



El campo
es de todos

Minagricultura

PLAN DE

COMUNICACIONES Y
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

* 2019-2020 *

UPRA



upra

Unidad de Planificación
Rural Agropecuaria

PLAN DE COMUNICACIONES Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO UPRA

2019-2020

Documento estratégico que integra metodologías para el manejo de las comunicaciones en entidad pública: Gobierno Digital (MinTIC) y Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) en las dimensiones Gestión con Valores para Resultados, Información y Comunicación y Gestión del Conocimiento e Innovación.

Autor:

Área Comunicación y Divulgación estratégica

Contenido

1. Introducción.....	3
2. Antecedentes	4
3. Situación Actual.....	7
4. Visión, Misión, Objetivos Estratégicos.....	5
5. Oferta institucional.....	8
6. Nuestros usuarios.....	9
7. Canales de comunicación.....	10
8. Plan de Comunicaciones y Gestión del Conocimiento 2019	11
9. Supuestos y resultados esperados de la estrategia.....	14
10. Referencias.....	15

1. Introducción

La presente estrategia de comunicaciones está enmarcada bajo el código de Buen Gobierno adoptado por la UPRA por medio de la resolución 151 de 2014 y actualizado en 2018, en el cual se establece que la Unidad propenderá por una plataforma informativa que permita a los grupos de interés el acceso a su información, mediante la inclusión de estrategias de comunicación pública que logren la circulación de la misma, la configuración de relaciones comunicativas internas y externas caracterizadas por el diálogo, la concertación y el trabajo colaborativo y la efectiva interlocución con todos los públicos y la rendición de cuentas sistemáticas a la ciudadanía. Esta estrategia es concebida dentro del proyecto de inversión TIC 2019 que propende por el fortalecimiento de la difusión, el uso y apropiación de los productos y servicios de la UPRA, para la planificación rural agropecuaria y que tiene como actividades: Desarrollar la estrategia de difusión, comunicaciones, uso y apropiación de los productos de la UPRA, desarrollar y participar en espacios técnicos de transferencia, generación y apropiación de los productos UPRA y realizar el seguimiento y evaluación del uso de productos de la UPRA.

2. Antecedentes

Por medio del Decreto 4145 del 3 de noviembre de 2011, el Gobierno Nacional creó la Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios (UPRA) como entidad adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), la cual tiene por objeto orientar la política de gestión del territorio para usos agropecuarios.

Luego con el Decreto 1985 de 2013, se modificó la estructura del MADR y se determinaron las funciones de sus dependencias. Así quedó establecido que la UPRA planifica y produce lineamientos, indicadores y criterios técnicos que sirven para la toma de decisiones sobre el ordenamiento social de la propiedad de la tierra rural, el uso eficiente del suelo, la adecuación de tierras, el mercado de tierras rurales. Igualmente, realiza seguimiento y evaluación de las políticas públicas en las materias antes señaladas en el ámbito del territorio nacional.

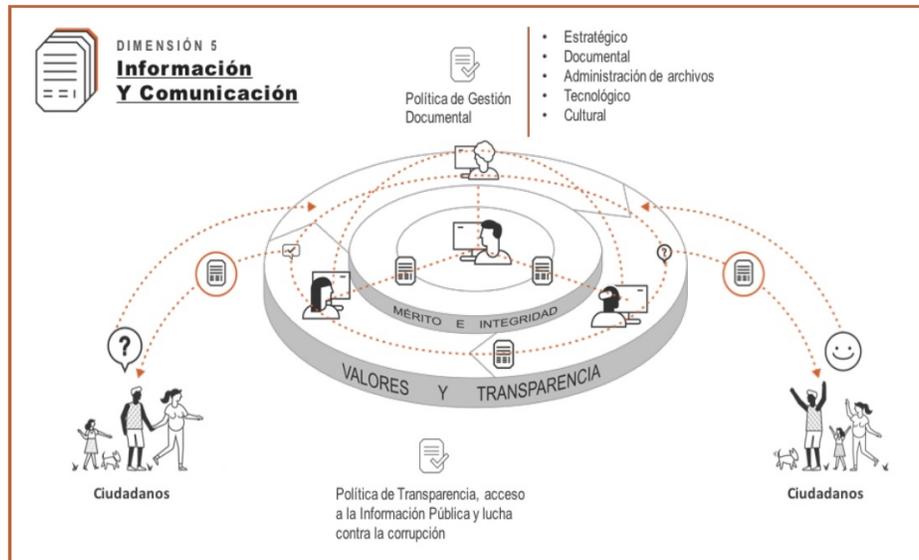
Como entidad adscrita al MADR, y como parte de su política de comunicaciones, la UPRA y las demás entidades adscritas y vinculadas, difunden contenidos

estratégicos y otros que tienen como fuente: el MADR, la Dirección General de la entidad, las áreas misionales, las áreas de apoyo (administrativa) y las áreas de evaluación (control interno).

Por otro lado, las demandas de información y transformación digital que se vive en estos días demandan a las entidades públicas una transición de un Gobierno en Línea a un Gobierno Digital, que les permita dotarlas de capacidades para responder a las necesidades de un escenario de economía digital. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) formuló la Política de Gobierno Digital que tiene como objetivo "Promover el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones para consolidar un Estado y ciudadanos competitivos, proactivos, e innovadores, que generen valor público en un entorno de confianza digital".

El área de comunicación y divulgación estratégica, enmarca sus actividades en las dimensiones Información y Comunicación, Gestión del Conocimiento e Innovación, Gestión con Valores para Resultados y Gestión del Conocimiento e Innovación del Modelo Integrado de planeación y Gestión (MIPG), que propende por unos "servidores públicos bien informados, sobre cómo opera la entidad, y con ciudadanos bien informados sobre cómo hacer efectivos sus derechos; fomenta la eficiencia, la eficacia, la calidad y la transparencia en la gestión pública, la rendición de cuentas por parte de la administración y el control social ciudadano"

El MIPG define que la comunicación "debe trabajarse como un eje estratégico transversal a la estructura organizacional con el fin de darle cumplimiento al principio constitucional de publicidad y transparencia. En este sentido, se hace necesario construir el concepto como algo inherente a la cultura organizacional y no solamente como una práctica focalizada de manera exclusiva en la difusión de mensajes informativos; entendiendo, que la comunicación es la forma concreta de cómo se expresa la cotidianidad de la cultura de la entidad".



Fuente: Función Pública, 2017

Gestión del Conocimiento

La Gestión del Conocimiento hace referencia al conjunto de actividades encaminadas a la creación, intercambio, difusión y utilización del conocimiento que posee la organización para alcanzar sus objetivos y fortalecer los procesos realizados diariamente. (Sánchez & Moreno Dominguez, 2005)

El concepto de Gestión del Conocimiento ha evolucionado desde 1990, incorporando en cada etapa nuevos elementos y fortaleciendo diferentes aspectos sobre su concepción, implementación y análisis. Así pues en la primera etapa de evolución (1990-1995) el enfoque principal radicaba en fortalecer la oportunidad y gestión de la información, en la segunda etapa (1995-2001) la Gestión del Conocimiento estaba encaminada a la conversión del conocimiento tácito a explícito y por ende al uso de tecnologías de la información, y en la tercera etapa (2001-actualidad) los conceptos fundamentales de la Gestión del Conocimiento son los contenidos, las narrativas y el contexto y por ende el soporte del conocimiento a la toma de decisiones.

De acuerdo con (Sánchez & Moreno Dominguez, 2005) la transmisión del conocimiento surge naturalmente en las organizaciones, pero el reto se encuentra en gestionarlo adecuadamente con el fin de capturarlo, hacerlo accesible para todos los miembros y aprovecharlo para fortalecer los diferentes procesos a cargo de la entidad.

Dimensión de Gestión del Conocimiento en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión

El Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) es un "marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan

los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio, según dispone el Decreto 1499 de 2017". (Consejo para la Gestión y Desempeño Institucional, 2018)

MIPG opera a través de siete dimensiones que agrupan las políticas, procesos, prácticas, herramientas e instrumentos requeridos para transformar insumos en resultados que generen valor público. La sexta dimensión de MIPG, denominada Gestión del Conocimiento y la Innovación, busca dinamizar el ciclo de política pública, facilitar el aprendizaje, promover el desarrollo de mecanismos de experimentación e innovación que permitan diseñar soluciones eficientes, así como garantizar la apropiación del conocimiento, promover la cultura de compartir y difundir y fortalecer la cultura de uso, análisis y retroalimentación del conocimiento para la toma de decisiones y el mejoramiento continuo de la entidad. (Consejo para la Gestión y Desempeño Institucional, 2018)

La dimensión de Gestión del Conocimiento y la Innovación se fundamenta en 5 componentes o ejes:

- Planeación Gestión del Conocimiento: las actividades y procesos relacionados con este componente se encuentran encaminados a identificar los medios, mecanismos, procedimientos y procesos para capturar, clasificar y organizar el conocimiento relevante de la entidad.
- Generación y producción: este componente consolida el capital intelectual y se centra en la ideación, investigación, experimentación e innovación en las actividades que realiza la entidad.
- Herramientas para uso y apropiación: agrupa los procedimientos y actividades requeridos para obtener, organizar, sistematizar, guardar y compartir fácilmente datos e información a través de herramientas tecnológicas confiables y procesos de archivística y gestión documental adecuados. Esto contribuye a la generación y producción del conocimiento que posteriormente es compartido y difundido para el mejoramiento de los productos o servicios de la entidad.
- Analítica Institucional: está constituido por las actividades encaminadas a convertir los datos e información producida por la entidad en conocimiento útil para la toma de decisiones a través de su análisis.
- Cultura de compartir y difundir: se estructura en la concepción de una cultura de memoria institucional y en el fortalecimiento compartido del conocimiento de la entidad. Por lo anterior, las actividades y procesos que hacen parte de este componente deben articularse dentro de una estrategia de comunicación, consolidación de redes y de enseñanza-aprendizaje para difundir y reforzar la gestión del conocimiento.



El esquema de gestión del conocimiento incluye las acciones sistemáticas de generar, capturar, compartir y aplicar conocimiento considerando tres elementos principalmente: **gente, procesos y tecnología**. Este ciclo alimenta el mejoramiento del servicio e incrementa la capacidad institucional.

El área de comunicaciones apoyará durante el 2019 el desarrollo de actividades encaminadas a que la UPRA de cumplimiento a los requerimientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG). En este sentido, las actividades que se presentarán en este plan de comunicaciones se encuentran alineadas con: el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (PAAC), la Estrategia de rendición de cuentas y el Mapa de riesgos de la Unidad, también se han tenido en cuenta el Plan estratégico de tecnología de la información y las comunicaciones (PETIC 2019 - 2022) y los indicadores que en el Sistema de Gestión de la UPRA se encuentran asociados al proceso de Gestión del Conocimiento e Innovación.

3. Situación actual

Durante 2018 la UPRA fue mencionada en más de 211 noticias en medios de comunicación entre los que se destacan: Semana, El Espectador, La República, Dinero, Portafolio, El Heraldó, El Pílon, Hoy Diario del Magdalena, La Vanguardia, entre otros.

A lo largo de 2018 las bases de datos de medios de comunicación se actualizaron. Al día se cuenta con 2.939 contactos de periodistas entre nacionales y regionales y en los distintos medios (prensa, radio, multimedia, televisión y otros).

Se realizó en el 2018 el envío de 11 boletines externos: Zona UPRA 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 a más de 1.000 usuarios, que incluyeron periodistas del sector, gobernaciones y secretarías de agricultura del país.

A nivel externo se realizaron 48 videos de los cuales 12 fueron para redes sociales y 17 se realizaron para Agricultura al Día.

En el 2018 la UPRA participó en 71 eventos (entre organización y participación) entre los que se destacan: Presentación del Plan Nacional de Acción de para la consolidación de la cadena forestal comercial para la producción de madera, el panel Paisaje Agropecuario y EXPO Agrofuturo en Corferias donde participamos con un stand y una presentación de Aguacate Hass en Agrotalk.

En cuanto a comunicaciones internas, en el año 2018 se realizaron 805 piezas gráficas y de comunicación por correo electrónico, carteleras físicas y digitales, para Upraneando, piezas de fondo de escritorio y protector de pantalla; y piezas necesarias para talleres y eventos internos.

Se realizaron 52 guiones para videos internos con temas de la Oficina TIC, dirección de uso eficiente del suelo y adecuación de tierras, dirección de ordenamiento social de la propiedad, asesoría jurídica y de la Secretaría General (Talento Humano y Contratación). Los que más se destacan son Zidres y frontera agrícola nacional.

4. Visión y misión

Visión:

En 2022, la UPRA será la entidad líder en la consolidación del modelo nacional de planificación del ordenamiento territorial agropecuario basado en la gestión del conocimiento e innovación.

Misión:

Orientar la política pública de planificación en la gestión del territorio para usos agropecuarios que contribuya a la productividad y competitividad, la seguridad jurídica de la tenencia de la tierra y el uso eficiente del suelo rural.

5. Oferta institucional

La UPRA promueve el ordenamiento productivo agropecuario a través de lineamientos, criterios e instrumentos en materia de uso del suelo y el agua, adecuación de tierras, reconversión productiva y ordenamiento social de la propiedad, también realiza estudios relacionados con la distribución de la propiedad y la estructura de la tenencia de la tierra rural en Colombia, formula LCI para el acceso y la regularización de la propiedad rural, así como, monitoreo, proyección y regularización del mercado de tierras rurales. Para ello la Unidad produce lineamientos, instrumentos y criterios técnicos (LCI) para la toma de decisiones sobre el ordenamiento social de la propiedad de la tierra rural y el seguimiento y evaluación de las políticas públicas en estas materias.

La UPRA produce LCI para el ordenamiento territorial, Planes de Desarrollo y planes sectoriales nacionales y territoriales, evaluaciones de política, instrumentos jurídicos, instrumentos económicos, instrumentos de gestión, instrumentos fiscales, línea base con diagnósticos e indicadores, sistemas de información y actos administrativos

La Unidad gestiona la información y el conocimiento requerido en el sector agropecuario, de esta manera apoya la toma de decisiones para la planificación rural a través de sistemas de información como el SIPRA.

Los anteriores productos entregados al usuario en forma de: informes, mapas, estudios técnicos, guías, manuales, bases de datos, bases de datos geográficas, decretos, acuerdos, ordenanzas, audiovisuales, infografías y servicios web.

6. Nuestros usuarios

Clase	Categoría	Descripción	Definiciones
Próximos	FORMULADORES, EJECUTORES Y EVALUADORES DE POLÍTICA Y/O PLANIFICADORES DE LA GESTIÓN DEL TERRITORIO	MADR, DNP, Entidades Territoriales, ANT, ADR, AUNAP, ICA, URT, Banco Agrario de Colombia, Fiduagraria, Finagro, Corpoica, Vecol y CCI.	Organismos formuladores, ejecutores y evaluadores de política agropecuaria y/o planificadores del orden nacional y territorial que emplean o aplican, en el desarrollo de sus competencias y funciones, los productos de la UPRA: -Para la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de políticas para la planificación del ordenamiento productivo y social de la propiedad. -En Aplicación de lineamientos, criterios e instrumentos que promuevan el uso eficiente del suelo, para planes de desarrollo PD y planes de ordenamiento territorial POT. -En la gestión para el uso eficiente agropecuario del territorio rural.
	CIUDADANOS	Asociaciones campesinas y de productores, agricultores, ganaderos, organizaciones comunitarias locales, gremios, pobladores rurales, formadores de opinión, expertos medios de comunicación.	Persona o grupos de personas que forman parte de una comunidad que consultan y/o utilizan la información y conocimiento que genera o dispone la UPRA, en forma particular o colectiva y son los receptores o beneficiarios de la ejecución de las políticas estatales del sector agropecuario.
Finales	INSTITUCIONALES	Ministerios, departamentos administrativos, institutos, Unidades Administrativas, Agencias, Autoridades Ambientales, Entidades Territoriales.	Conjunto de organismos Estales del orden nacional y territorial, que consultan y/o utilizan información y conocimiento, que genera o dispone la UPRA.
	CIENCIA Y TECNOLOGIA	Universidades, centros de investigación técnicos, especializadas, internacionales	Conjunto de Entidades u organismos de carácter técnico o tecnológico, de educación, investigación, público o privado, nacional o internacional, que consultan y/o utilizan información y conocimiento que genera o dispone la UPRA.

7. Canales de comunicación

Alcance: Interno

Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
Correo electrónico institucional	Es un espacio para difundir contenidos y actividades de la entidad, desde un correo central hacia los correos de los servidores públicos	Medio electrónico	Servidores públicos: funcionarios y contratistas	Diario
Cartelera institucional digital	Ubicadas en zonas de reuniones y de tráfico de la entidad. Allí se reproduce material audiovisual misional y de las áreas de apoyo.	Impreso-electrónico	Servidores públicos: funcionarios y contratistas	Quincenal
Consejo de Dirección Técnica	Integrado por el ministro o viceministro, director DNP o su delegado, director IGAC, director IDEAM, director de ordenamiento social de la propiedad del MADR, director de ANT y presidente ADR. (Decreto 4145 de 2011)	Presencial	Integrantes del comité	Dos veces al año
Comité de Dirección	Integrado por los directores técnicos, jefe TIC, asesor de planeación, secretaria general, asesor de comunicaciones, asesor técnico, asesor jurídico, asesor de control interno y director general.	Presencial	Integrantes del comité	Mensual
Comisión de personal	Integrado por dos representantes de la dirección general, dos representantes de los funcionarios y una coordinación (Ley 909 de 2004)	Presencial	Integrantes del comité	Mensual
Eventos	Eventos de carácter institucional	Presencial	Servidores públicos: funcionarios y contratistas	Mensual

Alcance: Mixto

Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
Página WEB	Es el sitio institucional de la Upra que difunde información estratégica, misional, de apoyo y de evaluación.	Medio electrónico	Servidores públicos: funcionarios y contratistas, usuarios próximos, usuarios finales	Actualización diaria

Alcance: Externo

Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
Canal de video <i>YouTube</i>	Este canal contiene los videos externos que produce la Upra.	Audiovisual interactivo	Usuarios finales	Actualización quincenal
Boletín externo	Boletín electrónico que se difunde por correo electrónico y contiene notas sobre la actividad misional de la entidad y en algunas ocasiones del MADR	Boletín digital	Usuarios Próximos	Mensual
Red social <i>Facebook</i>	Mecanismo para direccionar al usuario a la consulta de información, vincularle en los procesos que adelanta la Unidad según se ponga a disposición.	Medio interactivo	Usuarios próximos y finales	Diario
Red social <i>Twitter</i>	Con Twitter se busca informar los avances institucionales de manera directa y direccionar tráfico a la página de la entidad de acuerdo a los avances e información que se publique.	Medio interactivo	Usuarios próximos y finales	Diario
Red social <i>Instagram</i>	Permite principalmente el intercambio de fotografías	Medio interactivo	Usuarios próximos y finales	Diario
Eventos técnicos	Se coordina de forma planificada eventos de tipo técnico para compartir información de carácter misional	Presencial	Usuarios próximos	Mensual
Publicaciones técnicas	Son publicaciones sobre resultados de proyectos desarrollados en las áreas técnicas.	Digitales o impresas	Usuarios próximos	Por demanda
Red Social <i>LinkedIN</i>	Canal por el cual se divulgan noticias, convocatorias e invitaciones a actividades de la UPRA	Medio interactivo	Usuarios próximos y finales	quincenal

8. Plan de Comunicaciones y Gestión del Conocimiento e Innovación 2019-2020

Objetivo General:

Difundir de manera estratégica y oportuna, mediante actividades de gestión del conocimiento y la innovación, los avances en la planificación del ordenamiento territorial agropecuario en los ámbitos nacional y territorial.

Objetivos específicos:

- Generar estrategias de comunicación para posicionar a la entidad como gestora de información confiable y oportuna para el sector agropecuario.
- Garantizar un flujo de información veraz y coherente con usuarios próximos y finales sobre los avances en la formulación de los planes de ordenamiento productivo y social de la propiedad rural con los departamentos priorizados.
- Facilitar el direccionamiento de las acciones de comunicación tendientes a difundir la gestión adelantada para fortalecer la planificación de los sistemas productivos priorizados (cadenas).
- Promover la difusión y compartir la información generada en la UPRA a través de actividades enmarcadas en la gestión del conocimiento con entidades del sector rural, gremios, gobernaciones y academia.
- Informar y sensibilizar a los usuarios internos sobre temas fundamentales para el desarrollo de los objetivos misionales de la UPRA con el fin de generar un empoderamiento y sentido de pertenencia.
- Desarrollar actividades en el marco de la Política de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Lucha Anticorrupción para garantizar el acceso a la información de manera adecuada, veraz, oportuna y gratuita a usuarios próximos y finales.

Matriz plan de comunicaciones

(Ver documento anexo)

9. Supuestos y resultados esperados de la estrategia

Con el desarrollo del presente plan de comunicaciones y gestión del conocimiento se espera destacar en el 2019 a la UPRA como referente en la generación de conocimiento para el sector agropecuario, que los lineamientos, instrumentos y criterios definidos por las áreas técnicas sean conocidos y apropiados por los usuarios próximos y finales.

10. Referencias

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2011). Gobierno Digital

Departamento Administrativo de la Función Pública, *Manual Operativo Sistema de Gestión del Modelo integrado de Planeación y Gestión, Consejo para la Gestión y Desempeño Institucional, MIPG, Dimensiones Información y Comunicación y Gestión con Valores para Resultados*, Bogotá, octubre de 2017.

UPRA (2018). Guía Código de Buen Gobierno

UPRA (2017). Documento Plan de Acción UPRA. Bogotá

Matriz plan de comunicaciones

ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN	Actividades	Meta
NACIONAL y DEPARTAMENTAL		
<p>Difundir de manera estratégica y oportuna, mediante actividades de gestión del conocimiento y la innovación, los avances en la planificación del ordenamiento territorial agropecuario en los ámbitos nacional y territorial</p>	Publicación mensual y en medios masivos de noticias sobre la gestión de la UPRA enfocado en Gestión de Información (Sipra), POPSPR, ADT, Frontera Agrícola , Cadenas (ordenamiento de la producción, Agricultura por Contrato, cobertura 360Grados) y Cooperación Internacional. Las notas deberán enviarse por medios digitales y buscar su publicación en medios nacionales.	24 noticias
	Envío mensual (por medios digitales) de un boletín informativo externo de la UPRA (incluye noticias, datos e infografías).	11 Boletines
	Realizar el cubrimiento y redacción de noticias sobre la participación de la UPRA en los congresos de los gremios (cronograma de congresos) promoviendo los procesos de zonificación.	Por participación
	Realización de cubrimiento periodístico de reuniones departamentales por medio de boletines de prensa, videos y redes sociales.	6 reuniones
	Apoyar las actividades y gestión del MADR, atender requerimientos de información, divulgación y participación institucional	12 actividades
	Construir una videoteca de instructivos de herramientas que produce la UPRA, así como videos de avances técnicos en áreas priorizadas por la UPRA.	11 videos
	Realizar video de validadores y dos magazines Zona UPRA TV	1 videos
	Actualización de banco de imágenes (memoria visual de la UPRA) y registro fotográfico de las actividades de difusión, priorizadas por la UPRA	100 % de eventos cubiertos
	Apoyar a la áreas misionales, estratégica y de apoyo de la UPRA en la revisión de texto y estilo, así como la revisión de las piezas de comunicación gráfica (memes, infografías, material fotográfico) y boletines de prensa proyectados por el área de comunicaciones	120 piezas
	Apoyar y coordinar la participación de la UPRA en actividades de las áreas misionales, de apoyo y estratégicas , así como en los eventos del sector rural, haciendo presencia institucional con información misional.	10 eventos con presencia institucional
	Realizar monitoreo de medios y redes sociales sobre temas que involucren a la UPRA y hacer seguimiento de generadores de opinión sobre temas de la UPRA y el MADR	10 monitoreos
	Gestionar e implementar estrategias y acciones de comunicación digital para la UPRA incluyendo la generación y publicación de contenidos en las redes sociales y página web de la entidad y su permanente actualización sobre los avances de la gestión de la entidad al igual que la divulgación de los eventos foros, firma de convenios, reuniones intersectoriales y publicaciones de la UPRA.	12 estrategias
	Diseño de piezas de comunicación gráfica y audiovisuales de carácter interno y externo que apoyen la difusión misional de la Entidad, así como la diagramación de las publicaciones generadas por la UPRA	120 piezas de comunicación gráfica
Actualización permanente de bases de datos y otros insumos que permitan la gestión de la información de los usuarios próximos y finales de la entidad	120 nuevos usuarios	

COMUNICACIÓN INTERNA	Actividades	Meta
<p>Informar y sensibilizar a los usuarios internos sobre temas fundamentales para el desarrollo de los objetivos misionales de la UPRA con el fin de generar un empoderamiento y sentido de pertenencia.</p>	<p>Desarrollar un Plan de Comunicaciones interna bajo los lineamientos de la oficina TIC haciendo énfasis en la gestión de conocimiento institucional y Cubrir periódicamente los eventos internos de la entidad (reuniones, eventos técnicos, actividades de talento humano y áreas misionales de la entidad).</p>	<p>1 plan de comunicaciones 12 eventos</p>
	<p>Formular campañas internas de acuerdo a los requerimientos de las áreas de apoyo, misionales y estratégicas de la UPRA bajo los criterios de la oficina TIC y con base en la Gestión de Conocimiento.</p>	<p>12 campañas</p>
	<p>Crear mensajes y coordinar el diseño de piezas gráficas y crear y administrar contenidos para el sistema de carteleras digitales; evaluando su usabilidad y accesibilidad.</p>	<p>120 piezas gráficas</p>
	<p>Generar contenidos para la Secretaría General (área financiera, talento humano, contractual, atención al usuario y recursos físicos) y coordinar con el área de talento humano las actividades de divulgación y actividades que se apoyen específicamente para servidores públicos de planta y los comités que la entidad mantenga.</p>	<p>120 contenidos</p>
	<p>Administrar y actualizar cada uno de los menús y submenús de la herramienta interna Upraneando con cada área de la entidad, de acuerdo con los lineamientos de la Oficina TIC evaluando su impacto, usabilidad y accesibilidad, generar contenidos específicos tipo mailing y administrar las cuentas de correo institucional de comunicaciones, planeación, bienestar y funcionarios de planta de acuerdo a los requerimientos de la oficina TIC</p>	<p>120 actualizaciones</p>
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Actividades	Meta
<p>En el marco de la gestión del conocimiento desarrollar una estrategia de divulgación de los productos de la UPRA con el fin de fortalecer su uso y apropiación.</p>	<p>En el marco de la gestión del conocimiento realizar reuniones con usuarios próximos y finales de las gobernaciones, gremios y entidades del sector para informar sobre los avances de la UPRA en los temas misionales</p>	<p>6 reuniones</p>
	<p>Realizar espacios internos de transferencia de conocimiento</p>	<p>5 espacios</p>
	<p>Seguimiento a la implementación de la hoja de ruta 2019-2022, correspondiente a la dimensión de Gestión de Conocimiento e Innovación del MIPG</p>	<p>2 informes</p>

Plan de Atención y Participación Ciudadana y seguimiento MIPG	Actividades	Meta
<p>Cumplir con las actividades definidas en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (PAAC), durante la vigencia 2019.</p>	<p>Hacer seguimiento cuatrimestral al desarrollo de las actividades encaminadas a cumplir los requerimientos definidos en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (PAAC).</p>	<p>Número de seguimientos realizados/3</p>
<p>Apoyar el cumplimiento a los requerimientos definidos para las políticas del MIPG, especialmente de las relacionadas con transparencia, acceso a la información pública y lucha contra corrupción y participación ciudadana en la gestión pública.</p>	<p>Hacer seguimiento a las actividades de gestión del autodiagnóstico MIPG para Transparencia y Acceso a la Información. Hacer seguimiento a las actividades de gestión de los autodiagnósticos MIPG para la política de Participación ciudadana en la gestión pública, los cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación Ciudadana 2. Rendición de cuentas 3. Servicio al ciudadano 	<p>Porcentaje de avance de elaboración de un (1) autodiagnóstico MIPG para Transparencia y Acceso a la Información. Porcentaje de avance de los autodiagnósticos MIPG para la política de Participación ciudadana.</p>
<p>Dar a conocer a la ciudadanía en general y demás interesados la información clara, concisa y precisa sobre la gestión institucional de la UPRA, así como de sus productos y servicios institucionales, con criterios de transparencia para la participación y servicio al ciudadano</p>	<p>Apoyar el cumplimiento y seguimiento de las actividades establecidas en la Estrategia de rendición de cuentas para la vigencia 2019.</p>	<p>Número de seguimientos realizados/12</p>
<p>Evitar la materialización de los riesgos asociados al proceso de Comunicación y Divulgación Estratégica, en el marco del Mapa de riesgos definido para la vigencia 2019.</p>	<p>Apoyar el cumplimiento y seguimiento de los controles establecidos para evitar la materialización de los riesgos asociados al proceso de Comunicación y Divulgación Estratégica.</p>	<p>Número de seguimientos realizados/4</p>
<p>Apoyar el seguimiento a los indicadores del Sistema Integrado de Gestión de la Unidad, asociados al proceso de Comunicación y Divulgación Estratégica, los cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción de usuarios 2. Menciones de la UPRA en medios 3. Efectividad de la comunicación interna 	<p>Aplicar encuestas sobre productos generados por la UPRA que permitan identificar la satisfacción de los usuarios durante el año. Monitorear mensualmente la percepción sobre la UPRA en los diferentes medios de comunicación, nacionales y regionales (radio, prensa, televisión, Internet). Conocer el impacto de la comunicación interna en el personal de la UPRA tanto del medio utilizado para transmitir el mensaje como del mensaje en sí, a través de la aplicación de una encuesta interna.</p>	<p>Número de encuestas realizadas/Total de encuestas a realizar durante el año Número de monitoreos realizados/12 Número de encuestas realizadas/Total de encuestas a realizar durante el semestre</p>