



FONDO NACIONAL DE LA SOYA 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, Leguminosas y Soya -  
**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  Departamental  Municipal  Veredal

Área de Influencia del Proyecto: Nacional

**III. TITULO 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
\$ 135.335.600	\$ 0	\$ 135.335.600

**CONTROL DE VIGENCIA FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO**

FICHA TÉCNICA INICIAL:

FECHA DE APROBACIÓN: \_\_\_\_\_

MODIFICACIÓN:

N° \_\_\_\_\_

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. Para la campaña 2020/21 se produjeron 368.12 millones de toneladas en 128.61 millones de hectáreas, mientras que para 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, esto es un incremento del 7,21% entre la campaña 2020/21 y 2022/23.

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%). 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).

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. Para 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. Estas importaciones fueron provenientes de Estados Unidos en un 99%, con algunas pequeñas compras minúsculas a China (0,011%) y Taiwán (0,0009%).

El consumo aparente de Soya y sus derivados en Colombia se ubica en 2.43 millones de toneladas anuales, esto es un consumo per cápita de 48,6 kg/habitante. Estas toneladas fueron 545.419 de soya, 1.572.970 de torta de soya y 300.475 de aceite de soya, con un mercado valorado en 1.367 USD millones a precio CIF del año 2021. De este consumo, Colombia produjo 121.881 toneladas (t), en el departamento del Meta 111.163 t y en el departamento del Valle del Cauca 10.615 t, con un rendimiento medio de 2,16 t/ha, inferior al rendimiento promedio mundial de 2,93 t/ha.

Para la presente década (2021-2030), se estima que 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

## **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 la soya como alimento humano

## 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).

**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 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).
- **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 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, 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.

**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. 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 Soya, 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 la soya en medios digitales como fuente de proteína de preferencia para el consumidor Colombiano.

**MARCO LOGICO**

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS O IMPREVISTOS
<b>OBJETIVO GENERAL</b>			
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.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo 1: Diseñar contenido digital creativo para posicionar la soya como fuente de proteína preferida, con engagement específico de consumo en los colombianos.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• Objetivo 5: Realizar caracterización nutricional de soya colombiana, como herramienta para la promoción de beneficios nutricionales, potencialidades y nuevos usos para el mercado.</li> </ul>	# <u>Contenidos creados /</u> # <u>Contenidos programados.</u>  # Hoteles e instituciones promovidas  # <u>Parillas de contenido digital /</u> 1 Parrilla de contenido digital  # <u>Participación en ferias</u> (1) Feria regional  # <u>Fichas técnicas elaboradas</u> 5 Fichas técnicas planeadas	Informe de creación de contenidos  Base de datos de hoteles e instituciones fomento al consumo.  Informe de Comercialización y Marketing Digital  Parrilla de contenido digital  Fotos de ferias  Material promocional  Fichas técnicas de caracterización nutricional	Procesamiento de información en agencia de medios digitales especializada  Disposición de hoteles e instituciones.  Disponibilidad de información. Disponibilidad de personal idóneo  Disponibilidad de recursos desplazamientos.  Disposición de los agricultores para facilitar muestras

ACTIVIDADES	INDICADORES DE GESTION		Entorno Político y Económico Estables
<p>1. Contratar personal Inhouse canal horeca, institucional, comercialización y marketing digital.</p> <p>2. Desarrollar página web de fomento al consumo, cuentas, perfiles y plataformas de medios digitales.</p> <p>3. Realizar actividades BTL (Below The Line), participación en ferias y eventos, con realización de tácticos.</p>	<p><u># Personas contratado proyecto</u> # Personas proyectadas</p> <p><u>#Páginas web consumo implementadas</u> # Pág. Web consumo Implementadas</p> <p><u>N° Ferias con Participación /</u> N° Ferias Programadas</p>	<p>Contratos de personal</p> <p>Página web consumo activa y operando.</p> <p>Listado de asistencia a stand de feria</p>	<p>Personal idóneo</p> <p>Localización estratégica de la agencia de medios digitales</p>
RESULTADOS	INDICADORES DE RESULTADOS		
<p>1. 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.</p> <p>2. Una (1) página web de fomento al consumo y plataformas de medios digitales operando.</p> <p>3. Promoción y posicionamiento de la soya en medios digitales como fuente de proteína de preferencia para el consumidor Colombiano.</p>	<p><u># Contactos realizados /</u> <u># 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 /</u> N° Impresiones de la pieza en la red social</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>
METODOLOGÍA			
<p>El proyecto de fomento al consumo de Soya 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 soya 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 soya 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 en las diferentes plataformas.</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>



**ASOCIACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE**  
**FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2023**  
**APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN**

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

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>No Actividades</b>	<b>Costo Unitario \$COP</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>AÑO 2023</b>
MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	12	12.962.600	\$ 77.775.600	\$ 77.775.600
FERIAS REGIONALES	1	27.560.000	\$ 27.560.000	\$ 27.560.000
FERIAS NACIONALES	1	20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 135.335.600</b>	<b>\$ 135.335.600</b>

FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE			
FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2023			
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN			
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.			
AÑO 2023			
0	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
0	0	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA	12	\$ 770.000	\$ 9.240.000
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA	12	\$ 770.000	\$ 9.240.000
DISEÑADOR GRÁFICO	12	\$ 975.333	\$ 11.703.996
DISEÑADOR GRÁFICO	12	\$ 975.333	\$ 11.703.996
PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL	12	\$ 1.026.667	\$ 12.320.004
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO	12	\$ 1.167.250	\$ 14.007.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS	12	\$ 75.000	\$ 900.000
PAUTA DIGITAL	12	\$ 721.717	\$ 8.660.604
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>\$ 6.481.300</b>	<b>\$ 77.775.600</b>
3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
FERIAS REGIONALES	1	\$ 27.560.000	\$ 27.560.000
FERIAS NACIONALES	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
PROMOCIÓN Y PÚBLICIDAD	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>\$ 57.560.000</b>	<b>\$ 57.560.000</b>
0	No	Costo	Costo
	Actividades	Unitario	Total
<b>Total</b>	<b>0</b>		<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL PROYECTO</b>			<b>135.335.600</b>

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE				
FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2023				
APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN				
FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN COLOMBIA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.				
Año 2023				
	\$ 0	Costo Unitario (kg L) \$COP	Unidades usadas (kg L)	TOTAL \$COP
<b>2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS</b>	<b>\$ 77.775.600</b>	<b>Costo Unitario \$COP</b>	<b>Unidades</b>	<b>TOTAL \$COP</b>
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA		770.000	12	\$ 9.240.000
CHEF COMERCIAL CANAL HORECA		770.000	12	\$ 9.240.000
DISEÑADOR GRÁFICO		975.333	12	\$ 11.703.996
DISEÑADOR GRÁFICO		975.333	12	\$ 11.703.996
PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL		1.026.667	12	\$ 12.320.004
COMUNICADORA Ó PROFESIONAL EN MERCADEO		1.167.250	12	\$ 14.007.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS		75.000	12	\$ 900.000
PAUTA DIGITAL		721.717	12	\$ 8.660.604
<b>3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO</b>	<b>\$ 57.560.000</b>	<b>Costo Unitario \$COP</b>	<b>Unidades</b>	<b>TOTAL \$COP</b>
<b>FERIAS REGIONALES</b>	<b>\$ 27.560.000</b>			
MATERIALES E INSUMOS		1.000.000	6	\$ 6.000.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES		895.000	8	\$ 7.160.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES		600.000	8	\$ 4.800.000
UNIFORMES CHEF		100.000	6	\$ 600.000
MATERIAL PROMOCIONAL		1.000.000	6	\$ 6.000.000
ACCESORIOS		500.000	6	\$ 3.000.000
<b>FERIAS NACIONALES</b>	<b>\$ 20.000.000</b>			
ARQUITECTURA EFIMERA		15.000.000	1	\$ 15.000.000
MATERIAL PROMOCIONAL		5.000.000	1	\$ 5.000.000
<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 10.000.000</b>			
MATERIAL POP		5.000.000	1	\$ 5.000.000
MATERIAL IMPRESO		5.000.000	1	\$ 5.000.000
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 135.335.600</b>			

**FEDERACION 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 2023**

REGIONAL	No. Actividades					
	#¡REF!	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			3. ACTIVACIÓN PROMOCIÓN AL CONSUMO	0,00
	N° Agencias Digitales	N° Páginas Web Fomento al Consumo	N° Profesionales Marketin y Comunicación Digital	N° Plataformas Digitales	N° Ferias	No. Fichas Técnicas Nutricionales Arveja
Nacional	1	1	4	5	6	
<b>Total Proyecto</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	



<b>FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES</b>	
Fondo	
<b>APOYO /</b>	
<b>FOMENTO AL CONSUMO DE LA SOYA EN CO</b>	
<b>PROGRA</b>	

D	E	F		
Departamento	Nombre de la Actividad	N° Act. Aprobadas	Vr. Unitario	H
Nacional		0,00	-	1
Nacional		0,00		2
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS	12	12.962.600	1
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOCIOS			2
Nacional	FERIAS REGIONALES	1	27.560.000	1
Nacional	FERIAS REGIONALES			2
Nacional	FERIAS NACIONALES	1	20.000.000	1
Nacional	FERIAS NACIONALES			2
Nacional	PROMOCION Y PUBLICIDAD	1	10.000.000	1
Nacional	PROMOCION Y PUBLICIDAD			2
Nacional	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	1
Nacional	#¡REF!			2
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>#¡REF!</b>		<b>1</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>2</b>
<b>TOTAL POR TRIMESTRES</b>				
<b>TOTAL POR TRIMESTRES</b>				

**PROYECTOS DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE**

Proyecto: Nacional de Cereales

OBJETIVO: A LA COMERCIALIZACIÓN

ACTIVIDAD: SIEMBRA DE SOJA CON EL APOYO DEL FONDO NACIONAL DE LA SOYA.

OBJETIVO DE ACTIVIDADES

Estado	PRIMER SEMESTRE								SEGUNDO SEMESTRE								Total 2022
	Enero	Feb.	Marzo	Trim I	Abril	Mayo	Junio	Trim II	Julio	Agost.	Sept.	Trim III	Oct.	Nov.	Dic.	Trim IV	
Planeado				0				0	1	1	1	3	1	1	1	3	6,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado				0				0	1	1	1	3	1	1	1	3	6,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado				0				0				0	1			1	1,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado				0				0		1		1				0	1,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado				0				0			1	1				0	1,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado				0				0	1	1	2	4	1			1	5,0
Ejecutado				0				0				0				0	0,0
Planeado	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4	5	12	4	2	2	8	20
Ejecutado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0				0				12				8			
		0				0				0				0			

Total 2023	Total Proyecto	Responsable	Perfil	Tipo de Contratacion	Lugar de Ubicación
	6	Agencia de Medios Digita	Profesional asociatividad	Civil	Bogota
	0	Agencia de Medios Digita	Profesional asociatividad	Civil	Bogotá
	6	Chef	Chef perfil comercial	Honorarios	Bogotá
	0	Chef	Chef perfil comercial	Honorarios	Bogotá
	1	Nutricionista	Nutrióloga	Honorarios	Bogota
	0	Nutricionista	Nutrióloga	Honorarios	Bogotá
	1	Comunicador (a)	Comunicadora o Profesional e	Nómina	Bogotá
	0	Comunicador (a)	Comunicadora o Profesional e	Nómina	Bogotá
	1	Diseñador Gráfico	Profesional en diseño	Nómina	Bogotá
	0	Diseñador Gráfico	Profesional en diseño	Nómina	Bogotá
	5	Nutricionista	Nutrióloga	Honorarios	Bogota
	0	Nutricionista	Nutrióloga	Honorarios	Bogotá
0	20	0			
0	0				

FOMENTO

D	E	F			
Departamento	Nombre de la Actividad	N° Act. Aprobadas	Vr. Unitario	H	Estado
Nacional		0,00	#¡REF!	-	1 Planeado
Nacional		0,00	0	-	2 Ejecutado
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOC	12	12.962.600	-	1 Planeado
Nacional	2. MARKETING DIGITAL Y NUEVOS NEGOC	0	-	-	2 Ejecutado
Nacional	FERIAS REGIONALES	1	27.560.000	-	1 Planeado
Nacional	FERIAS REGIONALES	0	-	-	2 Ejecutado
Nacional	FERIAS NACIONALES	1	20.000.000	-	1 Planeado
Nacional	FERIAS NACIONALES	0	-	-	2 Ejecutado
Nacional	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	1	10.000.000	-	1 Planeado
Nacional	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	0	-	-	2 Ejecutado
Nacional				-	1 Planeado
Nacional		0	-	-	2 Ejecutado
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>15</b>			<b>1 Planeado</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>2 Ejecutado</b>
<b>TOTAL POR TRIMESTRES</b>					
<b>TOTAL POR TRIMESTRES</b>					




**SEGUNDO SEMESTRE**

Trim III	Oct.	Nov.	Dic.	Trim IV	Total 2022	Total 2023
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
38.887.800	12.962.600	12.962.600	12.962.600	38.887.800	77.775.600	-
-	-	-	-	-	-	-
-	27.560.000	-	-	27.560.000	27.560.000	-
-	-	-	-	-	-	-
20.000.000	-	-	-	-	20.000.000	-
-	-	-	-	-	-	-
10.000.000	-	-	-	-	10.000.000	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
68.887.800	40.522.600	12.962.600	12.962.600	66.447.800	135.335.600	-
-	-	-	-	-	-	-
		66.447.800				
		-				

Total Proyecto	PERFIL	Tipo de contratacion	Lugar de ubicación
-	Agencia de Medios Digitales	Civil	Bogotá
-	Agencia de Medios Digitales	Civil	Bogotá
<b>77.775.600</b>	Chef	Honorarios	Bogotá
-	Chef	Honorarios	Bogotá
<b>27.560.000</b>	Nutricionista	Honorarios	Bogotá
-	Nutricionista	Honorarios	Bogotá
<b>20.000.000</b>	Comunicador (a)	Nómina	Bogotá
-	Comunicador (a)	Nómina	Bogotá
<b>10.000.000</b>	Diseñador Gráfico	Nómina	Bogotá
-	Diseñador Gráfico	Nómina	Bogotá
	Nutricionista	Honorarios	Bogotá
-	Nutricionista	Honorarios	Bogotá
<b>135.335.600</b>			
-			

**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**

<b>Nombre</b>	<b>Actividad</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Tipo de Contratación</b>	<b>Inicio Contratación</b>	<b>Fin Contratación</b>	<b>Lugar de Actividad</b>
Agencia de Medios Digitales	Creación de Contenidos	A convenir	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Chef	Marketing Canal Horeca	770.000	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Nutricionista	Marketing Canal Institucional	#¡REF!	Civil	jul-21	dic-22	Bogotá
Comunicador (a)	Comunicaciones	1.167.250	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá
Diseñador Gráfico	Diseño Gráfico	975.333	Nómina	jul-21	dic-22	Bogotá

FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS-FENALCE

FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2023

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA E INVESTIGACION

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 Areas Protegidas			X			X

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES, LEGUMINOSAS Y SOYA - FENALCE

**FONDO NACIONAL DE LA SOYA 2023**

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**

N°	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:

---

---

---