

FICHA TÉCNICA DE PROYECTOS					
I. IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO					
Nombre del Proyecto:		COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN			
Programa al cual pertenece el Proyecto:		Apoyo a la Comercialización			
Duración del Proyecto (en meses):		12 meses	Fecha Inicio de Ejecución:		1/01/2025
			Fecha Término de Ejecución:		31/12/2025
Valor Total del Proyecto		Otras fuentes			
\$ 296.628.548		\$ 0		\$ 0	
Doscientos noventa y seis millones seiscientos veintiocho mil quinientos cuarenta y ocho pesos		Cero pesos		Cero pesos	
Cobertura Geográfica del Proyecto: El programa se ejecutará con un alcance nacional					
<input checked="" type="checkbox"/> Nacional		<input type="checkbox"/> Departamental	<input type="checkbox"/> Municipal	<input checked="" type="checkbox"/> Veredal	
Localización del Proyecto: El programa se ejecutará a lo largo de todo el territorio nacional.					
Población Beneficiada:		El proyecto se realizará a nivel nacional, enfocándose en regiones donde se encuentren productores de Cereales.			
Producto(s) con el (los) que se relaciona el proyecto:		1. Estrategias de comunicación <input type="checkbox"/>			
		2. Fidelización digital gracias a contenido de valor			
		3. Conceptualización y diseño de material audiovisual y gráfico de gran valor y calidad. <input type="checkbox"/>			
		4. Difusión de información de valor técnico, de comercialización y recaudo para potenciar los conocimientos de los diferentes actores del sector			
Fecha preparación del Proyecto:		oct-24			
Descripción del Proyecto:		<p>Fortalecer la divulgación de los procesos de agroindustria y transformación de la soya a nivel local a través de una estrategia de comunicaciones 360", enfatizando en su relevancia como granos esenciales en la seguridad alimentaria y la industria de nuestro país, que permita fomentar y sensibilizar de sus usos, por ende su consumo.</p> <p>Se realizará a través de la definición, desarrollo y ejecución de una estrategia de comunicaciones que impactará diferentes públicos, a través de diferentes canales, de modo que se incremente el alcance logrado hasta ahora con 'Colombia Sí Sabe' en años anteriores y permita seguir ofreciendo información de valor en aspectos como agroindustria y transformación de la soya a nivel local, a la vez que visibilizamos a los agricultores que labran la tierra para que estos granos lleguen a nuestras mesas.</p> <p>Será imprescindible la generación de contenido útil, atractivo, claro, oportuno y pedagógico, pertinente para cada canal y los públicos de interés, que genere 'engagement' y posicionamiento orgánico de los productos a través de todos los canales disponibles. Así como unas misiones en campo donde podamos hacer transferencia de tecnología.</p> <p>Para conocer y garantizar la efectividad de esta estrategia, haremos un monitoreo continuo que nos permita conocer la penetración de los temas divulgados.</p>			
Proponente:		Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE			
Ejecutor:		Ejecutor: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE			
Elaborado por:		Departamento de Comunicaciones			
II. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE					
Nombre o razón social:		Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE		No. Documento identificación:	Nit. 860011105-2
Naturaleza Jurídica:		La Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya (Fenalce) es una entidad gremial del sector agropecuario, de			
Dirección:		Km 1 vía Cota Siberia Vda el Abra			
Departamento:		Cundinamarca	Ciudad:	Cota	
Email:		fenalce@fenalce.co	Teléfono:	601 7428755	
Representante Legal:		Arnulfo Trujillo Diaz	No. Documento identificación:	83.225.775	
Objeto social de la entidad:		1.Representar y defender los intereses de los productores de cereales, leguminosas y soya ante entidades gubernamentales y privadas. 2.Promover la adopción de tecnologías y prácticas agrícolas sostenibles. 3.Brindar servicios de asesoría técnica y capacitación a sus asociados. 4.Participar en la formulación de políticas públicas relacionadas con el sector cerealista, de leguminosas y sojero. 5.Organizar eventos, ferias o encuentros para fomentar el intercambio de conocimientos entre los productores.			
III. INFORMACIÓN DEL EJECUTOR					
Nombre o razón social:		Ejecutor: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE		No. Documento identificación:	Nit. 860011105-2
Naturaleza Jurídica:		La Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya (Fenalce) es una entidad gremial del sector agropecuario, de derecho privado, sin ánimo de lucro, máxima representante de los cultivadores de cereales, leguminosas y soya del país.			
Dirección:		Km 1 vía Cota Siberia Vda el Abra			
Departamento:		Cundinamarca	Ciudad:	Cota	
Email:		fenalce@fenalce.co	Teléfono:	601 7428755	
Representante Legal:		Arnulfo Trujillo Diaz	No. Documento identificación:	83.225.775	
Objeto social de la entidad:		1.Representar y defender los intereses de los productores de cereales, leguminosas y soya ante entidades gubernamentales y privadas. 2.Promover la adopción de tecnologías y prácticas agrícolas sostenibles. 3.Brindar servicios de asesoría técnica y capacitación a sus asociados. 4.Participar en la formulación de políticas públicas relacionadas con el sector cerealista, de leguminosas y sojero. 5.Organizar eventos, ferias o encuentros para fomentar el intercambio de conocimientos entre los productores.			
Experiencia en proyectos similares:		<p>El proyecto de fomento al consumo inició en el 2022, con estrategias de comunicación, marketing digital y activación de la promoción al consumo de soya en Colombia, basándose principalmente en la caracterización nutricional detallada para impulsar el consumo de este grano, respaldado por una agencia especializada en medios digitales. En el año 2023, el proyecto avanzó a crear un posicionamiento de la campaña digital Colombia si sabe, logrando incursionar en redes sociales propias, página web y capacidades de comunicación propias del fondo de la soya. Además ferias regionales y material promocional de la soya.</p> <p>Para el año 2024, el proyecto se escala al fortalecimiento de la imagen y visibilidad de la cadena productiva de la soya producidos en Colombia, con un enfoque en comunicaciones estratégicas 360, no solo centrado en el consumo, si no de manera integral a lo largo de toda la cadena de soya, agricultores y fondo parafiscal. De esta manera se ha logrado posicionar la soya en diferentes canales. A continuación, algunos resultados: en redes sociales como (Facebook, Instagram, Tik Tok y YouTube) se han captado 15.843 nuevos seguidores para un total de 25.649 seguidores; un crecimiento del 161% para el semestre de abril a septiembre de 2024.</p> <p>Al mes de septiembre de 2024, estas redes sociales han logrado aumentar el Engagement, ubicándolo en un promedio de 7%, logrando mejorar la percepción y fidelidad de la estrategia de comunicaciones Campaña Colombia Si Sabe y el fondo de la soya, llegando a diferentes públicos y entregar información relevante, dinámica, atractiva y útil para cada uno de los eslabones de la cadena de la soya, a la vez que fortalece su posicionamiento en Colombia.</p> <p>Así mismo, se desarrollaron 73 piezas gráficas, 47 videos, 15 boletines de prensa con los cuales se lograron 136 registros en medios de comunicación, estos 100% positivos. También se realizó colaboración con Red+ TV para producir el programa 'Saber Estar Bien' – 3ra. temporada, el cual cuenta con 12 emisiones , con un alcance cercano a las 8 mil personas. Además de 8 mil nuevos usuarios en la página web.</p>			

IV. INFORMACIÓN DEL PROYECTO
Características de la región en donde se ejecutará el proyecto:
El proyecto se realizará a nivel nacional, enfocándose en regiones donde se encuentren productores de soya.
Estado del Arte:
El proyecto "Colombia Sí Sabe" surge en respuesta a la necesidad de fortalecer la divulgación y el posicionamiento de la soya colombiana, en un contexto donde el país enfrenta desafíos significativos en cuanto a la producción y consumo de este grano. La soya es un alimento clave para la nutrición y la seguridad alimentaria en Colombia. Brinda ventajas nutricionales y saludables para la salud humana y animal, además ayuda a una agricultura sostenible y combatir el cambio climático cada vez más amenazante; además se convierte en un cultivo ideal para la rotación. La soya pertenece a la familia de las leguminosas, sus características nutricionales la catalogan como la preferida de las personas que priorizan el consumo de proteínas con fuentes vegetales, ya que contiene todos los aminoácidos esenciales que el organismo necesita para mantenerse en equilibrio. Los principales beneficiarios del proyecto son los productores de soya en todo el país, así como otros actores de la cadena productiva. Se espera que el proyecto tenga un impacto positivo en la seguridad alimentaria y la economía del país, al fomentar el consumo de este grano a nivel nacional y reducir la dependencia de los importados.
Situación actual:
La situación actual con cifras de la soya colombiana muestra un panorama de crecimiento y desafíos para el sector agrícola. Según Fenalce, en el primer semestre de 2022 se sembraron 42.572 hectáreas de soya en el país, con una producción de 115.753 toneladas y un rendimiento promedio de 2,72 toneladas por hectárea. El departamento del Meta es el principal productor, con el 97% del área nacional y una producción de 112.243 toneladas. Sin embargo, Colombia aún depende en gran medida de las importaciones de soya y torta de soya, principalmente desde Estados Unidos, para abastecer la demanda de la agroindustria. Los factores que limitan la competitividad del cultivo son la baja infraestructura, el alto costo del transporte, la falta de centros de almacenamiento y secamiento, y la escasa inversión y reglamentación del mercado. Para alcanzar las metas del plan Colombia Siembra, se requiere un mayor apoyo institucional y financiero al sector sojero. Así, aunque la soya colombiana ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, tanto en términos de producción como de consumo. Aquí se presenta una visión general de la situación actual de la soya en Colombia: Producción de Soya: 1. Crecimiento Sostenido: Colombia ha aumentado su producción de soya en los últimos años, siendo uno de los principales cultivos oleaginosos del país. Se ha observado un incremento en la siembra de soya en diversas regiones. 2. Principales Zonas Productoras: Los departamentos de Meta y Casanare son algunas de las principales zonas donde se cultiva soya en Colombia. Estas regiones cuentan con condiciones climáticas y de suelo adecuadas para el cultivo de este grano. 3. Variedades Adaptadas: Los agricultores colombianos están adoptando variedades de soya adaptadas a las condiciones locales, lo que ha contribuido al aumento de la productividad. Consumo y Mercado: 1. Demanda Interna: El consumo interno de soya en Colombia ha ido en aumento, principalmente impulsado por la industria de alimentos balanceados para la producción pecuaria, avícola y porcina. 2. Importaciones: A pesar del crecimiento en la producción nacional, Colombia aún importa una cantidad significativa de soya para satisfacer la demanda interna. Las importaciones son principalmente de Estados Unidos, Argentina y Brasil. 3. Precio Internacional: La soya es un cultivo sensible a los precios internacionales, por lo que las fluctuaciones en los mercados globales pueden impactar en los precios locales y en la rentabilidad de los productores.
Definición del problema u oportunidad:
La soya es un cultivo de gran importancia económica y social en Colombia, pero enfrenta varios problemas que limitan su productividad y rentabilidad. Algunas de las causas de estos problemas son: - La falta de semillas certificadas y adaptadas a las condiciones agroecológicas del país, lo que genera una dependencia de las importaciones y una baja calidad genética y sanitaria de las semillas disponibles. - El uso inadecuado de prácticas agronómicas, como la fertilización, el control de plagas y enfermedades, la rotación de cultivos y el manejo del agua, que afectan el rendimiento y la calidad del grano. - La competencia desleal de los países productores de soya que subsidian a sus agricultores y aplican barreras arancelarias y no arancelarias a las importaciones colombianas, lo que reduce la competitividad del sector. - La falta de infraestructura vial y logística, que encarece los costos de transporte y almacenamiento de la soya y sus derivados, así como la escasez de plantas procesadoras y comercializadoras que agreguen valor al producto. - La baja articulación entre los actores de la cadena productiva, como los productores, los proveedores de insumos, los transformadores, los comercializadores y los consumidores finales, lo que dificulta la generación de información, la transferencia de tecnología y la negociación colectiva. Frente a estos desafíos, se plantean algunas oportunidades de mejora que podrían impulsar el desarrollo del sector sojero colombiano. Estas oportunidades son: - Fortalecer la investigación y la innovación tecnológica para generar variedades adaptadas a las condiciones agroecológicas y de mercado del país, así como para mejorar el manejo agronómico y fitosanitario del cultivo. - Promover la asociatividad y la organización de los productores para mejorar el acceso a los servicios financieros, técnicos y comerciales, así como para aumentar el poder de negociación frente a los intermediarios y los compradores. - Diversificar los usos y los mercados de la soya, tanto a nivel nacional como internacional, aprovechando sus múltiples beneficios nutricionales, ambientales e industriales. - Implementar políticas públicas que incentiven la producción nacional de soya, mediante el establecimiento de aranceles, cupos y subsidios que protejan al sector de la competencia desleal de las importaciones, y que fomenten el consumo interno y la agregación de valor. - Desarrollar una estrategia de comunicación y educación que difunda los beneficios de la soya y sus derivados entre los consumidores, los productores y los actores de la cadena productiva, así como que sensibilice sobre la importancia de este cultivo para la seguridad alimentaria, la generación de empleo y el cuidado del medio ambiente.

Causas:																																																																																																																																																																								
1. A pesar del crecimiento en la producción nacional, Colombia aún importa una cantidad significativa de soja para satisfacer la demanda interna.																																																																																																																																																																								
2. Las fluctuaciones en los mercados globales pueden impactar en los precios locales y en la rentabilidad de los productores.																																																																																																																																																																								
3. Limitada conocimientos de la población de cómo incluir la soja dentro de sus dietas alimenticias.																																																																																																																																																																								
Efectos:																																																																																																																																																																								
1. El no reconocimiento de la soja como producto nacional																																																																																																																																																																								
2. Pérdida de ingresos para los agricultores nacionales																																																																																																																																																																								
3. No aprovechamiento de loss múltiples beneficios nutricionales e industriales de la soja																																																																																																																																																																								
Justificación del proyecto:																																																																																																																																																																								
El proyecto se desarrolla ante la necesidad imperante de continuar desarrollando la estrategia integral de comunicación en el sector de la soja en Colombia, que permita seguir ofreciendo información oportuna y de calidad, que permita seguir enfatizando en la relevancia de estos granos para la seguridad alimentaria y la industria de nuestro país. Sin duda, divulgar los procesos de agroindustria y transformación de la soja a nivel local, nos permitirá fomentar y sensibilizar sus usos, por ende su consumo.																																																																																																																																																																								
Es necesario seguir fortaleciendo el posicionamiento de la soja colombiana tanto a nivel nacional como internacional, abriendo nuevas oportunidades de mercado y contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental del país.																																																																																																																																																																								
Este proyecto representa un hito importante hacia la promoción y fortalecimiento de la soja colombiana como un producto fundamental para la agroindustria. Su implementación podría tener un impacto significativo en la producción y el consumo de la soja. Además, contribuye a una mayor conciencia colectiva sobre el apoyo a la producción nacional y la importancia de disminuir la dependencia de los importados, resaltando y llevando a otro nivel la soja.																																																																																																																																																																								
Con el aumento de seguidores en redes sociales, una producción y difusión de contenido gráfico y audiovisual atractivo, útil, oportuno y pedagógico, a generación de contenido de interés a través de diferentes canales de comunicación y el desarrollo de diferentes acciones de comunicación, permitirán la visibilización de los diferentes actores de la cadena productiva y su trabajo, la apropiación por parte de los consumidores y su uso exaltando los beneficios de este grano nacional . Sin duda, los principales beneficiarios del proyecto serán los productores de soja en todo el país.																																																																																																																																																																								
Es importante precisar que hacer posicionamiento de una estrategia no es un proceso de corto aliento, por lo contrario, requiere de tiempo y un continuo trabajo, para que se logren resultados, y más, como en este caso que buscamos construir una presencia sólida, duradera y efectiva. Así que este proceso requiere tiempo, paciencia y, sobre todo, un esfuerzo continuo. Lo que hemos logrado hasta ahora es valioso, pero no podemos bajar la guardia. Debemos seguir trabajando incansablemente para mantener y fortalecer lo que hemos construido. El éxito de las estrategias se logra cuando son sostenidas y consistentes. Cada paso cuenta, cada acción fortalece, y solo con perseverancia alcanzamos la meta. En conclusión, el reconocimiento y la lealtad de los públicos se ganan con tiempo, dedicación y una estrategia constante.																																																																																																																																																																								
Objetivo Principal: (Uno solo, se debe concentrar en la solución del problema)																																																																																																																																																																								
Divulgar información de interés para los agricultores de soja, a través de una estrategia de comunicaciones 360° , que les permita adquirir y po-tenciar sus conocimientos y tomar mejores decisiones, que contribuya al cierre de brechas en la producción y aumento de la calidad de este grano.																																																																																																																																																																								
Objetivos Secundarios: (Son los resultados que se propone alcanzar el proyecto para lograr el objetivo principal)																																																																																																																																																																								
1. Definir una estrategia integral de comunicaciones 360° , que permita generar contenidos de valor de la soja a los agricultores																																																																																																																																																																								
2. Disponer de herramientas tecnológicas y recursos necesarios para ejecución de una estrategia integral de comunicaciones 360° □																																																																																																																																																																								
3. Aumentar la presencia en canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, y la participación en actividades, ferias o reuniones para hacer recolección y la producción de material en diferentes regiones del país																																																																																																																																																																								
4. Generar contenidos y experiencias de valor y calidad para medios de comunicación y espacios no tradicionales, así como material publicitario, pauta, creación audiovisual y gráfica innovadora.																																																																																																																																																																								
5. Entregar información sencilla y pedagógica sobre información productiva, técnica, comercialización y agroindustria de la soja y recaudo, a los diferentes actores del sector de la soja.																																																																																																																																																																								
Metodología: (Como se va a lograr cada uno de los objetivos secundarios)																																																																																																																																																																								
El proyecto 'Colombia SI Sabe', una Estrategia Integral de Comunicación en soja plantea los siguientes aspectos:																																																																																																																																																																								
•Análisis de los resultados obtenidos en la vigencia anterior: conocer el estado y los impactos de la estrategia de comunicaciones del proyecto desarrollado el año anterior.																																																																																																																																																																								
•Trazar los objetivos de comunicación: contar con unos objetivos de comunicación claros y medibles																																																																																																																																																																								
•Identificar los públicos objetivos: definir y analizar los públicos a impactar																																																																																																																																																																								
•Definir los canales de comunicación y calendario: de acuerdo a los públicos objetivos, definir los medios de comunicación idóneos para comunicarles.																																																																																																																																																																								
•Definir las tácticas de comunicación: definir las actividades a desarrollar para darle cumplimiento a los objetivos trazados.																																																																																																																																																																								
•Monitoreo y evaluación: hacer uso de herramientas de análisis para medir la efectividad de las publicaciones realizadas y la cobertura alcanzada de acuerdo a los objetivos trazados.																																																																																																																																																																								
<table><thead><tr><th colspan="12">Objetivo Secundario</th><th>Actividades</th></tr></thead><tbody><tr><td colspan="12">1. Definir una estrategia integral de comunicaciones 360° , que permita generar contenidos de valor de la soja a los agricultores</td><td>1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°</td></tr><tr><td colspan="12">2. Disponer de herramientas tecnológicas y recursos necesarios para ejecución de una estrategia integral de comunicaciones 360° □</td><td>2. Adquirir herramientas tecnológicas para implementar las comunicaciones en soja</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>3. Disponer de un equipo de talento humano de comunicaciones para el sector de la soja</td></tr><tr><td colspan="12">3. Aumentar la presencia en canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, y la participación en actividades, ferias o reuniones para hacer recolección y la producción de material en diferentes regiones del país</td><td>4. Lograr la presencia del sector de la soja en medios de comunicación masiva</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>5. Realizar misiones en las regiones para la generación de contenidos de valor y hacer transferencia de tecnología</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>6. Adquirir materiales e insumos necesarios para ejecutar plan de comunicaciones</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>7. Producir y divulgar material impreso o promocional del sector de la soja</td></tr><tr><td colspan="12">4. Generar contenidos y experiencias de valor y calidad para medios de comunicación y espacios no tradicionales, así como material publicitario, pauta, creación audiovisual y gráfica innovadora.</td><td>8. Desarrollar la arquitectura efímera necesaria para ofrecer información de valor de la soja (stands, pendones, pancartas y Etc.)</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>9. Producir videos especializados para entregar información de calidad al sector la soja</td></tr><tr><td colspan="12"></td><td>10. Aumentar en 18% los seguidores en las redes sociales de Colombia SI Sabe para generar mayor comunidad, interacción y 'Engagement' con los diferentes actores del sector de la soja.</td></tr><tr><td colspan="12">5. Entregar información sencilla y pedagógica sobre información productiva, técnica, comercialización y agroindustria de la soja y recaudo, a los diferentes actores del sector de la soja.</td><td>11. Producir contenidos informativos y pedagógicos para divulgar el programa apoyo a la comercialización, proyectos técnicos y de investigación, y de recaudo de la cuota de fomento.</td></tr></tbody></table>													Objetivo Secundario												Actividades	1. Definir una estrategia integral de comunicaciones 360° , que permita generar contenidos de valor de la soja a los agricultores												1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°	2. Disponer de herramientas tecnológicas y recursos necesarios para ejecución de una estrategia integral de comunicaciones 360° □												2. Adquirir herramientas tecnológicas para implementar las comunicaciones en soja													3. Disponer de un equipo de talento humano de comunicaciones para el sector de la soja	3. Aumentar la presencia en canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, y la participación en actividades, ferias o reuniones para hacer recolección y la producción de material en diferentes regiones del país												4. Lograr la presencia del sector de la soja en medios de comunicación masiva													5. Realizar misiones en las regiones para la generación de contenidos de valor y hacer transferencia de tecnología													6. Adquirir materiales e insumos necesarios para ejecutar plan de comunicaciones													7. Producir y divulgar material impreso o promocional del sector de la soja	4. Generar contenidos y experiencias de valor y calidad para medios de comunicación y espacios no tradicionales, así como material publicitario, pauta, creación audiovisual y gráfica innovadora.												8. Desarrollar la arquitectura efímera necesaria para ofrecer información de valor de la soja (stands, pendones, pancartas y Etc.)													9. Producir videos especializados para entregar información de calidad al sector la soja													10. Aumentar en 18% los seguidores en las redes sociales de Colombia SI Sabe para generar mayor comunidad, interacción y 'Engagement' con los diferentes actores del sector de la soja.	5. Entregar información sencilla y pedagógica sobre información productiva, técnica, comercialización y agroindustria de la soja y recaudo, a los diferentes actores del sector de la soja.												11. Producir contenidos informativos y pedagógicos para divulgar el programa apoyo a la comercialización, proyectos técnicos y de investigación, y de recaudo de la cuota de fomento.
Objetivo Secundario												Actividades																																																																																																																																																												
1. Definir una estrategia integral de comunicaciones 360° , que permita generar contenidos de valor de la soja a los agricultores												1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°																																																																																																																																																												
2. Disponer de herramientas tecnológicas y recursos necesarios para ejecución de una estrategia integral de comunicaciones 360° □												2. Adquirir herramientas tecnológicas para implementar las comunicaciones en soja																																																																																																																																																												
												3. Disponer de un equipo de talento humano de comunicaciones para el sector de la soja																																																																																																																																																												
3. Aumentar la presencia en canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, y la participación en actividades, ferias o reuniones para hacer recolección y la producción de material en diferentes regiones del país												4. Lograr la presencia del sector de la soja en medios de comunicación masiva																																																																																																																																																												
												5. Realizar misiones en las regiones para la generación de contenidos de valor y hacer transferencia de tecnología																																																																																																																																																												
												6. Adquirir materiales e insumos necesarios para ejecutar plan de comunicaciones																																																																																																																																																												
												7. Producir y divulgar material impreso o promocional del sector de la soja																																																																																																																																																												
4. Generar contenidos y experiencias de valor y calidad para medios de comunicación y espacios no tradicionales, así como material publicitario, pauta, creación audiovisual y gráfica innovadora.												8. Desarrollar la arquitectura efímera necesaria para ofrecer información de valor de la soja (stands, pendones, pancartas y Etc.)																																																																																																																																																												
												9. Producir videos especializados para entregar información de calidad al sector la soja																																																																																																																																																												
												10. Aumentar en 18% los seguidores en las redes sociales de Colombia SI Sabe para generar mayor comunidad, interacción y 'Engagement' con los diferentes actores del sector de la soja.																																																																																																																																																												
5. Entregar información sencilla y pedagógica sobre información productiva, técnica, comercialización y agroindustria de la soja y recaudo, a los diferentes actores del sector de la soja.												11. Producir contenidos informativos y pedagógicos para divulgar el programa apoyo a la comercialización, proyectos técnicos y de investigación, y de recaudo de la cuota de fomento.																																																																																																																																																												

V. MARCO LOGICO					
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN					
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
1. Definir una estrategia integral de comunicaciones 360°, que permita generar contenidos de valor de la soya a los agricultores	Comunicaciones 360°				
	1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°	(1) estrategia de comunicaciones 360° definida, desarrollada e implementada	# Un (1) estrategia de comunicaciones 360° definida, desarrollada e implementada	Documento con estrategia de comunicaciones	Disponibilidad de recursos humanos y financieros para implementarla Entorno Político y Económico Estables
2. Disponer de herramientas tecnológicas y recursos necesarios para ejecución de una estrategia integral de comunicaciones 360°	Herramientas tecnológicas y talento humano				
	2. Adquirir herramientas tecnológicas para implementar las comunicaciones en soya	Ocho (8) herramientas tecnológicas, de medición, monitoreo y optimización (Suite Adobe, Cup Cat, Envato Elements, meticol, celular, computador, servicio de monitoreo, y web),	# ocho (8) herramientas tecnológicas, de medición, monitoreo y/o optimización adquiridas	Suscripciones y/o adquisiciones	Disponibilidad de recursos para adquirirlos
	3. Disponer de un equipo de talento humano de comunicaciones para el sector de la soya	Un (1) equipo encargado de dar asistencia técnica en comunicaciones	# Un (1) equipo idóneo contrato	Contratos de personal	Personal idóneo
3. Aumentar la presencia en canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, y la participación en actividades, ferias o reuniones para hacer recolección y la producción de material en diferentes regiones del país	Actividades de posicionamiento				
	4. Lograr la presencia del sector de la soya en medios de comunicación masiva	Cinco (5) apariciones en medios de comunicación, con carácter informativo del sector de cereales (Prensa - radio - televisión - .com)	# cinco (5) apariciones en medios de comunicación realizadas	Informe de actividades relacionadas	Disponibilidad de recursos financieros
	5. Realizar misiones en las regiones para la generación de contenidos de valor y hacer transferencia de tecnología	Tres (3) misiones de comunicación con presencia de marca en las regiones productoras en las regiones productoras de cereales.	# tres (3) misiones de comunicación con presencia de marca en las regiones realizadas	Fotos misiones en las regiones	
	6. Adquirir materiales e insumos necesarios para ejecutar plan de comunicaciones	Tres (3) materiales e insumos como parte de la ejecución de la estrategia	# tres (3) materiales e insumos adquiridos	Informe de actividades relacionadas	
	Material promocional e informativo				
	7. Producir y divulgar material impreso o promocional del sector de la soya	Seis (6) piezas de material impreso o promocional	# Seis (6) piezas de material impreso o promocional producidos	Piezas impresas o material promocional	

4. Generar contenidos y experiencias de valor y calidad para medios de comunicación y espacios no tradicionales, así como material publicitario, pauta, creación audiovisual y gráfica innovadora.	8. Desarrollar la arquitectura efímera necesaria para ofrecer información de valor de la soya (stands, pendones, pancartas y Etc.)	Tres (3) estructuras para hacer presencia de marca	# tres (3) estructuras para hacer presencia de marca	Fotos de las estructuras con marca	Disponibilidad de recursos financieros
	9. Producir videos especializados para entregar información de calidad al sector la soya	Un (1) videos especializados producidos	# un (1) videos especializados producidos	Videos	
	10. Aumentar en 18% los seguidores en las redes sociales de Colombia Sí Sabe para generar mayor comunidad, interacción y 'Engagement' con los diferentes actores del sector de la soya.	Cuatro (4) contenidos pautados en redes sociales	# cuatro (4) contenidos pautados en redes sociales	Informe con metricas de redes sociales	Disponibilidad de recursos financieros
		Cuarenta (40) piezas gráficas y/o audiovisuales diseñadas	# cuarenta (40) piezas gráficas y/o audiovisuales diseñadas producidas	Piezas gráficas y/o audiovisuales	
5. Entregar información sencilla y pedagógica sobre información productiva, técnica, comercialización y agroindustria de la soya y recaudo, a los diferentes actores del sector de la soya.	Divulgación y transferencia social del conocimiento apoyo a la comercialización, proyectos y recaudo				
	11. Producir contenidos informativos y pedagógicos para divulgar el programa apoyo a la comercialización, proyectos técnicos y de investigación, y de recaudo de la cuota de fomento.	Siete (7) piezas promocionales y/o informativas	# siete (7) piezas promocionales y/o informativas realizadas	piezas promocionales y/o informativas	Disponibilida de recursos financiero
		Cuatro (4) videos especializados	# cuatro (4) videos producidos	Videos	
		Ocho (8) publicidades en medios de comunicación	# ocho (8) publicidades en medios de comunicación realizadas	Publicaciones	

COSTOS DETALLADOS POR ACTIVIDAD			
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN			
AÑO 2024			
Herramientas tecnológicas y talento humano	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
PROFESIONAL COMMUNITY MANAGER (NÓMINA)	1.376.025	12,00	\$ 16.512.300
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	1.376.025	12,00	\$ 16.512.300
PRODUCTOR MEDIOS AUDIOVISUALES (NÓMINA)	1.376.025	12,00	\$ 16.512.300
PROFESIONAL COORDINACION DE CONTENIDOS (NÓMINA)	1.376.025	12,00	\$ 16.512.300
COORDINADOR DE COMUNICACIÓN Y MARKETING (NÓMINA)	3.027.254	12,00	\$ 36.327.048
PROFESIONAL COMUNICACIONES PUBLICIDAD Y PRENSA	1.376.025	12,00	\$ 16.512.300
PROFESIONAL JUNIOR N DISEÑO GRÁFICO	1.050.000	12,00	\$ 12.600.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS CREACIÓN CONTENIDOS (SUITE ADOBE, CAPCUT Y ENVATO ELEMENTS)	2.000.000	1,00	\$ 2.000.000
SERCICIO DE MONITOREO DE NOTICIAS	800.000	12,00	\$ 9.600.000
SUSCRIPCIÓN PLATAFORMAS GESTIÓN SOCIAL MEDIA (METRICOL)	300.000	1,00	\$ 300.000
EQUIPO MÓVIL PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES	2.799.900	1,00	\$ 2.799.900
PLAN DE CELULAR PARA EQUIPO MÓVIL PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES	20.000	12,00	\$ 240.000
Optimización página web	2.000.000	1	\$ 2.000.000
			\$ 148.428.448
Actividades de posicionamiento	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
MATERIALES E INSUMOS (muestras culinarias, ingredientes y otros)	300.000	12	\$ 3.600.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES	1.300.000	12	\$ 15.600.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES	1.300.000	12	\$ 15.600.000
COMPRA DE ESPACIOS PÚBLICITARIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN (Prensa - radio - televisión - .com)	2.840.020	5	\$ 14.200.100
			\$ 49.000.100

Material promocional e informativo			
MATERIAL IMPRESO Y/O PROMOCIONAL (Cartillas, plegables, volantes, afiches, stickers, pendones y materiales para promoción de marca, gorras, agendas, lapiceros, delantales, bolsas, cuadernos, stickers con QR, publicidad en pantallas y otros espacios no tradicionales de comunicación)	682.500	12	\$ 8.190.000
PRODUCCIÓN CONTENIDO AUDIVISUAL (Videos especializados - animados).	12.500.000	2	\$ 25.000.000
ARQUITECTURA EFÍMERA (stands, pendones, pancartas y estructuras para hacer presencia de marca)	12.000.000	2	\$ 24.000.000
Pauta digital	1.000.000	12	\$ 12.000.000
Producción de piezas gráficas, audiovisuales y/o multimedia	6.004.000	1	\$ 6.004.000
			\$ 75.194.000
Divulgación y transferencia social del conocimiento apoyo a la comercialización, proyectos y recaudo	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Divulgación al programa de apoyo a la comercialización			
PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y/O IMPRESOS INFORMATIVOS PARA EVENTOS DE COMERCIALIZACIÓN (Cartillas, plegables, volantes, afiches, stickers, pendones y materiales para promoción de marca)	5.000.000	1,00	\$ 5.000.000
PRODUCCIÓN DE AUDIVISUAL (Videos especializados)	3.000.000	1,00	\$ 3.000.000
DIVULGACIÓN EN MEDIOS COMUNICACIÓN TRADICIONALES (cuñas - publicidad en radio, prensa y revistas)	3.000.000	1,00	\$ 3.000.000
			\$ 11.000.000
Divulgación de conocimientos de proyectos técnicos y de investigación			
PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y/O IMPRESOS INFORMATIVOS PARA EVENTOS DE TRANSFERENCIA (Cartillas, plegables, volantes, afiches, stickers, pendones y materiales para promoción de marca)	3.000.000	1	\$ 3.000.000
PRODUCCIÓN DE PODCAST O VIDEOS ESPECIALIZADOS	3.000.000	1	\$ 3.000.000
DIVULGACIÓN EN MEDIOS COMUNICACIÓN TRADICIONALES (cuñas - divulgación o publicidad en radio, prensa y revistas)	3.000.000	1	\$ 3.000.000
			\$ 9.000.000
Divulgación recaudo de la cuota de fomento recaudo			
PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y/O IMPRESOS INFORMATIVOS PARA DIVULGACIÓN DEL RECAUDO (Cartillas, plegables, volantes, afiches, stickers, pendones y materiales para promoción de marca)	2.000.000	1	\$ 2.000.000
DIVULGACIÓN EN MEDIOS COMUNICACIÓN TRADICIONALES (cuñas - publicidad en radio, prensa y revistas)	2.006.000	1	\$ 2.006.000
			\$ 4.006.000
			\$ 24.006.000
TOTAL PROYECTO			\$ 296.628.548

[illegible]

VII. IMPACTOS DEL PROYECTO
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

POSIBLES IMPACTOS SOCIALES	
1	Se mejorará la calidad de vida de la población al tener acceso a un servicio de salud integral y de calidad.
2	Se generará empleo para la población local, lo que contribuirá a reducir la pobreza y mejorar el nivel de vida.
3	Se promoverá la salud pública y se reducirá la incidencia de enfermedades prevenibles.
4	Se fortalecerá la capacidad institucional de las autoridades locales para gestionar servicios de salud.
5	Se mejorará la infraestructura de salud y se garantizará el acceso a servicios de salud de calidad.
6	Se promoverá la participación comunitaria en la gestión de los servicios de salud.
7	Se mejorará la calidad de la atención médica y se garantizará el acceso a servicios de salud de calidad.
8	Se generará conciencia sobre la importancia de la salud pública y se promoverá la prevención de enfermedades.
9	Se mejorará la calidad de la atención médica y se garantizará el acceso a servicios de salud de calidad.
10	Se generará conciencia sobre la importancia de la salud pública y se promoverá la prevención de enfermedades.

Fortalecimiento de la comunicación entre los actores del sector agrícola nacional, puede generar un sector más sólido, competitivo, colaborativo y sostenible.

Una estrategia de comunicación efectiva, puede contribuir a mejorar la conciencia pública sobre la importancia de apoyar la producción local y fomentar la transformación y los usos de este grano en la industria.

[illegible]

La comunicación efectiva sobre los beneficios económicos de fortalecer el sector agrícola nacional puede contribuir a aumentar la confianza de la industria en el grano nacional y promover el desarrollo sostenible de la cadena productiva de soya en Colombia.

POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES	
1	...
2	...
3	...
4	...
5	...
6	...
7	...
8	...
9	...
10	...
11	...
12	...
13	...
14	...
15	...
16	...
17	...
18	...
19	...
20	...
21	...
22	...
23	...
24	...
25	...
26	...
27	...
28	...
29	...
30	...
31	...
32	...
33	...
34	...
35	...
36	...
37	...
38	...
39	...
40	...
41	...
42	...
43	...
44	...
45	...
46	...
47	...
48	...
49	...
50	...
51	...
52	...
53	...
54	...
55	...
56	...
57	...
58	...
59	...
60	...
61	...
62	...
63	...
64	...
65	...
66	...
67	...
68	...
69	...
70	...
71	...
72	...
73	...
74	...
75	...
76	...
77	...
78	...
79	...
80	...
81	...
82	...
83	...
84	...
85	...
86	...
87	...
88	...
89	...
90	...
91	...
92	...
93	...
94	...
95	...
96	...
97	...
98	...
99	...
100	...

ASPECTO	Efectos durante la ejecución del Proyecto			Efectos durante la ejecución 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

Acciones que se desarrollarán para prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos ambientales negativos:

Impactos Positivos: La comunicación sobre prácticas agrícolas sostenibles puede sensibilizar a los agricultores y consumidores sobre la importancia de proteger el medio ambiente, lo que puede llevar a la adopción de prácticas más responsables.

Impactos Negativos: Posible falta de comunicación sobre los impactos ambientales negativos asociados con el aumento en la producción agrícola, lo que podría requerir una estrategia de comunicación proactiva para abordar y mitigar estos problemas.

Porcentaje del valor total del proyecto se va a utilizar en los aspectos ambientales	0,0%
--	------

0,0%

CONTRIBUCIÓN AL SUBSECTOR	
1	2
3	4
5	6
7	8
9	10
11	12
13	14
15	16
17	18
19	20
21	22
23	24
25	26
27	28
29	30
31	32
33	34
35	36
37	38
39	40
41	42
43	44
45	46
47	48
49	50
51	52
53	54
55	56
57	58
59	60
61	62
63	64
65	66
67	68
69	70
71	72
73	74
75	76
77	78
79	80
81	82
83	84
85	86
87	88
89	90
91	92
93	94
95	96
97	98
99	100

La implementación de estrategias de comunicación efectivas puede promover la cooperación y colaboración dentro del subsector agrícola, lo que puede conducir a un crecimiento más sostenible y equitativo en toda la cadena de soya.

VIII. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN
SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA
La sostenibilidad del proyecto se mantiene constante de acuerdo al recaudo de la cuota de fomento ya que este es continuo.
SOSTENIBILIDAD TÉCNICA
la implementación de un plan de comunicación que promueva el intercambio de conocimientos y la capacitación continua sobre tecnologías agrícolas innovadoras, lo que puede mantener a los productores al tanto de los avances en el sector.
SOSTENIBILIDAD SOCIAL
La consolidación de las organizaciones de productores se logrará a través de una comunicación activa y participativa que fomente la colaboración y el empoderamiento de las comunidades agrícolas, lo que puede garantizar la continuidad de las iniciativas de desarrollo social a largo plazo.

X. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN			
DIRECCIÓN DEL PROYECTO			
El proyecto será dirigido por un equipo multidisciplinario que incluirá expertos en comunicación garantizando así una gestión integral y eficiente.			
ESQUEMA OPERATIVO PARA EL PROYECTO			
El esquema operativo abarca actividades de comunicación y divulgación para asegurar la participación activa de todos los actores involucrados en el proyecto.			
DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DEL PROYECTO			
Se utilizarán diversos medios de comunicación, incluyendo redes sociales, páginas web, eventos comunitarios y materiales impresos, para difundir información sobre el proyecto y fomentar la participación y el compromiso de la comunidad.			
PERFIL DEL EQUIPO TÉCNICO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
PERFIL PROFESIONAL	EXPERIENCIA	HORAS POR SEMANA	NUMERO DE SEMAS MENSUALES
Coordinador de Marketing y Comunicaciones	Mínimo 5 años en roles similares	47 horas	4 semanas
Community Manager	Mínimo 3 años en gestión de redes sociales y community management	47 horas	4 semanas
Coordinador de Medios	Mínimo 3 años en roles similares	47 horas	4 semanas
Productor de Medios Audiovisuales	Mínimo 3 años en producción audiovisual	47 horas	4 semanas
Profesional en Comunicaciones, Publicidad y Prensa	Mínimo 3 años en roles similares	47 horas	4 semanas
Diseñador Gráfico	Mínimo 3 años en diseño gráfico/digital	47 horas	4 semanas
Profesional junior en diseño gráfico	Mínimo 18 meses de experiencia en diseño y producción audiovisual	47 horas	4 semanas

XI. ASPECTOS INSTITUCIONALES
COLOMBIA SÍ SABE A SOYA, UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN
RELACIÓN DEL PROYECTO CON POLÍTICAS SECTORIALES NACIONALES
N/A
ASOCIACIÓN DEL PROYECTO CON LOS PROGRAMAS PRESUPUESTALES SECTORIALES AGROPECUARIO
El proyecto propuesto se enmarca dentro del Derecho Humano a la Alimentación, el cual está integrado en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia 2022-2026. Al promover la producción y acceso a alimentos saludables a base de soya, el proyecto contribuirá directamente a los objetivos de reducción de la pobreza extrema y eliminación del hambre en la primera infancia establecidos en dicho plan. Además, al fortalecer la infraestructura para la soberanía alimentaria y aumentar la producción en cadenas agrícolas prioritarias, se respaldan las estrategias gubernamentales para garantizar este derecho fundamental y promover un desarrollo sostenible en el país, beneficiando así a la población en general.
RELACIÓN DEL SUBSECTOR CON POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO
N/A
RELACIÓN CON PLANES DE DESARROLLO (NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y/O MUNICIPAL)
Plan Nacional de Desarrollo - Derecho Humano a la Alimentación
RELACIÓN DEL PROYECTO CON LA CADENA PRODUCTIVA
PARTICIPACIÓN DE OTRAS ENTIDADES (PÚBLICAS O PRIVADAS) EN EL PROYECTO
N/A