VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

FINAGRO

Estrategia de socialización LEC – ICR 2026

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural | Finagro | Banco Agrario



Marzo 2026



Contenido

01
Objetivo de la estrategia

02
Ejes de comunicación

03
Acciones de socialización

04
Cronograma

05
Propuesta de flow de pauta

Objetivo

Implementar una estrategia integral de comunicación, promoción y pedagogía para socializar las nuevas condiciones y beneficios de las **Líneas Especiales de Crédito (LEC)** y el **Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)** para 2026, orientado a facilitar el acceso al financiamiento y promover la inversión de campesinos, campesinas, productores y asociaciones de la **Agricultura Campesina Familiar y Étnica Comunitaria (ACFEC).**





Ejes de la comunicación

Pedagogía

Traducir el lenguaje financiero técnico a beneficios tangibles para que el productor comprenda los beneficios de acceder a las Líneas Especiales de Crédito y los incentivos.

Socialización

Socializar a todos los grupos de interés y en diversos canales la importancia de LEC y el ICR para acelerar el crecimiento y la transformación de los sistemas agroalimentarios.

Posicionamiento

Consolidar la narrativa de que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de Finagro y el Banco Agrario, es el aliado principal que otorga subsidios e incentivos al campesinado colombiano.

Principales mensajes

1

Línea Especial de Crédito

LEC Reforma Agraria: mensajes enfocados en que se puede pasar de ser arrendatario a propietario de la tierra que siempre ha trabajado con ayuda de subsidios a la tasa

LEC Desarrollo Productivo: mensajes enfocados en tasas preferenciales para desarrollar proyectos productivos en el campo.

- *Deje de pagar arriendo. Con el subsidio a la tasa de interés, el Gobierno te ayuda a comprar tu tierra y sembrar en ella gracias a las Líneas Especiales de Crédito de Finagro.*
- *La tierra que usted trabaja ahora sí puede ser suya. Con subsidios a la tasa y plazos de gracias, el Gobierno le respalda su sueño de pasar de arrendatario a propietario.*
- *La tierra que has trabajado por años puede ser tuya. Con apoyo del Gobierno Nacional y Finagro, puedes acceder a créditos con tasa subsidiada para pasar de arrendatario a propietario.*
- *Cuando el campo tiene respaldo, produce más. Gracias a las Líneas Especiales de Crédito (LEC), el Gobierno y Finagro apoyan a los productores para hacer crecer sus proyectos.*
- *Más inversión en el campo significa más oportunidades para el productor. Con crédito con tasas subsidiadas, el Gobierno y Finagro impulsan el desarrollo productivo rural.*
- *El campo colombiano tiene futuro cuando apoyamos a los productores. Con las Líneas Especiales de Crédito, el Gobierno y Finagro subsidian tasas de interés e impulsan nuevos proyectos productivos.*

Principales mensajes

2

Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)

Mensajes enfocados en que el Gobierno Nacional y el Ministerio de Agricultura asumirán hasta 40% del valor del crédito que hizo el productor o productora para invertir en siembra, maquinaría o infraestructura. Es decir, el crédito le saldría muchísimo más barato.

- *Invertir en el campo ahora es más fácil. Con el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), el Gobierno Nacional asumen hasta el 40% del crédito que hiciste para sembrar, comprar maquinaria o mejorar tu finca.*
- *Si inviertes en tu producción, no tienes que pagarlo todo solo. Con el ICR, el Gobierno Nacional cubre hasta el 40% de tu crédito.*
- *Sembrar más, comprar maquinaria o mejorar la finca ahora es más fácil. Con el ICR, el Gobierno Nacional reduce tu deuda en hasta el 40% del crédito que usaste para invertir en tu proyecto productivo.*
- *Cuando el productor invierte, el campo crece. Por eso, con el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), el Gobierno Nacional te apoya pagando hasta el 40% del crédito.*

Acciones de socialización

Estrategia digital

Post en Facebook, Instagram, Twitter y con piezas, videos cortos y testimonios de productores beneficiados

Webinar en Facebook.

Pauta digital

Plan de medios con pauta en radio y pauta digital (enfocada en video). **Propuesta: $30 millones para radio - $20 millones para pauta digital**



Medios de comunicación

Comunicado de prensa con el lanzamiento oficial de los nuevos recursos.

Comunicado de prensa cuando se ejecuten los recursos.

Entrevistas en medios de comunicación por parte de la ministra Martha Carvajalino y del presidente del BAC, Hernando Chica

Material gráfico

Apoyo con material gráfico e infografías que complementen el trabajo de socialización del equipo territorial de Finagro

Cronograma

Fase 1 – Lanzamiento

Mes	Semana	Acciones principales	Canales clave	Entregables	Área responsable
MARZO	Semana 3 (23 - 29 de marzo)	Creación de piezas, infografías y videos en sinergia con el MADR para el lanzamiento de los nuevos recursos LEC - ICR 2026	Redes sociales	• 1 Infografía para enviar a intermediarios financieros y asociaciones • 2 piezas de lanzamiento • 1 Carrete con particularidades de los instrumentos • 1 video • 3 cuñas radiales para promocionar incentivos	Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 4 (Semana Santa) (30 - 5 de abril)				

***Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados**

*Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados

Fase 2 – Socialización y pedagogía

ABRIL	**Semana 1 (6 al 12 de abril)**	Lanzamiento de los nuevos recursos de LEC e ICR 2026 a medios de comunicación	Medios de comunicación y redes sociales	• 1 comunicado de prensa • 1 video de Jimena Ruiz, presidenta (e) de Finagro, con el anuncio • 1 video de la ministra, Martha Carvajalino	Comunicaciones
	Semana 2 (13 - 19 de abril)	Pedagogía ICR - LEC 2026 Activación de cuñas radiales	WhatsApp / Redes sociales / Radio	• 1 Infografía de ruta del incentivo • 1 webinar de Educación Financiera, Económica y de Riesgos • Prepación de contenidos para el webinar • 3 post de territoriales socializando los instrumentos	Comunicaciones / Área de Educación financiera / Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 3 (20 - 26 de abril)	Activación de pauta digital	Redes sociales	• 2 videos de 45 segundos cada uno sobre los beneficios de acceder a las Líneas Especiales de Crédito	Comunicaciones
	Semana 4 (27 al 3 de mayo)	Pedagogía ICR - LEC 2026	Instagram / FB	• 1 carrete para redes sociales, con información para anunciar recursos de ICR	Comunicaciones

*Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados

Fase 3 – Despliegue territorial y profundización

Mes	Semana	Acción estratégica	Canal clave	Entregable	Área responsable
MAYO	**Semana 1 (4 al 10 de mayo)**	Pedagogía en territorio	Redes Sociales	2 piezas en redes sociales	Comunicaciones
	Semana 2 (11 al 17 de mayo)	Webinar : Preguntas y respuestas sobre cómo acceder al ICR, proyectos y beneficios	FB Live / Teams	1 webinar en vivo con asociaciones, productores, mujeres, jóvenes y campesinos 1 pieza sobre ICR	Comunicaciones / Área de Educación financiera / Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 3 (18 al 24 de mayo)	Refuerzo en municipios priorizados	Mensajes de texto / WhatsApp	1 envío de mensajes directos en municipios priorizados 1 video para redes sociales	Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 4 (25 al 31 de mayo)	Renovacion de pauta digital y radial	Redes Sociales	2 videos nuevo para pauta digital sobre LEC e ICR 3 nuevas cuñas de 20 segundos para pauta localizada en municipios priorizados	Comunicaciones

***Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados**

Fase 3 – Despliegue territorial y profundización

Mes	Semana	Acción estratégica	Canal Clave	Entregable	Área responsable
MAYO	Semana 1 (4 al 10 de mayo)	Pedagogía en territorio	Redes sociales	• 1 pieza en redes sociales anunciado recursos priorizados de ICR para arroceros y publicación de socialización de LEC a comunidades priorizadas	Comunicaciones
	Semana 2 (11 al 17 de mayo)	Webinar : Preguntas y respuestas sobre cómo acceder al ICR, proyectos y beneficios	Facebook Live / Redes sociales	• 1 pieza sobre LEC • 2 cuñas de 30 segundos para pauta regional en Señal Colombia	Comunicaciones / Área de Educación financiera / Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 3 (18 al 24 de mayo)	Refuerzo en municipios priorizados	Mensajes de texto / WhatsApp	• 1 envío de mensajes directos en municipios priorizados • 1 video para redes sociales • 2 cuñas de 30 segundos para pauta regional en Señal Colombia	Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 4 (25 al 31 de mayo)	Renovacion de pauta digital y radial	Redes sociales	• 2 videos nuevo sobre LEC e ICR • 2 cuñas de 30 segundos para pauta regional en Señal Colombia • 1 webinar en vivo con asociaciones, productores, mujeres, jóvenes y campesinos	Comunicaciones

*Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados

Fase 3 – Despliegue territorial y profundización

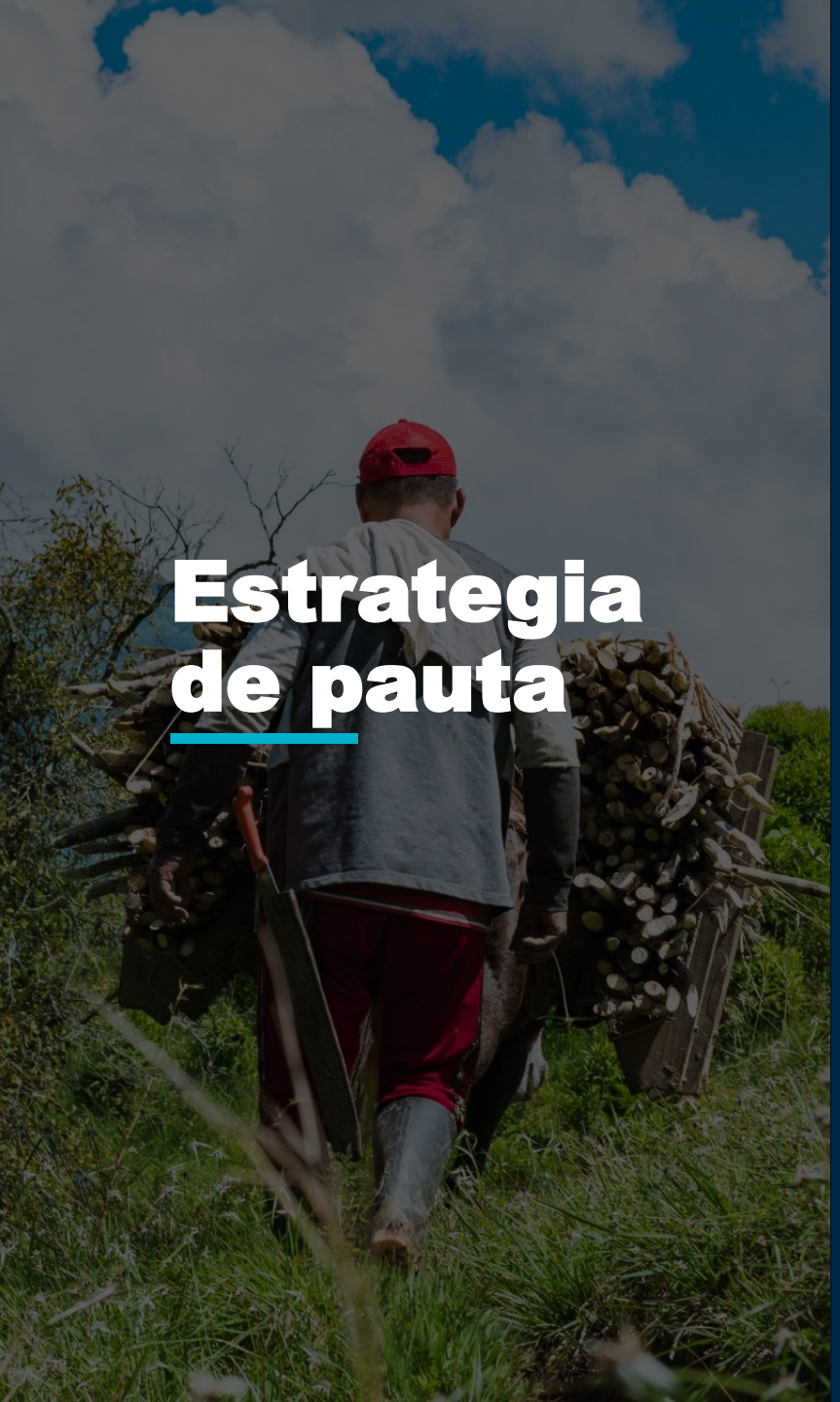
JUNIO	Semana 1 (1 al 7 de junio)	Se mantiene la pauta y la estrategia digital	Redes sociales	1 pieza sobre recursos que faltan por ejecutar (Llamado a la acción) 1 video	Comunicaciones / Área de Educación financiera / Vp de Programas de Financiamiento y Comercial /Comunicaciones
	Semana 2 (8 al 14 de junio)				
	Semana 3 (15 al 21 de junio)	Publicación de casos de éxito	Redes sociales	1 caso de éxito en video 5 jornadas que se han registrado en territorio	Comunicaciones / Vp de Programas de Financiamiento y Comercial
	Semana 4 (22 al 28 de junio)	Balance de pauta	Instagram	Informe con el impacto y el alcance de la pauta	Comunicaciones



***Todo depende de la habilitación de los recursos y los municipios priorizados**

Fase 4 – Sostenimiento y balance

Mes	Semana	Acción estratégica	Canal clave	Entregable	Área responsable
JULIO	Semana 1 (29 al 5 de julio)	Testimonios - beneficiario LEC Reforma Agraria y LEC de Desarrollo Productivo.	TV / Digital	• 1 Video de una mujer, pequeña productora, que accedió a una LEC para producción de alimentos o compra de tierra	Comunicaciones
	Semana 2 (6 al 12 julio)	Balance con cifras sobre el impacto de los subsidios e incentivos	Redes sociales / Comunicado de prensa	• 4 piezas de balance con las inversiones que se apalancaron con estos recursos • 1 Comunicado de prensa para resaltar el impacto de las LEC	
	Semana 3 (13 al 19 de julio)				
	Semana 4 (20 al 26 de julio)	Caso de éxito	Redes sociales	• 1 Video corto de 60 segundos	



Estrategia de pauta

Cobertura regional

La campaña tendrá presencia en emisoras de alcance principalmente regional (74 frecuentas, incluidas las emisoras de la paz).

Alta influencia en radio

La pauta contempla 105 cuñas en Radio Nacional para LEC e ICR con un presupuesto de **$31.193.999**

Presencia digital

Pauta digital en Facebook e Instagram con videos y piezas promocionando las Lineas Especiales de Crédito con un presupuesto estimado de **$3.000.000**

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

FINAGRO

Componente Socialización y Divulgación LEC e ICR 2026

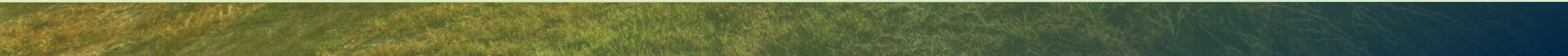


Marzo 2026

El amigo del campo

Finagro

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuerLorem ipsum dolor sit amet, consectetuer. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer



Propósito de la socialización

Garantizar una divulgación clara, territorial, medible y articulada de los instrumentos de política pública orientados al financiamiento agropecuario

Cercanía

Fortalecer el acceso al financiamiento agropecuario.

Claridad

Garantizar divulgación clara y territorial de las LEC e ICR.

Relación

Mejorar el relacionamiento con productores, gremios e intermediarios.

Dimensiones

1

Dimensión Demanda

Busca facilitar el acceso al crédito de fomento para productores agropecuarios y rurales, especialmente quienes enfrentan mayores barreras financieras, mediante la difusión.

2

Dimensión Oferta

Tiene como objetivo fortalecer el uso del portafolio de productos y servicios de FINAGRO por parte de los intermediarios financieros.

3

Dimensión de Encuentro Oferta y Demanda

Generación de espacios de encuentro entre los productores y los intermediarios para operar los intrumentos



Dimensión Oferta

- **Divulgación del portafolio:** dar a conocer de manera clara y sencilla los productos y servicios de Finagro. Buscamos ampliar el acceso al crédito y fortalecer la relación de confianza con nuestros clientes
- **Asesoría en Programas de Crédito:** atendiendo las necesidades del proceso de estructuración de programas de crédito el equipo territorial identifica, contacta, clasifica, orienta, y asesora a las asociaciones que tengan proyectos productivos susceptibles de financiamiento a través de Finagro.
- **Atención de requerimientos:** acciones de soporte a la demanda sobre el uso de los productos. Incluyendo acciones de normalización de cartera.
- **Representación de Finagro:** participación como expositores, panelistas, oradores o facilitadores en los diferentes escenarios con stand. Participamos en las mesas institucionales e interinstitucionales para la planeación y aplicación de políticas al sector
- **Educación financiera:** brindamos las réplicas de 3 talleres de educación financiera directamente a los productores y formamos a los aliados para que repliquen los módulos de FinagroEduca



Dimensión demanda

Asesoría en Programas de Crédito: Con el ánimo que la estructuración de programas de crédito logre el impacto deseado en la productividad del campo, es imperativo contar con la participación de los intermediarios financieros.

Divulgación del portafolio: La divulgación con los intermediarios financieros corresponde a la transferencia de información relacionada con el portafolio de productos de Finagro y el funcionamiento de este

Vinculación: acompañar la vinculación de los intermediarios financieros que cumplan los requisitos para poder intermediar recursos de redescuento, utilizar los diferentes instrumentos que administra Finagro incluyendo el Fondo de Microfinanza Rurales

Impulso a uso de PyS: Parte del conocimiento del segmento que atienden los intermediarios, el funcionamiento de los mismos, la gobernanza en la toma de decisiones y el apetito por el sector agropecuario





Trabajo con Intermediarios

Con el propósito de garantizar una adecuada socialización, coordinación y ejecución de las actividades con los intermediarios financieros, se desarrolló un plan de trabajo estructurado en cuatro fases principales entre las semanas 2 y 4, bajo el liderazgo de la Dirección de Canales. En una primera etapa de planeación, correspondiente a la semana 2, se realizó el envío de circulares y normatividad a 690 personas pertenecientes a los diferentes intermediarios financieros, acompañado del entendimiento técnico y el alistamiento de infografías y de la presentación comercial. Posteriormente, en la fase de convocatoria de comités, desarrollada durante la semana 3, se efectuó el envío de invitaciones formales y agendas, así como la confirmación de los asistentes. Seguidamente, durante las semanas 3 y 4, se llevó a cabo la fase de ejecución mediante el desarrollo del comité de intermediarios y la habilitación de espacios permanentes de preguntas, respuestas y retroalimentación. En la jornada de socialización masiva se contó con la conexión de 271 personas pertenecientes a los diferentes intermediarios financieros. Finalmente, en la fase de cierre, correspondiente a la semana 4, se realizó el envío de memorias y documentos técnicos, junto con la consolidación de compromisos, próximos pasos y la aplicación de la encuesta fina

Intervención con Intermediarios

ABRIL				
Fase 1	Actividad	Semana 2	Semana 3	Semana 4
I. Planeación	envió de circulares y normatividad a los Intermediarios Financieros- Gremios	X		
	Entendimiento técnico	X		
	Material Comercial	X		
II. Convocatorias comités	Comité de intermediarios y Gremios		X	x
III. Ejecución	Elaboración de comité de intermediarios		X	X
	Soporte en la operación Espacio de preguntas, respuestas y retroalimentación permanente		X	X
	Programa de Formación Intermediarios Central y Territorial			x

Intervención con Intermediarios

MAYO					
Fase 2	Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Ejecución	Acompañamiento permanente en inquietudes	X	X	X	X
	envió de ejecución Incentivos y subsidios Banagrario Mensual	x			
	Capacitación Comercial Banca Agropecuario Banagrario- Otros I.F	X			
	Capacitación Comercial Banca Empresarial Banagrario- Otros I.F	X			
	Jornadas de Socialización en territorio con el Bac				X
	Identificación de implementación de los instrumentos con I.F	X	X	X	x
	Plan de divulgación Priorizado Intermediarios Que implementaron				X
Seguimiento	Espacio de preguntas, respuestas y retroalimentación Permanente	X	X	X	x
	Acompañamiento en la ejecución de los recursos con los intermediarios Financieros (Reanudación de inscripciones tras una suspensión por las particularidades de los topes)	X	X	X	x
	Elaboración Comité de Refuerzo con I. F				X

Intervención con Intermediarios

JUNIO					
Fase 3 Ejecución	Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
	Acompañamiento permanente en inquietudes	X	X	X	X
	Acompañamiento en la ejecución de los recursos con los intermediarios Financieros reanudación de inscripciones tras una suspensión por las particularidades de los topes	X	X	X	X
	Elaboración Comité de Refuerzo				X
	Jornadas de Socialización en territorio con Banagrario				X



Encuentros Oferta/ Demanda

Atención segmentada de Gremios



Identificación de necesidades y oportunidades con los principales gremios de la producción para acercarlos a los I.F.
Nos aporta a todos los indicadores PIC, los del PND (Mujer y PP) y PMI

Estructuración de Programas



Acompañamos a las asociaciones con proyectos asesorados a los IF, nos aseguramos de que accedan a crédito
Nos aporta a todos los indicadores PP y Asociativo

Ruedas Financieras



Propiciamos y participamos en ruedas financieras buscando la participación de productores e IF, atendiendo las necesidades de ambos. Participación en eventos.

Estrategia para territorios

Mecanismos presenciales y acompañamiento directo en municipios rurales dispersos y territorios con baja profundización financiera.

Actor	Tipo de actividad	Objetivo	Modalidad
Banco Agrario	Brigadas rurales y jornadas territoriales	Fortalecer cobertura y acceso territorial	Presencial y virtual
FEDECAFÉ	Socialización mediante comités territoriales	Divulgación a productores cafeteros	Presencial y virtual
FEDEPANELA	Encuentros gremiales y webinars	Ampliar cobertura a paneleros	Virtual y presencial
FEDECACAO	Rutas virtuales y jornadas técnicas	Promover acceso a instrumentos	Virtual y presencial

Metodología

La implementación del plan combinará actividades presenciales, virtuales e híbridas, de acuerdo con las características de cada territorio y la población objetivo.



Efoque en territorios priorizados



Actividades planeadas, con seguimiento y soportes

Desde la expedición de los instrumentos Finagro dispone de toda la vicepresidencia de Programas de Financiamiento y Comercial para Divulgar y socializar con la Demanda, Preparar a los intermediarios y buscar el encuentro.

Indicadores de seguimiento

Orientado a medir cobertura, ejecución e impacto de las actividades desarrolladas para el 2026



Contamos con las herramientas de planeación, ejecución y registro de actividades en tiempo real.

N u e s t r o c o m p r o m i s o

Indicador	Unidad	Meta
Jornadas realizadas	Número	80
Municipios intervenidos	Número	150
Productores impactados	Número	15.000
Intermediarios capacitados	Número	500
Asociaciones atendidas	Número	100

FINAGRO

GRUPO BICENTENARIO



Síguenos en nuestras redes

- @finagro
- finagrocol
- FINAGRO
- FinagroColombia
- finagroco

Finagro, el amigo del campo

SC 5828-1 CO-TR-ECCO-0201/20-MA CO-ST-CER946787

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA