


	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Fecha Presentación	Código de Radicación
2025 12 22	

I. IDENTIFICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

<p>Nombre del Proyecto: Colombia Sí Sabe, una estrategia de comunicación para posicionar las leguminosas y los territorios que alimentan el país, mientras se potencia la transferencia de conocimientos clave a nuestros agricultores y el fortalecimiento asociativo</p>
<p>Objetivo principal: Definir y ejecutar una estrategia integral de comunicaciones que aumente el posicionamiento y reconocimiento de las leguminosas colombianas, impulse la intención de consumo a nivel nacional, visibilice las organizaciones productoras y posicione los territorios productores, mientras se desarrollan acciones de transferencia de conocimiento que mejore la capacidad de toma de decisiones de los agricultores para sus procesos productivos.</p>
<p>Duración: 12 Meses - Vigencia 2026 Fecha de Inicio: 02/01/2026 Fecha de Finalización: 31/12/2026</p>
<p>Valor Total del Proyecto: \$ 183.481.732 Ciento ochenta y tres millones cuatrocientos ochenta y un mil setecientos treinta y dos pesos</p>
<p>Cofinanciación: CUOTA DE FOMENTO: \$ 183.481.732 Ciento ochenta y tres millones cuatrocientos ochenta y un mil setecientos treinta y dos pesos</p> <p>Otras fuentes: \$ 0 – Cero pesos</p>
<p>Localización: El programa se ejecutará a nivel nacional</p>
<p>Producto(s) con el (los) que se relaciona el proyecto: -Estrategias de posicionamiento y promoción. -Fidelización digital de una marca -Conceptualización y diseño de material audiovisual y gráfico de gran valor y calidad. -Difusión de información y conocimiento para mejorar la toma de decisiones de nuestros agricultores.</p>
<p>Fecha preparación proyecto: 15/09/2025</p>
<p>Describe brevemente en que consiste el proyecto: Este proyecto busca fortalecer el consumo de las leguminosas y el posicionamiento de los territorios que alimentan el país con estos granos, convirtiéndolos en referentes nacionales y generando conciencia sobre su importancia para la seguridad y soberanía alimentaria.</p> <p>Al tiempo que potenciamos la generación de conocimientos y su transferencia a nuestros agricultores. Esto significa acercar a los agricultores a información clara, práctica y oportuna, que les permita tomar decisiones acertadas en cada fase del proceso productivo, incluso anticiparse a posibles riesgos. De esta manera, buscamos fortalecerles el acceso a información de valor; en otras palabras, sembraremos conocimiento.</p> <p>Lo anterior irá acompañado de acciones que continúen potenciando y visibilizando el proceso de fortalecimiento asociativo que actualmente se desarrolla con nuestros agricultores. Por ello, es fundamental dar a conocer los proyectos, bienes y servicios orientados a su beneficio, así como los procesos de producción, transformación y comercialización que están</p>

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

llevando a cabo.

Para lograrlo, desarrollaremos e implementaremos una estrategia de comunicaciones 360°, diseñada para impactar a diversos públicos a través de diferentes canales, con el fin de aumentar la visibilidad de las regiones productoras, los cultivos y los agricultores y las organizaciones con sus asociaciones, fortaleciendo su representatividad, generando confianza y ampliando su capacidad de incidencia.

Este contenido no solo buscará informar, sino también generar recordación, estimular la interacción, fomentar el engagement y fortalecer el sentido de pertenencia hacia el sector de las leguminosas. La producción de mensajes será estratégica en formatos diversos que maximicen el impacto en medios digitales, tradicionales y espacios no convencionales.

Se consolidará una narrativa positiva y sostenible que posicione al sector de leguminosas como un pilar fundamental agroalimentario del país, con múltiples impactos en desarrollo y la economía.

En este proyecto 2026, la publicidad y los medios de comunicación jugarán un papel relevante, como canales de alto impacto para acercar el mensaje al agricultor y otros actores de la cadena, reforzar el reconocimiento de las leguminosas colombianas y generar nuevos conocimientos,

Finalmente, monitoreamos continuamente la efectividad de la estrategia, especialmente en lo relacionado con la penetración de los mensajes en redes sociales, medios masivos y contenidos pautados, permitiéndonos hacer ajustes en tiempo real y garantizar un impacto sostenido.

Proponente: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE

Ejecutor: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE

Elaborado por: Oficina de Comunicaciones

II. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE



Nombre o razón social: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE

Documento de Identidad o 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.

Departamento: Cundinamarca Ciudad: Cota Dirección: Km 1 vía Cota Siberia Vda el Abra	Email: fenalce@fenalce.co Teléfono: 601 7428755
--	--

Nombre representante legal: Arnulfo Trujillo Díaz	Documento de identificación: 83.225.775
Objeto social de la entidad: <ol style="list-style-type: none"> 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. 	

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

5. Organizar eventos, ferias o encuentros para fomentar el intercambio de conocimientos entre los productores.

Describa su experiencia en proyectos similares: El proyecto de fomento al consumo inició en el 2022, con estrategias de comunicación, marketing digital y activación de la promoción al consumo de leguminosas en Colombia, basándose principalmente en la caracterización nutricional detallada 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 las leguminosas. Además, ferias regionales y material promocional.

Para el año 2024, el proyecto se escala al fortalecimiento de la imagen y visibilidad de la cadena productiva de las leguminosas producidas 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, agricultores y fondo parafiscal. De esta manera se ha logrado posicionar las leguminosas en diferentes canales.

Justamente en este año tuvimos presencia publicitaria durante un mes en el aeropuerto El Dorado, en 116 pantallas en las salas de espera, con las que logramos impactar a más de 3,6 millones de personas. Logramos duplicar la comunidad total en redes sociales, pasando de aproximadamente 10K a 21,06K seguidores (+100,16%) en total. Adicionalmente, alcanzamos 1,22 millones de impresiones (+57,68%), lo que significa que nuestros contenidos fueron más visibles que nunca.

Hicimos presencia permanente en medios de comunicación, para entregar a nuestros públicos objetivos información clave del sector de las leguminosas. Para ello, realizamos 12 boletines de prensa relacionados con este grano, con los que logramos un total de 300 impactos, fruto de una gestión directa y gratuita con periodistas o free press.

Dimos apertura al canal de WhatsApp, se produjeron 135 videos en el marco de la campaña, de los cuales 19 recetas fueron con leguminosas. Esto acompañado del desarrollo de un concepto gráfico renovado y más sólido para la campaña 'Colombia Sí Sabe', con una identidad visual más definida, atractiva y alineada con los intereses de nuestros grupos objetivos. Diseñamos 253 piezas gráficas



Producimos 4 ediciones de la revista, una por cada trimestre. A partir de la segunda edición, se implementó un rediseño visual del concepto, con el objetivo de potenciar su impacto y hacerla más atractiva y fácil de leer, asegurando una experiencia más dinámica y profesional para los lectores.

Se creó el noticiero virtual semanal: NotiFenalce, el cual a 31 de diciembre completó 24 emisiones. También lanzamos el producto digital titulado 'Al Día con el Clima', con el objetivo de mantener a nuestros agricultores informados y preparados ante los cambios climáticos, y se dio apertura al canal de Whatsapp, para llegar a otros públicos de interés.

Lo anterior demuestra la ejecución de una estrategia de comunicación 360°, que ha tenido excelentes resultados al abordar diferentes canales con diferentes productos, para abordar sus audiencias objetivas.

III. INFORMACION DEL EJECUTOR

Nombre o razón social Sigla: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE
Documento de Identidad 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.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Departamento: Cundinamarca Ciudad: Cota Dirección: Km 1 vía Cota Siberia Vda el Abra	Email: fenalce@fenalce.co Teléfono: 601 7428755
--	--

Nombre representante legal: Arnulfo Trujillo Díaz	Documento de 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 acreditada en la ejecución de proyectos similares: El proyecto de fomento al consumo inició en el 2022, con estrategias de comunicación, marketing digital y activación de la promoción al consumo de leguminosas en Colombia, basándose principalmente en la caracterización nutricional detallada 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 las leguminosas. Además, ferias regionales y material promocional.

Para el año 2024, el proyecto se escala al fortalecimiento de la imagen y visibilidad de la cadena productiva de las leguminosas producidas 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, agricultores y fondo parafiscal. De esta manera se ha logrado posicionar las leguminosas en diferentes canales.

Justamente en este año tuvimos presencia publicitaria durante un mes en el aeropuerto El Dorado, en 116 pantallas en las salas de espera, con las que logramos impactar a más de 3,6 millones de personas. Logramos duplicar la comunidad total en redes sociales, pasando de aproximadamente 10K a 21,06K seguidores (+100,16%) en total. Adicionalmente, alcanzamos 1,22 millones de impresiones (+57,68%), lo que significa que nuestros contenidos fueron más visibles que nunca.



Hicimos presencia permanente en medios de comunicación, para entregar a nuestros públicos objetivos información clave del sector de las leguminosas. Para ello, realizamos 12 boletines de prensa relacionados con este grano, con los que logramos un total de 300 impactos, fruto de una gestión directa y gratuita con periodistas o free press.

Dimos apertura al canal de WhatsApp, se produjeron 135 videos en el marco de la campaña, de los cuales 19 recetas fueron con leguminosas. Esto acompañado del desarrollo de un concepto gráfico renovado y más sólido para la campaña 'Colombia Sí Sabe', con una identidad visual más definida, atractiva y alineada con los intereses de nuestros grupos objetivos. Diseñamos 253 piezas gráficas

Producimos 4 ediciones de la revista, una por cada trimestre. A partir de la segunda edición, se implementó un rediseño visual del concepto, con el objetivo de potenciar su impacto y hacerla más atractiva y fácil de leer, asegurando una experiencia más dinámica y profesional para los lectores.

Se creó el noticiero virtual semanal: NotiFenalce, el cual a 31 de diciembre completó 24 emisiones. También lanzamos el producto digital titulado 'Al Día con el Clima', con el objetivo de mantener a nuestros agricultores informados y preparados ante los cambios climáticos, y se dio apertura al canal de Whatsapp, para llegar a otros públicos de interés.

Lo anterior demuestra la ejecución de una estrategia de comunicación 360°, que ha tenido excelentes resultados al abordar

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

diferentes canales con diferentes productos, para abordar sus audiencias objetivas.

IV. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

4.1 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 leguminosas.

4.2 Situación actual: Según el informe de Perspectivas Agrícolas 2021 - 2030 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés), en 2024, el consumo global de leguminosas alcanzó 101 millones de toneladas, con un crecimiento promedio anual de 2 %, donde Asia y África lideran este aumento.



En el mercado mundial, India se consolida como el principal productor de leguminosas, con alrededor del 24 % del total en la última década, muy por encima de otros países. Canadá y la Unión Europea, aportan significativamente al mercado mundial con el 8 % y el 5 %, respectivamente. El continente asiático concentra más de la mitad del consumo global, lo que lo convierte en el principal mercado importador. Alrededor del 12 % de la producción mundial se destina al comercio internacional, donde Canadá domina con el 38 % de las exportaciones, mientras que India lidera las importaciones con el 29 % y en la década pasada, África aumentó tanto su producción como su consumo, lo que permitió mantener un nivel de autosuficiencia.

Para 2020, la producción global alcanzó 92 millones de toneladas, con un crecimiento anual promedio del 3 % en la década previa, impulsado sobre todo por Asia y África; y para 2022, la producción total de leguminosas en el mundo fue de 201 millones de toneladas. Entre 2019 y 2020, destacó el incremento del 10 % en la Unión Europea y el comercio internacional llegó a 18 millones de toneladas, medio millón más que en 2019. Sin embargo, la abundancia de oferta llevó a una caída en los precios internacionales, que descendieron hasta los USD 186 por tonelada, el nivel más bajo desde 2009, tomando como referencia la arveja forrajera canadiense.

Ya que las leguminosas están relacionadas con varios beneficios para la salud, los consumidores cada vez más las utilizan en su dieta diaria, lo que a su vez impulsa el crecimiento del mercado mundial de este producto. El apoyo a la producción de leguminosas forma parte importante de la Estrategia de Proteínas de la Unión Europea y estos cultivos son el principal ingrediente de productos como los sustitutos de la carne. Según el informe de las Perspectivas Agrícolas de la OCDE y la FAO, se prevé que, en promedio, el uso alimentario per cápita anual de leguminosas se incremente a 9 kg para 2030 a nivel mundial. Sin embargo, el pronóstico indica que el consumo per cápita se estancará en América Latina y África, en poco más de 12 kg/año, aunque se espera que durante esta década aumente en muchas otras regiones. Según las previsiones, la oferta mundial crecerá en 22 millones de toneladas y se espera que casi la mitad de este aumento provenga de Asia, en especial de India, el mayor productor del mundo. Se prevé que las mejoras sostenidas en el rendimiento aumentarán la producción nacional de India en 6.6 millones de toneladas adicionales para 2030.

En Colombia, el consumo aparente per cápita de frijol en 2024 fue de 2,6 kg. La producción presentó una leve reducción del 0,02 %, pasando de 97.009 toneladas en 2023 a 96.989 toneladas en 2024, concentrada principalmente en Santander (15.250 ha), Nariño (14.777 ha) y Huila (10.300 ha).

La producción de arveja, por su parte, registró una contracción del 12 % en 2024, con un total de 121.500 toneladas sembradas, destacándose Nariño (10.790 ha), Boyacá (5.730 ha) y Cundinamarca (4.700 ha) como los principales departamentos productores.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

La demanda nacional de frijol alcanzó 138.802 toneladas, de las cuales el 71 % se cubrió con producción nacional (96.989 t) y el 29 % restante con importaciones (41.183 t).

En cuanto a las importaciones de frijol y arveja, disminuyeron en 2024: el frijol cayó 0,7 % y la arveja 26,7 %. El frijol importado proviene principalmente de Argentina, Estados Unidos y Ecuador, que representan el 62 % del total de las importaciones, mientras que la arveja es importada de Canadá, Argentina y Estados Unidos. No obstante, la producción nacional de arveja ha venido ganando participación en la demanda interna durante el último año.

El fomento al consumo de Leguminosas en Colombia ofrece oportunidades para los productores nacionales, para atender una mayor cuota de mercado con una fuente de proteína natural que contribuye a la seguridad alimentaria en la mesa de los colombianos. Por lo que se requiere un programa de fomento al consumo de leguminosas, para aumentar el consumo per cápita de proteína natural, mostrando al Frijol y la Arveja como esos granos básicos que siempre ha permitido nutrir mejor la población infantil, así como pasar del campo a la mesa con preparaciones de comidas a base de frijol para los colombianos, con técnicas modernas de promoción al consumo como el Marketing Digital y la activación del consumo.

Apoyar el consumo de leguminosas permite generar nuevas oportunidades de negocios para los productores, al contar con hogares más interesados en el consumo del producto nacional, motivado por el conocimiento de sus características nutricionales y ventajas económicas, como el fácil acceso y consumo de proteína natural, de calidad y bajo costo. El frijol y la Arveja son alternativas económicas a la proteína animal. El frijol contiene alrededor del 22,5 % de su peso en proteína, frente al trigo, que tiene 11 % y la carne, que contiene entre el 30 % al 40 %.



4.3 Definición del problema u oportunidad:

El sector de las leguminosas en Colombia —especialmente el frijol— continúa enfrentando unos retos relacionados con el posicionamiento en el mercado nacional, el reconocimiento de su calidad y beneficios nutricionales, incluso poco conocimiento de los territorios donde se producen y cómo estos alimentos llegan a la mesa de los colombianos, lo que ha permitido que los granos importados, más económicos pero de bajas calidades, dominen gran parte del mercado, generando una competencia desigual que afecta gravemente a los productores locales, limita el crecimiento del sector y profundiza la dependencia del país de las importaciones alimentarias. A esto se suma, la falta de asociatividad de nuestros productores para ser más competitivos y la transferencia de conocimientos que puede ser limitada para adelantar sus procesos agronómicos y de comercialización.

Este escenario representa una amenaza directa a la seguridad y soberanía alimentaria del país, por lo cual, necesitamos seguir insistiendo en el posicionamiento permanente de estos granos para que ocupen el lugar que merecen en la dieta nacional y en las decisiones de compra de los consumidores y la industria.

Frente a este panorama, el país requiere continuar sosteniendo estrategias de comunicación y promoción que permita continuar promoviendo el consumo de estos granos, incentivar la siembra, darles herramientas a los agricultores para adelantar mejores prácticas, impulsar la sostenibilidad de sus cultivos y la competitividad en el país y los territorios donde se producen. Tenemos una visión más integral y ambiciosa: tenemos el compromiso de continuar posicionando los granos colombianos como los mejores y más competitivos del mercado, reconociendo su gran poder para transformar la economía rural.

Asimismo, es crucial visibilizar los territorios agrícolas productores de leguminosas, posicionándolos como las verdaderas despensas alimentarias de la nación. Al hacerlo, no solo se reconoce su contribución al

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

abastecimiento y a la economía nacional, sino que también se impulsa el desarrollo rural, el orgullo territorial y la consolidación de un sistema agroalimentario más justo, resiliente y conectado con los consumidores.

Esta es la oportunidad de reconstruir la narrativa en torno a las leguminosas colombianas y los territorios que las producen, colocándolas en la agenda pública, en el mercado, en los medios de comunicación y, sobre todo, en la percepción colectiva de los colombianos.



De igual manera, será la oportunidad de ofrecer a nuestros agricultores información de valor, para que estén más informados, tomen mejores decisiones, se anticipen, al tiempo que este factor apoya el mejoramiento de su productividad y competitividad en el mercado. En últimas, buscamos que el conocimiento se convierta en una herramienta que acompañe a nuestros agricultores en la construcción de un futuro más sostenible y próspero para sus familias y territorios.

Causas:

- Insuficiente oferta de las leguminosas en el país
- Precios no competitivos - alta importación
- Mitos alrededor del consumo y la nutrición de las leguminosas
- Reducción de la producción nacional debido a factores como la disminución de áreas cultivables y la falta de incentivos para los agricultores.

Efectos:

- Las fluctuaciones en la producción de leguminosas pueden afectar la disponibilidad y los precios de estos alimentos básicos. Esto, a su vez, puede tener un impacto directo en la seguridad alimentaria de las comunidades locales y nacionales.
- Los agricultores pueden experimentar pérdidas económicas debido a una producción reducida o precios bajos. La falta de acceso a mercados competitivos puede limitar el potencial de ingresos de los agricultores.
- Una disminución en la producción de leguminosas podría tener consecuencias para la nutrición de la población, especialmente para aquellos que dependen de estos cultivos como fuente principal de proteínas.
- La dependencia de ciertos cultivos de leguminosas sin una diversificación adecuada puede llevar a problemas de degradación del suelo y agotamiento de nutrientes. La sostenibilidad a largo plazo de la producción agrícola puede verse comprometida si no se abordan estos problemas.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

4.4 Justificación del proyecto

Tenemos el compromiso de continuar posicionando las leguminosas colombianas como las mejores y más competitivas del mercado, destacando no solo su calidad, sino su poder para transformar la economía rural.

Es momento de continuar resignificando nuestros granos —frijol, arveja y haba—, reconociéndolos como pilares fundamentales de la nutrición humana y animal, y como recursos estratégicos para el desarrollo sostenible del país. Promover su consumo es valorar lo nuestro. Es alimentar a Colombia con identidad, con orgullo y con visión de futuro.

Necesitamos visibilizar los territorios frijoleros, arverjeros, etc., para posicionarlos como las despensas agrícolas que son. Es una manera de volverlos referentes a nivel nacional e internacional, no solo por su capacidad productiva, sino por su papel esencial en la construcción de la seguridad y la soberanía alimentaria del país.

Al posicionar estos territorios como referentes, no solo se reconoce su contribución al abastecimiento alimentario y a la economía del país, sino que se impulsa el desarrollo rural y se fortalece el orgullo territorial. Al tiempo que los ponemos en la agenda pública, en la del mercado, en la de los medios y en la percepción colectiva nuestros granos y estos territorios.

Transformamos su imagen —de simples zonas productoras a protagonistas del sistema agroalimentario colombiano, que les permitirá abrir nuevas oportunidades comerciales, fomentar la siembra, fortalecer su capacidad de autogestión y conectar emocionalmente al consumidor con el origen de los alimentos que llegan a su mesa.

Esto irá acompañado de un fuerte impulso a la asociatividad, entendida como clave para mejorar la organización, fortalecer el trabajo colaborativo y potenciar la competitividad de los productores. En la medida en que se consoliden esquemas de trabajo conjunto, será posible enfrentar con mayor eficacia los desafíos del sector y acceder a nuevas oportunidades de mercado. Se desarrollarán acciones de comunicación estratégica orientadas a visibilizar los avances del proceso asociativo, los proyectos en curso, los actores involucrados y sus impactos en las comunidades, así como a fortalecer la identidad colectiva, posicionar las iniciativas de los agricultores y fomentar una cultura de colaboración y reconocimiento social hacia el sector.



Esto irá acompañado de una transferencia de conocimientos permanente, porque queremos que nuestros agricultores tengan acceso a información clara, oportuna y confiable, ya que de ella depende la calidad de sus decisiones y la sostenibilidad de sus cosechas. Al estar informados, pueden anticiparse a los riesgos, innovar en sus prácticas, aprovechar mejor sus recursos y tener condiciones más favorables. La información, más que un dato, se convierte en un aliado estratégico para transformar la productividad, garantizar la seguridad alimentaria y construir territorios más prósperos.

4.5 Objetivo principal

Definir y ejecutar una estrategia integral de comunicaciones que aumente el posicionamiento y reconocimiento de las leguminosas colombianas, impulse la intención de consumo a nivel nacional, visibilice las organizaciones productoras y posicione los territorios productores, mientras se desarrollan acciones de transferencia de conocimiento que mejore la capacidad de toma de decisiones de los agricultores para sus procesos productivos.



4.6 Objetivos secundarios

1. Formular una estrategia de comunicación integral que potencie el consumo de las leguminosas colombianas, los territorios que alimentan el país, fortalezca la asociatividad y potencie la transferencia de conocimientos.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

2. Desarrollar acciones publicitarias que destaquen el rol de las leguminosas, territorios productores y los productores como actores clave de la seguridad y soberanía alimentaria, mostrando sus aportes a la producción sostenible y la organización comunitaria.
3. Generar contenidos para medios de comunicación a nivel nacional y en los territorios productores de leguminosas que permitan potenciar la reputación de este grano frente a consumidores, instituciones, medios y líderes de opinión.
4. Desarrollar una estrategia digital que fortalezca la identidad y el orgullo territorial a través de la visibilización de historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras, conectando emocionalmente con el público y generando reconocimiento social, a la vez que se potencian procesos asociativos y de transformación de nuestras leguminosas.
5. Apoyar, desde la comunicación, la transferencia de conocimientos, mediante una efectiva estrategia de divulgación.

COMPONENTE	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Objetivo específico 1. Fomular una estrategia de comunicación integral que potencie el consumo de las leguminosas colombianas, los territorios que alimentan el país, fortalezca la asociatividad y potencie la transferencia de conocimientos	Como año es importante definir una nueva estrategia, que oriente el trabajo del proyecto y responda a las dinámicas cambiantes de la comunicación. Esta estrategia deberá potenciar el consumo de las leguminosas colombianas, visibilizar el valor de los territorios que alimentan al país, fortalecer los procesos asociativos y facilitar la transferencia de conocimientos de los agricultores.	una (1) estrategia de comunicaciones 360° formulada, así como implementada en mínimo 90% de sus componentes antes de finalizada la vigencia del proyecto.	Documento con estrategia de comunicaciones Informes de avance trimestrales	Disponibilidad de recursos humanos y financieros para implementarla Entorno Político y Económico Estables
Objetivo específico 2. Desarrollar acciones publicitarias que destaquen el rol de las leguminosas, territorios productores y los productores como actores clave de la seguridad y soberanía alimentaria, mostrando sus aportes a la producción sostenible y la organización comunitaria.	Implementar acciones publicitarias que visibilicen y resalten el valor de las leguminosas, de los territorios donde se producen y de las comunidades que los cultivan, con el fin de fortalecer el reconocimiento del sector y generar una mayor conexión entre los consumidores y quienes producen los alimentos que llegan a sus mesas. Para ello es importante realizar una inmersión en las zonas productoras para realizar el levantamiento de los contenidos que se requieran.	Alcanzar a 800 personas con las piezas publicitarias difundidas durante la vigencia	Piezas promocionales diseñadas	Aumento en los costos de publicidad en 2026
Objetivo específico 3. Generar contenidos para medios de comunicación a nivel nacional y en los territorios productores de leguminosas, que permitan potenciar la reputación de este grano frente a consumidores, instituciones, medios y líderes de opinión.	Fortalecer la reputación de las leguminosas colombianas mediante la creación de contenidos estratégicos dirigidos a medios de comunicación nacionales y regionales. Con ello, se busca ampliar su reconocimiento público, mejorar su imagen, consolidar su importancia para la seguridad y soberanía alimentaria del país o entregar contenido de valor a nuestros agricultores.	Al menos cinco (5) registros logrados en medios de comunicación por cada contenido noticioso emitido	Boletines de prensa, cuñas o programas de televisión	Coyunturas políticas a nivel nacional o territorial que generen restricciones
Objetivo específico 4. Desarrollar una estrategia digital que fortalezca la identidad y el orgullo territorial a través de la visibilización de historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras, conectando emocionalmente con el público y generando reconocimiento social, a la vez que se potencian procesos asociativos y de transformación de nuestras leguminosas.	Fortalecer la presencia en el ámbito digital a través de contenidos multimedia y narrativas que conecten emocionalmente con el público, se pretende fortalecer la identidad y el orgullo territorial, generar mayor reconocimiento social y resaltar el valor de las leguminosas.	Aumentar los seguidores en 20%	Metricas digitales	Riesgo de hackeo o acceso a las cuentas de redes sociales
Objetivo específico 5. Apoyar, desde la comunicación, la transferencia de conocimientos, mediante una efectiva estrategia de divulgación.	Fortalecer las capacidades de los agricultores de leguminosas a través del suministro de información clave y oportuna, que apoye la toma de decisiones y promueva buenas prácticas. De esta manera, la comunicación se convierte en un puente que impulsa el aprendizaje continuo, la innovación y la articulación efectiva dentro del sector.	4 contenidos informativos con un alcance mínimo de 1.500 agricultores	Contenidos producidos	Falta de información actualizada Entrega de información no oportuna que dificulte la producción de las piezas

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

4.7 Estado del Arte

El proyecto ‘Colombia Sí Sabe’ surge en respuesta a la necesidad de fortalecer la divulgación y el posicionamiento de las leguminosas colombianas, haciendo un especial énfasis en el frijol, en un contexto donde el país enfrenta desafíos significativos en cuanto a la producción y consumo.

Las leguminosas son un alimento clave para la nutrición y la seguridad alimentaria mundial. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se reconoce el valor nutricional que aportan estos alimentos. Allí destaca la consolidación que ofrece la provisión mundial de arvejas, que es la tercera legumbre mundial en producción, detrás de otras como las lentejas y los garbanzos. Las arvejas son fuente de proteínas entorno al 25% de su peso, de bajo costo en comparación con la producción de carne. Las arvejas aportan potasio, fósforo, calcio, hierro, fibras, azúcares, hidratos de carbono y proteínas, además de vitamina A, y son recomendadas para diabéticos y ayuda a eliminar el colesterol.



Las leguminosas brindan ventajas nutricionales y saludables para la salud humana, además de su alto contenido de proteína ayudan a una agricultura sostenible y combatir el cambio climático cada vez más amenazante; además se convierte en un cultivo ideal para la rotación, ya que ayudan con la fijación de nitrógeno al suelo, fertilizándolo de forma natural lo que se traduce en un ahorro de abonos, al mismo tiempo que reduce la contaminación de las aguas y del aire, gracias a la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero (GEI). Según la ONU (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), la producción mundial de legumbres ha aumentado más del 20% en los últimos 10 años, pero el consumo ha bajado siendo diferente entre todos los países del mundo.

Los principales beneficiarios del proyecto son los productores de leguminosas 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 estos granos a nivel nacional, haciendo énfasis en el frijol, y reducir la dependencia de los importados.

En conclusión, el estado actual del sector de las leguminosas en Colombia pone de manifiesto una serie de desafíos estructurales, pero también múltiples oportunidades para su fortalecimiento. En este contexto, la comunicación estratégica se presenta como una herramienta clave para posicionar estos granos en el imaginario colectivo, aumentar su visibilidad y representatividad a nivel nacional, y reconstruir la confianza del consumidor. A través de campañas efectivas de divulgación y promoción, es posible no solo impulsar el consumo de las leguminosas colombianas, sino también revalorizar su papel en la seguridad alimentaria del país, la identidad nacional y el desarrollo rural sostenible.

4.8 Metodología – El proyecto ‘Colombia si Sabe’, una Estrategia Integral de Comunicación en leguminosas 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.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

1. Formular una estrategia de comunicación integral que potencie el consumo de las leguminosas colombianas, los territorios que alimentan el país, fortalezca la asociatividad y potencie la transferencia de conocimientos

Se definirá una estrategia que permita contar con una hoja de ruta clara y estructurada que oriente las acciones de comunicación en 2026 y permita planificar los canales, los productos, los públicos y un cronograma de implementación, garantizando una óptica alineación entre sí.

La comunicación es un proceso dinámico, por lo que cada año es necesario planificar una nueva estrategia que se ajuste a las necesidades y contextos.

2. Desarrollar acciones publicitarias que destaquen el rol de las leguminosas, territorios productores y los productores como actores clave de la seguridad y soberanía alimentaria, mostrando sus aportes a la producción sostenible y la organización comunitaria.

Se realizará publicidad orientada a visibilizar el valor de las leguminosas, los territorios y los productores, la cual se convertirá en un canal clave para impulsar la percepción del sector, fomentar el consumo y difundir buenas prácticas. Estos contenidos podrán ser divulgados de manera impresa o digital, dependiendo de los públicos, las necesidades de comunicación y el presupuesto.

3. Generar contenidos para medios de comunicación a nivel nacional y en los territorios productores de leguminosas que permitan potenciar la reputación de este grano frente a consumidores, instituciones, medios y líderes de opinión.

Se desarrollarán contenidos informativos y divulgativos para enviar a medios de comunicación, que permitan fortalecer la imagen y reputación de las leguminosas colombianas y entregar información clave del sector a la opinión pública. Generados estos contenidos, se realizará la debida gestión para lograr su publicación a nivel nacional o regional, dependiendo del tema.



4. Desarrollar una estrategia digital que fortalezca la identidad y el orgullo territorial a través de la visibilización de historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras, conectando emocionalmente con el público y generando reconocimiento social, a la vez que se potencian procesos asociativos y de transformación de nuestras leguminosas.

Se implementará una estrategia digital orientada a consolidar la presencia de las leguminosas colombianas en plataformas digitales, aumentando el número de seguidores y el alcance de los mensajes. Se hará con el apoyo de contenidos novedosos, informativos, que se producirán previamente. La pauta jugará un papel esencial para impactar los públicos.



5. Apoyar, desde la comunicación, la transferencia de conocimientos, mediante una efectiva estrategia de divulgación.

Se desarrollarán contenidos informativos, educativos y técnicos y se divulgarán a través diferentes canales de comunicación. Esto permitirá facilitar el acceso a información clave, buenas prácticas y herramientas para la toma de decisiones, promoviendo el aprendizaje continuo, la innovación en los procesos productivos y la articulación efectiva entre los distintos actores del sector. La divulgación se realizará a través de diferentes canales para aumentar el impacto, siempre buscando que el momento de la entrega sea oportuna para los públicos.

OBJETIVO SECUNDARIO	ACTIVIDAD
1. Formular una estrategia de comunicación integral que potencie el consumo de las leguminosas colombianas, los territorios que alimentan el país, fortalezca la asociatividad y potencie la transferencia de conocimientos.	1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°, en la que se expongan las acciones de comunicación a desarrollar y los recursos necesarios para su implementación.
2. Desarrollar acciones publicitarias que destaquen el rol de las leguminosas, territorios productores y los productores como actores clave de la seguridad y soberanía alimentaria.	2. Realizar publicidad en diferentes canales que resalte el papel de las leguminosas, sus productores y los territorios que alimentan Colombia, destacando sus aportes a la

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

mostrando sus aportes a la producción sostenible y la organización comunitaria.	seguridad y soberanía alimentaria, producción sostenible, la identidad territorial y la organización comunitaria 3. Disponer recursos para manutención en viajes en los que se produzca material en las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones 4. Disponer de recursos para tiquetes de viaje y transporte para desplazamiento a las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones 5. Adquirir insumos, materiales o suministros necesarios para el desarrollo de las actividades previstas
3. Generar contenidos para medios de comunicación a nivel nacional y en los territorios productores de leguminosas que permitan potenciar la reputación de este grano frente a consumidores, instituciones, medios y líderes de opinión.	6. Generar de manera permanente y cuando las coyunturas noticiosas lo requieran contenido noticioso para envío a los medios de comunicación 7. Emitir cuñas regionales u otro tipo de contenido pautado en otros medios de comunicación para anunciar temas coyunturales o de promoción 8. Producir programas enfatizados en los diferentes cultivos en TV Agro. 9. Producir la revista El Cerealista 10. Pauta en revista El Cerealista 11. Publicación “Coyuntura en cereales y leguminosas” en El Cerealista
4. Desarrollar una estrategia digital que fortalezca la identidad y el orgullo territorial a través de la visibilización de historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras, conectando emocionalmente con el público y generando reconocimiento social, a la vez que se potencian procesos asociativos y de transformación de nuestras leguminosas.	12. Realizar pauta digital a contenidos en el marco de la estrategia (redes -web) 13. Generar contenido gráfico y en video para alimentar la estrategia digital (historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras)
5. Apoyar, desde la comunicación, la transferencia de conocimientos, mediante una efectiva estrategia de divulgación.	14. Generar contenido informativo digital, impreso o promocional con contenido técnico, de comercialización o de recaudo. Esta actividad incluye alertas tempranas en los cultivos y contenido clave agronómico

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10



V. MARCO LÓGICO

Objetivo específico No 1: Formular una estrategia de comunicación integral que potencie el consumo de las leguminosas colombianas, los territorios que alimentan el país, fortalezca la asociatividad y potencie la transferencia de conocimientos

ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°, en la que se expongan las acciones de comunicación a desarrollar y los recursos necesarios para su implementación	una (1) estrategia de comunicaciones 360° definida, desarrollada e implementada	una (1) estrategia de comunicaciones 360° formulada, así como implementada en mínimo 90% de sus componentes antes de finalizada la vigencia del proyecto.	Documento con estrategia de comunicaciones Informes de avance trimestrales	Disponibilidad de recursos humanos y financieros para implementarla Entorno Político y Económico Estables



Objetivo específico No 2: Desarrollar acciones publicitarias que destaquen el rol de las leguminosas, territorios productores y los productores como actores clave de la seguridad y soberanía alimentaria, mostrando sus aportes a la producción sostenible y la organización comunitaria.

ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
2. Realizar publicidad en diferentes canales que resalte el papel de las leguminosas, sus productores y los territorios que alimentan Colombia, destacando sus aportes a la seguridad y soberanía alimentaria, producción sostenible, la identidad territorial y la organización comunitaria	Producción dos (2) piezas de material promocional (Ejemplo: afiches, volantes, pendones, vallas, pasacalles, gorras, tulas, esferos, bolsas, botones, libretas, cuadernos, microperforados, paletas, arquitectura efímera, pocillos, camisetas, habladores mesa y pared, señalética, vinilos de pared o piso, pantallas, rompetráficos, tropesones, carpetas, brochures, etc)	Alcanzar a 800 personas con las piezas publicitarias difundidas durante la vigencia	Piezas publicitarias diseñadas	Aumento en los costos de publicidad en 2026
3. Disponer recursos para manutención en viajes en los que se produzca material en las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones	Dos (2) misiones en región para la generación de contenido de valor	Visitar 2 regiones productoras de leguminosas para la producción materiales comunicativos de valor antes de finalizar la vigencia	Informe de actividades relacionadas	Situaciones de orden público en zonas productoras
4. Disponer de recursos para tiquetes de viaje y transporte para desplazamiento a las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones				
5. Adquirir insumos, materiales o suministros necesarios para el desarrollo de las actividades previstas	Cuatro (4) insumos, materiales o suministros adquiridos en el desarrollo de las actividades	75 % de los insumos planeados adquiridos	Informe de actividades relacionadas	

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Objetivo específico No 3: Generar contenidos para medios de comunicación a nivel nacional y en los territorios productores de leguminosas que permitan potenciar la reputación de este grano frente a consumidores, instituciones, medios y líderes de opinión.

ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
6. Generar de manera permanente y cuando las coyunturas noticiosas lo requieran contenido noticioso para envío a los medios de comunicación	Dos (2) contenidos noticiosos	# Dos (2) contenidos noticiosos producidos y divulgados # cinco (5) registros en medios de comunicación de cada contenido noticioso emitido # Setenta por ciento (70%) de calificación positiva de los registros logrados en medios	Boletines de prensa emitidos y registros en medios	Riesgos reputacionales Coyunturas políticas a nivel nacional o territorial que generen restricciones Costos de pauta o programas con aumentos significativos El no suministro de la información requerida por parte de las áreas
7. Emitir cuñas regionales u otro tipo de contenido pautado en otros medios de comunicación para anunciar temas coyunturales o de promoción	Dos (2) paquetes de cuñas regionales o pautas en medios de comunicación	Dos (2) paquetes de cuñas regionales o pautas emitidas y certificadas	Certificados de la pauta de medios de comunicación	
8. Producir programas enfatizados en los diferentes cultivos en TV Agro.	Un (1) programa producidos y divulgados en TV Agro	# Un (1) programa producidos y emitidos # 800 visualizaciones por programa emitido en Youtube	Programas emitidos	
9. Producir la revista El Cerealista	Cuatro (4) revistas con contenidos informativos útiles para los agricultores	# cuatro (4) revistas producidas y divulgadas # 1.500 lectores por edición	Contenidos informativos	
10. Pauta en revista El Cerealista	Cuatro (4) pautas publicitarias del fondo en cada una de las cuatro revista El Cerealista del año	Publicación de cuatro (4) pautas del fondo en la revista El Cerealista durante el año 2026	Imagen pautas publicadas en cada revista	
11. Publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista	Cuatro (4) publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista una en cada edición del año	Publicación de cuatro (4) coyunturas en la revista El Cerealista durante el año 2026	Coyunturas publicadas	



	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Objetivo específico No 4: Desarrollar una estrategia digital que fortalezca la identidad y el orgullo territorial a través de la visibilización de historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras, conectando emocionalmente con el público y generando reconocimiento social, a la vez que se potencian procesos asociativos y de transformación de nuestras leguminosas.

ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
12. Realizar pauta digital a contenidos en el marco de la estrategia (redes -web)	Dos (2) contenidos pautados	# Dos (2) contenidos pautados en medio digital # 1.500 personas alcanzadas con la pauta en 2026 en redes sociales # veinte (20%) de seguidores más a los de 2025 en redes sociales	Informe de actividades con métricas	Riesgo de hackeo o acceso a las cuentas de redes sociales
13. Generar contenido gráfico y en video para alimentar la estrategia digital (historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras)	Cuatro (4) productos gráficos o audiovisuales producidos y divulgados	# Cuatro (4) procesos productivos de agricultores u organizaciones visibilizados con videos o piezas gráficas Más de 800 visualizaciones	Piezas gráficas o promocionales	

Objetivo específico No 5: Apoyar, desde la comunicación, la transferencia de conocimientos, mediante una efectiva estrategia de divulgación." 14. Generar contenido informativo digital, impreso o promocional con contenido técnico, de comercialización o de recaudo. Esta actividad incluye alertas tempranas en los cultivos y contenido clave agronómico.

ACTIVIDADES	METAS	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
14. Generar contenido informativo digital, impreso o promocional con contenido técnico, de comercialización o de recaudo. Esta actividad incluye alertas tempranas en los cultivos y contenido clave agronómico	Tres (3) contenidos informativos producidos y divulgados (Cartillas, plegables, volantes, afiches, revistas, stickers o vinilos, etc.)	# Tres (3) contenidos informativos sobre los proyectos ejecutados con recursos del fondo divulgados con un alcance mínimo de 1.500 agricultores	Contenidos producidos	Falta de información actualizada Entrega de información no oportuna que dificulte la producción de la piezas



	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

5.1 Cronograma: Relacionar todas las actividades contempladas en el marco lógico, indicando para cada una de ellas el número de veces que se realizará en cada uno de los trimestres de vida del proyecto.



ACTIVIDADES	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°, en la que se expongan las acciones de comunicación a desarrollar y los recursos necesarios para su implementación	1											
2. Realizar publicidad en diferentes canales que resalte el papel de las leguminosas, sus productores y los territorios que alimentan Colombia, destacando sus aportes a la seguridad y soberanía alimentaria, producción sostenible, la identidad territorial y la organización comunitaria					1			1				
3. Disponer recursos para manutención en viajes en los que se produzca material en las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones				1			1					
4. Disponer de recursos para tiquetes de viaje y transporte para desplazamiento a las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones				1			1					
5. Adquirir insumos, materiales o suministros necesarios para el desarrollo de las actividades previstas				1	1		1	1				
6. Generar de manera permanente y cuando las coyunturas noticiosas lo requieran contenido noticioso para envío a los medios de comunicación					1			1				
7. Emitir cuñas regionales u otro tipo de contenido pautado en otros medios de comunicación para anunciar temas coyunturales o de promoción					1			1				
8. Producir programas enfatizados en los diferentes cultivos en TV Agro.						1						
9. Producir la revista El Cerealista			1			1			1			1
10. Pauta en revista El Cerealista			1			1			1			1
11. Publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista			1			1			1			1
12. Realizar pauta digital a contenidos en el marco de la estrategia (redes -web)					1			1				
13. Generar contenido gráfico y en video para alimentar la estrategia digital (historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras)		1		1			1			1		
14. Generar contenido informativo digital, impreso o promocional con contenido técnico, de comercialización o de recaudo. Esta actividad incluye alertas tempranas en los cultivos y contenido clave agronómico			1			1			1			

5.2 Costos Detallados por actividad

Cada una de las actividades programadas debe desagregarse por ítem y para cada uno de ellos establecer su costo para obtener el costo total de cada actividad.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10



AÑO 2026			
Comunicaciones 360*	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
COMMUNITY MANAGER (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
PRODUCTOR MEDIOS AUDIOVISUALES (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
PERIODISTA (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
JEFE DE COMUNICACIONES (NÓMINA)	1.907.171	12,00	\$ 22.886.052
PROFESIONAL EN PUBLICIDAD	866.896	12	10.402.752
PROFESIONAL JUNIOR EN DISEÑO GRÁFICO	560.000	12	6.720.000
SERVICIO DE MONITOREO DE NOTICIAS Y REDES SOCIALES	530.000	12	6.360.000
PLAN DE CELULAR PARA EQUIPO MÓVIL PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES	10.000	12	120.000
			\$ 88.099.812
Publicidad	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
MATERIAL PUBLICITARIO (Ejemplo: afiches, volantes, pendones, vallas, pasacalles, gorras, tulas, esferos, bolsas, botones, libretas, cuadernos, microperforados, paletas, arquitectura efímera, pocillos, camisetas, habladores mesa y pared, señalética, vinilos de pared o piso, pantallas, rompetráficos, tropesones, carpetas, brochures, etc)	500.000	2	\$ 1.000.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES PARA MISIONES EN LAS REGIONES	960.000	10	\$ 9.600.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES PARA MISIONES EN LAS REGIONES	960.000	10	\$ 9.600.000
MATERIALES E INSUMOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	96.000	10	\$ 960.000
			\$ 21.160.000
Medios de comunicación	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Pauta en medios de comunicación (radio, televisión, prensa)	660.000	10	\$ 6.600.000
Producción televisiva	4.500.000	10	\$ 45.000.000
Pauta en revista El Cerealista	2.005.057	4	\$ 8.020.228
Publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista	2.000.423	4	\$ 8.001.692
			\$ 67.621.920
Estrategia digital	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Pauta digital (redes sociales y web)	180.000	10	\$ 1.800.000
			\$ 1.800.000
Transferencia de conocimientos	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
PRODUCCIÓN DE MATERIALES IMPRESOS INFORMATIVOS (Cartillas, plegables, volantes, afiches, revistas, stickers o vinilos, etc.)	800.000	3	\$ 2.400.000
ENTREGA DE INFORMACIÓN POR SMS Y VÍA WHATSAPP	200.000	12	\$ 2.400.000
			\$ 4.800.000
TOTAL			\$ 183.481.732

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

5.3 Cronograma de inversiones (presupuesto):

El número de actividades programadas para cada trimestre se multiplica por el costo de la actividad y así se obtiene la inversión por actividad y trimestre.

ACTIVIDAD	ESTADO	PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		Total 2026
		Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	
1. Definir una estrategia de comunicaciones 360°, en la que se expongan las acciones de comunicación a desarrollar y los recursos necesarios para su implementación	Presupuestado	-	-	-	-	-
	Ejecutado					
Costos personal y recursos para implementación estrategia	Presupuestado	22.024.953	22.024.953	22.024.953	22.024.953	88.099.812
	Ejecutado					
2. Realizar publicidad en diferentes canales que resalte el papel de las leguminosas, sus productores y los territorios que alimentan Colombia, destacando sus aportes a la seguridad y soberanía alimentaria, producción sostenible, la identidad territorial y la organización comunitaria	Presupuestado	500.000	500.000	-	0	1.000.000
	Ejecutado				0	
3. Disponer recursos para manutención en viajes en los que se produzca material en las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones	Presupuestado	1.920.000	2.880.000	2.880.000	1.920.000	9.600.000
	Ejecutado					
4. Disponer de recursos para tiquetes de viaje y transporte para desplazamiento a las regiones, en el marco de la estrategia de comunicaciones	Presupuestado	1.920.000	2.880.000	2.880.000	1.920.000	9.600.000
	Ejecutado					
5. Adquirir insumos, materiales o suministros necesarios para el desarrollo de las actividades previstas	Presupuestado	192.000	288.000	288.000	192.000	960.000
	Ejecutado					
6. Generar de manera permanente y cuando las coyunturas noticiosas lo requieran contenido noticioso para envío a los medios de comunicación	Presupuestado	-	-	-	-	-
	Ejecutado					
7. Emitir cuñas regionales u otro tipo de contenido pautado en otros medios de comunicación para anunciar temas coyunturales o de promoción	Presupuestado	1.320.000	1.980.000	1.980.000	1.320.000	6.600.000
	Ejecutado					
8. Producir programas enfatizados en los diferentes cultivos en TV Agro.	Presupuestado	9.000.000	13.500.000	13.500.000	9.000.000	45.000.000
	Ejecutado	-	-	-	-	-
9. Producir la revista El Cerealista	Presupuestado	-	-	-	-	-
	Ejecutado	-	-	-	-	-
10. Pauta en revista El Cerealista	Presupuestado	2.005.057	2.005.057	2.005.057	2.005.057	8.020.228
	Ejecutado		-	-	-	-
11. Publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista	Presupuestado	2.000.423	2.000.423	2.000.423	2.000.423	8.001.692
	Ejecutado	-	-	-	-	-
12. Realizar pauta digital a contenidos en el marco de la estrategia (redes -web)	Presupuestado	360.000	540.000	540.000	360.000	1.800.000
	Ejecutado	-	-	-	-	-
13. Generar contenido gráfico y en video para alimentar la estrategia digital (historias de vida, prácticas agrícolas y valores culturales de las comunidades productoras)	Presupuestado	-	-	-	-	-
	Ejecutado	-	-	-	-	-
14. Generar contenido informativo digital, impreso o promocional con contenido técnico, de comercialización o de recaudo. Esta actividad incluye alertas tempranas en los cultivos y contenido clave agronómico	Presupuestado	1.400.000	1.400.000	1.400.000	600.000	4.800.000
	Ejecutado	-	-	-	-	-
TOTAL PRESUPUESTADO		42.642.433	49.998.433	49.498.433	41.342.433	183.481.732
TOTAL EJECUTADO						

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

V. POBLACIÓN BENEFICIADA

Este proyecto beneficiará a los productores de leguminosas del país de manera transversal, dado que la comunicación va orientada al fomento del consumo nacional de estos granos y al fortalecimiento de la visibilidad, reconocimiento y representatividad del sector, los agricultores y los territorios donde se producen.

Los proveedores se seleccionan mediante los procedimientos formales de contratación vigentes

VI. IMPACTOS DEL PROYECTO

Miden los cambios o efectos sociales, ambientales o económicos que se esperan lograr con el desarrollo del proyecto:

7.1 Impactos sociales

Impactos sociales positivos del proyecto

- Reconocimiento del sector: Mayor visibilidad y valorización de las leguminosas y de los productores.
- Fortalecimiento de capacidades: Mejora en la toma de decisiones de los agricultores.
- Impulso al consumo local: Incremento de la demanda nacional y dinamización de economías regionales.
- Orgullo territorial: reforzamiento del sentido de pertenencia con las comunidades productoras y nuestros granos

Impactos sociales negativos del proyecto

- Agricultores ubicados en zonas con menos conectividad podrían beneficiarse menos de la estrategia
- Resistencias al cambio frente a nuevas prácticas

7.2 Impactos económicos

- Mayor consumo de leguminosas colombianas → aumento de ventas y empleo local.
- Fortalecimiento de organizaciones productoras → acceso a nuevos mercados y mejores precios.
- Aumento de competitividad y sostenibilidad del sector

7.3 Impactos ambientales positivos o negativos sobre el suelo, el agua, el aire, la fauna o la flora.

- Impactos Positivos:



Si bien este proyecto no genera impactos ambientales directos, la comunicación sobre prácticas agrícolas sostenibles y eficientes puede sensibilizar a los agricultores sobre la importancia de proteger el medio ambiente. Además, al basar gran parte de la estrategia en la generación de contenidos digitales, se reduce el uso de materiales físicos, lo que contribuye a minimizar la huella ambiental.

- Impactos Negativos:

El proyecto puede generar impactos ambientales negativos indirectos por el consumo energético de la producción de contenidos digitales y la producción de impresos, por el papel y las tintas que se usan.

7.4 Contribución al subsector:

- 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.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

- A mayor visibilidad y posicionamiento de las leguminosas, permite incidir en el consumo y la preferencia de estos granos. Esto incide de manera positiva en la sostenibilidad del sector.
- Destacar los territorios que producen los granos, permite que se posicionen como despensas agrícolas del país, volviéndolos referentes no solo por su capacidad productiva, sino por su papel esencial en la construcción de la seguridad y la soberanía alimentaria del país.
- Fortalecer las capacidades de los productores con información clave permite impulsar la innovación y el aprendizaje , para tener mejores prácticas agronómicas.

VII. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

8.1 Sostenibilidad económica – La sostenibilidad del proyecto se mantiene constante de acuerdo al recaudo de la cuota de fomento, ya que este es continuo.

8.2 Sostenibilidad técnica - La implementación de un plan de comunicación que promueva el intercambio de conocimientos fortalece la sostenibilidad técnica del proyecto, al mantener a los productores actualizados, nuevas tecnologías y buenas prácticas agrícolas. Este flujo continuo de información mejora su capacidad de análisis y toma de decisiones, favorece la adopción de innovaciones y contribuye a procesos productivos más eficientes.

8.3 Sostenibilidad social - Al promover la comunicación, la visibilización de historias de vida y el reconocimiento del papel de los agricultores, el proyecto contribuye a elevar la autoestima colectiva, reforzar el sentido de pertenencia y valorar los saberes locales. Asimismo, impulsa la asociatividad, el trabajo colaborativo y la articulación entre productores, comercializadores y transformadores, lo que genera redes de apoyo más sólidas y resilientes.

De esta manera, el proyecto no solo comunica, sino que también fortalece el tejido social, mejora la cohesión comunitaria y potencia el empoderamiento de los actores rurales.

VIII. ASPECTOS AMBIENTALES

9.1. Indicar las acciones que se desarrollarán para prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos ambientales negativos que se causen por el desarrollo del proyecto. Incluir acciones de monitoreo, evaluación y contingencia en caso de emergencias.



1. Uso eficiente de recursos digitales

Priorizar el uso de plataformas y herramientas digitales

2. Reducción del uso de materiales físicos

Minimizar impresiones y hacerlas siempre y cuando sea necesario
Emplear formatos digitales

3. Promoción de prácticas agrícolas sostenibles

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10


En todos los contenidos y actividades, promover prácticas agrícolas sostenibles.

9.2. Indicar que porcentaje del valor total del proyecto se va a utilizar en los aspectos ambientales

IX. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

<p>10.1 Dirección del proyecto</p> <p>El proyecto será dirigido por la Oficina de Comunicaciones, un equipo multidisciplinario expertos en comunicación, que garantizará una gestión integral y eficiente del proyecto.</p>
<p>10.2 Esquema operativo para el proyecto</p> <p>El esquema operativo abarca actividades de comunicación y divulgación para asegurar la participación activa de todos los actores involucrados en el proyecto. Teniendo como base una estrategia de comunicaciones clara y estructurada, estas acciones permiten coordinar esfuerzos, garantizar un flujo oportuno de información y promover la apropiación de los contenidos.</p>
<p>10.3 Divulgación de la información del proyecto</p> <p>Se utilizarán diversos medios de comunicación, incluyendo redes sociales, páginas web, medios de comunicación, eventos y materiales informativos, para lograr los objetivos del proyecto.</p>
<p>10.4 Perfil del equipo técnico para la ejecución del proyecto</p>

RELACIÓN DEL PERSONAL

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

PERFIL PROFESIONAL	EXPERIENCIA	HORAS POR SEMANA	NÚMERO DE SEMAS MENSUALES
Jefe de comunicaciones	Mínimo 5 años desarrollando estrategias de comunicación externas en organizaciones públicas o privadas	6 horas	4 semanas
Community Manager	Mínimo 3 años en gestión de redes sociales, en gestión de redes sociales, analítica web y estrategias digitales	6 horas	4 semanas
Periodista	Mínimo 3 años en producción de contenidos periodísticos	6 horas	4 semanas
Productor de Medios Audiovisuales	Mínimo 3 años en producción audiovisual	6 horas	4 semanas
Profesional en Publicidad	Mínimo 3 años en publicidad	6 horas	4 semanas
Diseñador Gráfico	Mínimo 3 años en diseño gráfico/digital	6 horas	4 semanas
Profesional junior en diseño gráfico	Mínimo 18 meses de experiencia en diseño y producción audiovisual	6 horas	4 semanas

X. ASPECTOS INSTITUCIONALES

11.1 Relación del proyecto con políticas sectoriales nacionales

Se relaciona con Políticas de Seguridad Alimentaria y Producción Sostenible, en la que se expone un compromiso en garantizar el “derecho humano a la alimentación” como eje de desarrollo social, económico y ambiental. Esto implica asegurar disponibilidad estable de alimentos, producción sostenible, diversificación de mercados, agregado de valor en productos nacionales, entre otros.



Al promover el consumo de leguminosas nacionales, visibilizar a productores y territorios, este proyecto contribuye a fomentar esa seguridad alimentaria desde la producción local y al fortalecimiento de los lazos entre consumidores y productores.

11.2 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 cereales, 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.

11.3 Relación del Subsector con políticas del Departamento

El proyecto puede aportar a los objetivos de los Planes Departamentales de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Estos planes buscan garantizar acceso permanente a alimentos sanos, nutritivos y culturalmente adecuados, promoviendo producción local, diversificación de productos, mercados locales y soberanía alimentaria.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

-Incentivar el consumo de leguminosas locales y visibilizar a los productores puede apoyar la economía rural, dignificar al productor, y consolidar circuitos de producción-consumo dentro del territorio.

-Visibilizar las leguminosas nacionales —producidas en un departamento determinado— puede ser una herramienta de revalorización cultural, de identidad local, y de promoción de lo local. Esto puede ayudar a los departamentos a cumplir metas de alimentación sana, cultura alimentaria, desarrollo sostenible y autonomía alimentaria.

11.4 Relación con Planes de Desarrollo (Nacional, Departamental y / o Municipal)

Plan Nacional de Desarrollo - Derecho Humano a la Alimentación

11.5 Relación del proyecto con la cadena productiva



El proyecto permite hacer una comunicación permanente donde los principales protagonistas son los actores de la cadena. Esta comunicación dada a través de diversos medios, permite fortalecer el vínculo entre agricultores, comercializadores, transformadores y demás actores involucrados, impactando de manera eficiente sus procesos y promoviendo su desarrollo sostenible. Al mismo tiempo, contribuyen a mejorar la calidad de sus decisiones.

11.6 Participación de otras entidades (Públicas o privadas) en el proyecto

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR
Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria – Agrosavia
Instituto Colombiano Agropecuario – ICA

XI. ASPECTOS FINANCIEROS

12.1 Detalle del presupuesto del proyecto:



	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

AÑO 2026			
Comunicaciones 360°	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
COMMUNITY MANAGER (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
DISEÑADOR GRÁFICO (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
PRODUCTOR MEDIOS AUDIOVISUALES (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
PERIODISTA (NÓMINA)	866.896	12,00	\$ 10.402.752
JEFE DE COMUNICACIONES (NÓMINA)	1.907.171	12,00	\$ 22.886.052
PROFESIONAL EN PUBLICIDAD	866.896	12	10.402.752
PROFESIONAL JUNIOR EN DISEÑO GRÁFICO	560.000	12	6.720.000
SERVICIO DE MONITOREO DE NOTICIAS Y REDES SOCIALES	530.000	12	6.360.000
PLAN DE CELULAR PARA EQUIPO MÓVIL PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES	10.000	12	120.000
			\$ 88.099.812
Publicidad	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
MATERIAL PUBLICITARIO (Ejemplo: afiches, volantes, pendones, vallas, pasacalles, gorras, tulas, esferos, bolsas, botones, libretas, cuadernos, microperforados, paletas, arquitectura efímera, pocillos, camisetas, habladores mesa y pared, señalética, vinilos de pared o piso, pantallas, rompetráficos, tropesones, carpetas, brochures, etc)	500.000	2	\$ 1.000.000
GASTOS DE VIAJES Y NACIONALES PARA MISIONES EN LAS REGIONES	960.000	10	\$ 9.600.000
TIQUETES AEREOS Y TRANSPORTES PARA MISIONES EN LAS REGIONES	960.000	10	\$ 9.600.000
MATERIALES E INSUMOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	96.000	10	\$ 960.000
			\$ 21.160.000
Medios de comunicación	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Pauta en medios de comunicación (radio, televisión, prensa)	660.000	10	\$ 6.600.000
Producción televisiva	4.500.000	10	\$ 45.000.000
Pauta en revista El Cerealista	2.005.057	4	\$ 8.020.228
Publicación "Coyuntura en cereales y leguminosas" en El Cerealista	2.000.423	4	\$ 8.001.692
			\$ 67.621.920
Estrategia digital	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Pauta digital (redes sociales y web)	180.000	10	\$ 1.800.000
			\$ 1.800.000
Transferencia de conocimientos	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
PRODUCCIÓN DE MATERIALES IMPRESOS INFORMATIVOS (Cartillas, plegables, volantes, afiches, revistas, stickers o vinilos, etc.)	800.000	3	\$ 2.400.000
ENTREGA DE INFORMACIÓN POR SMS Y VÍA WHATSAPP	200.000	12	\$ 2.400.000
			\$ 4.800.000
TOTAL			\$ 183.481.732

12.2 PRESUPUESTO POR FUENTES DE FINANCIACIÓN

El proyecto solo se financiará con recursos del fondo parafiscal.

12.3 PRESUPUESTO Cofinanciado POR RUBROS (\$)



	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

El proyecto solo se financiará con recursos del fondo parafiscal.

EL PROPONENTE





Arnulfo Trujillo Díaz
Representante Legal
Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - Fenalce

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10



Anexos

Análisis de Riesgos del Proyecto



	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Efectos	Medidas de mitigación
Definir y ejecutar una estrategia integral de comunicaciones que aumente el posicionamiento y reconocimiento de las leguminosas colombianas, impulse la intención de consumo a nivel nacional, visibilice las organizaciones productoras y posicione los territorios productores, mientras se desarrollan acciones de transferencia de conocimiento que mejore la capacidad de toma de decisiones de los agricultores para sus procesos productivos.	Estratégicos	Resistencia de los consumidores a no consumir la información o responder favorablemente a los mensajes comunicacionales.	Probable	Medio	Reducción del posicionamiento, poca intensidad al consumo y poco acceso a la información divulgada.	Diversificación de canales Contenidos más atractivos
	Operativos	Retrasos en la generación y publicación de contenidos debido a la entrega tardía o incompleta de información por parte de las áreas responsables	Posible	Mayor	Afecta la continuidad y coherencia de la estrategia.	Mantener un banco de contenidos de reserva para contingencias.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Publicidad	Operativos	Retrasos en la entrega de materiales por parte del equipo creativo, proveedores o áreas internas.	Posible	Mayor	Retraso en la publicación de contenidos planificados. Acumulación de trabajo y presión sobre el equipo. Pérdida de oportunidad de impactar al público en fechas estratégicas.	Establecer cronogramas claros de entrega con fechas límite definidas. Implementar recordatorios y seguimiento periódico Contar con un banco de contenidos preventivo para cubrir retrasos.
		Cambios de última hora en el mensaje o el concepto creativo, que obligan a rehacer piezas.	Improbable	Bajo	Necesidad de rehacer piezas, aumentando tiempo. Estrés adicional al equipo creativo Posible retraso en la estrategia global de comunicación.	Definir procesos de aprobación temprana. Limitar cambios de última hora a casos justificados y documentados.
		Disponibilidad limitada de recursos humanos y financieros	Posible	Mayor	Retrasos en la producción de contenido. Posible reducción en la calidad de los materiales. Aumento de la carga laboral del equipo existente.	Optimizar procesos internos para maximizar eficiencia con los recursos actuales. Priorizar tareas críticas y definir roles y responsabilidades claros.

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

	Legales	<p>Uso de imágenes, música o contenido sin derechos de autor.</p>	Improbable	Bajo	<p>Riesgo de demandas legales o sanciones por infracción de derechos de autor.</p> <p>Eliminación o bloqueo de las publicidades</p> <p>Daño a la reputación</p> <p>Necesidad de rehacer piezas creativas.</p>	<p>Utilizar contenido con licencias pagas o material propio.</p> <p>Revisar y validar todo contenido antes de publicarlo</p>
		<p>Falta de autorizaciones de personas que aparecen en fotos o videos.</p>	Improbable	Bajo	<p>Posibles demandas legales por uso no autorizado de imagen o datos personales.</p> <p>Retiro forzado de materiales de difusión, generando retrasos.</p>	<p>Mantener registro documental de todas las autorizaciones o consentimientos de uso de imagen.</p>
Medios de comunicación	Operativos	<p>Retrasos en la entrega de contenidos para la producción de la información a divulgar</p>	Posible	Medio	<p>No entregar contenidos de manera oportuna.</p>	<p>Establecer fechas límite claras para la entrega de la información.</p>
	Reputacional	<p>Contenidos con datos erróneos o no verificados</p>	Improbable	Bajo	<p>Daños a la credibilidad</p> <p>Confusión o desinformación.</p>	<p>Fuentes confiables y documentadas: estadísticas oficiales, informes técnicos, testimonios validados.</p> <p>Revisión y validación con el director de área</p>
	Estratégico	<p>Los medios de comunicación no publiquen o difundan la información entregada</p>	Improbable	Bajo	<p>No generar alcances importantes con la información o pronunciamiento</p>	<p>Identificar medios y líderes clave, y establecer relaciones tempranas y duraderas.</p>

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Agricultura
Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10

Estrategia digital	Operativo	Retrasos en la producción de contenidos digitales	Posible	Medio	Demora en la publicación de historias, pérdida de impacto emocional y de reconocimiento social	Banco de contenidos preventivo
	Técnico	Problemas técnicos en plataformas digitales	Posible	Medio	Fallas en la publicación Pérdida de contenidos	Respaldo de archivos Soporte técnico disponible
	Técnico	Hackeo de las redes sociales	Posible	Medio	Pérdida de contenidos Pérdida de las redes	Contraseñas robustas Control de accesos y permisos Respaldo de información
Transferencia de conocimientos	Operacional	Retrasos en la producción o entrega de materiales para hacer la divulgación	Posible	Medio	Información no entregada de manera oportuna	Establecer cronogramas claros de entrega con fechas límite definidas. Implementar recordatorios y seguimiento periódico Contar con un banco de contenidos preventivo para cubrir retrasos.
	Operacional	Contenidos con información incorrecta o no verificada	Improbable	Bajo	Desinformación Afectaciones en la credibilidad	Fuentes confiables y documentadas: estadísticas oficiales, informes técnicos, testimonios validados. Revisión y validación con el director de área