

No.



FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022

Código: FR-PP-019 Versión: 2 Fecha: 03/11/2010

FICHA TÉCNICA PROYECTOS

I. INFORMACIÓN SOBRE EL PROPONENTE DEL PROYECTO

Entidad Responsable: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y leguminosas - **FENALCE**

Dirección: Cota, Cundinamarca Km 1 Vía Cota Siberia, Vereda El Abra

Teléfono: (091)7428755 Fax: 7428755 Nit: 860.011.105-2

Representante Legal: **HENY VANEGAS ANGARITA**

II. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

Duración del Proyecto (en meses): **SEIS (6) MESES**Entidades Cooperantes o Cofinanciadoras: **FENALCE**

Cobertura Geográfica del Proyecto:

Nacional Departamental Municipal Veredal

Área de Influencia del Proyecto: Nacional

III. TÍTULO DEL PROYECTO

FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.

IV. PROGRAMA AL CUAL PERTENECE EL PROYECTO

APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

V. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Valor Total del Proyecto	Cofinanciación	Fondo Nacional de la Soya
\$ 97.693.000	\$ 0	\$ 97.693.000

CONTROL DE VIGENCIA FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA INICIAL:

 x

FECHA DE APROBACIÓN:

MODIFICACIÓN:

Nº _____

FECHA DE APROBACIÓN:

VI. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La producción mundial de soya según el USDA ha venido creciendo a nivel mundial en los últimos años, así; en la campaña 2020/21 se produjeron 368.12 millones de toneladas en 128.61 millones de hectáreas, en la campaña 2021/22 se produjeron 349.37 millones de toneladas en 130.18 millones de hectáreas y en la campaña 2022/23 se proyectan 394.69 millones de toneladas métricas en un área de 134.93 millones de hectáreas. Los principales países productores en la campaña 2022/23 son EE.UU. con 126,28 millones de toneladas (31%); Brasil con 149 millones de toneladas (37,0%) y Argentina con 51 millones de toneladas (12,0%) [1]. Estos tres países de América concentran el 82% de la producción mundial de soya (326.28 millones de toneladas métricas). Entre los mayores exportadores de soya del mundo en 2021 se destacaron en las seis primeras posiciones países de América, de acuerdo con datos de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Por delante de todos se colocó Brasil, con ventas externas por 38,638 millones de dólares (+35% interanual), seguido de Estados Unidos (27,523 millones, +8%) y Paraguay (2,975 millones, +39 por ciento). ([1]. USDA Proyección Mayo 2022. Foreign Agricultural Colombia es un importador neto de soya, torta de soya y aceite de Soya, en la última década importó un total de 21 millones de toneladas de Soya y sus derivados. El consumo per cápita de Soya y derivados fue de 48.6 kg/habitante en el año 2021. El origen de la soya importada es estadounidense en un 99%, se realizaron algunas compras minúsculas en China (0,011%) y Taiwan (0,0009%). Colombia produjo 121.881 toneladas, en el año 2021 en el departamento del Meta 111.163 toneladas y en el departamento del Valle del Cauca 10.615 Ton., con un rendimiento medio de 2,16 Ton/Ha., inferior al promedio de rendimiento mundial de 2,93 Ton/Ha.

El consumo aparente de Soya y sus derivados en Colombia se ubica en 2.43 millones de toneladas anuales, representadas en Soya (545.419 ton), Torta de Soya (1.572.970 ton) y Aceite de Soya (300.475 ton), con un mercado valorado en 1.367 USD millones a precio CIF del año 2021. Las importaciones Colombianas de soya, torta de soya y aceite de soya, ascendió a 2,3 millones de toneladas, por un valor aproximado de USD \$1.300 millones corrientes a precios CIF del año 2021. Para la presente década (2021-2030), si se mantiene el promedio de crecimiento de las importaciones de materias primas para la producción de alimentos balanceados para animales, que se ubica en el 6,3% anual, el volumen total de importaciones será de 10,37 millones de toneladas de Torta de Soya y de 4,37 millones de toneladas de Soya durante todo el decenio, con una demanda total de divisas de unos USD \$7.200 millones durante la La soya es una importante fuente de aceite y proteínas que puede utilizarse para mejorar el valor nutricional de los alimentos tradicionales. Las proteínas son esenciales para el crecimiento del organismo y para la reparación de los tejidos. La soya es la leguminosa que tiene mayor cantidad y mejor calidad de proteínas y por esto, se utiliza para fortificar productos a base de cereales como el maíz y el trigo.

La soya, se ha utilizado en la alimentación humana desde hace unos 5.000 años siendo importante en la nutrición humana. En relación al consumo humano de la soya, se destaca el Aceite de Soya utilizado para freír comidas, es el aceite comestible más ampliamente producido y consumido por los Estados Unidos de acuerdo a su Departamento de Agricultura. El aceite puro de soya, se trata de un aceite neutro, que no altera el sabor de las comidas, al consumirlo con moderación, ayuda a proteger el sistema nervioso y prevenir afecciones cardiovasculares, por lo que la Administración de Medicamentos y Alimentos de los EE.UU estableció 25 g de proteína de soya al día como umbral de consumo requerido para la reducción del colesterol. Ofrece mejor digestión que el aceite de oliva, por lo que cada vez más El Aceite de Soya cuenta con 61,2% de ácidos grasos poliinsaturados; 22,6 % de ácidos grasos monoinsaturados y 16,2 % de ácidos grasos saturados. Los dos primeros son beneficiosos para la salud cardiovascular, ya que ayudan a reducir el colesterol. Además, es rico en ácido linolénico omega 3, que ayuda a la prevención de enfermedades cardiovasculares, protege el sistema nervioso, contribuye a controlar la arteriosclerosis y disminuye la lipoproteína de baja densidad, también conocida como colesterol malo. La grasa extraída de la semilla de soya contiene nutrientes que protegen las membranas celulares, como el beta caroteno y las vitaminas A y E. Otro elemento importante presente en el aceite de soya, es el ácido linolénico omega 6, que combinado con el omega 3, contribuye a la protección cardiovascular, ayuda a mantener equilibrados los niveles de insulina, previene los efectos de la diabetes, mejora la circulación sanguínea y alivia los síntomas premenstruales.

El grano de soya se puede procesar para obtener productos para consumo humano como queso, helado, yogurt, cacahuates, café, sopas y ensaladas, entre otros. En la Leche de Soya, existen cerca de 25 mg de isoflavonas en una taza o porción (250 ml) de leche de soya hecha de soya entera y 100 g de leche de soya proporcionan alrededor de 3 g de proteína, mientras que la misma cantidad de tofu o queso de soya puede proporcionar tres veces esta cantidad. La proteína de soya y las isoflavonas son los componentes responsables de la mayor parte de los beneficios para la salud sugeridos de los alimentos de soya. El consumo de soya entre los vegetarianos y especialmente los veganos, quienes no consumen productos de origen animal, es mucho mayor que entre la población general.

La proteína de la Soya es una proteína completa, lo que significa que contiene los nueve aminoácidos esenciales para el organismo, eso la convierte en un alimento prácticamente imprescindible para vegetarianos y veganos. Unos 100 gramos de habas de soja cocidas aportan 127 kilocalorías, 11,12 gramos de proteínas, 5,67 de grasa, 9,95 de hidratos de carbono y 3,8 gramos de fibra. Los resultados de un estudio prospectivo epidemiológico de los EE.UU reportó que el consumo promedio de proteína de soya entre los veganos fue de 13.1 g/día. En Japón, el consumo promedio diario de proteína de soya entre los que consumen una dieta tradicional es aproximadamente de 7 a 10 g, el cual representa alrededor del 10% del consumo total de proteínas de la dieta. En Shanghai, los hombres consumen de 12 a 13 g de proteína de soya por día, lo que representa alrededor del 15% del consumo total de proteína [24]. Las mujeres consumen alrededor de 9 g/día. El consumo promedio de isoflavonas va de aproximadamente 30 a 50 mg por día. Las personas en el cuarto superior de consumo en Shanghai y Japón consumen alrededor de 15 a 20 g de proteína de soya al día. (Consumo recomendado de soya. https://ussec.org/wp-content/uploads/2015/10/SOY13_9_Recommended-Soy-Intakes-spanish.pdf).

Por lo anterior se hace necesario el fomento al consumo humano de Soya en Colombia, para ser atendido con soyade producción local en beneficio de los agricultores soyeros colombianos, con la promoción al consumo del producto en medios digitales y en canales como el horeca e institucional, con servicios especializados de agencia de medios digitales y creación de contenidos, para que se logre avanzar en el desarrollo de nichos de mercados que permita acceder los agricultores a nuevas oportunidades de negocios para la comercialización de su producción con el apoyo del Fondo Nacional de la Soya y del gremio de productores FENALCE.

El fomento al consumo de Soya en Colombia ofrece oportunidades para los productores nacionales para atender una mayor cuota de mercado, fuente de proteína y energía que contribuye a la seguridad alimentaria en la mesa de los Colombianos. Por lo que se requiere un programa de fomento al consumo de Soya, para aumentar el consumo per cápita de soya nacional, mostrando la soya nacional como esos granos básicos que pueden aportar en la nutrición de la población Colombiana, así como pasar del campo a la mesa con preparaciones de comidas a base de Soya para los Colombianos, con técnicas modernas de promoción al consumo como el Marketing Digital y la activación del consumo.

La presente propuesta apoyará el fomento al consumo de soya a nivel nacional, parte del conocimientos de las variedades de soya, para la implementación de estrategias como el Marketing digital y activación del consumo para lograr el incremento del consumo per cápita de Soya en Colombia, para así generar una dinámica propia en la agricultura de zonas productoras y empezar a sustituir la importación con producción local, desarrollando la cadena nacional soportada en el mercado nacional, para brindar seguridad, disponibilidad y abastecimiento de granos básicos de la canasta familiar a los colombianos.

VII. RESUMEN DEL PROYECTO

Este proyecto busca fomentar el consumo de Soya en Colombia, implementando estrategias de Marketing Digital y Activación de la promoción al consumo, así como la caracterización nutricional de las principales variedades de soya de producción nacional, como estrategias que permitan incrementar el consumo de Soya en Colombia.

El proyecto contará con el soporte de una agencia especializada en medios digitales para el diseño de contenidos de fomento al consumo. Para la implementación del marketing digital se contará con Chef con perfil comercial que realice fomento al consumo en el canal horeca y para el canal institucional se contará con una nutricionista comercial canal institucional, así como un (1) diseñador gráfico, un (1) comunicadora ó profesional en mercadeo, así como los equipos, software y materiales para diseño y comunicación de la estrategia. El proyecto implementará una página web exclusiva para fomento al consumo de Soya en Colombia. Para la activación al consumo de Soya se propone participar en ferias regionales y locales, contando con material promocional de arquitectura efímera, material pop e impresos, así como con análisis nutricionales de línea base que permitan exponer las características de

VIII. POBLACIÓN BENEFICIADA

Se beneficiaran los productores de Soya en todo el país, con la visibilización y posicionamiento de la Soya de producción local en los consumidores nacionales.

IX. OBJETIVO GENERAL

Fomentar el consumo de soya a nivel nacional, resaltando sus beneficios, la diversidad y facilidad de uso que ofrecen las recetas no tradicionales, a través de estrategias de marketing digital y activación del consumo con el apoyo del Fondo Nacional de la Soya.

X. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Objetivo 1:** Diseñar contenido digital creativo para posicionar la soya como fuente de proteína preferida, con engagement específico de consumo en los colombianos.
- **Objetivo 2:** Desarrollar marketing digital para fomento al consumo de soya en el canal horeca e institucional, a través de contenido dinámico, llamativo y de interés, con preparaciones innovadoras, platos saludables y nutritivos con soya.
- **Objetivo 3:** Diseñar comunicación digital estratégica y activación de la promoción al consumo, a través de una parrilla de contenido que promueva el consumo, la utilización correcta de tendencias, hashtags y keywords.
- **Objetivo 4:** Apoyar la activación de la promoción al consumo de soya, a través de la participación en ferias, creación de material publicitario de arquitectura efímera, material POP y pauta en medios digitales para lograr posicionamiento de la soya colombiana entre los consumidores.
- **Objetivo 5:** Realizar caracterización nutricional de soya colombiana, como herramienta para la promoción de beneficios nutricionales, potencialidades y nuevos usos para el mercado.

XI. METODOLOGÍA

El proyecto de fomento al consumo de Soya en Colombia se planea iniciar con del desarrollo de las siguientes fases de implementación:

Paso 1. Definición de grupo objetivo: El contenido creado debe ir dirigido a un target específico y de la cual se espera un engagement específico.

Paso 2. Diseño de contenido para redes sociales: En este paso se propone la contratación de una Agencia Digital y Personal inhouse que proponga desde la parte creativa una parrilla de contenido que esté orientada a posicionar las soya como la fuente de proteína vegetal de preferencia por los colombianos.

Paso 3. Creadores de Contenido: Con el fin de crear contenido dinámico, llamativo y de interés para el grupo objetivo se propone contar con los servicios de un Chef con perfil comercial y/o una Nutricionista también con perfil comercial.

Paso 4. Preparación de Contenido a nivel Digital: Preparaciones Innovadoras, Platos Saludables y Nutritivos con soya como protagonista. Desagregados por región de acuerdo a los insights del PITA.

Paso 5. Diseño de la comunicación digital: Creación y publicación de parrilla de contenido que promueva el consumo. Utilización correcta de tendencias, hashtags, Keywords, etc. Estrategia SEO y/o SEM (Pauta Digital).

El marketing digital se desarrollara buscando lo siguiente:

- **Comunicación con el consumidor final:** Canales de comunicación real y directa con el consumidor.

- **Noticias, Tips Nutricionales:** Se darán a conocer tips nutricionales, preparaciones innovadoras con soya.

- **Articulación con marcas y/o empresarios:** Acercar las marcas existentes actualmente para ayudar a posicionarlos mediante actividades a nivel digital a modo de cobranding que permita al consumidor identificar y posicionar las diferentes marcas de productos a base de soya que hay en el país.

- **Promoción y posicionamiento:** Promoción y Posicionamiento de la soya como fuente de proteína de preferencia para el consumidor colombiano. Desarrollo de un “copy”.

- **Rapidez:** Procesos de retroalimentación más rápidos y honestos con respecto a nuestros productos (variedades de soya).

La estrategia de comunicación digital se desarrolla basado en los siguientes criterios o premisas orientadoras:

Optimizando los recursos disponibles. Estudios, material audiovisual, análisis de resultados bromatológicos, recurso técnico que conlleve a la creación de una propuesta de valor que sirva de eje comunicacional.

Awareness: Dar a conocer la soya colombiana. Sus bondades y propiedades nutricionales.

Contacto: Canales de contacto para conocer preferencias de compra, inhibidores y mitos de consumo.

Calidad en el contenido: Parrilla de contenido con actividades y publicaciones que despierten el interés del grupo objetivo.

Audiovisual: Realización de Lives, Reels, integración con marcas, influencers, etc.

Engagement. Es el KPI más importante, mide la efectividad de la campaña. Nos permite obtener fidelización.

Caracterización nutricional: De forma paralela se realizará la caracterización nutricional de las variedades de soya, mediante la toma de muestras de los principales tipos de soya que se producen y consumen en Colombia, en las principales zonas productoras, las cuales serán enviadas al laboratorio y en base a los resultados se definirán las fichas técnicas de cada variedad soya, las cuales serán publicadas y difundidas a los productores y consumidores por medios digitales.

XII. ACTIVIDADES

1. Selección de Agencia de medios digitales y creación de contenido para redes sociales.
2. Contratar personal Inhouse canal horeca, institucional, comercialización y marketing digital.
3. Desarrollar página web de fomento al consumo, cuentas, perfiles y plataformas de medios digitales.
4. Realizar actividades BTL (Below The Line), participación en ferias y eventos, con realización de tácticos.
5. Tomar muestras para análisis nutricional de variedades de soya.
6. Evaluación y análisis de implementación, informe de resultados finales.

XIII. RESULTADOS Y EFECTOS ESPERADOS (Logros Cualitativos y Cuantitativos)

1. Una (1) Agencia de Medios Digitales creando contenido y fomentando el consumo de Soya en
2. Un (1) Equipo dedicado a la comercialización y el marketing digital de Soya, con énfasis en el canal horeca e institucional, que ofrezca nuevas oportunidades de negocios para los agricultores nacionales.
3. Una (1) página web de fomento al consumo y plataformas de medios digitales operando.
4. Promoción y posicionamiento de la soya en medios digitales como fuente de proteína de preferencia para el consumidor Colombiano.
5. Cinco (5) fichas técnicas de caracterización nutricional de soyas producidas y consumidos en
6. Un (1) Informe de evaluación y análisis de implementación en medios digitales, con resultados del fomento al consumo de Soya en Colombia

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE			
Fondo Nacional de la Soya			
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.			
MARCO LOGICO			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS O IMPREVISTOS
OBJETIVO GENERAL Fomentar el consumo de soya a nivel nacional, resaltando sus beneficios, la diversidad y facilidad de uso que ofrecen las recetas no tradicionales, a través de estrategias de marketing digital y activación del consumo con el apoyo del Fondo Nacional de la Soya.	<u># Agencias de Medios Digitales</u> 1 Agencia de Medios Digitales	* Términos de referencia Selección Agencia. * Contrato agencia de medios digitales * Informe Final	Disponibilidad de oferentes idóneos. Recurso financiero para el agenciamiento.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS • Objetivo 1: Diseñar contenido digital creativo para posicionar la soya como fuente de proteína preferida, con engagement específico de consumo en los colombianos.	<u># Contenidos creados /</u> # Contenidos programados.	Informe de creación de contenidos	Procesamiento de información en agencia de medios digitales
• Objetivo 2: Desarrollar marketing digital para fomento al consumo de soya en el canal horeca e institucional, a través de contenido dinámico, llamativo y de interés, con preparaciones innovadoras, platos saludables y nutritivos con soya.	# Hoteles e instituciones promovidas	Base de datos de hoteles e instituciones fomento al consumo. Informe de Comercialización y Marketing Digital	Disposición de hoteles e instituciones.
• Objetivo 3: Diseñar comunicación digital estratégica y activación de la promoción al consumo, a través de una parrilla de contenido que promueva el consumo, la utilización correcta de tendencias, hashtags y keywords.	<u># Parillas de contenido digital /</u> 1 Parilla de contenido digital	Parrilla de contenido digital	Disponibilidad de información. Disponibilidad de personal idóneo
• Objetivo 4: Apoyar la activación de la promoción al consumo de soya, a través de la participación en ferias, creación de material publicitario de arquitectura efímera, material POP y pauta en medios digitales para lograr posicionamiento de la soya colombiana entre los consumidores.	<u># Participación en ferias</u> (1) Feria regional	Fotos de ferias Material promocional	Disponibilidad de recursos desplazamientos.
• Objetivo 5: Realizar caracterización nutricional de soya colombiana, como herramienta para la promoción de beneficios nutricionales, potencialidades y nuevos usos para el mercado.	<u># Fichas técnicas elaboradas</u> 5 Fichas técnicas planeadas	Fichas técnicas de caracterización nutricional	Disposición de los agricultores para facilitar muestras
ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTION		
1. Selección de Agencia de medios digitales y creación de contenido para redes sociales.	<u># Agencias de Medios Digitales Participantes</u> 1 Invitación convocatoria	Contrato Agencia de Medios Digitales	Entorno Político y Económico Estables
2. Contratar personal Inhouse canal horeca, institucional, comercialización y marketing digital.	<u># Personas contratado proyecto</u> # Personas proyectadas	Contratos de personal	Personal idóneo
3. Desarrollar página web de fomento al consumo, cuentas, perfiles y plataformas de medios digitales.	<u>#Páginas web consumo implementadas</u> # Pág. Web consumo Implementadas	Página web consumo activa y operando.	Localización estratégica de la agencia de medios digitales
4. Realizar actividades BTL (Below The Line), participación en ferias y eventos, con realización de tácticos.	<u>Nº Ferias con Participación /</u> Nº Ferias Programadas	Listado de asistencia a stand de feria	
5. Tomar muestras para análisis nutricional de variedades de soya.	<u>Nº de Muestras Tomadas</u> Número de Muestras Planeadas	Fichas técnicas soya en página web.	
6. Evaluación y análisis de implementación, informe de resultados finales.	<u># Informes realizados</u> 1 Informe final planeado.	Documento Informe Final	

RESULTADOS	INDICADORES DE RESULTADOS		Entorno Político y Económico Estables Controles de calidad estándar del panel de hogares
	# Contenidos digitales creados y publicados # Contenidos digitales solicitados	Informe de creación de contenidos	
	# Contactos realizados / # Contactos programados	Informes de marketing canal horeca e institucional.	
	#Plataformas digitales operando # Plataformas digitales con suscripción.	Suscripción a plataformas digitales.	
	Efectividad CTR = (N° click en la publicación digital / N° Impresiones de la pieza en la red social	Informes de comunicaciones	
	# Fichas técnicas programadas / 5 Fichas técnicas proyectadas	Fichas técnicas de caracterización nutricional	
	# Medios digitales utilizados # Medios digitales disponibles.	Informes de comunicaciones	
METODOLOGÍA	El proyecto de fomento al consumo de Soya en Colombia se planea iniciar con el desarrollo de las siguientes fases de implementación: Paso 1. Definición de grupo objetivo: El contenido creado debe ir dirigido a un target específico y de la cual se espera un engagement específico. Paso 2. Diseño de contenido para redes sociales: En este paso se propone la contratación de una Agencia Digital y Personal inhouse que proponga desde la parte creativa una parrilla de contenido que esté orientada a posicionar la soya como la fuente de proteína vegetal de preferencia por los colombianos. Paso 3. Creadores de Contenido: Con el fin de crear contenido dinámico, llamativo y de interés para el grupo objetivo se propone contar con los servicios de un Chef con perfil comercial y/o una Nutricionista también con perfil comercial. Paso 4. Preparación de Contenido a nivel Digital: Preparaciones Innovadoras, Platos Saludables y Nutritivos con soya como protagonista. Desagregados por región de acuerdo a los insights del PITA. Paso 5. Diseño de la comunicación digital: Creación y publicación de parrilla de contenido que promueva el consumo. Utilización correcta de tendencias, hashtags, Keywords, etc. Estrategia SEO y/o SEM (Pauta Digital). Paso 6. Medición de resultados: La agencia seleccionada contará con los reportes de analítica y los estudios de tracking digital para evaluar el impacto de la campaña en las diferentes plataformas.	Informe Final	Ubicación estratégica de la agencia Disponibilidad de personal idóneo Disponibilidad de recursos Disponibilidad de espacios y equipos audiovisuales

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE**FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022****APOYO A LA COMERCIALIZACION****FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.**

PRESUPUESTO	No Actividades	Costo Unitario \$COP	COSTO TOTAL	AÑO 2023
DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	6	7.167.000	\$ 43.002.000	-
MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	6	3.601.000	\$ 21.606.000	-
FERIAS REGIONALES	1	7.085.000	\$ 7.085.000	-
FERIAS NACIONALES	1	7.000.000	\$ 7.000.000	-
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	8.000.000	\$ 8.000.000	-
ANÁLISIS NUTRICIONALES	5	2.200.000	\$ 11.000.000	-
TOTAL PRESUPUESTO		\$ 97.693.000	\$ 0	

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE			
FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022			
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN			
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.			
AÑO 2022			
1. DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
CONTRATO AGENCIA MEDIOS DIGITALES	6	\$ 7.167.000	\$ 43.002.000
Total 1. DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	6	\$ 7.167.000	\$ 43.002.000
2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (HONORARIOS)	6	\$ 500.000	\$ 3.000.000
NUTRICIONISTA COMERCIAL CANAL INSTITUCIONAL (HONORARIOS)	6	\$ 667.000	\$ 4.002.000
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	6	\$ 760.000	\$ 4.560.000
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO (NÓMINA)	6	\$ 1.015.000	\$ 6.090.000
HOSTING PÁGINA WEB	1	\$ 150.000	\$ 150.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS	6	\$ 50.000	\$ 300.000
PÁGINA WEB FOMENTO AL CONSUMO	1	\$ 3.504.000	\$ 3.504.000
Total 2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	1	\$ 6.646.000	\$ 21.606.000
3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
FERIAS REGIONALES	1	\$ 7.085.000	\$ 7.085.000
FERIAS NACIONALES	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
Total 3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	1	\$ 22.085.000	\$ 22.085.000
4. ANÁLISIS NUTRICONALES	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
ANÁLISIS BROMATOLÓGICOS	5	\$ 2.200.000	\$ 11.000.000
Total 4. ANÁLISIS NUTRICONALES			\$ 11.000.000
TOTAL PROYECTO			97.693.000

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE				
FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022				
APOYO A LA COMERCIALIZACION				
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.				
Año 2022				
1. DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	\$ 43.002.000	Costo Unitario (kg L) \$COP	Unidades usadas (kg L)	TOTAL \$COP
CONTRATO AGENCIA MEDIOS DIGITALES		7.167.000	6	\$ 43.002.000
2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	\$ 21.606.000	Costo Unitario \$COP	Unidades	TOTAL \$COP
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (HONORARIOS)		500.000	6	\$ 3.000.000
NUTRICIONISTA COMERCIAL CANAL INSTITUCIONAL (HONORARIOS)		667.000	6	\$ 4.002.000
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)		760.000	6	\$ 4.560.000
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO (NÓMINA)		1.015.000	6	\$ 6.090.000
HOSTING PÁGINA WEB		150.000	1	\$ 150.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS		50.000	6	\$ 300.000
PÁGINA WEB FOMENTO AL CONSUMO		584.000	6	\$ 3.504.000
3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	\$ 22.085.000	Costo Unitario \$COP	Unidades	TOTAL \$COP
FERIAS REGIONALES	\$ 7.085.000			
MATERIALES E INSUMOS		1.000.000	1	\$ 1.000.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES		895.000	3	\$ 2.685.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES		600.000	3	\$ 1.800.000
UNIFORMES CHEF		100.000	1	\$ 100.000
MATERIAL PROMOCIONAL		1.000.000	1	\$ 1.000.000
ACCESORIOS		500.000	1	\$ 500.000
FERIAS NACIONALES	\$ 7.000.000			
ARQUITECTURA EFÍMERA		5.000.000	1	\$ 5.000.000
MATERIAL PROMOCIONAL		2.000.000	1	\$ 2.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	\$ 8.000.000			
MATERIAL POP		5.000.000	1	\$ 5.000.000
MATERIAL IMPRESO		3.000.000	1	\$ 3.000.000
4. ANÁLISIS NUTRICIONALES	\$ 11.000.000	Costo Unitario \$COP	Unidades	TOTAL \$COP
ANÁLISIS BROMATOLÓGICOS		2.200.000	5	\$ 11.000.000
TOTALES	\$ 97.693.000			

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

Fondo: Nacional de Cereales

APOYO A LA COMERCIALIZACION

FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.

AÑO 2022

REGIONAL	No. Actividades					
	DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	4. ANÁLISIS NUTRICONALES
	Nº Agencias Digitales	Nº Páginas Web Fomento al Consumo	Nº Profesionales Marketin y Comunicación Digital	Nº Plataformas Digitales	Nº Ferias	No. Fichas Técnicas Nutriconales Arveja
Nacional	1	1	4	5	1	5
Total Proyecto	1	1	4	5	2	5

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREA

Fondo: Nacional de Cerea

APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO

PROGRAMACION DE ACTIVIDADES

D	E	F	PRIMER SEMESTRE						
			Nº Act. Aprobadas	Vr. Unitario	H	Estado	Enero	Feb.	Marzo
Nacional	1. DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO	6	7.167.000	1	Planeado				0
Nacional	1. DISEÑO DE CONTENIDOS FOMENTO AL CONSUMO			2	Ejecutado				0
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	6	3.601.000	1	Planeado				0
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			2	Ejecutado				0
Nacional	FERIAS REGIONALES	1	7.085.000	1	Planeado				0
Nacional	FERIAS REGIONALES			2	Ejecutado				0
Nacional	FERIAS NACIONALES	1	7.000.000	1	Planeado				0
Nacional	FERIAS NACIONALES			2	Ejecutado				0
Nacional	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	1	8.000.000	1	Planeado				0
Nacional	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			2	Ejecutado				0
Nacional	ANALISIS NUTRICIONALES	5	2.200.000	1	Planeado				0
Nacional	ANALISIS NUTRICIONALES			2	Ejecutado				0
TOTAL MENSUAL		20		1	Planeado	0	0	0	0
TOTAL MENSUAL				2	Ejecutado	0	0	0	0
TOTAL POR TRIMESTRES						0			
TOTAL POR TRIMESTRES						0			

FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMES

Fondo: Nacional de Cereales

APOYO A LA COMERCIALIZACION

FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO

PROGRAMACION DE PRESUPUESTO

D	E	F	PRIMER SEMESTRE								
			Enero	Feb.	Marzo	Trim I	Abril	Mayo	Junio	Trim II	
Nacional	1. DISEÑO DE CONTENIDOS	6	7.167.000	Planeado				-			-
Nacional	1. DISEÑO DE CONTENIDOS	0	-	Ejecutado				-			-
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS	6	3.601.000	Planeado				-			-
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS	0	-	Ejecutado				-			-
Nacional	FERIAS REGIONALES	1	7.085.000	Planeado				-			-
Nacional	FERIAS REGIONALES	0	-	Ejecutado				-			-
Nacional	FERIAS NACIONALES	1	7.000.000	Planeado				-			-
Nacional	FERIAS NACIONALES	0	-	Ejecutado				-			-
Nacional	PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	8.000.000	Planeado				-			-
Nacional	PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	0	-	Ejecutado				-			-
Nacional	ANÁLISIS NUTRICIONALES	5	2.200.000	Planeado				-			-
Nacional	ANÁLISIS NUTRICIONALES	0	-	Ejecutado				-			-
TOTAL MENSUAL		20		Planeado	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL MENSUAL				Ejecutado	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL POR TRIMESTRES					-	-	-	-	-	-	
TOTAL POR TRIMESTRES					Green	-		Yellow	-		

UMINOSAS-FENALCE

ONDO NACIONAL DE LA SOYA.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE**Fondo: Nacional de Cereales****APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN****FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.****PROFESIONALES DEL PROYECTO**

Nombre	Actividad	Valor Mensual	Tipo de Contratación	Inicio Contratación	Fin Contratación	Lugar de Actividad
Agencia de Medios Digitales	Creación de Contenidos	A convenir	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Chef	Marketing Canal Horeca	500.000	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Nutricionista	Marketing Canal Institucional	667.000	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Comunicador (a)	Comunicaciones	1.015.000	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá
Diseñador Gráfico	Diseño Gráfico	760.000	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL
DE LA SOYA.

POSIBLES EFECTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

ASPECTO	Efectos Durante la Ejecución del Proyecto			Efectos con la Aplicación de los Resultados del Proyecto		
	POSITIVO	NEGATIVO	NO APLICA	POSITIVO	NEGATIVO	NO APLICA
Aire			X			X
Agua			X			X
Suelo			X			X
Biodiversidad			X			X
Ambientes y/o Áreas Protegidas			X			X

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES, LEGUMINOSAS Y SOYA - FENALCE				
FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2022				
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN				
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.				
MODIFICACIONES APROBADAS PARA EL PROYECTO				
Nº	Fecha del Acta de Aprobación / Reunión	Aprobado por	Descripción de la Modificación Aprobada	Referencia de otros Documentos soporte de la Modificación

Actualizado por:

Fecha:

Cargo: