



El campo es de todos

Minagricultura



El campo es de todos

Minagricultura



Plan de Comunicaciones

2020-2021





El campo
es de todos

Minagricultura

PLAN DE COMUNICACIONES 2020

OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES



El campo
es de todos

Minagricultura

El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia.

Ley 1712 de 2014



Tabla de contenido

Presentación	5
1. Antecedentes	8
1.1. Comunicación externa.....	8
Diseño, animación, fotografía y video	8
Gestión digital.....	8
1.2. Comunicación interna.....	9
2. Objetivos	10
2.1. General	10
2.2. Específicos.....	10
3. Alcance.....	12
3.1. Grupos de valor.....	13
3.2. Canales de comunicación	14
Alcance interno.....	14
Alcance mixto	14
Alcance externo.....	14
4. Matriz plan de comunicaciones y gestión del conocimiento.....	16
5. Resultados esperados.....	22
Referencias	23



Presentación

El Plan de Comunicaciones 2020 de la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA) continúa el proceso de posicionamiento de la imagen institucional y el diseño de estrategias de comunicación. El objetivo principal es divulgar los avances y resultados de la gestión y asesoramiento técnico del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y sus entidades adscritas y vinculadas, entes territoriales, gremios de la producción y demás grupos de valor.

Además, se pretende alcanzar la visión y cumplir la misión proyectada por la UPRA para el cuatrienio 2019-2022, las cuales están alineadas con el Plan Nacional de Desarrollo (PND), 2018-2022, «Pacto por Colombia, pacto por la equidad».

En ese mismo sentido, y de acuerdo con el Plan Estratégico Institucional 2019-2022, se orientan las acciones para posicionar a la UPRA como la entidad líder en la consolidación de un modelo de planificación del ordenamiento territorial agropecuario para Colombia, a partir de la planificación del ordenamiento agropecuario del ámbito nacional, de la planificación del ordenamiento agropecuario del ámbito territorial y soportado integralmente con la gestión de información agropecuaria.

Este plan está enmarcado dentro del Código de Buen Gobierno, adoptado por la UPRA mediante la Resolución 151 de 2014 y actualizado en 2018, en el cual se establece que la Unidad consolidará una plataforma electrónica que permita a los grupos de interés el acceso a su información. El presente plan busca, en primera medida, promover estrategias de comunicación pública que divulguen la eficiencia y calidad de dicha plataforma, asimismo, configurar relaciones comunicativas internas y externas caracterizadas por el diálogo, la concertación y el trabajo colaborativo, la efectiva interlocución con todos los públicos y la rendición de cuentas sistemáticas a la ciudadanía. De esta manera, se da cumplimiento a la Ley 1712 de 2014, de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

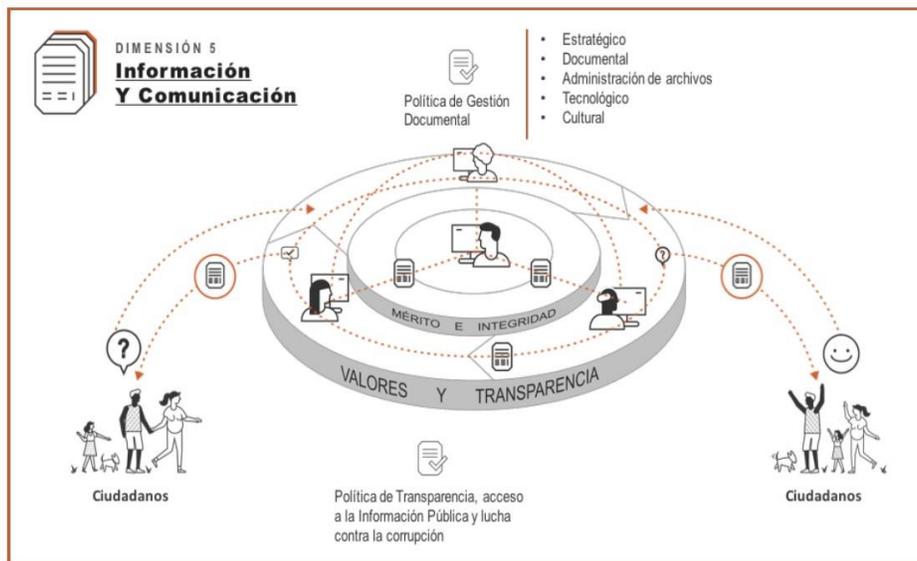
Esta estrategia es concebida dentro del proyecto de inversión del 2020 dirigido al fortalecimiento de las TIC en la UPRA destinadas a la planificación y orientación de la política de gestión del territorio para usos agropecuarios. Entre las actividades proyectadas se encuentran: desarrollar la estrategia 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.

Uno de los principales es la Resolución 299 de 2019, por medio de la cual el MADR delega en la UPRA la Estrategia de Gestión de la Información. El alcance de esta es asignar funciones en materia de consecución, administración, procesamiento y análisis de la información del sector agropecuario, mediante el desarrollo de sistemas de información y la generación de productos y servicios para la toma de decisiones en materia de planificación y gestión del territorio para usos agropecuarios.

El Plan de Comunicaciones también se alinea con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) que, en su dimensión 5, Información y Comunicación, concibe a las comunicaciones como un proceso estratégico, transversal y articulador dentro de las organizaciones, proceso que garantiza los flujos de información interna y externa y sirve de soporte a la planeación y mejora continua (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2018, p. 73).



Fuente: Función Pública, 2017



El presente plan también se enmarca en la Política de Gobierno Digital, que

propende por 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. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2018).

La UPRA, a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones, fortalece los procesos de comunicación informativa, organizacional y de gestión del conocimiento, en aras de generar espacios de comunicación permanentes, claros y sencillos para los grupos de valor, así como a los objetivos institucionales.



1. Antecedentes

1.1. Comunicación externa

La Oficina Asesora de Comunicaciones, dando continuidad a su línea de trabajo y en aras de fortalecer el relacionamiento con los medios de comunicación a nivel nacional y regional, desplegó una estrategia que contempló la actualización de periodistas de los principales medios de comunicación, lo que propició un acercamiento de los representantes de esta entidad con los medios regionales.

En este sentido, durante el 2019, la Alta Dirección visitó distintos medios de comunicación para difundir temas de interés nacional, como resultado de ello se publicaron 204 noticias sobre los avances en la gestión de la entidad. De igual manera, la entidad organizó o participó en 60 eventos del sector agropecuario (AgroExpo, Agrofuturo, Congreso de la SAC, entre los más destacados) y organizó talleres y mesas de trabajo en temas como el Plan de Ordenamiento de la Cadena del Arroz, talleres de ganadería, talleres UAF, entre otros. Merece especial reconocimiento la estrategia Sipra en Acción, 11 talleres organizados por la entidad y llevados a cabo en igual número de departamentos.

Diseño, animación, fotografía y video

Durante el 2019, se realizaron piezas de comunicación gráfica para campañas, estrategias y eventos internos y externos: para comunicación interna, 859 piezas; para los canales digitales, 793; para eventos, 1151; se realizaron 98 presentaciones para la Alta Dirección y 86 para reforzar la identidad institucional. Se realizaron 55 piezas animadas, 33 videos y se hicieron más de 15.000 tomas fotográficas. En cuanto a correcciones de estilo se revisaron más de 200 documentos.

Gestión digital

Se implementó y consolidó la información para la construcción de una estrategia digital para impactar con contenidos generados por la UPRA. Durante el 2019, se realizaron más de 36 estrategias para redes, en promedio 3 al mes, las cuales se publicaron en los canales digitales de la entidad (upra.gov.co y redes sociales [upracolombia](https://www.facebook.com/upracolombia)). Entre los logros más representativos durante la gestión del 2019, en comparación con la del 2018, se encuentran los siguientes:



COMUNIDAD DIGITAL UPRA 2019 Incremento en seguidores



1.2. Comunicación interna

Durante el 2019, la Oficina Asesora de Comunicaciones realizó un diagnóstico del estado de la comunicación interna de la entidad. Los resultados sirvieron como hoja de ruta para el desarrollo de actividades que se adelantaron por parte de la Oficina de Comunicaciones en beneficio de una comunicación más efectiva y eficiente.

Para tales efectos, se estableció un plan de acción a través de una estrategia de comunicación que respondía a las necesidades de la entidad y de sus funcionarios empezando con la actualización del portal SomosUPRA. Se llevaron a cabo más de 15 eventos de carácter interno, 18 campañas internas para difusión de temas y apoyo a áreas en otros temas y se crearon más de 250 contenidos para difusión interna.



2. Objetivos

2.1. General

Posicionar la imagen e identidad institucional de la UPRA como entidad líder en la gestión de la información rural agropecuaria y en la consolidación del modelo nacional de planificación del ordenamiento territorial agropecuario a través de la generación de estrategias de comunicación enfocadas en los grupos de valor de la entidad.

2.2. Específicos

Comunicación externa

- Diseñar la ruta de manejo de las comunicaciones de la entidad para mantener informados a los grupos de valor de los objetivos misionales, logros y avances en la gestión.
- Divulgar la información de manera clara, veraz y oportuna, a través de los distintos canales de comunicación institucionales, y generar condiciones para el desarrollo de una gestión transparente.
- Disponer información oportuna y permanente a los diferentes medios de comunicación masiva sobre las actuaciones, retos y logros de la entidad.
- Aplicar la estrategia de Gobierno Digital para promover el uso de espacios interactivos y permitir el contacto directo con los grupos de valor y la ciudadanía.
- Generar una estrategia permanente de comunicación de la gestión del conocimiento en la entidad, estrategia que ha permitido compartir experiencias exitosas.

Comunicación organizacional

- Generar una comunicación asertiva en la UPRA a través de la circulación formal de información.
- Promover la construcción del sentido de pertenencia y del establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores de la entidad, que contribuyan a consolidar la cultura organizacional.
- Acompañar y atender las necesidades de difusión de las diferentes áreas de la entidad que faciliten el desarrollo de los objetivos de sus respectivos procesos.
- Promover la socialización de temas de interés general, que permita a los colaboradores hacer propuestas sobre el desarrollo de los procesos internos.



- Generar mayor flujo de información hacia los funcionarios y contratistas sobre los proyectos, avances y logros de la entidad e incentivar el uso de los sistemas de información.
- Construir herramientas comunicativas en distintos lenguajes: escrito, sonoro, visual y virtual, para así llegar a las diferentes áreas de la entidad.

Gestión del conocimiento

- Desarrollar una estrategia para la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la UPRA, para convertirlas en conocimiento común y utilidad para todos, a través de la realización de actividades que fortalezcan su uso y apropiación, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Gestión del Conocimiento.

Seguimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión

Apoyar las actividades operativas y de seguimiento relacionadas con:

1. Sistema de gestión.
2. Implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), especialmente de la Política de Participación Ciudadana en la Gestión Pública, que incluye la rendición de cuentas y la Política de Transparencia y Acceso a la Información.
3. Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.



3. Alcance

Funciones Oficina Asesora de Comunicaciones



El Plan de Comunicaciones 2020 es una estrategia transversal de la UPRA y un instrumento de navegación para comunicar objetivos, logros y proyectos a los grupos de valor. Todo comunica, por lo tanto, se contempla el manejo de las relaciones públicas, la actividad cotidiana de la entidad y las tácticas y acciones que se desarrollarán durante el año. Asimismo, se integra a la gestión del conocimiento con el fin de generar una unión natural entre el saber hacer y el qué hacer.

El Plan de Comunicaciones es una herramienta de dirección y orientación coherente entre la realidad y las iniciativas de la entidad, en aras de promover una comunicación dinámica, planificada y concreta. Resulta indispensable analizar y definir los caminos a seguir para contribuir a la consecución de los objetivos estratégicos de la entidad. En este sentido, la Asesoría de Comunicaciones es la única dependencia encargada de coordinar, realizar, evaluar y hacer seguimiento a los procesos de gestión de las comunicaciones que genere la entidad.



3.1. Grupos de valor

Clase	Categoría	Descripción
<p>Próximos</p> <p>Organismos formuladores, ejecutores y evaluadores de política agropecuaria o planificadores de la gestión del territorio rural. Ellos, en el desarrollo de sus competencias y funciones, emplean los productos y servicios elaborados por la UPRA.</p>	Nacional	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Departamento Nacional de Planeación (DNP).
	Territorial	Entidades territoriales (departamentos, municipios, entidades territoriales indígenas —ETI—, entidades administrativas y de planificación), Agencia Nacional de Tierras (ANT), Agencia de Desarrollo Rural (ADR), Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (Aunap), Instituto Colombiano agropecuario (ICA), Unidad Especial de Restitución de Tierras Despojadas (URT), Banco Agrario de Colombia, Sociedad Fiduciaria de Desarrollo Agropecuario S. A. (Fiduagraria), Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro), Agrosavia, Vecol, Corporación Colombia Internacional (CCI), Consejo Superior de la Administración del Ordenamiento del Suelo Rural y Consejo Superior de Restitución de Tierras.
	Gremial	Gremios de la producción agropecuaria.

Clase	Categoría	Descripción
<p>Finales</p> <p>Organismos públicos o privados, persona o grupos de personas que forman parte de una comunidad que consultan 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.</p>	Ciudadanos	Asociaciones campesinas y de productores, organizaciones políticas, agricultores, ganaderos, organizaciones comunitarias locales, pobladores rurales, formadores de opinión, expertos y medios de comunicación.
	Instituciones	Instituciones que no hacen parte del sector agricultura y desarrollo rural como ministerios, departamentos administrativos, institutos, unidades administrativas, agencias, autoridades ambientales, Congreso de la República y entidades territoriales.
	Academia, ciencia y tecnología	Universidades, centros de investigación, institutos técnicos, ONG especializadas, organismos internacionales de cooperación. Este conjunto de entidades u organismos de carácter técnico o tecnológico, de educación, investigación, público o privado, nacional o internacional.



3.2. Canales de comunicación

Alcance interno

Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
Correo electrónico	Medio para difundir contenidos y actividades de la entidad, desde un correo central hacia los correos de los servidores públicos.	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
Eventos	Reuniones institucionales cuya temática puede ser misional o administrativa.	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	Grupos de valor y servidores públicos: funcionarios y contratistas.	Actualización diaria

Alcance externo

Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
YouTube	Este canal contiene los videos externos que produce la UPRA.	Audiovisual interactivo	General	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	Grupos de valor	Mensual
Red social Facebook	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	General	Diario



Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia
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 con los avances e información que se publique.	Medio interactivo	Grupos de valor y general	Diario
Red social <i>Instagram</i>	Permite principalmente el intercambio de fotografías.	Medio interactivo	Grupos de valor	Diario
Eventos técnicos	Se coordina de forma planificada eventos de tipo técnico para compartir información de carácter misional.	Presencial	Grupos de valor	Mensual
Publicaciones técnicas	Son publicaciones sobre resultados de proyectos desarrollados en las áreas técnicas.	Digitales o impresas	Grupos de valor	Por demanda
Red Social <i>LinkedIn</i>	Canal por el cual se divulgan noticias, convocatorias e invitaciones a actividades de la UPRA.	Medio interactivo	Grupos de valor	quincenal



4. Matriz plan de comunicaciones y gestión del conocimiento

Actividad	Indicador	Canal
Gestión de información agropecuaria		
Desarrollar una estrategia de comunicación para divulgar cifras, datos, estadísticas y en general la información agropecuaria que gestionará la UPRA.	1 estrategia	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Publicación en medios masivos de noticias sobre los avances en el proceso de gestión de información a través de herramientas como el Sipra, SNUIRA, Agronet (como plataforma digital sectorial), Sigra, entre otros. Las notas deberán enviarse por medios digitales y buscar su publicación en medios nacionales o regionales.	10 noticias	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Cubrimiento periodístico y logístico de talleres sobre gestión de información agropecuaria, incluyen comunicados de prensa, videos, sinergia de redes sociales.	8 talleres	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Fortalecer la videoteca de instructivos de herramientas que produce la UPRA enfocadas en la gestión de información agropecuaria.	5 videos	Redes sociales
Realización y envío mensual del boletín digital informativo <i>ZonaUpa</i> a grupos de valor de la UPRA (incluye noticias, datos e infografías).	10 boletines	Correo electrónico
Apoyo logístico, cubrimiento y redacción de noticias sobre reuniones, eventos, mesas de trabajo o talleres en el marco de la cooperación internacional (CAF, FAO, Banco Mundial, entre otros).	5 eventos	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Planificación del ordenamiento territorial agropecuario departamental		
Diseño de una estrategia de comunicación para divulgar la información sobre la planificación del ordenamiento territorial agropecuario departamental.	1 estrategia	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Publicación en medios masivos de noticias sobre la formulación de Planes de Desarrollo y Planes de Ordenamiento Departamentales.	11 noticias	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Cubrimiento periodístico y logístico de reuniones departamentales con comunicados de prensa, videos y sinergias de redes sociales.	5 reuniones	Correo electrónico, sitio web y redes sociales



Actividad	Indicador	Canal
Publicación mensual en medios masivos nacionales y regionales de noticias sobre la gestión de la UPRA en materia de unidad agrícola familiar y temas clave definidos en el Comité de Dirección.	10 noticias	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Diseñar e implementar una estrategia de socialización de la frontera agrícola nacional dirigido los grupos de valor de la entidad.	1 estrategia	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Cubrimiento periodístico y logístico de talleres y actividades en el marco de la socialización de la frontera agrícola nacional, incluyen comunicados de prensa, videos, sinergia de redes sociales.	5 talleres	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Planificación del ordenamiento territorial agropecuario nacional		
Diseño de una estrategia de comunicación para divulgar la información generada en el marco de la estrategia de ordenamiento territorial agropecuario nacional.	1 estrategia	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Apoyo logístico, cubrimiento y redacción de noticias sobre la participación de la UPRA en eventos, seminarios o congresos de los gremios que promueva los temas misionales de la UPRA.	5 eventos	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Publicación de noticias en medios nacionales y regionales sobre la gestión de la UPRA en materia de avances en la formulación de los Planes Nacionales de Ordenamiento Productivo de la cadena forestal comercial, arroz, leche, carne y papa.	5 noticias	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Publicación de noticias en medios masivos sobre la gestión de la UPRA en materia de adecuación de tierras, identificación de zonas aptas, reconversión productiva. Las notas deberán enviarse por medios digitales y buscar su publicación en medios nacionales o regionales.	10 noticias	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Estrategia de comunicación digital		
Diseñar una estrategia de comunicación digital para la difusión de los productos, lineamientos, instrumentos o criterios proyectados por la entidad.	1 estrategia	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Gestionar e implementar acciones de comunicación digital para la UPRA que contengan la generación y publicación de contenidos en las redes sociales.	10 campañas	Correo electrónico, sitio web y redes sociales
Realizar monitoreo de medios y redes sociales para tener seguimiento de noticias de la UPRA y de generadores de opinión sobre temas de la entidad y el MADR.	10 monitoreos	Correo electrónico, sitio web y redes sociales



Actividad	Indicador	Canal
Actualización de banco de imágenes: memoria audiovisual de la UPRA. Registro fotográfico y de video de las actividades de difusión, priorizadas por la entidad.	10.000 registros fotográficos	Redes sociales
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.	140 piezas de comunicación gráfica	Correo electrónico, sitio web y redes sociales. Boletín ZonaUptra
Elaboración de piezas animadas (<i>motion graphics</i>) para la difusión de la gestión de información y el ordenamiento agropecuarios nacional y territorial.	80 animaciones	Correo electrónico, sitio web y redes sociales. Boletín ZonaUptra
Preproducción, producción y posproducción de piezas audiovisuales para divulgar la información generada por las áreas estratégicas, misionales y de apoyo.	20 videos	Correo electrónico, sitio web y redes sociales. Boletín ZonaUptra
Revisión ortotipográfica de texto y estilo de las piezas de comunicación gráfica (memes, infografías, material fotográfico), comunicados de prensa, documentos, publicaciones o demás textos requeridos por la entidad.	125 productos	Publicaciones digitales
Comunicación organizacional		
Desarrollar una estrategia de comunicación organizacional, bajo los lineamientos de la Oficina TIC, con énfasis en la gestión del conocimiento institucional y que relacione a SomosUPRA.	1 estrategia de comunicación interna	Correo electrónico, upra.gov.co, pantallas digitales, SomosUPRA
Formular campañas internas de acuerdo con los requerimientos de las áreas de apoyo y misionales de la UPRA bajo los criterios de la Oficina TIC y con base en la gestión de conocimiento.	10 campañas	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Cubrimiento periodístico de los eventos internos de la entidad: reuniones, eventos técnicos, actividades de talento humano y áreas misionales de la entidad.	12 eventos	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA



Actividad	Indicador	Canal
Crear mensajes y coordinar las piezas gráficas que serán publicadas en el sistema interno de medios.	130 piezas gráficas	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Coordinar con el área de Talento Humano las actividades de divulgación y eventos dirigidos a servidores públicos y contratistas. Además, apoyar con actividades de difusión a los comités de la entidad en cabeza de la Secretaría General: Financiera, Talento Humano, Contractual, Atención al Usuario y Recursos Físicos.	4 actividades o eventos	upra.gov.co, Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Organizar los Café con el Director: reuniones informales del director con toda la entidad en donde el objetivo es lograr un acercamiento entre servidores públicos y contratistas y que se plantee un escenario de conversación sobre las actividades que desarrolla la UPRA.	10 reuniones	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Realización de <i>60 segundos</i> : noticiero tipo cápsula en donde un presentador cuenta todas las actividades de tipo interno y externo que se realizaron durante cada mes dentro en la UPRA.	11 videos	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Administrar y actualizar la herramienta SomosUPRA, y generar contenidos específicos, de acuerdo con los lineamientos de la Oficina TIC, y evaluar su impacto, usabilidad y accesibilidad. Además, administrar las cuentas de correo institucional de Comunicaciones, Planeación, Bienestar y funcionarios de planta de acuerdo con los requerimientos de la Oficina TIC.	130 actualizaciones	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA, correos institucionales
Actualización permanente de la página web de la entidad, así como la generación de contenidos y herramientas para acercar este canal a los grupos de valor	200 actualizaciones	sitio web upra.gov.co
Gestión del conocimiento		
Diseñar una estrategia que contenga los lineamientos definidos en el plan de gestión del conocimiento para el 2020.	1 estrategia	Correo electrónico, upra.gov.co, pantallas digitales, SomosUPRA



Actividad	Indicador	Canal
Realizar jornadas de socialización de la política de gestión de información sectorial, dirigidas a los CIO de las entidades adscritas y vinculadas y a las organizaciones privadas que gestionan datos públicos y a los entes territoriales.	8 eventos	Pasa en la UPRA, pantallas digitales y SomosUPRA
Difundir y actualizar las estrategias generadas en el marco de gestión del conocimiento como el Banco de Buenas Prácticas y el programa Pioneros, entre otros.	5 campañas	SomosUPRA
Plan de Atención y Participación Ciudadana y seguimiento MIPG		
Hacer seguimiento cuatrimestral al desarrollo de las actividades encaminadas a cumplir los requerimientos definidos en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (PAAC), que se encuentren bajo la responsabilidad de la Asesoría de Comunicaciones.	3 informes	Formato interno
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: 1. Participación Ciudadana; 2. Rendición de cuentas.	3 auto diagnósticos MIPG	Formatos suministrados por DAFP y evidencias del cumplimiento en ruta interna de la entidad
Apoyar el cumplimiento y seguimiento de las actividades establecidas para la rendición de cuentas de la vigencia 2020.	10 seguimientos	Formato interno y evidencias del cumplimiento en ruta de la entidad
Apoyar el cumplimiento y seguimiento de los controles establecidos para evitar la materialización de los riesgos asociados al proceso de gestión del conocimiento y comunicaciones.	4 seguimientos	Formato interno y evidencias del cumplimiento en ruta de la entidad
Registrar el seguimiento a los indicadores en los formatos establecidos y en las fechas indicadas para tal fin, por la Asesoría de Planeación.	4 seguimientos	Formato interno y evidencias del cumplimiento en ruta de la entidad



Actividad	Indicador	Canal
Brindar el apoyo logístico para la realización de las jornadas de diálogo en el marco de la rendición de cuentas 2020.	2 eventos realizados 2 informes de los eventos realizados	Redes sociales, correo electrónico, sitio web
Gestionar e implementar acciones de divulgación de cifras, datos, noticias y toda la información relacionada con la rendición de cuentas permanente que realizará la entidad en el 2020.	8 campañas	Redes sociales, sitio web y somos UPRA
Realizar video de validadores con enfoque de resultados logrados por la UPRA.	1 video	Redes sociales
Apoyar las actividades requeridas para desarrollar la actualización de la caracterización de usuarios de la entidad.	1 actualización de caracterización de usuarios	De acuerdo a la fase, correo electrónico, sitio web, redes sociales, SomosUPRA
Desarrollar una estrategia de comunicación que permita divulgar al interior de la entidad temas relacionados con participación ciudadana, Ley de Transparencia y rendición de cuentas.	1 estrategia	Cartelera digitales, SomosUPRA
Apoyar la actualización permanente de todos los contenidos del sitio web de la entidad, teniendo en cuenta la Ley 1712 de 2014, de transparencia y acceso a la información pública.	2 reportes de actualización	Sito web
Apoyar el desarrollo de actividades que permitan a los diferentes grupos de valor de la entidad, ejercer la participación ciudadana en cualquiera de sus componentes (información y consulta, formulación, ejecución y colaboración, y control y evaluación) , contando con el apoyo de otros actores como Urna de Cristal.	6 actividades o eventos	Redes sociales, sitio web.



5. Resultados esperados

Se espera destacar al final del 2020 a la UPRA como referente de la gestión de la información rural agropecuaria y líder en la planificación del ordenamiento productivo y social de la propiedad rural y la generación de conocimiento para el sector agropecuario.



Referencias

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). Decreto 1008 (2018). Gobierno Digital. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/74903:Decreto-1008-del-14-de-junio-de-2018>

Departamento Administrativo de la Función Pública. (agosto de 2018). *Manual Operativo Sistema de Gestión del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, MIPG*. Bogotá. [www.funcionpublica.gov.co › documents › Manual+Operativo+MIPG.pdf](http://www.funcionpublica.gov.co/documents/Manual+Operativo+MIPG.pdf)

Ley 1712 de 2014. Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones. 6 de marzo de 2014. Diario Oficial 49.084. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/7147:Ley-1712-de-2014>

Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA). (2019). Plan Estratégico Institucional UPRA (2019-2022). Bogotá. <https://www.upra.gov.co/documents/10184/90154/PLAN+ESTRAT%C3%89GICO+VERSI%C3%93N+WEB+30+DIC.pdf/7e54b31d-53e0-4f57-aa3d-2f394c10c4a8>