

No.



FONDO NACIONAL CEREALES 2023

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):	DOCE (12) MESES
-----------------------------------	------------------------

Entidades Cooperantes o Cofinanciadoras:	FENALCE
--	----------------

Cobertura Geográfica del Proyecto:

Nacional	X	Departamental	<input type="checkbox"/>	Municipal	<input type="checkbox"/>	Veredal	<input type="checkbox"/>
----------	---	---------------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------	--------------------------

Área de Influencia del Proyecto:	Nacional
----------------------------------	----------

III. TITULO DEL PROYECTO

FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA

IV. PROGRAMA AL CUAL PERTENECE EL PROYECTO

APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

V. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Valor Total del Proyecto	Cofinanciación	Fondo Nacional Cerealista
\$ 413.764.000	\$ 0	\$ 413.764.000

CONTROL DE VIGENCIA FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA INICIAL:	<input checked="" type="checkbox"/> X	FECHA DE APROBACIÓN:	_____	
MODIFICACIÓN:	<input type="checkbox"/>	Nº _____	FECHA DE APROBACIÓN:	_____

VI. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En el contexto internacional, el Maíz es el cereal más consumido a nivel mundial, con un consumo global de 1.146 millones de toneladas, representa el 51% del consumo mundial de cereales de cerca de 2.227.5 millones de toneladas consumidas en la temporada 2020/2021, seguido del trigo con el 35%. Dentro de los principales productores mundiales de maíz se encuentra Estados Unidos con 31% en la producción mundial, China que registra el 23%, Brasil con el 9%, la Unión Europea con el 6% y Argentina con el 5%, cerrando el grupo de 5 países que concentran 3/4 de la producción mundial de maíz. Estados Unidos es mayor productor y exportador del mundo, produce 383 millones de toneladas anuales de las cuales exporta 63.5 millones de toneladas equivalentes al 31.2% de las exportaciones mundiales de maíz), incrementando su rendimiento y áreas en los últimos años hasta 34 millones de hectáreas, con rendimientos promedio de 12 toneladas por hectárea en la campaña 2020/2021. Por su parte el gigante asiático China es el mayor importador mundial de maíz con 24 millones de toneladas en la campaña 2020/2021, siembra 260 millones de toneladas anuales en alrededor de 42 millones de hectáreas y tiene rendimientos promedios de 6.2 toneladas por hectárea, reporta el récord mundial en producción con 34 toneladas por hectárea.

Según la OCDE-FAO, prevé que el comercio mundial de cereales se incrementará 21%, para llegar a 542 Mt en el 2030. Rusia superó a la Unión Europea para convertirse en el mayor exportador de trigo y se espera que aumente su liderazgo a lo largo del periodo de las perspectivas, al representar 22% de las exportaciones mundiales para 2030. En el caso del maíz, Estados Unidos seguirá siendo el principal exportador, seguido por Brasil, Ucrania, Argentina y Rusia. Se espera que la Unión Europea, Australia y la región del Mar Negro se mantengan como los principales exportadores de otros cereales secundarios. Se espera que durante los próximos 10 años, el aumento en el consumo mundial de cereales para forraje más alto corresponda al maíz (1.4% anual) y el más moderado corresponda al trigo (1.1% anual) y otros cereales secundarios (0.8% anual). Se prevé que durante el periodo de proyección el consumo mundial de maíz aumentará 1.1% anual, a un ritmo más lento en comparación con el 3.2% anual de la década pasada. El maíz, sobre todo el blanco, seguirá siendo un importante producto alimentario básico, que representará cerca de una cuarta parte de la ingesta total de calorías. En general, el crecimiento del consumo de maíz para uso alimentario es más sólido en los países africanos que en todos los países en desarrollo (cerca de 2.5% anual). ([1] OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2021-2030 <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/29721253-es/index.html?itemId=/content/component/29721253-es>).

Colombia es el país con mayor volumen de importaciones en Suramérica y 7º a nivel mundial. Colombia es un importador neto de maíz amarillo como materia prima para la producción de alimentos balanceados (ABA). En el año 2021 se proyecta un total de 6,07 millones de toneladas importadas con un valor CIF aproximado de USD \$ 1.659,7 millones a precios corrientes del año 2021. El crecimiento histórico en volumen ha sido el 6,09% Toneladas/año y del 9,08% en USD corrientes. En Colombia actualmente está importando alrededor de 14.2 millones de toneladas de alimentos básicos, especialmente los cereales, donde el Maíz representa el 71% de lo importado con el equivalente a 6 millones de toneladas que pueden ser producidos en el país. Sin embargo, depender de alimentos foráneos es un riesgo país elevado. Hay países cerrando las exportaciones de alimentos: Serbia y Kazajistán, harina de trigo, aceite de girasol y hortalizas; Rusia, trigo y granos procesados; Vietnam y Filipinas, arroz; Honduras y El Salvador, frijol rojo. Estos países poco afectan a Colombia, pero en el futuro otros países pueden tomar medidas similares.

La crisis alimentaria generada por la pandemia y agudizada por la guerra en Ucrania, hace necesaria la producción de maíz local para garantizar el abastecimiento, dado los bajos stock y alto costo del maíz a nivel mundial. Por su parte la ONU advirtió que la guerra puede generar una crisis alimentaria global, no tiene precedentes y puede provocar un default masivo y severos problemas de abastecimiento. "La producción de Rusia y de Ucrania representa más del 50% del aceite de girasol a nivel mundial, producen el 30% del trigo en el mundo, el 20% del comercio mundial de maíz, y más del 18% del comercio mundial de fertilizantes". "Hay 69 países en el mundo que tienen una exposición severa a las tres variables que va a transmitir la crisis de Ucrania al mundo: energía, alimentos y condiciones restrictivas de financiamiento, y estos tres grandes riesgos se presentan en forma simultánea". Colombia es uno de los países con exposición severa, dado que es uno de los principales países importadores de maíz del mundo. ([2] ONU advirtió que la guerra puede generar una crisis alimentaria global. Fuente: On Line: <https://www.infobae.com/economia/2022/05/02/una-ejecutiva-de-la-onu-advirtio-que-la-guerra-puede-generar-una-crisis-alimentaria-global-pero-indico-que-es-una-oportunidad-para-argentina/>).

Las importaciones de maíz en Colombia fueron de 6,02 millones de toneladas en 2021, en promedio se importaron 501 mil toneladas mensualmente, con una reducción anual de 67.000 toneladas en maíz amarillo, 1,2% menos que el año anterior. El valor CIF del total de las importaciones de maíz amarillo fue de 6,04 billones de pesos colombianos en 2021. Sin embargo en términos generales, se observa un crecimiento sostenido de las importaciones de maíz en Colombia, lo cual se debe a la insuficiente oferta local de maíz y la competitividad del precio internacional, las importaciones de maíz amarillo alcanzaron las 5.376.795 toneladas en 2019, de las cuales el 64% provienen de Estados Unidos, el 20% desde Argentina y el 16% de Brasil. En cuanto a maíz blanco, se alcanzó un máximo de importaciones al haber llegado a las 435.642 toneladas, lo que refleja un aumento del 52% respecto a lo importado durante todo el 2018. Lo anterior nos habla de una importante aceleración de las compras de maíz blanco en el exterior, especialmente en Estados Unidos, país desde donde llega el 94% de este volumen (6% de México).

El crecimiento anual de la demanda de maíz en Colombia ha mostrado una tendencia al alza desde el año 2012, con un consumo per cápita de maíz 139.25 kg/año, por debajo del promedio mundial de 146.23 kg/año, y una demanda nacional de 7.3 millones de toneladas, con una oferta interna de 1.6 millones de toneladas, con un déficit alrededor de -5.7 millones de toneladas de maíz anuales. La producción nacional atiende especialmente el consumo humano de maíz para la fabricación de arepas y harinas precocidas, ya que el consumo de la industria de alimentos balanceados para animales se abastece con maíz importado. El consumo interno de maíz tienen una proyección de crecimiento de 9.6 millones de toneladas al 2025 y aumento del déficit alrededor de -7.7 millones de toneladas en los próximos años, con precios actuales de 1.8 millón de pesos la tonelada de maíz, representa un mercado 13 billones de pesos anuales, que se lo disputan entre Mercosur y Estados Unidos, sin embargo el mercado consume una mayor proporción de maíz foráneo que maíz nacional, por lo que el fomento al consumo de maíz nacional principalmente en consumo humano, permite fortalecer el sector y mitigar el riesgo de pérdida de mercado del maíz de consumo humano que sostienen los agricultores nacionales.

La tendencia del consumo país de maíz blanco en Colombia en la década (2012-2021) ha permanecido prácticamente constante con un crecimiento promedio del 2% anual, consumiendo 830.430 toneladas anuales en 2021, con un 56% atendido con producción nacional y 44% con maíz blanco importado, perdiendo un 36% de la cuota de mercado de maíz blanco en la última década, pasando a importar 6 veces más maíz blanco que en el año 2012, con 362.000 toneladas importadas en 2021, mientras el consumo per cápita que pasó de 19.93 kilogramos por habitante a 16.32 kilogramos por habitante en 2021, una reducción 3.61 kilogramos por habitante de maíz blanco en la última década. Luego de la entrada en vigencia del TLC las importaciones de maíz blanco crecen alrededor de un 3% anual, mientras la producción local disminuye a una tasa promedio del 2% anual en la última década, pasando de producir 820.063 toneladas en 2012 a 467.696 toneladas en 2021, con una reducción del 43% en producción local.

Los países en desarrollo como Colombia, se harán más dependientes de las importaciones, ya que la demanda de cereales ha crecido con mucha mayor rapidez que la producción. Las importaciones netas de cereales aumentaron, así que es probable que aumente la dependencia de las importaciones, si no se incentiva el consumo maíz nacional y que este a su vez jalone la producción nacional, para mitigar el riesgo de pérdida de mercado y evitar pasar a importar todo el maíz de consumo humano a altos costos, con problemas en la economía nacional que nos pueden hacer menos capaces de pagar esas importaciones, generando riesgos de abastecimiento y seguridad alimentaria para Colombia.

Por lo anterior se hace necesario el fomento al consumo humano de maíz en Colombia, para ser atendido con maíz de producción local en beneficio de los agricultores maiceros 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 Cereales y del gremio de productores FENALCE.

El Maíz es un alimento muy completo, que contiene muchas vitaminas y minerales que favorecen nuestro metabolismo. Fueron las civilizaciones precolombinas las que establecieron el maíz como uno de los alimentos básicos en su dieta. Existen distintas variedades, que se diferencian en función de su color (amarillo, blanco, azul, morado, rojo y negro) o por la finalidad a la que están destinadas. En Colombia se consume el maíz dulce (el que se consume crudo, fresco o enlatado), el maíz cristalino (se utiliza para hacer harinas y sémolas) y el maíz reventón (el que se utiliza para preparar palomitas de maíz).

Propiedades y beneficios del Maíz

1. Antioxidantes: El maíz es fuente de antioxidantes que combaten los radicales libres y el envejecimiento celular.
2. Saciante: Rico en fibra e hidratos de carbono el maíz es saciante y ayuda a controlar nuestro apetito.
3. Bueno para el cerebro: Rico en ácido fólico y otras vitaminas, el maíz es un aliado de diversas funciones cerebrales.
4. Cuida nuestra salud cardiovascular: La vitamina B1 que contiene el maíz disminuye la homocisteína y, por lo tanto, reduce también el riesgo de sufrir un ataque cardiovascular.
5. Indicado para las embarazadas: Rico en ácido fólico, es muy recomendable para las embarazadas y en etapas de lactancia.
6. Mantiene los huesos fuertes. Gracias a la presencia de calcio entre sus nutrientes.

El fomento al consumo de Cereales en Colombia ofrece oportunidades para los productores nacionales para atender una mayor cuota de mercado, fuente de carbohidratos 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 Cereales, para aumentar el consumo per cápita de maíz nacional, mostrando al maíz nacional como esos granos básicos que siempre ha permitido alimentar la población Colombiana, así como pasar del campo a la mesa con preparaciones de comidas a base de maíz 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 cereales a nivel nacional, parte del conocimientos de las variedades de Maíz, para la implementación de estrategias como el Marketing digital y activación del consumo para lograr el incremento del consumo per_cápita de Maíz en Colombia, para así generar una dinámica propia en la agricultura de zonas productoras de Cereales y empezar a sustituir la importación con producción local, desarrollando la cadena nacional de 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 Cereales en Colombia, implementando estrategias de Marketing Digital y Activación de la promoción al consumo, así como la caracterización nutricional de las principales variedades de maíz de producción nacional, como estrategias que permitan incrementar el consumo de Cereales 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 Cereales en Colombia. Para la activación al consumo de Cereales 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 las Cereales promocionados.

VIII. POBLACIÓN BENEFICIADA

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

IX. OBJETIVO GENERAL

Fomentar el consumo de maíz 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 Cereales.

X. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Objetivo 1:** Diseñar contenido digital creativo para posicionar el maíz como fuente de carbohidratos y calorías preferida, con engagement específico de consumo en los colombianos.
- **Objetivo 2:** Desarrollar marketing digital para fomento al consumo de cereales en el canal horeca e institucional, a través de contenido dinámico, llamativo y de interés, con preparaciones innovadoras, platos saludables y nutritivos con maíz.
- **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 cereales, a través de la participación en ferias, creación de material publicitario de arquitectura efímera, material POP y pauta en medios digitales para lograr posicionamiento del maíz colombiano entre los consumidores.
- **Objetivo 5:** Realizar caracterización nutricional de maíz colombiano, como herramienta para la promoción de beneficios nutricionales, potencialidades y nuevos usos para el mercado.

XI. METODOLOGÍA

El proyecto de fomento al consumo de Cereales 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 cereales maíz 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 el maíz 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.

El marketing digital se desarrollará 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 maíz.
- **Articulación con marcas y/o empresarios:** Acerca 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 maíz que hay en el país.
- **Promoción y posicionamiento:** Promoción y Posicionamiento del maíz como fuente de carbohidratos y energía 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 maíz).
- **Target:** Identificar plenamente nuestro target para crear contenido dirigido a ese grupo poblacional.

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 nuestros cereales colombianos. 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, influenciadores , etc.

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

Posicionamiento: Mediante estrategia SEO (orgánica) o estrategia SEM.

XII. ACTIVIDADES

1. Contratar personal Inhouse canal horeca, institucional, comercialización y marketing digital.
2. Desarrollar página web de fomento al consumo, cuentas, perfiles y plataformas de medios digitales.
3. Realizar actividades BTL (Below The Line), participación en ferias y eventos, con realización de tácticos.

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

1. Un (1) Equipo dedicado a la comercialización y el marketing digital de Cereales, con énfasis en el canal horeca e institucional, que ofrezca nuevas oportunidades de negocios para los agricultores nacionales.
2. Una (1) página web de fomento al consumo y plataformas de medios digitales operando.
3. Promoción y posicionamiento de maíz en medios digitales como fuente de carbohidratos y energía de preferencia para el consumidor Colombiano.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE			
Fondo Nacional Cerealista			
FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA			
MARCO LOGICO			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS O IMPREVISTOS
OBJETIVO GENERAL Fomentar el consumo de maíz 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 Cereales.	# Agencias de Medios Digitales 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 <ul style="list-style-type: none"> Objetivo 1: Diseñar contenido digital creativo para posicionar el maíz como fuente de carbohidratos y calorías preferida, con engagement específico de consumo en los colombianos. 	# Contenidos creados / # Contenidos programados.	Informe de creación de contenidos	Procesamiento de información en agencia de medios digitales
<ul style="list-style-type: none"> Objetivo 2: Desarrollar marketing digital para fomento al consumo de cereales en el canal horeca e institucional, a través de contenido dinámico, llamativo y de interés, con preparaciones innovadoras, platos saludables y nutritivos con maíz. 	# Hoteles e instituciones promovidas / # Hoteles e instituciones programadas	Base de datos de hoteles e instituciones fomento al consumo. Informe de Comercialización y Marketing Digital	Disposición de hoteles e instituciones.
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	# Parillas de contenido digital / 1 Parrilla de contenido digital	Parrilla de contenido digital	Disponibilidad de información. Disponibilidad de personal idóneo
<ul style="list-style-type: none"> Objetivo 4: Apoyar la activación de la promoción al consumo de cereales, a través de la participación en ferias, creación de material publicitario de arquitectura efímera, material POP y pauta en medios digitales para lograr posicionamiento del maíz colombiano entre los consumidores. 	# Participación en ferias 5 Ferias regionales	Fotos de ferias Material promocional	Disponibilidad de recursos desplazamientos.
<ul style="list-style-type: none"> Objetivo 5: Realizar caracterización nutricional de maíz colombiano, como herramienta para la promoción de beneficios nutricionales, potencialidades y nuevos usos para el mercado. 	# Fichas técnicas elaboradas 5 Fichas técnicas planeadas	Fichas técnicas de caracterización nutricional	Disposición de los agricultores para facilitar muestras
ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTIÓN		
<ol style="list-style-type: none"> Contratar personal Inhouse canal horeca, institucional, comercialización y marketing digital. Desarrollar página web de fomento al consumo, cuentas, perfiles y plataformas de medios digitales. Realizar actividades BTL (Below The Line), participación en ferias y eventos, con realización de tácticos. 	# Agencias de Medios Digitales Participantes 1 Invitación convocatoria # Personas contratado proyecto # Personas proyectadas #Páginas web consumo implementadas # Pág. Web consumo Implementadas Nº Ferias con Participación / Nº Ferias Programadas	Contrato Agencia de Medios Digitales Contratos de personal Página web consumo activa y operando. Listado de asistencia a stand de feria	Entorno Político y Económico Estables Personal idóneo Localización estratégica de la agencia de medios digitales

RESULTADOS	INDICADORES DE RESULTADOS		
<p>1. Un (1) Equipo dedicado a la comercialización y el marketing digital de Cereales, con énfasis en el canal horeca e institucional, que ofrezca nuevas oportunidades de negocios para los agricultores nacionales.</p> <p>2. Una (1) página web de fomento al consumo y plataformas de medios digitales operando.</p> <p>3. Promoción y posicionamiento de maíz en medios digitales como fuente de carbohidratos y energía de preferencia para el consumidor Colombiano.</p>	<p><u># Contactos realizados / # Contactos programados</u></p> <p><u>#Plataformas digitales_operando</u> # Plataformas digitales con suscripción.</p> <p>Efectividad CTR = <u>(N° click en la publicación digital / N° Impresiones de la pieza en la red social)</u></p>	<p>Informes de marketing canal horeca e institucional.</p> <p>Suscripción a plataformas digitales.</p> <p>Informes de comunicaciones</p>	<p>Entorno Político y Económico Estables</p> <p>Controles de calidad estándar del panel de hogares</p>
<p>METODOLOGÍA</p> <p>El proyecto de fomento al consumo de Cereales en Colombia se planea iniciar con del desarrollo de las siguientes fases de implementación:</p> <p>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.</p> <p>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 cereales maíz como la fuente de proteína vegetal de preferencia por los colombianos.</p> <p>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.</p> <p>Paso 4. Preparación de Contenido a nivel Digital: Preparaciones Innovadoras, Platos Saludables y Nutritivos con el maíz como protagonista. Desagregados por región de acuerdo a los insights del PITA.</p> <p>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).</p> <p>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 <u>en las diferentes plataformas</u>.</p>	<p>Informe Final</p>	<p>Informe Final</p>	<p>Ubicación estratégica de la agencia</p> <p>Disponibilidad de personal idóneo</p> <p>Disponibilidad de recursos</p> <p>Disponibilidad de espacios y equipos audiovisuales</p>

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE**FONDO NACIONAL CEREALES 2023****APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN****FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA**

PRESUPUESTO	No Actividades	Costo Unitario \$COP	COSTO TOTAL	AÑO 2023
MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	12	40.460.667	\$ 242.764.000	\$ 242.764.000
FERIAS REGIONALES	1	81.000.000	\$ 81.000.000	\$ 81.000.000
FERIAS NACIONALES	1	50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	40.000.000	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
TOTAL PRESUPUESTO		\$ 413.764.000	\$ 413.764.000	

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE				
FONDO NACIONAL CEREALES 2023				
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN				
FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA				
AÑO 2023				
1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS		No	Costo	Costo
		Actividades	Unitario	Total
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (Nómina)	12	\$ 2.310.000	\$ 27.720.000	
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (Nómina)	12	\$ 2.310.000	\$ 27.720.000	
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	12	\$ 2.926.000	\$ 35.112.000	
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	12	\$ 2.926.000	\$ 35.112.000	
PROFESIONAL EN MARKETING	12	\$ 3.080.000	\$ 36.960.000	
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO (NÓMINA)	12	\$ 3.496.000	\$ 41.952.000	
EQUIPO AUDIOVISUAL (CÁMARA, MICRÓFONO, LUZ, TARJETA SD)	0	\$ 0	\$ 0	
COMPUTADOR DE DISEÑO - PARA ACTIVIDADES DE DISEÑO, EDICIÓN, AUDIOVISUALES. 2 TB, 16 GB DE MEMORIA, PANTALLA 24 ``, 8 NUCLEOS.	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS - SUITE ADOB	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000	
PAUTA DIGITAL	12	\$ 2.149.000	\$ 25.788.000	
Total 1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	0	\$ 29.397.000	\$ 242.764.000	
2. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO		No	Costo	Costo
		Actividades	Unitario	Total
FERIAS REGIONALES	1	\$ 81.000.000	\$ 81.000.000	
FERIAS NACIONALES	1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000	
Total 2. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	1	\$ 171.000.000	\$ 171.000.000	
TOTAL PROYECTO				413.764.000

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE
FONDO NACIONAL CEREALES 2023
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN
FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA
Año 2023

	\$ 0	Costo Unitario (kg L) \$COP	Unidades usadas (kg L)	TOTAL \$COP
1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	\$ 242.764.000	Costo Unitario \$COP	Unidades	TOTAL \$COP
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (Nómina)		2.310.000	12	\$ 27.720.000
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA (Nómina)		2.310.000	12	\$ 27.720.000
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)		2.926.000	12	\$ 35.112.000
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)		2.926.000	12	\$ 35.112.000
PROFESIONAL EN MARKETING		3.080.000	12	\$ 36.960.000
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO (NÓMINA)		3.496.000	12	\$ 41.952.000
COMPUTADOR DE DISEÑO - PARA ACTIVIDADES DE DISEÑO, EDICIÓN, AUDIOVISUALES. 2 TB, 16 GB DE MEMORIA, PANTALLA 24 ‐, 8 NUCLEOS.		10.000.000	1	\$ 10.000.000
SUSCRIPCION PLATAFORMAS CREACION CONTENIDOS - SUITE ADOBE		200.000	12	\$ 2.400.000
PAUTA DIGITAL		2.149.000	12	\$ 25.788.000
2. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	\$ 171.000.000	Costo Unitario \$COP	Unidades	TOTAL \$COP
FERIAS REGIONALES	\$ 81.000.000			
MATERIALES E INSUMOS		1.500.000	12	\$ 18.000.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES		1.500.000	12	\$ 18.000.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES		1.500.000	12	\$ 18.000.000
UNIFORMES CHEF		200.000	3	\$ 600.000
MATERIAL PROMOCIONAL		1.700.000	12	\$ 20.400.000
ACCESORIOS		500.000	12	\$ 6.000.000
FERIAS NACIONALES	\$ 50.000.000			
ARQUITECTURA EFÍMERA		40.000.000	1	\$ 40.000.000
MATERIAL PROMOCIONAL		10.000.000	1	\$ 10.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	\$ 40.000.000			
MATERIAL POP		20.000.000	1	\$ 20.000.000
MATERIAL IMPRESO		20.000.000	1	\$ 20.000.000
TOTALES	\$ 413.764.000			

FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

Fondo: Nacional de Cereales

APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA

AÑO 2023

REGIONAL	No. Actividades					
	#REF!	1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			2. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	0,00
	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	2	25
<i>Total Proyecto</i>	1	1	4	5	2	25

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

Fondo: Nacional de Cereales

APOYO A LA COMERCIALIZACION

FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA

PROGRAMACION DE ACTIVIDADES

Departamento	Nombre de la Actividad	Nº Act. Aprobadas	Vr. Unitario	H	Estado	PRIMER SEMESTRE											
						Enero	Feb.	Marzo	Trim I	Abril	Mayo	Junio	Trim II	Julio	Agost.		
Nacional	1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	12	40.460.667	1	Planeado				0					0	1	1	
Nacional	1. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			2	Ejecutado				0					0			
Nacional	FERIAS REGIONALES	1	81.000.000	1	Planeado				0					0			
Nacional	FERIAS REGIONALES			2	Ejecutado				0					0			
Nacional	FERIAS NACIONALES	1	50.000.000	1	Planeado				0					0		1	
Nacional	FERIAS NACIONALES			2	Ejecutado				0					0			
Nacional	PROMOCION Y PUBLICIDAD	1	40.000.000	1	Planeado				0					0			
Nacional	PROMOCION Y PUBLICIDAD			2	Ejecutado				0					0			
TOTAL MENSUAL		#REF!		1	Planeado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	8	
TOTAL MENSUAL				2	Ejecutado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	TOTAL POR TRIMESTRES						0						0			29	
	TOTAL POR TRIMESTRES						0						0			0	

.....

SEGUNDO SEMESTRE

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE						
Fondo: Nacional de Cereales						
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN						
FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA						
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	2.310.000	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Nutricionista	Marketing Canal Institucional	#REF!	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Comunicador (a)	Comunicaciones	3.496.000	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá
Diseñador Gráfico	Diseño Gráfico	2.926.000	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

FONDO NACIONAL CEREALES 2023

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA

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 CEREALES 2023				
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN				
FOMENTO AL CONSUMO DE CEREALES EN COLOMBIA				
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: _____