacciones. Este resultado contradice la percepción generalizada de que Facebook es una plataforma en desuso: el análisis demuestra que nuestro público objetivo (comunidades rurales, productores agropecuarios y actores del sector) mantiene presencia activa en esta red social. Facebook se consolida así como el canal principal de UPRA, con 37,500 interacciones anuales; le sigue Instagram, que duplicó sus interacciones (100 % de crecimiento y se posiciona como plataforma complementaria para audiencias más jóvenes y urbanas.

LinkedIn mostró un comportamiento que requiere análisis: aumentó publicaciones en 139 %, pero el número de “nuevos seguidores” se redujo en 22 %; datos que sugieren la necesidad de ajustar el tipo de contenido para esta audiencia profesional específica. Por su parte, las plataformas YouTube y X presentaron oportunidades de mejora, con descensos en visualizaciones y nuevos seguidores respectivamente, lo que indica la necesidad de replantear formatos y frecuencia de publicación para optimizar recursos en 2026.

3.3 Las publicaciones más consultadas en la página web de la UPRA fueron:

- * *Metodología para el cálculo de la unidad agrícola familiar por unidades físicas homogéneas a escala municipal*
- * *Plan Nacional de Riego 2020-2039*
- * *Caracterización y tipologías de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria con enfoque agrobiocultural. Recomendaciones de política*
- * *Lineamientos para la constitución y gestión de las zonas de reserva campesina*



- * *Análisis de la distribución de la propiedad rural en Colombia resultados 2020*
- * *Agrologística: bases conceptuales, metodologías y aportes al ordenamiento territorial agropecuario*
- * *Carta del paisaje ganadero de sabana inundable de Paz de Ariporo*
- * *Análisis de la aplicación del derecho humano a la alimentación adecuada y su conexión con los instrumentos del ordenamiento y la planificación del suelo rural a nivel nacional*
- * *Cultivo comercial de arroz seco mecanizado: Identificación de zonas aptas en Colombia, escala 1:100.000*
- * *Identificación de la zona de protección para la producción de alimentos (ZPPA) - región Suroeste de Antioquia.*

3.4 Sondeo sobre necesidades de comunicación al interior de la UPRA

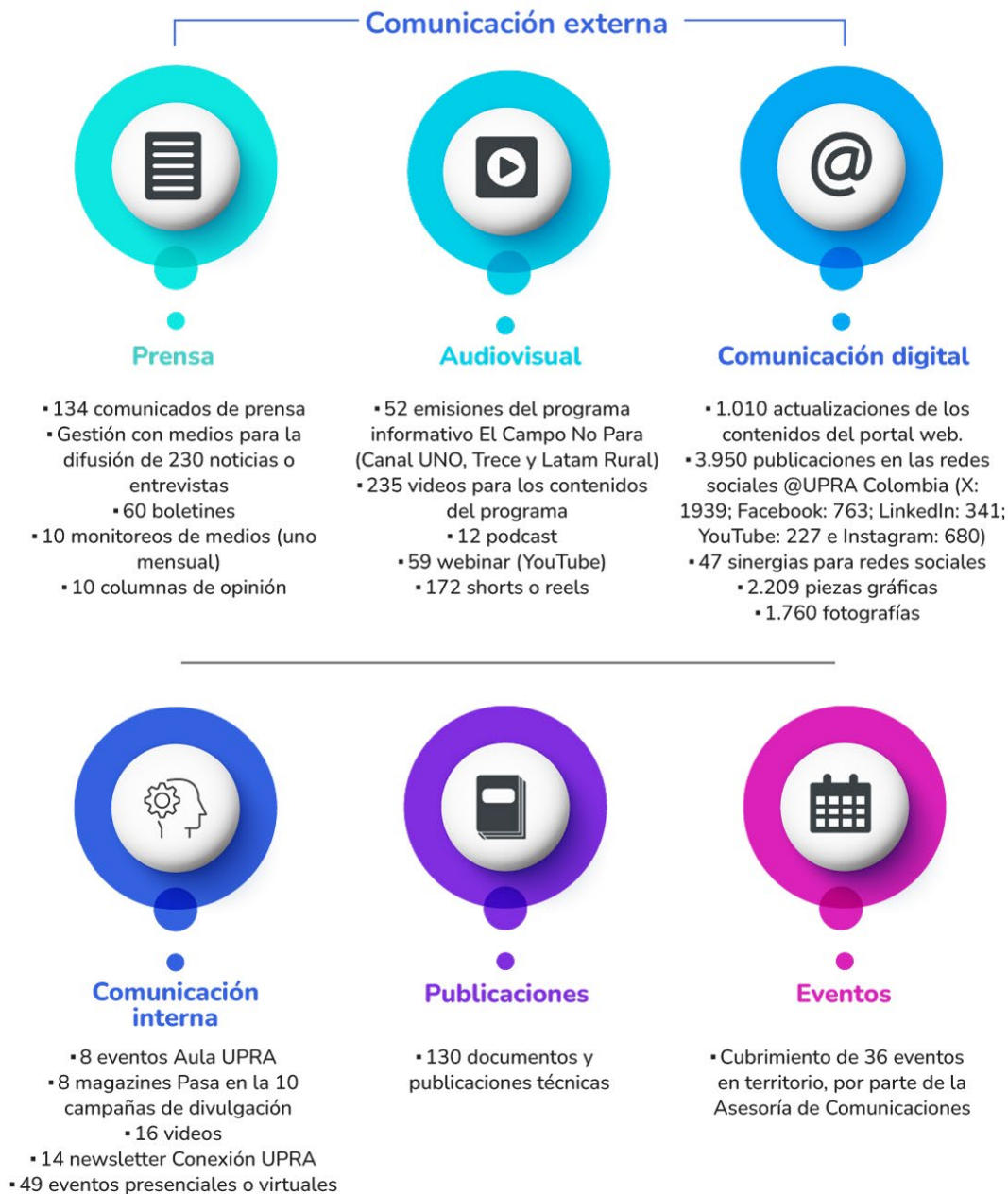
Con el fin de generar actividades desde la Asesoría de Comunicaciones, en específico en temas relacionados con la comunicación interna, y de tener un mayor impacto en los servidores públicos y colaboradores de la entidad, se realizaron entrevistas estructuradas a una muestra de funcionarios y funcionarias de las diferentes dependencias, donde se formularon preguntas específicas cuyas respuestas permiten tener un mayor acercamiento a las necesidades de comunicación al interior de la UPRA.

Se realizaron, en total, 13 entrevistas: 3 a funcionarios de la Dirección técnica OPMT, 4 de la Dirección técnica UESAT, 4 de la Oficina TIC y 2 de la Secretaría General.

De igual forma, se realizó la encuesta de efectividad de los canales de comunicación interna y externa de la entidad, cuyos resultados también permiten conocer la experiencia que funcionarios y colaboradores tienen con los productos de la Asesoría de Comunicaciones y su relacionamiento con las diferentes áreas; en esta encuesta, participaron 54 colaboradores en total.

Con base en lo anterior, se concluye que, en general, hay una buena percepción interna de la Asesoría de Comunicaciones y, en específico, del apoyo que se presta tanto a las áreas misionales, como a las estratégicas y de apoyo. Así mismo, se detectaron temas que deben cubrirse y fortalecerse para generar un mayor impacto positivo al interior de la entidad en temas de comunicación. Estos temas y sus respectivas acciones se describirán en la sección 4.5 del presente documento.

3.5 Resultados frente a indicadores 2025, Asesoría de Comunicaciones



Teniendo en cuenta este diagnóstico, las indicaciones del Comité de Dirección de la UPRA y las directrices del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, presentamos la propuesta de Plan de Comunicaciones 2026.



4. Plan Estratégico de Comunicaciones 2026

4.1 Objetivo general

Posicionar, durante el año 2026, a la UPRA como referente técnico nacional y territorial en planificación rural agropecuaria para la reforma agraria, a través del diseño y la implementación de estrategias de comunicación basadas en procesos participativos — conscientes de la diversidad del campo colombiano— que faciliten el diálogo, la construcción colectiva y el uso y la apropiación de los instrumentos y herramientas de ordenamiento territorial y productivo, por parte de las comunidades rurales, la academia y los demás grupos de valor¹.

4.2 Objetivos específicos

- Facilitar la apropiación comunitaria de la información (datos, herramientas, instrumentos, lineamientos y procesos institucionales) de la UPRA para fortalecer la participación ciudadana informada en la planificación territorial agropecuaria, a través del diseño y la divulgación de piezas de comunicación gráfica, audiovisual y publicaciones durante la presente vigencia.
- Promover el debate sobre políticas agrarias que trasciendan a los gobiernos (redistribución de la tierra, seguridad alimentaria, sistemas agroalimentarios, protección del suelo rural y ordenamiento productivo, entre otros), a través de la participación —con la oferta institucional de la Unidad— en foros, encuentros, talleres, socializaciones y eventos masivos (como la II Conferencia de Reforma Agraria y Desarrollo Rural).
- Posicionar los saberes, prácticas y actividades productivas históricas de las economías del campesinado y de los pueblos indígenas, negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros, como base estructural de los instrumentos de planificación del suelo rural, a través de estrategias de comunicación transmedia.
- Divulgar la información misional de la Unidad con los medios alternativos, comunitarios y regionales para lograr un acercamiento efectivo con las comunidades rurales a través de la presencia permanente de contenidos informativos de la UPRA en estos medios.

¹ Que se describen en el numeral 5 de este Plan.



- Divulgar los avances en los instrumentos, criterios y lineamientos que adelanta la UPRA en el marco del Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural (SINRADR) con el fin de realizar aportes técnicos para impulsar la Reforma Agraria como política de Estado que integra aspectos como el acceso equitativo a la tierra, producción agropecuaria, justicia agraria y justicia ambiental, entre otros, que beneficie a las comunidades rurales.
- Fomentar el sentido de pertenencia, el trabajo colaborativo entre los colaboradores y el uso y apropiación de los productos misionales y de los servicios de apoyo que presta la Secretaría general, a través de 5 estrategias de comunicación interna.

4.3 Estrategia de comunicación externa

La UPRA alineará sus productos misionales con las apuestas estratégicas del MinAgricultura. Así mismo, en el Consejo de Dirección Técnica de la entidad, presidido por la ministra de Agricultura, se impartieron tareas a la UPRA en temáticas como: Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria (ACFEC), sistemas agroalimentarios (abastecimiento), indicadores integrales de tenencia y uso del suelo, incentivos de políticas públicas dentro y fuera de la frontera agrícola, entre otros.

En 2026, la UPRA se volcará a las regiones para realizar una territorialización de sus labores, de conformidad con el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural (SINRADR) en las siguientes zonas del país.

4.3.1 Región Caribe y Magdalena Medio: Distritos agrarios

En esta región, se adelantarán los siguientes instrumentos de planificación:

- Priorización de alternativas productivas en Tecam Nuevo Amanecer
- Zonificaciones visión territorial
- APPA Bolívar (Plan de Acción)
- APPA Sucre (Plan de Acción)
- APPA Córdoba (Plan de Acción)
- APPA Guajira (Plan de Acción)
- Priorización de alternativas productivas en la ZRC Tierralta
- Distritos ADT evaluación de desempeño (Córdoba-Magdalena)
- Plan Departamental de Agrologística
- Zonificación nacional acuicultura marina (Caribe-Pacífico)
- Actualización del índice de informalidad
- Memorandos de entendimiento (Atlántico, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, Cesar)



- POSI: predios ociosos e improductivos
- Cooperación técnica territorial.

4.3.2 Amazonía: Corredor de estabilización de la frontera agrícola

En esta región, se adelantarán los siguientes ejercicios de planificación:

- Identificación de alternativas productivas (frutos amazónicos)
- APPA Putumayo
- Caracterización del mercado de tierras
- Estrategia de derechos territoriales
- Piloto UAF en ZRC.

4.3.3 Altillanura-Orinoquía: Ordenamiento productivo articulado entre AC FEC y agroindustria

En esta región, la UPRA apoyará técnicamente al MinAgricultura en la realización de los siguientes productos:

- APPA Orinoquia
- APPA Meta
- APPA Casanare
- Plan Departamental de Riego de Casanare
- POP Altillanura
- Análisis extranjerización Altillanura
- Caracterización del mercado de tierras
- Actualización del índice de informalidad
- Actualización de inventario DAT pequeña escala
- Actualización de la Guía de inversión en proyectos de ADT
- Procedimiento de recuperación de inversión en ADT
- Territorialidades campesinas
- Sipam: declaratoria
- Distritos ADT Orinoquia
- Memorando de entendimiento (Meta, Arauca, Casanare)
- Cooperación técnica territorial.

4.3.4 Pacífico-Insular: Territorios interculturales para la paz

La UPRA trabajará en 2026 en forma activa con las poblaciones que habitan las costas Pacífica, Atlántica y territorio insular a través de productos de planificación como:

- Zonificación de piangua



- Zonificación de acuicultura marina
- POPA Hojal La Turbia (medidas cautelares)
- APPA Cauca
- Caracterización del mercado de tierras.

4.3.5 Andina: Seguridad jurídica para la protección de la producción de alimentos

En el centro del país, la UPRA focalizará sus esfuerzos en las declaratorias de APPA en municipios de tres departamentos, así como en la proyección de otros instrumentos de planificación, como:

- Declaratorias de APPA en Sabana Centro
- APPA Usme
- Declaratoria de APPA en Santander
- Declaratoria de APPA en Tolima
- Metodología de agricultura de bajo impacto en páramos
- Caracterización del mercado de tierras (Sumapaz, Santander, Cundinamarca)
- Arriendo y otras formas de acceso a la tierra rural
- Modificaciones ámbito POP carne, leche y papa
- Reconversión productiva en ZRC.

4.3.6 Otros temas que la UPRA abordará

Otros temas que la entidad abordará durante la presente vigencia serán:

- La actualización de la frontera agrícola
- La actualización del mapa de AC FEC
- Los POP de cebolla bulbo y de café
- El Sigra: agroclimático y sanitario
- Los lineamientos para usar el Sistema Público Nacional de Trazabilidad
- En el Sipra, el mapa de distritos de ADT (actualizar con los distritos pequeños).

La divulgación y difusión de los avances de la producción de los anteriores productos misionales será el reto de la Asesoría de Comunicaciones durante el 2026; para realizar dicha divulgación, se prevé una estrategia de comunicación externa compuesta por las siguientes acciones:



1. Ronda de medios regionales

Diseñar e implementar una estrategia de ronda de medios en emisoras comunitarias y regionales, previa, durante o posterior a los eventos de socialización, y otras actividades que se realicen en territorio.

2. Plan de medios en emisoras comunitarias

Generar un plan de medios para emisoras comunitarias y regionales orientado a la divulgación permanente y territorializada de los avances de la UPRA, que visibilice el trabajo con las comunidades rurales.

3. Gestión de respuestas en redes sociales

Establecer un sistema de monitoreo continuo y respuesta estratégica que permita contrarrestar la desinformación y críticas sobre las políticas de UPRA en máximo 24 horas. A través de herramientas de escucha social, un banco de respuestas prediseñadas por temática (APPA, ordenamiento territorial, logros institucionales) y protocolos de clasificación por nivel de criticidad, se buscará convertir cada comentario negativo en una oportunidad de pedagogía institucional.

Para garantizar respuestas técnicamente validadas, debe tenerse el apoyo de los técnicos de las diferentes áreas, quienes proveerán la información especializada necesaria para contrarrestar con precisión cualquier desinformación. El equipo de comunicaciones responderá con datos verificables, tono empático y lenguaje claro, evitando que narrativas



erróneas se consoliden en la opinión pública. Esto fortalecerá la reputación digital de UPRA como una entidad transparente, receptiva y comprometida con el diálogo constructivo, midiendo el éxito a través del tiempo de respuesta y el porcentaje de *engagement*.²

4. Protocolo de atención a medios de comunicación

Diseñar, formalizar e implementar un protocolo institucional que garantice la atención oportuna, articulada y coherente a los requerimientos de los medios de comunicación nacionales, regionales y territoriales, así como de periodistas, comunicadores comunitarios y actores estratégicos asegurando respuestas técnicas claras, vocerías definidas, tiempos de respuesta establecidos y mensajes alineados con la gestión misional de la UPRA, la implementación de la Reforma Agraria y el enfoque territorial de la entidad.

5. Herramientas pedagógicas y material promocional)

Diseñar, producir y distribuir kits pedagógicos territoriales adaptados por región y temáticas, compuestos por infografías, piezas reutilizables y materiales didácticos para ferias de servicios y encuentros comunitarios, que faciliten la apropiación de los instrumentos de planificación rural y productiva.

6. Talleres Aula UPRA

Fortalecer el Aula UPRA mediante la realización de *webinars* y talleres virtuales y presenciales orientados a comunidades, organizaciones y entidades territoriales, sobre planificación del suelo rural y uso de información agropecuaria, promoviendo la apropiación del conocimiento técnico.

7. Articulación interinstitucional

Coordinar acciones de comunicación conjuntas con entidades del sector agropecuario, de los diferentes niveles de Gobierno (nacional, territorial e instituciones de educación) que permitan difundir de manera articulada los temas priorizados por la UPRA.

8. Mapeo y gestión de actores en territorio

Realizar un mapeo estratégico de actores territoriales incluyendo organizaciones campesinas, comunidades étnicas, liderazgos locales, medios comunitarios y entidades públicas, articulado con el grupo de diálogo social y participación de la Unidad, con el fin de

² Se refiere a la conexión emocional y a la interacción activa de una audiencia (clientes o empleados) con una marca, contenido o empresa.



fortalecer la focalización de las acciones comunicativas y la construcción de relaciones de confianza en los territorios.

9. Transformación del enfoque del programa de televisión

Rediseñar el enfoque editorial del programa de televisión institucional orientándolo a narrativas territoriales, testimonios comunitarios y casos concretos de planificación productiva, priorizando historias que evidencien el proceso de construcción colectiva de la mano con las comunidades rurales de los instrumentos elaborados por la UPRA y su impacto en la vida rural.

10. Enfoque diferencial y narrativas de género

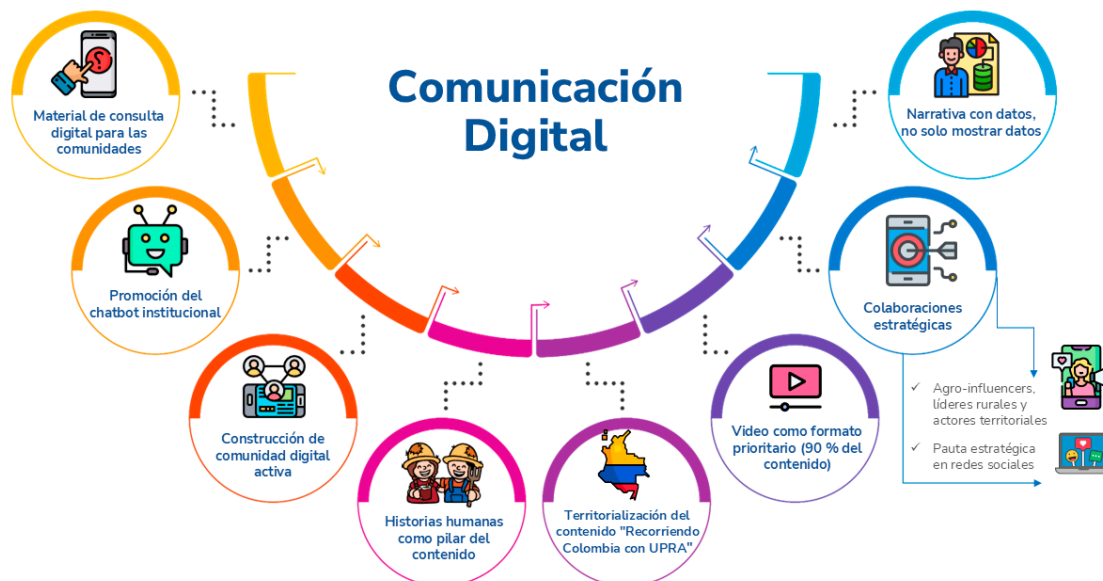
Desarrollar una línea de contenidos audiovisuales con enfoque diferencial basada en pequeñas historias en formato de video y audio que visibilicen el rol de las mujeres rurales, los jóvenes rurales, el adulto mayor, la población LGBTQ+, población en condición de discapacidad, víctimas del conflicto armado, comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras en la planificación, la producción agropecuaria y el relevo generacional, de manera que se garantice su participación como voceros y protagonistas del campo.

4.4 Estrategia de comunicación digital

La estrategia digital de la UPRA para 2026 se centra en **humanizar la planificación rural** priorizando acciones que faciliten la apropiación de información por parte de las comunidades y que fortalezcan el diálogo territorial. El enfoque principal será **contar los avances y políticas públicas a través de historias de personas reales** cuyas vidas se transforman con los instrumentos de planificación rural mostrando que, detrás de cada resolución, cada hectárea zonificada y cada APPA declarada hay familias, sueños y territorios.

Por otra parte, es oportuno enfatizar que, durante el año 2025, la red social TikTok lideró en impresiones promedio por publicación (28.482.90) y en interacciones (944.90), superando ampliamente a otras redes, como Instagram (18.395.09 impresiones y 445.88 interacciones) y Facebook (9.376.98 impresiones y 180.39 interacciones); y que, adicionalmente, TikTok registró el mayor crecimiento del año (con 17,33 %), mientras YouTube aumentó sus reproducciones por video en 76 % confirmando que el formato audiovisual es el de mayor consumo actual. Estos datos configuran **una oportunidad estratégica para la UPRA en 2026: la de crear una cuenta institucional en TikTok**, la cual permitiría llegar a audiencias más amplias y diversas, especialmente jóvenes rurales y nuevas generaciones de productores agropecuarios.

En síntesis, la estrategia de comunicación articula los siguientes componentes:



4.4.1 Material de consulta digital para las comunidades

Se entregará, a las comunidades rurales, material digital de consulta que puedan conservar en sus dispositivos, incluyendo infografías, guías visuales, videos cortos y contenidos descargables sobre los instrumentos de planificación de la UPRA. Este material permitirá que las comunidades puedan revisar y compartir la información de forma autónoma.

4.4.2 Promoción del chatbot institucional

Se realizarán estrategias comunicativas para dar a conocer el chatbot³ de la UPRA como canal de consulta en tiempo real, incentivando su uso entre las comunidades rurales mediante contenidos educativos sobre cómo utilizarlo, qué tipo de información pueden consultar y los beneficios que esta herramienta ofrece para acceder de inmediato a información institucional.

4.4.3 Construcción de comunidad digital activa

La estrategia digital priorizará la construcción de una comunidad activa sobre la simple generación de audiencia. Para esto, se implementará un sistema robusto de interacción que

³ Los productores podrán consultar, desde su celular, datos de la UPRA como: precios de mercado actualizados de gremios (como cacao, café y algodón) hasta estadísticas de producción agrícola y pecuaria (inventarios de aves, porcinos, bovinos, etc.). Así como pronóstico del clima específico para su región, entre otras consultas.



incluya la creación de un **comité de respuesta en tiempo real** encargado de contestar comentarios, preguntas y mensajes directos en todas las plataformas digitales. Este comité garantizará que ninguna inquietud quede sin respuesta y que las comunidades se sientan escuchadas y acompañadas. Adicionalmente, se promoverán espacios de conversación mediante *lives*, encuestas y preguntas abiertas.

4.4.4 Historias humanas como pilar del contenido

El 80 % del contenido digital estará enfocado a las personas y las comunidades: historias de campesinos que han mejorado su calidad de vida, familias que protegen sus territorios, mujeres rurales liderando procesos productivos, jóvenes apostándole al campo y comunidades étnicas preservando sus tradiciones. Solo el 20 % será contenido institucional (logros, eventos, comunicados técnicos). Este equilibrio responde a una realidad comprobada: las publicaciones con mayor alcance e interacción son aquellas que muestran rostros, voces y experiencias reales del campo colombiano.

4.4.5 Territorialización del contenido

Cada región priorizada del país se verá reflejada en las redes sociales de la UPRA mediante una rotación geográfica intencionada en los contenidos. Las regiones de Amazonía, Caribe y Magdalena Medio, Altillanura y Orinoquía, Andina y Pacífico tendrán protagonismo en series como *Recorriendo Colombia con UPRA*, visibilizando productos locales, tradiciones regionales, apuestas productivas y las particularidades de cada territorio. Este enfoque garantiza que las comunidades rurales de estas zonas estratégicas se sientan representadas y que el mensaje institucional llegue de manera pertinente y cercana a los territorios donde se concentrará la gestión del 2026.

4.4.6 Video como formato prioritario

El 90 % del contenido digital será audiovisual, priorizando formatos como testimonios cortos y emotivos de campesinos, datos animados que hagan comprensibles las cifras del sector, recorridos por territorios que muestren en lugar de solo contar, y videos del liderazgo institucional en campo, demostrando cercanía y no una comunicación de escritorio.

4.4.7 Colaboraciones estratégicas

Se establecerán alianzas con agroinfluencers, líderes rurales con presencia digital, actores territoriales y generadores de opinión en el Congreso (agenda legislativa) para amplificar el mensaje institucional con una mayor credibilidad.

4.4.8 Narrativa basada en datos; no solo mostrar datos

Las cifras del sector agropecuario se transformarán en historias que conecten emocionalmente con las audiencias. En lugar de publicar “12.716 millones de dólares en exportaciones”, se dirá “El café que tomas en la mañana viajó a 50 países. El campo colombiano alimenta al mundo”. Este enfoque narrativo busca que la información se recuerde, se comparta y genere orgullo por el sector rural.

4.5 Estrategia de comunicación interna

La estrategia de comunicación interna de la UPRA estará orientada **en difusión oportuna y comprensible de la información institucional**, asegurando que los funcionarios conozcan temas claves y estratégicos de la entidad. Después de aplicar las encuestas internas, se identificó la necesidad de **promover el sentido de pertenencia y la identidad institucional**, resaltando el impacto de la gestión de la entidad, logros de cada dependencia y los valores institucionales, así como **fomentar una comunicación participativa**, generando espacios que permitan a los servidores públicos aportar ideas y retroalimentar los procesos internos.

La Comunicación interna en la UPRA está orientada a **generar cohesión y sentido de pertenencia entre la comunidad que conforma la entidad**; después de analizados los resultados de las encuestas de satisfacción de productos comunicacionales, se proyecta un componente de comunicación interna donde se afiancen los canales de comunicación entre la alta dirección y las diferentes áreas, y entre las áreas misionales y de apoyo. A continuación se enmarcan las siguientes acciones:





- Continuar con la elaboración y divulgación del *newsletter* interno de manera periódica con información y novedades de la entidad, principalmente de temas internos.
- Realizar *Aula UPRA* interno donde se destaquen los nuevos desarrollos o información que se viene trabajando en los diferentes proyectos misionales.
- Producir cápsulas de video informativas *Pasa en la UPRA* sobre novedades, logros y otra información de asuntos misionales y de apoyo en la entidad, así como también historias personales de funcionarios y colaboradores “Soy UPRA”.
- Reforzar la divulgación de los integrantes de los diferentes equipos de trabajo de la entidad y sus funciones principales.
- Continuar con la elaboración del calendario de actividades de Talento Humano y, en lo posible, incluir también otras actividades internas.
- Promocionar el chat de WhatsApp **Noticias Agro UPRA** de la entidad e invitar a los funcionarios y colaboradores que deseen unirse para estar actualizados de noticias de la entidad y del sector agropecuario.
- Implementar un repositorio de capacitaciones donde se encuentren las grabaciones y listados de asistencia.
- Elaborar campañas sobre el respeto, buen trato y atención al cliente interno; así como de prevención y discriminación contra la mujer en su diversidad y otros sujetos de especial protección.
- Divulgar temas relacionados con los procesos de apoyo que conforman la Secretaría General, incluyendo divulgar a nivel interno las vacantes para las que se abran procesos de selección para el público en general.
- Actualizar permanentemente los canales de comunicación interna como el correo electrónico, las carteleras digitales, entre otros, con información de interés para funcionarios y colaboradores.
- En *Conexión UPRA* incluir un espacio donde las personas puedan hacer comentarios acerca de lo que se publica o de lo que les gustaría conocer.
- Fomentar contenidos que incentiven el uso y apropiación de la nueva intranet de la UPRA como canal de comunicación para que los colaboradores accedan a información, documentos y recursos internos, y a compartir conocimiento y gestionar procesos, entre otros beneficios.

4.6 Estrategia de rendición de cuentas

4.6.1 Diagnóstico de la rendición de cuentas de 2025

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

- El Plan de Acción 2025 y el seguimiento al mapa de riesgos.



- La divulgación de dos productos priorizados por la alta dirección: *APPA* y el *POP de la Cadena Ovino Caprina* en espacios abiertos presenciales y virtuales para resolver dudas, aclarar mitos y construir juntos la visión de un campo que alimenta.

Estos eventos se realizaron con entidades públicas y privadas:

De las APPA:

- 28 comunicados de prensa
- 51 videos
- 8 webinar
- 35 noticias en medios de comunicación
- Acompañamiento o publicación de mensajes de redes sociales de 120 diálogos con la comunidad en 2025.

Del Plan de Ordenamiento Productivo de la Cadena Ovino Caprina:

- 1 comunicado de prensa
- 2 videos para el programa de televisión *El Campo No Para* y para el canal de YouTube de la entidad
- 8 noticias en medios de comunicación masiva con impacto nacional
- 2 talleres de socialización en territorio nacional.

Y en el desarrollo de la rendición de cuentas permanente, estas son las cifras registradas en la vigencia 2025:

Durante la vigencia 2025, la UPRA desarrolló, de manera sostenida, acciones de rendición de cuentas permanente, a través de sus canales internos, externos y digitales, fortaleciendo la transparencia, la participación ciudadana y el acceso a la información pública. Entre los principales logros, se destacan:

- Publicación de 134 comunicados de prensa en la sección de noticias del portal web institucional
- Gestión con medios de comunicación masiva para la difusión de 230 noticias y entrevistas relacionadas con los productos y servicios institucionales
- Elaboración y publicación de 60 boletines institucionales disponibles en el portal web de la UPRA
- Producción de 46 publicaciones técnicas sobre temas misionales, en formato PDF y de libre descarga a través del portal institucional
- Producción de 235 videos del programa informativo ***El Campo No Para***, transmitido por Canal Uno, Canal Trece y el canal latinoamericano LATAM RURAL, con disponibilidad permanente en el canal de YouTube de la UPRA
- Producción de 12 podcast institucionales disponibles en el portal web de la entidad
- Organización de 36 eventos en territorio con la participación de representantes de los grupos de valor de la entidad.



- Publicación de 10 columnas de opinión suscritas por la Dirección General
- Producción y difusión de 172 piezas tipo short o reel para redes sociales
- Publicación de 3.950 contenidos en las cuentas oficiales de redes sociales de la UPRA, distribuidos así:
 - Desarrollo de 47 sinergias digitales para la divulgación de temas y actividades institucionales
 - Apoyo a la estrategia de participación y rendición de cuentas mediante la producción de 2.209 piezas de comunicación gráfica, 153 animaciones, 1.760 fotografías y 235 videos elaborados directa o indirectamente por el equipo de comunicaciones de la entidad.

La **UPRA** desarrolló, durante la vigencia 2025, **2 jornadas de diálogo de rendición de cuentas**, orientadas a promover la transparencia, el control social, la participación ciudadana y el acceso a la información pública.

Estas jornadas se realizaron bajo los lineamientos metodológicos del Manual Único de Rendición de Cuentas (MURC), garantizando espacios de diálogo directo entre la entidad y la ciudadanía, los grupos de valor y los actores del sector agropecuario, en formatos presenciales y virtuales, que permitieron ampliar el alcance y la participación.

1. Rendición de Cuentas – Primera Jornada de Diálogo

Título: Frontera Agrícola Nacional como instrumento de planificación del territorio rural en Colombia

Fecha: Julio 10 de 2025

Hora: 3:00 p.m.

Lugar: Feria AGROEXPO 2025, Stand 425, Nivel 1, Pabellón, Corferias, Cr. 37 #24-67, Bogotá D.C., Colombia

Formato: Presencial y virtual

Enlace de transmisión: <https://www.youtube.com/watch?v=1FywFDKkF5s>

Esta jornada se desarrolló en el marco de AGROEXPO, el evento más importante del sector agropecuario en Colombia, y su propósito fue socializar los avances, alcances y resultados de la **frontera agrícola nacional** como instrumento estratégico de planificación del territorio rural, así como resolver inquietudes de la ciudadanía y de los actores del sector.

2. Rendición de Cuentas – Segunda Jornada de Diálogo

Título: APPATÓN 2025

Fecha: diciembre 14 de 2025

Hora: 9:00 a. m.

Lugar: Centro de Desarrollo Agroempresarial del SENA, Zipaquirá, Cundinamarca

Formato: Presencial y virtual

Enlace de transmisión: <https://www.youtube.com/live/mZfq3Y9PXGo?si=YiwzbzLqaUbPT3q2>



La segunda jornada de diálogo se realizó en territorio, bajo el formato **APPATÓN 2025**, como un ejercicio participativo que permitió el intercambio directo con comunidades, autoridades locales y actores estratégicos, fortaleciendo el enfoque territorial de la rendición de cuentas y facilitando el ejercicio de control social sobre la gestión institucional de la UPRA.

4.6.2 Objetivo general de la rendición de cuentas 2026

Fortalecer el ejercicio de rendición de cuentas de la UPRA durante la vigencia 2026, mediante un proceso permanente, transparente y participativo que permita a los grupos de valor conocer, evaluar y retroalimentar la gestión de la entidad y los resultados, logros y metas alcanzadas en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.

4.6.3 Objetivos específicos de la rendición de cuentas 2026

- Divulgar de manera clara, oportuna y accesible los avances, resultados y contribuciones de la UPRA en el cumplimiento de su misionalidad y del Plan Nacional de Desarrollo, a través de los canales oficiales de comunicación de la entidad, garantizando el acceso a la información pública por parte de los grupos de valor.
- Promover la participación y la retroalimentación de los grupos de valor en los procesos de rendición de cuentas, mediante mecanismos presenciales y virtuales que permitan recoger percepciones, recomendaciones y aportes para el fortalecimiento de la gestión institucional.
- Afianzar una cultura organizacional de transparencia, ética pública y confianza ciudadana, en coherencia con la Política de Participación Ciudadana y el Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP), integrando estos enfoques en las acciones de comunicación y rendición de cuentas de la entidad.

4.6.4 Plan de Acción

- Consolidar la rendición de cuentas permanente como eje transversal de la gestión institucional mediante la difusión continua de contenidos informativos, pedagógicos y técnicos que evidencien el impacto de los instrumentos de planificación rural agropecuaria en los territorios.
- Priorizar y divulgar dos productos de la UPRA a través de múltiples canales de comunicación asegurando su alcance y comprensión, que serán determinados por la alta dirección.
- Desarrollar una jornada de diálogo con los grupos de valor antes del 7 de agosto de 2026, orientada a presentar el balance de gestión del cuatrienio, visibilizar los logros alcanzados y propiciar la retroalimentación ciudadana sobre la acción institucional de la UPRA.



- Producir y difundir contenidos escritos, gráficos, sonoros y audiovisuales con enfoque de rendición de cuentas, asegurando altos estándares de calidad, veracidad y pertinencia, y utilizando un lenguaje incluyente y comprensible para los diferentes públicos.

5. Indicadores del Plan de Comunicación 2026

Comunicación externa	Canal	Meta anual
Elaborar y publicar comunicados de prensa de la gestión de la UPRA.	Página web	70
Hacer videos (crónicas, notas para el programa: <i>El Campo No Para</i>).	Plataformas de video, redes sociales, correo electrónico	200
Realizar productos sonoros.	Plataformas de audio	6
Seminarios web.	Plataformas de video	10
Hacer gestión para publicación de noticias o entrevistas en medios masivos.	Medios de comunicación	150
Hacer el monitoreo mensual de medios.	Interno	10
Elaborar la Estrategia de rendición de cuentas permanente y hacer seguimiento.	Interno	2
Realizar jornadas de diálogo en el marco de la Estrategia de rendición de cuentas con sus respectivos informes.	Presencial o Teams	1
Realizar videos de rendición de cuentas de la gestión institucional durante la vigencia.	Redes sociales, correo electrónico, Teams	1
Hacer la reunión de cierre, evaluación y definición el capítulo de Rendición de cuentas en el marco del Plan de Acción.	Presencial o Teams	1
Desarrollar las actividades de divulgación con enfoque diferencial (videos con acceso al subtítulo) de los productos y servicios de la UPRA.	Plataforma de video oficial	50
Divulgar en el portal web el informe de rendición de cuentas para la paz que remitirá el área de planeación de la UPRA.	Portal web institucional	1
Divulgar productos priorizados.	Página web, redes sociales, correo electrónico, Teams, presencial	2
Elaborar la Estrategia de participación ciudadana y realizar el seguimiento de las acciones.	Página web, redes sociales, correo electrónico, Teams, presencial	2

Comunicación digital	Canal	Meta anual
Desarrollar sinergias digitales sobre la gestión de la UPRA.	Redes sociales	10
Hacer publicaciones en las cuentas de las redes sociales oficiales de la entidad.	Redes sociales UPRA	3.000
Elaborar el informe mensual redes.	Interno	10

Crear piezas de comunicación gráfica para la divulgación de la gestión y promoción de eventos (fijas o en animaciones).	Redes sociales, correo electrónico	1.700
Hacer el registro fotográfico (Banco de imágenes).	Página web, redes sociales, correo electrónico, pantallas digitales	1.600
Actualizar los contenidos página web.	Página web	600
Actualizar el esquema de publicación de información de la UPRA y generar informes de seguimiento.	Página web	2
Incrementar en un 10% la comunidad virtual de la UPRA. (78.000 en la actualidad)	Redes sociales	7.000 nuevos seguidores

Comunicación interna	Canal	Indicador anual
Realizar espacios de diálogo y participación con la alta dirección.	Virtual y presencial	3
Elaborar el magazín <i>Pasa en la UPRA</i> .	Correo electrónico, carteleras digitales	6
Desarrollar campañas internas (gestión del conocimiento, SG).		6
Hacer videos internos.		10
Crear piezas de comunicación gráfica.		150
Elaborar el <i>newsletter</i> .		8
Apoyar la realización y cubrimiento de eventos presenciales y virtuales.		40
Realizar productos relacionados con <i>Aula UPRA</i> .	Virtual y presencial	8
Actualizar la <i>Carta de trato digno al ciudadano</i> en formato audiovisual.	Portal web institucional	1
Apoyar la realización de las jornadas de capacitación a servidores públicos sobre obligaciones de transparencia activa, manejo del esquema de publicaciones y criterios del ITA.	Virtual y presencial	2



6. Grupos de valor

Como parte del proceso de caracterización del usuario de la UPRA, se aplicó una encuesta a ciudadanos y grupos de valor institucionalmente definidos, con el fin de identificar sus características, percepciones y necesidades frente a la entidad. El instrumento fue diseñado a partir del levantamiento interno de información, el mapa de empatía y las orientaciones metodológicas de la Guía del DNP.

Los grupos de valor fueron clasificados en siete categorías: nacional, territorial, gremial, actores sociales del territorio, académico, ciudadano y otras instituciones; lo que permitió un análisis diferenciado de sus intereses y expectativas en relación con la planificación del ordenamiento productivo y el uso del suelo rural.

Entre los principales hallazgos, se destaca el alto nivel de reconocimiento de la UPRA y de sus productos misionales: el 90 % de los encuestados (120 personas) manifestó conocer la labor de la entidad y más del 70 % ha utilizado información, productos o servicios institucionales, especialmente aquellos relacionados con planificación del uso del suelo, frontera agrícola, ordenamiento productivo, APPA y sistemas de información como el Sipra.

Así mismo, se evidenció el reconocimiento del enfoque territorial y poblacional de la entidad, reflejado en el trabajo articulado con asociaciones de productores, organizaciones comunitarias, ZRC, comunidades indígenas y mujeres rurales. Más del 50 % de los participantes pertenecen a asociaciones de productores y organizaciones comunitarias, consolidando al campesinado y sus formas asociativas como un grupo de valor estratégico.

La caracterización también mostró una alta diversidad en los perfiles de los usuarios, lo que ratifica la necesidad de segmentar la comunicación y los servicios institucionales, así como una expectativa clara de mayor articulación de la UPRA con entidades del sector agropecuario, ambiental, territorial y con centros de investigación.





7. Canales

7.1 Canales digitales externos

Son los principales canales para la rendición de cuentas permanente, divulgación y participación ciudadana:

- **Portal web institucional:** www.upra.gov.co (noticias, boletines, informes, publicaciones técnicas, rendición de cuentas, Sipra, entre otros)
- **Redes sociales oficiales (@UPRAColombia):**
 - X (antes Twitter)
 - Facebook
 - Instagram
 - LinkedIn
 - YouTube.

7.2 Canales audiovisuales y sonoros

Utilizados para divulgación misional, pedagogía y rendición de cuentas:

- **Programa de televisión: *El Campo No Para***
 - Emisión por Canal Uno, Canal Trece y LATAM RURAL
 - Disponible en el canal oficial de YouTube de la UPRA
- **Podcast institucional:**
 - UPRA Planifica el Campo
 - Disponible en el portal web y canales digitales

7.3 Canales de prensa

- **Sala de prensa del portal web institucional**
 - comunicados
 - boletines
 - noticias
- **Gestión con medios de comunicación nacionales, regionales y comunitarios**
 - entrevistas
 - notas periodísticas
 - columnas de opinión de la Dirección General.



7.4 Canales internos

Fundamentales para la rendición de cuentas interna y la apropiación institucional:

- Correo electrónico corporativo
- Microsoft Teams
- Carteleras digitales
- Newsletter Conexión UPRA
- Magazine interno *Pasa en la UPRA*
- Espacios formativos y de diálogo interno (*Aula UPRA*, eventos institucionales)

7.5 Canales presenciales y territoriales

Clave para la participación ciudadana y el diálogo directo:

- Jornadas de diálogo de rendición de cuentas
- Eventos en territorio con grupos de valor: talleres, mesas técnicas, socializaciones y encuentros comunitarios.



8. Seguimiento y evaluación

El Plan de Comunicaciones 2026 hará parte de un proceso sistemático de seguimiento y evaluación durante la vigencia, con el propósito de verificar la pertinencia, la efectividad y el alcance de las acciones implementadas en materia de comunicación, divulgación y participación ciudadana.

Para tal fin, se desarrollarán espacios periódicos de coordinación editorial y seguimiento orientados a revisar el cumplimiento de metas, indicadores y productos. De igual manera, se realizará un seguimiento mensual a los resultados de las acciones de divulgación y se consolidarán informes periódicos que den cuenta de los avances y resultados obtenidos.

Adicionalmente, se llevará a cabo un monitoreo continuo de los medios de comunicación y entornos digitales con el fin de analizar la cobertura y el tono de la información relacionada con la gestión de la UPRA, permitiendo identificar tendencias, gestionar la conversación pública y fortalecer la comunicación institucional.

Como parte del proceso de evaluación, se aplicarán instrumentos de percepción dirigidos a públicos internos y externos (sondeos) que permitan medir el impacto, la comprensión y el alcance de las estrategias de comunicación implementadas durante el año.

Finalmente, para el análisis específico del desempeño digital, se emplearán herramientas de analítica y medición de redes sociales y plataformas web, tales como Google Analytics, Supermetrics u otras herramientas institucionales disponibles, que permitan evaluar indicadores de alcance, interacción y posicionamiento de los contenidos divulgados.