


 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

<b>Fecha Presentación</b>	<b>Código de Radicación</b>
Año   Día   Mes	

### I. IDENTIFICACION GENERAL DEL PROYECTO

<b>Nombre del Proyecto:</b> PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO
<b>Objetivo principal:</b> Incrementar en un 20% la visibilidad y el posicionamiento de los productos paneleros durante la vigencia 2026, mediante la ejecución de acciones de comunicación, promoción y participación en al menos diez (10) eventos estratégicos; el desarrollo de dieciocho (18) activaciones de punto de venta; la producción y difusión de diez mil (10.000) contenidos digitales; y el fortalecimiento de las presentaciones no tradicionales, generando un aumento del 15% en el reconocimiento de la panela como producto nutritivo y versátil entre los consumidores impactados.
<b>Duración</b> (12 MESES): - Vigencia 2026 Fecha de Inicio: 01-01-2026 Fecha de Finalización: 31-12-2026
<b>Valor Total del Proyecto</b> (\$ miles): \$520.365.000 QUINIENTOS VEINTE MILLONES TRESCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL PESOS
<b>Cofinanciación:</b> <b>CUOTA DE FOMENTO</b> (\$ miles): 520.365.000 QUINIENTOS VEINTE MILLONES TRESCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL PESOS \$): Otras fuentes- \$ miles: 0 (Indicar cuales son y aportes al proyecto): 0
<b>Localización:</b> Antioquia, Boyacá, Caldas, Cauca, Caquetá, Cundinamarca, Huila, Nariño, N. Santander, Quindío Santander, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca
<b>Producto(s) con el (los) que se relaciona el proyecto</b> Productos Paneleros
<b>Fecha preparación proyecto</b> Septiembre de 2025
<b>Describa brevemente en que consiste el proyecto</b> <p>El Programa de Promoción al Consumo 2026 consiste en la ejecución de una estrategia integral de comunicación, divulgación y posicionamiento dirigida a incrementar la visibilidad, el reconocimiento y la valoración de la panela y sus presentaciones tradicionales y no tradicionales en el mercado nacional. Para ello, el programa desarrolla acciones articuladas que incluyen: participación en eventos y ferias de alto impacto; realización de activaciones de punto de venta y degustaciones; producción y difusión de contenidos digitales, audiovisuales y educativos; fortalecimiento de campañas informativas sobre los beneficios nutricionales y culturales de la panela; y acompañamiento a productores y asociaciones en procesos de promoción comercial y comunicación estratégica.</p> <p>El programa integra medios tradicionales, plataformas digitales y acciones territoriales para conectar a los consumidores con la oferta panelera, apoyar la comercialización, fortalecer la identidad del producto y contribuir al incremento de su demanda, conforme a lo establecido en los numerales 2 y 3 del artículo 8 de la Ley 40 de 1990. La promoción al consumo de la panela es una actividad contemplada en el Numeral 2 del Artículo 8 de la Ley 40 de 1990, que establece entre los varios fines de los recursos del Fondo de Fomento Panelero "La promoción al consumo de panela, dentro y fuera del país". Igualmente abarca lo contemplado</p>

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

en el Numeral 3 del mismo Artículo: "Campañas educativas sobre las características nutricionales de la panela" Esta actividad ha sido identificada como una de las actividades fundamentales dentro de la estrategia de mercadeo y comercialización de los productos paneleros y, por tanto, se constituye en herramienta clave.



**Proponente:** REPRESENTANTE LEGAL DEL FONDO DE FOMENTO PANELERO CARLOS FERNANDO MAYORGA MORALES  
**Ejecutor:** OFICINA DE COMUNICACIONES DE FEDEPANELA FONDO DE FOMENTO PANELERO  
**Elaborado por:** ERIKA GARRIDO DIRECTORA DE COMUNICACIONES

## II. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE

<b>Nombre o razón social</b> FEDERACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE PANELA – FONDO DE FOMENTO PANELERO	
<b>Documento de Identidad o Nit.:</b>	
<b>Naturaleza Jurídica</b> FEDEPANELA	
Departamento: BOGOTÁ Ciudad: BOGOTA Dirección: CRA 49 B #91 48	Email: INFORMACIÓN@FEDEPANELA.ORG.CO Teléfono: 6222066 Celular: 3132094077
<b>Nombre representante legal</b> CARLOS FERNANDO MAYORGA MORALES	<b>Documento de identificación</b> 79.428.214
<b>Objeto social de la entidad</b>	
<b>Describe su experiencia en proyectos similares</b>	

## III. INFORMACION DEL EJECUTOR

<b>Nombre o razón social</b> FEDERACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE PANELA – FEDEPANELA <b>Sigla:</b> F.F.P	
<b>Documento de Identidad o Nit.</b>	
<b>Naturaleza jurídica:</b> FEDEPANELA	
Departamento: BOGOTA Ciudad: BOGOTA Dirección: CRA 49 B #91 48	Email : gerencia@fedepanela.org.co Teléfono : 6222066 Celular : 3132094077
<b>Nombre representante legal</b> CARLOS FERNANDO MAYORGA MORALES	<b>Documento de identificación</b>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

**Objeto Social de la entidad:**

La Federación Nacional de Productores de Panela -Fedepanela, es una entidad gremial sin ánimo de lucro, que representa a los productores paneleros de Colombia. Dentro de sus objetivos se destaca, propender al mejoramiento del nivel de vida de todos los productores que laboran en el subsector panelero, con el fin de hacer competitiva, productiva y rentable esta actividad, además, defender los intereses colectivos e ingreso remunerativo de sus afiliados, como también, contribuir al desarrollo tecnológico, social, comercial y ambiental del sector rural en el país.

**Experiencia acreditada en la ejecución de proyectos similares :** LA FEDERACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE PANELA – FEDEPANELA – FONDO DE FOMENTO PANELERO, ADMINISTRA EL FONDO DESDE HACE 35 AÑOS Y DENTRO DE SUS FUNCIONES ESTA LA REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO CONTEMPLADO COMO UNO DE LOS PROGRAMAS QUE DESARROLLA Y EJECUTA LOS RECURSOS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIONES DE LOS PRODUCTORES PANELEROS.

**IV. INFORMACION DEL PROYECTO**

**4.1 Características de la región en donde se ejecutará el proyecto:** La promoción al consumo constituye una estrategia de carácter nacional y transversal, orientada a fortalecer el posicionamiento de la panela como un producto 100% natural. Para ello, se desarrollan acciones de comunicación a través de medios tradicionales y digitales, con el propósito de impactar de manera efectiva a los consumidores, visibilizar la importancia del gremio panelero y resaltar los derivados de la producción panelera en Colombia.

**4.2 Situación actual :** Uno de los problemas más grandes que afectan a los productores paneleros del país es la disminución progresiva del consumo de panela, hasta el 2012 los estudios evidenciaban las siguientes cifras

ASPECTO	1989	2012
Consumo Anual Per Cápita (Kg /persona/año)	31	19,7
Participación en la canasta familiar (%)	0.76	0.32
Participación en el grupo de alimentos (%)	2.18	1.09

(Fuentes: Corpoica, 2000; Corpoica 2012)



En la última década no ha sido posible realizar estudios específicos de consumo de panela pero con estudios asociados se ha logrado determinar que la tendencia de la disminución de consumo de panela continua y en estos momentos se ubica alrededor de 18 kg persona/año.

**4.3 Definición del problema u oportunidad**

Disminución del consumo de panela y necesidad de apoyar a los productores de panela con actividades de promoción al consumo

**Causas:** Presencia en el mercado cada vez mayor de productos sustitutos de panela y falta de continuidad en las campañas publicitarias para su promoción auspiciadas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

**Efectos:** Afectación de los productores paneleros por disminución de sus ingresos, por tanto disminución de sus condiciones de bienestar y calidad de vida.

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

**4.4 Justificación del proyecto :** Entre las necesidades más importantes expresadas por los productores paneleros, la promoción al consumo, ocupa un **lugar prioritario**. La razón fundamental es la disminución progresiva de los niveles de consumo que repercute en los ingresos de los productores y en la inestabilidad de los precios.

El programa de promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero, dentro de sus limitaciones presupuestales ha diseñado y puesto en marcha estrategias de comunicación para promover el consumo de panela dentro de segmentos potenciales de consumidores con el desarrollo de canales, contenidos y herramientas de comunicación tanto en medios de comunicación tradicional y medios de comunicación digital.

Estas actividades han logrado un importante impacto en la visibilización y promoción de productos paneleros especialmente en la diversificación que vienen realizando los productores paneleros para acceder a nuevos nichos de mercado. En este contexto, el programa de promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero se constituye en un apoyo fundamental para los productores paneleros. La comunicación y la promoción, consideradas como herramientas transversales de apoyo a las actividades del Fondo de Fomento Panelero, al igual que el desarrollo de productos especializados de comunicación por redes y canales digitales. **Del Programa de Promoción al Consumo, se relaciona con los siguientes ejes temáticos del Plan Nacional de Desarrollo :** Eje 2 : Seguridad humana y justicia social , Eje 3: Derecho humano a la alimentación , Eje 4 Convergencia regional tiene el propósito de contribuir a fortalecer los vínculos entre los territorios, el Estado y los ciudadanos, facilitar la conectividad digital y de comunicaciones entre los territorios para lograr un desarrollo incluyente en el sector panelero.



**Cobertura Transversal de comunicaciones en :** 14 departamentos paneleros . Antioquia, Boyacá, Caldas, Cauca, Caquetá, Cundinamarca, Huila, Nariño, N. Santander, Quindío Santander, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca con énfasis en 124 municipios con comités municipales

**4.5 Objetivo principal :** Incrementar en un 20% la visibilidad y el posicionamiento de los productos paneleros durante la vigencia 2026, mediante la ejecución de acciones de comunicación, promoción y participación en al menos diez (10) eventos estratégicos; el desarrollo de dieciocho (18) activaciones de punto de venta; la producción y difusión de diez mil (10.000) contenidos digitales; y el fortalecimiento de las presentaciones no tradicionales, generando un aumento del 15% en el reconocimiento de la panela como producto nutritivo y versátil entre los consumidores impactados.

**4.6 Objetivos secundarios:**

1. Participar en al menos diez (10) ferias y eventos de alcance nacional, regional y local durante la vigencia 2026, que contribuyan a la promoción de los productos paneleros, con énfasis en aquellos con valor agregado e innovación, garantizando la participación de asociaciones de productores de mínimo 40 municipios paneleros.



2. Desarrollar dieciocho (18) activaciones de punto de venta, degustaciones y actividades BTL orientadas a incentivar el consumo de panela en mercados formales, institucionales e industriales, asegurando la vinculación de al menos el 10% de asociaciones o grupos de productores en cada región intervenida.

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



3. Producir y difundir diez mil (10.000) contenidos digitales y audiovisuales a través de PLADICOM y medios masivos, incluyendo programas radiales, pódcast, cápsulas informativas y material educativo, alcanzando un incremento del 20% en visualizaciones, alcance y seguidores en redes sociales frente a 2025.

4. Diseñar y producir material divulgativo y piezas publicitarias para la promoción del consumo de panela, aumentando en un 30% la elaboración de piezas respecto a 2025 y garantizando su distribución en los 14 departamentos paneleros priorizados por el programa.



Componente	Resumen narrativo	Indicador	Verificación	Supuestos
Eventos nacionales, regionales y locales	Participación activa en diez (10) ferias y eventos de alcance nacional, regional y local orientados a la promoción y posicionamiento de los productos paneleros, priorizando aquellos con valor agregado e innovación. Estas actividades buscan fortalecer la visibilidad del sector panelero, acercar a los consumidores a la oferta de productos y promover el reconocimiento de la panela como un alimento natural, nutritivo y versátil. <b>Alineación PND:</b>	<p><b>Número de eventos realizados:</b> Meta: 10 eventos ejecutados en la vigencia.</p> <p><b>Vinculación de productores paneleros:</b> Participación de asociaciones o productores paneleros de forma directa o indirecta en el año mínimo 40 de ellos año 2026</p> <p><b>Reconocimiento de marca/producto:</b> Resultado de encuestas rápidas aplicadas en los eventos (muestra mínima: 10 personas por evento) si aplica dependiendo la particularidad del evento.</p> <p>Meta: <b>Aumentar en 15% el reconocimiento posterior al evento.</b></p> <p><b>Cambio en intención de compra:</b> Porcentaje de asistentes que declara que comprará panela o productos derivados después de la activación.</p> <p>Meta: <b>50% de los encuestados con intención de compra positiva.</b></p>	<p>Informes trimestrales del programa con:</p> <p>Descripción de eventos ejecutados.</p> <p>Listado de asociaciones o productores participantes.</p> <p>Número de visitantes por evento (si aplica).</p> <p>Resultados de las encuestas aplicadas (reconocimiento, intención de compra, atributos).</p> <p><b>Registros fotográficos y audiovisuales</b> de cada evento.</p>	<p>Disponibilidad oportuna de los recursos del Fondo.</p> <p>Coordinación logística por parte de organizadores externos.</p> <p>Aceptación y participación activa de las asociaciones invitadas.</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



	Eje 2, Eje 3 y Eje 4.	<input type="checkbox"/> <b>Asociación con atributos del producto:</b> Porcentaje de asistentes que asocia la panela con: saludable, natural, versátil.  <b>Meta: 40% de asociación promedio en los tres atributos.</b>  <b>Requisitos de participación de los productores</b> <i>(solicitud expresa del Ministerio)</i>  Para la vinculación de productores y asociaciones paneleras se aplicarán los siguientes criterios: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pagar la cuota del fondo de fomento panelero</li> <li>2. Ser productor panelero activo perteneciente a las redes socioempresariales del fondo de fomento panelero</li> <li>3. Estar vinculado a un comité municipal o asociación registrada ante el Fondo de Fomento Panelero.</li> <li>4. Contar con productos paneleros tradicionales o con valor agregado (barras, pulverizada, aromáticas, panelas saborizadas, mieles, licores, galletas, postres en tre otros ).</li> <li>5. Disponer de capacidad mínima para abastecer la demanda derivada de la participación en el evento.</li> </ol>		
--	-----------------------	---	--	--

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



		<p>6. Cumplir con las condiciones sanitarias básicas de presentación del producto según la normatividad vigente (cuando aplique).</p> <p>7. Inscribirse previamente en la convocatoria emitida por la Oficina de Comunicaciones y cumplir los criterios de selección establecidos. ( cuando aplique)</p>		
Activaciones y degustaciones	Desarrollo de dieciocho (18) activaciones de punto de venta, degustaciones y acciones BTL orientadas a incentivar el consumo de panela en mercados formales, mercados institucionales, industria alimenticia, comercializadores y compradores. Estas actividades buscan acercar el producto al consumidor final, resaltar sus beneficios nutricionales, su versatilidad y su valor como alimento insignia	<p><b>Indicadores de ejecución</b></p> <p><b>Número de activaciones realizadas:</b></p> <p>Meta anual: 18 activaciones</p> <p>4 en el primer trimestre</p> <p>5 en el segundo</p> <p>5 en el tercero</p> <p>4 en el cuarto</p> <p><b>Participación de productores:</b></p> <p>Participación de al menos <b>10% de asociaciones o grupos de productores</b> en cada región donde se realice la activación.</p>	<p>Informes trimestrales detallados</p> <p>Cronogramas de ejecución</p> <p>Registro fotográfico de cada activación</p>	<p>Disponibilidad oportuna de recursos del Fondo.</p> <p>Aprobación logística por parte de establecimientos aliados (según aplique)</p> <p>Participación activa de productores en las regiones priorizadas.</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



	de Colombia, fortaleciendo la percepción y preferencia por la panela en escenarios de compra reales. <b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.			
Producción y emisión de mensajes	Desarrollar actividades de divulgación, publicidad y producción de contenidos en medios masivos y plataformas digitales, a través de PLADICOM – Plataforma Digital de Comunicación del Fondo de Fomento Panelero, con el propósito de fortalecer la promoción del consumo de panela, visibilizar al gremio panelero y acercar sus productos a diversos públicos mediante formatos innovadores, educativos y de alto impacto comunicacional. <b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.	<b>Indicadores de alcance digital (solicitados por el Ministerio)</b> <b>Número de personas alcanzadas, seguidores e interacción trimestre a trimestre</b>  <b>Métrica:</b> impresiones y alcance en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, X, LinkedIn y YouTube).  <b>Meta:</b> Aumentar en <b>50% el alcance</b> digital respecto al año 2025.  <b>Meta:</b> Incrementar en <b>20% los seguidores</b> en redes sociales frente al 2025.  <b>Meta:</b> Alcanzar al menos <b>50.000 interacciones</b> en el año sumadas entre todos los canales.  <b>Métrica:</b> visitas a la web del fondo de fomento panelero <a href="http://www.fedepanela.org.co">www.fedepanela.org.co</a>  <b>Meta:</b> Aumentar en <b>15% el tráfico web</b> asociado a contenidos y campañas frente a 2025.  <b>Métrica: Producción y publicación de 10.000 piezas digitales</b> , entre videos,	Informes trimestrales detallados.  Producción audiovisual: fotografías, videos, entrevistas y registros de campo.  Contenidos digitales: infografías, publicaciones y cápsulas informativas.  Estadísticas oficiales de redes sociales.  Evidencia de visitas y cobertura en medios.	Disponibilidad oportuna de recursos para producción y pauta.  Funcionamiento continuo de PLADICOM.  Acceso a plataformas digitales y analíticas para medición.  Participación activa de productores y equipos regionales en la generación de contenido.

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

		<p>infografías, textos, fotografías y cápsulas educativas.</p> <p><b>20 episodios del pódcast “Tomémonos un Agua de Panela”</b>, realizados en regiones paneleras.</p> <p><b>Meta digital:</b> Alcanzar <b>200.000 reproducciones totales</b> en la vigencia 2026 (promedio de <b>10.000 reproducciones por episodio</b>).</p> <p><b>16 episodios del programa “Panela Lovers”</b>, con contenido regional y enfoque en innovación y valor agregado.</p> <p><b>Meta digital:</b> Alcanzar <b>160.000 visualizaciones totales</b> durante el año (promedio de <b>3.000 visualizaciones por episodio</b>).</p> <p>Conseguir <b>mínimo 20% de retención</b> en los episodios.</p> <p>Aumentar en <b>15% la interacción regional</b> en contenido asociado a valor agregado e innovación panelera.</p> <p><b>8 episodios del programa gastronómico “Con Sabor a Panela”</b>, orientados a promover la panela como ingrediente versátil.</p> <p><b>Meta digital:</b></p> <p>Alcanzar <b>120.000 visualizaciones totales</b> (promedio de <b>4.000 visualizaciones por episodio</b>, porque el contenido gastronómico siempre rinde mejor).</p>		
--	--	---	--	--

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

		<p>Lograr <b>mínimo 30% de retención</b> en los videos de cocina.</p> <p>Vincular a dieciséis <b>(16) aliados</b> estratégicos, entre productores paneleros, asociaciones y gremios del sector, para fortalecer el desarrollo, la producción y la difusión del programa “Con Sabor a Panela”, garantizando representatividad regional y articulación con la oferta de valor agregado en el subsector.</p>		
Producción de piezas de publicitarias	Diseño y producción de piezas de merchandising y material divulgativo orientado a fortalecer la promoción al consumo de la panela. Este material será utilizado en medios masivos de comunicación, activaciones BTL y eventos estratégicos, contribuyendo a la visibilidad del gremio panelero, al posicionamiento del producto y a la difusión de sus beneficios, usos y presentaciones no	<p><b>1. Producción (lo que se hizo)</b></p> <p><b>Metrica:</b> Número total de piezas gráficas diseñadas. <b>Meta:</b> Aumento del 50 % en la creación de piezas gráficas para 2026.</p> <p>Realización de 3.400 piezas graficas.</p> <p><b>Metrica:</b> Número total de materiales POP producidos (pendones, volantes, stickers, postales, tarjetas informativas, modulos, bolsas). <b>Meta:</b> Producción de 3.000 unidades de material POP en 2026.</p> <p><b>Metrica:</b> Porcentaje de piezas que incluyen beneficios y usos de la panela. <b>Meta:</b> Implementación grafica del <b>70%</b> de las piezas deben resaltar</p>	<p><b>Informes trimestrales</b> que muestren la cantidad de piezas diseñadas y producidas.</p> <p><b>Registro fotográfico</b> del material POP terminado.</p> <p><b>Actas de entrega o listados de distribución</b> a regiones y aliados.</p> <p><b>Informes BTL</b> de activaciones donde se usó el material.</p>	<p>Disponibilidad oportuna de recursos para diseño, producción y distribución.</p> <p>Aprobación oportuna de piezas por parte del Fondo.</p> <p>Capacidad operativa de proveedores para cumplir tiempos.</p> <p>Participación activa de aliados regionales para distribución del material.</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

	tradicionales. <b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.	beneficios, usos o presentaciones no tradicionales, bajo la campaña “Consume más panela”		
--	---	--	--	--

**4.7 Estado del Arte :** El año 2024 marcó un hito en la consolidación de alianzas estratégicas que fortalecieron la promoción y el consumo de panela en múltiples escenarios y plataformas. En 2025, esta dinámica se mantuvo y amplió, con la participación del gremio panelero en ferias de alto impacto como Agroexpo, así como en eventos regionales y nacionales que impulsaron la innovación, la diversificación de productos y el protagonismo de los productores paneleros en espacios de gran visibilidad.

De cara al 2026, el reto será dar un salto cualitativo y consolidar la promoción del consumo de panela a través de acciones novedosas, integrales y articuladas con las diferentes áreas del gremio, aprovechando las tendencias en comunicación, marketing y digitalización.



Entre los hitos más relevantes se proyecta la participación en eventos de alto impacto como Alimentec y la Feria de las Flores, Expolicores, entre otros, que permitirán posicionar la panela no solo como un producto tradicional, sino como un alimento versátil, innovador y con valor agregado para distintos segmentos de consumidores.

Asimismo, se consolidará la campaña “Productos Colombianos que Construyen País”, como un eje narrativo y comunicacional que refuerza la identidad nacional y el impacto socioeconómico de la producción panelera en los territorios. Esta campaña será transversal a todos los canales, vinculando mensajes inspiradores con testimonios de productores y consumidores que reconocen la panela como un producto insignia de Colombia.

En el componente digital y de medios, se implementará una propuesta radial digital de emisión continua durante todo el año 2026, fortaleciendo la conexión directa con los públicos a través de contenidos de valor, entrevistas y cápsulas informativas adaptadas al consumo multiplataforma. De manera complementaria, se mantendrá y potenciará la producción de programas como “Tomémonos un Agua de Panela con”, “Panela Lovers”, y “Con Sabor a Panela”, los cuales se desarrollarán directamente en las regiones junto a los productores, generando cercanía, identidad y sentido de pertenencia.

Las activaciones en puntos de venta continuarán siendo una estrategia clave, esta vez articuladas con las áreas técnica, de recaudo y socioempresarial, generando una sinergia institucional que permitirá fortalecer la trazabilidad de los resultados y el impacto directo en el consumidor.

Finalmente, el 2026 será el año de la consolidación de la Plataforma Digital de Comunicación (PLADICOM) como eje integrador de toda la estrategia comunicacional del Fondo de Fomento Panelero, centralizando contenidos, estadísticas y visibilidad de las actividades del gremio. Esta plataforma será la vitrina oficial que reflejará los avances, logros y acciones del sector, convirtiéndose en un referente de innovación y articulación gremial en el ámbito digital.

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

**4.8 Metodología** – Desarrollo de una estrategia integral del programa de promoción al consumo – Desarrollo del plan anual de comunicaciones del programa de promoción al consumo – Ejecución del plan de actividades de promoción de acuerdo con objetivos e indicadores. -Evaluación de resultados

OBJETIVO SECUNDARIO	ACTIVIDAD
1. Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	Participar en 10 eventos a nivel nacional, regional y local que contribuyan a la promoción de los productos paneleros, especialmente aquellos con valor agregado y productos de innovación
2. Activaciones de productos y/o actividades de BTL	Desarrollar 18 activaciones de punto de venta, degustaciones y demás actividades de impulso al consumo de la panela (BTL), en mercados formales, mercados institucionales, industria alimenticia, comercializadores y compradores
3. Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	Apoyar la promoción al consumo con material divulgativo y piezas requeridas para desarrollar una comunicación asertiva en canales digitales y medios de comunicación según requerimiento
4. Herramientas para la promoción al consumo de panela	Elaboración de material publicitario para las actividades de promoción al consumo del F.F.P , según requerimientos regionales y nacionales de actividades.



## V - MARCO LOGICO

Acciones que se deben ejecutar para poner en práctica la metodología, cada objetivo secundario requiere diligenciar el marco lógico.



### 5.1 Objetivo específico No 1:

(Describa las acciones que lo llevarán al cumplimiento del objetivo)

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	Participación activa en diez (10) ferias y eventos de alcance nacional, regional y local orientados a la promoción y posicionamiento	<p><b>Número de eventos realizados:</b> Meta: 10 eventos ejecutados en la vigencia.</p> <p><b>Vinculación de productores paneleros:</b> Participación de asociaciones o productores paneleros de forma directa o indirecta en el año mínimo 40 de ellos año 2026</p>	<p>Informes trimestrales del programa con:</p> <p>Descripción de eventos ejecutados.</p> <p>Listado de asociaciones o</p>	<p>Disponibilidad oportuna de los recursos del Fondo.</p> <p>Coordinación logística por parte de organizadores externos.</p> <p>Aceptación y participación activa</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



	<p>de los productos paneleros, priorizando aquellos con valor agregado e innovación. Estas actividades buscan fortalecer la visibilidad del sector panelero, acercar a los consumidores a la oferta de productos y promover el reconocimiento de la panela como un alimento natural, nutritivo y versátil.</p> <p><b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.</p>	<p><b>Reconocimiento de marca/producto:</b> Resultado de encuestas rápidas aplicadas en los eventos (muestra mínima: 10 personas por evento) si aplica dependiendo la particularidad del evento.</p> <p><b>Meta: Aumentar en 15% el reconocimiento posterior al evento.</b></p> <p><b>Cambio en intención de compra:</b> Porcentaje de asistentes que declara que comprará panela o productos derivados después de la activación.</p> <p><b>Meta: 50% de los encuestados con intención de compra positiva.</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Asociación con atributos del producto:</b> Porcentaje de asistentes que asocia la panela con: saludable, natural, versátil.</p> <p><b>Meta: 40% de asociación promedio en los tres atributos.</b></p> <p><b>Requisitos de participación de los productores</b> <i>(solicitud expresa del Ministerio)</i></p> <p>Para la vinculación de productores y asociaciones paneleras se aplicarán los siguientes criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pagar la cuota del fondo de fomento panelero</li> </ol>	<p>productores participantes.</p> <p>Número de visitantes por evento (si aplica).</p> <p>Resultados de las encuestas aplicadas (reconocimiento, intención de compra, atributos).</p> <p><b>Registros fotográficos y audiovisuales</b> de cada evento.</p>	<p>de las asociaciones invitadas.</p>
--	--	--	---	---------------------------------------

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Ser productor panelero activo perteneciente a las redes socioempresariales del fondo de fomento panelero</li> <li>3. Estar vinculado a un comité municipal o asociación registrada ante el Fondo de Fomento Panelero.</li> <li>4. Contar con productos paneleros tradicionales o con valor agregado (barras, pulverizada, aromáticas, panelas saborizadas, mieles, licores, galletas, postres en tre otros ).</li> <li>5. Disponer de capacidad mínima para abastecer la demanda derivada de la participación en el evento.</li> <li>6. Cumplir con las condiciones sanitarias básicas de presentación del producto según la normatividad vigente (cuando aplique).</li> <li>7. Inscribirse previamente en la convocatoria emitida por la Oficina de Comunicaciones y cumplir los criterios de selección establecidos. ( cuando aplique)</li> </ol>		
--	--	---	--	--

**Objetivo específico No 2:**

(Describe las acciones que lo llevaran al cumplimiento del objetivo)



 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
Activaciones de productos y/o actividades de BTL	Desarrollo de dieciocho (18) activaciones de punto de venta, degustaciones y acciones BTL orientadas a incentivar el consumo de panela en mercados formales, mercados institucionales, industria alimenticia, comercializadores y compradores. Estas actividades buscan acercar el producto al consumidor final, resaltar sus beneficios nutricionales, su versatilidad y su valor como alimento insignia de Colombia, fortaleciendo la percepción y preferencia por la panela en escenarios de compra reales. <b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.	<b>Indicadores de ejecución</b> <b>Número de activaciones realizadas:</b>  Meta anual: 18 activaciones  4 en el primer trimestre  5 en el segundo  5 en el tercero  4 en el cuarto  <b>Participación de productores:</b>  Participación de al menos <b>10% de asociaciones o grupos de productores</b> en cada región donde se realice la activación.	Informes trimestrales detallados  Cronogramas de ejecución  Registro fotográfico de cada activación	Disponibilidad oportuna de recursos del Fondo.  Aprobación logística por parte de establecimientos aliados (según aplique)  Participación activa de productores en las regiones priorizadas.



### Objetivo específico No 3:

(Describe las acciones que lo llevaran al cumplimiento del objetivo)

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
3. Divulgación y publicidad en	Desarrollar actividades de divulgación,	<b>Indicadores de alcance digital</b>	Informes trimestrales detallados.	Disponibilidad oportuna de

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
medios masivos y redes	<p>publicidad y producción de contenidos en medios masivos y plataformas digitales, a través de PLADICOM – Plataforma Digital de Comunicación del Fondo de Fomento Panelero, con el propósito de fortalecer la promoción del consumo de panela, visibilizar al gremio panelero y acercar sus productos a diversos públicos mediante formatos innovadores, educativos y de alto impacto comunicacional.</p> <p><b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.</p>	<p><b>(solicitados por el Ministerio)</b></p> <p><b>Número de personas alcanzadas, seguidores e interacción trimestre a trimestre</b></p> <p><b>Métrica:</b> impresiones y alcance en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, X, LinkedIn y YouTube).</p> <p><b>Meta:</b> Aumentar en <b>50% el alcance digital</b> respecto al año 2025.</p> <p><b>Meta:</b> Incrementar en <b>20% los seguidores</b> en redes sociales frente al 2025.</p> <p><b>Meta:</b> Alcanzar al menos <b>50.000 interacciones</b> en el año sumadas entre todos los canales.</p> <p><b>Métrica:</b> visitas a la web del fondo de fomento panelero <a href="http://www.fedepanela.org.co">www.fedepanela.org.co</a></p> <p><b>Meta:</b> Aumentar en <b>15% el tráfico web</b> asociado a</p>	<p>Producción audiovisual: fotografías, videos, entrevistas y registros de campo.</p> <p>Contenidos digitales: infografías, publicaciones y cápsulas informativas.</p> <p>Estadísticas oficiales de redes sociales.</p> <p>Evidencia de visitas y cobertura en medios.</p>	<p>recursos para producción y pauta.</p> <p>Funcionamiento continuo de PLADICOM.</p> <p>Acceso a plataformas digitales y analíticas para medición.</p> <p>Participación activa de productores y equipos regionales en la generación de contenido.</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
		<p>contenidos y campañas frente a 2025.</p> <p><b>Metrica:</b> <b>Producción y publicación de 10.000 piezas digitales</b>, entre videos, infografías, textos, fotografías y cápsulas educativas.</p> <p><b>20 episodios del pódcast “Tomémonos un Agua de Panela”</b>, realizados en regiones paneleras.</p> <p><b>Meta digital:</b> Alcanzar <b>200.000 reproducciones totales</b> en la vigencia 2026 (promedio de <b>10.000 reproducciones por episodio</b>).</p> <p><b>16 episodios del programa “Panela Lovers”</b>, con contenido regional y enfoque en innovación y valor agregado.</p> <p><b>Meta digital:</b> Alcanzar <b>160.000 visualizaciones totales</b> durante el año (promedio de</p>		



Dirección de Cadenas  
Agrícolas y Forestales.  
Dirección de Cadenas  
Pecuarias.

## FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN



**Agricultura**



Código: **PR-CAF-02**

Versión: 10

Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de  
Estabilización de Precios.

Fecha Emisión: **xx/xx/20XX**

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
		<p><b>3.000 visualizaciones por episodio).</b></p> <p>Conseguir <b>mínimo 20% de retención</b> en los episodios.</p> <p>Aumentar en <b>15% la interacción regional</b> en contenido asociado a valor agregado e innovación panelera.</p> <p><b>8 episodios del programa gastronómico “Con Sabor a Panela”</b>, orientados a promover la panela como ingrediente versátil.</p> <p><b>Meta digital:</b></p> <p>Alcanzar <b>120.000 visualizaciones totales</b> (promedio de <b>4.000 visualizaciones por episodio</b>, porque el contenido gastronómico siempre rinde mejor).</p> <p>Lograr <b>mínimo 30% de retención</b> en los videos de cocina.</p> <p>Vincular a dieciséis <b>(16) aliados</b></p>		

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
		estratégicos, entre productores paneleros, asociaciones y gremios del sector, para fortalecer el desarrollo, la producción y la difusión del programa “Con Sabor a Panela”, garantizando representatividad regional y articulación con la oferta de valor agregado en el subsector.		
		Elaborar, construir y publicar 10.000 piezas digitales en las plataformas de comunicación del Fondo de Fomento Panelero.  Programa “Tomémonos un Agua de Panela”: Producir y emitir 20 programas en formato pódcast, realizados en regiones paneleras para resaltar la voz de los productores y	Informes trimestrales detallados.  Producción audiovisual: fotografías, videos, entrevistas y registros de campo.  Contenidos digitales: infografías, publicaciones y cápsulas informativas.  Estadísticas oficiales de redes sociales.	Disponibilidad oportuna de los recursos



Dirección de Cadenas  
Agrícolas y Forestales.  
Dirección de Cadenas  
Pecuarias.

## FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN



Código: **PR-CAF-02**

Versión: 10

Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de  
Estabilización de Precios.



Fecha Emisión: **xx/xx/20XX**

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
		<p>la identidad del gremio.</p> <p>Programa “Panela Lovers”: Producir y emitir 16 programas con enfoque regional, destacando la innovación, el emprendimiento y las experiencias en torno al consumo de panela.</p> <p>Programa “Con Sabor a Panela”: Realizar 8 programas de cocina, promoviendo la panela como ingrediente versátil en la gastronomía colombiana.</p> <p>Gestión digital y redes sociales: Alcanzar un 20% de crecimiento en visualizaciones, alcance y seguidores en redes sociales frente a los resultados obtenidos en 2025.</p>	Evidencia de visitas y cobertura en medios.	



### Objetivo específico No 4:

(Describa las acciones que lo llevaran al cumplimiento del objetivo)

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
----------	-------	-------------	-------------------------	-----------

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Herramientas para la promoción al consumo de panela	<p>Diseño y producción de piezas de merchandising y material divulgativo orientado a fortalecer la promoción al consumo de la panela. Este material será utilizado en medios masivos de comunicación, activaciones BTL y eventos estratégicos, contribuyendo a la visibilidad del gremio panelero, al posicionamiento del producto y a la difusión de sus beneficios, usos y presentaciones no tradicionales.</p> <p><b>Alineación PND:</b> Eje 2, Eje 3 y Eje 4.</p>	<p><b>1. Producción (lo que se hizo)</b></p> <p><b>Metrica:</b> Número total de piezas gráficas diseñadas. <b>Meta:</b> Aumento del 50 % en la creación de piezas gráficas para 2026.</p> <p>Realización de 10.000 piezas graficas.</p> <p><b>Metrica:</b> Número total de materiales POP producidos (pendones, volantes, stickers, postales, tarjetas informativas, modulos, bolsas). <b>Meta:</b> Producción de 3.000 unidades de material POP en 2026.</p> <p><b>Metrica:</b> Porcentaje de piezas que incluyen beneficios y usos de la panela.</p> <p><b>Meta:</b> Implementación grafica del <b>70%</b> de las piezas deben resaltar beneficios, usos o presentaciones no tradicionales, bajo la campaña “Consume más panela”</p>	<p><b>Informes trimestrales</b> que muestren la cantidad de piezas diseñadas y producidas.</p> <p><b>Registro fotográfico</b> del material POP terminado.</p> <p><b>Actas de entrega o listados de distribución</b> a regiones y aliados.</p> <p><b>Informes BTL</b> de activaciones donde se usó el material.</p>	<p>Disponibilidad oportuna de recursos para diseño, producción y distribución.</p> <p>Aprobación oportuna de piezas por parte del Fondo.</p> <p>Capacidad operativa de proveedores para cumplir tiempos.</p> <p>Participación activa de aliados regionales para distribución del material.</p>
---	---	--	--	--

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



### Plan general de medios (aplicable a todas las estrategias de comunicación)

El Plan General de Comunicaciones de Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero se enmarca en la estrategia institucional definida en el Plan Estratégico de Fedepanela y responde a los lineamientos temáticos que desarrolla el gremio panelero en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno.



Nuestro propósito es contribuir de manera significativa al posicionamiento y promoción del consumo de panela a través de una comunicación omnicanal, capaz de llegar a públicos diversos mediante el uso estratégico de cada red social y sus roles, bajo un enfoque de marketing digital orientado a resultados.

Si bien los recursos para publicidad masiva en medios de cobertura nacional son escasos, hemos consolidado un modelo de comunicación basado en productos especializados digitales de comunicación, priorizando la radio como un canal de amplia recordación y cercanía con las comunidades, y fortaleciendo al mismo tiempo las estrategias digitales segmentadas que permiten llegar a públicos diversos de manera efectiva, logrando no solo optimizar los recursos disponibles, sino también amplificar los mensajes y posicionar la panela como un producto insignia de Colombia en diferentes escenarios y audiencias.

MEDIOS	CANALES	FORMATOS	PERIODICIDAD
DIGITALES	WHATSAPP COMUNIDAD FEDEPANELA	La comunicación se desarrolla con imágenes, Gifs, Stickers, Pdfs, Videos, Audios, Cuñas Radiales, enlaces, Comunicados, Noticias, Infografías, Encuestas, Textos.	La comunicación de la comunidad de Fedepanela en WhatsApp es diaria los siete días de la semana los 12 meses del año lo que refuerza una comunicación cercana e inmediata con los productores paneleros.
	TIK TOK	Solo se desarrolla el formato de video en vertical anclado a tendencias de consumo situacionales de un nicho mucho más joven llegando a niños, y adolescentes de una manera más rápida y divertida debido a su algoritmo de esta red social. También se desarrollan y se publican los programas de comunicación del	La comunicación que se maneja a través del canal de Tik Tok es semanal de acuerdo a la parrilla de contenidos establecida trimestralmente del Fondo de Fomento Panelero

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

MEDIOS	CANALES	FORMATOS	PERIODICIDAD
		Fondo de Fomento Panelero como : Panela Lovers y Con Sabor a Panela	
	FACEBOOK	La comunicación se desarrolla de manera corporativa de las noticias y actividades que desarrollan todas las áreas del Fondo de Fomento Panelero los formatos a trabajar son: enlaces, imágenes, videos, eventos y se desarrolla el programa de comunicación en vivo “Tomémonos una agua de panela con” que se trasmite en vivo semana a semana y Con Sabor a Panela para el año 2026	La comunicación de la comunidad en Facebook de Fedepanela – F.F.P es diaria y se ajusta a las actividades que desarrollan las áreas de esta manera también se tiene en cuenta una estructura de parrilla de contenidos trimestral que desarrolla la oficina de comunicaciones
	TWITTER (X)	Texto, fotografías, links y videos	La comunicación de la comunidad en Twitter de Fedepanela – F.F.P es diaria y se ajusta a las actividades que desarrollan las áreas de esta manera también se tiene en cuenta una estructura de parrilla de contenidos trimestral que desarrolla la oficina de comunicaciones, esta red tiene una característica especial ya que es una red instantánea de manejo corporativo donde nos comunicamos también con otras entidades como Gobierno y tendencias generales de comunicación
	LINKEDIN	Infografías, textos, eventos, pdfs, links	La comunicación en LinkedIn tiene una característica muy puntual para estar a la vanguardia en el ámbito empresarial de relacionamiento constante con nuestros stakeholders y es semanal de acuerdo a la parrilla de contenidos establecida trimestralmente

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



MEDIOS	CANALES	FORMATOS	PERIODICIDAD
	INSTAGRAM	Fotos, Reels, Historias, Lives, Videos,	La comunicación en Instagram de Fedepanela F.F.P es diaria, constante y se rige por las herramientas que la red social brinda para interactuar con la comunidad de manera inmediata y masiva
	PAGINA WEB	Textos, Links, Noticias, Videos, Pdfs, Formularios, Boletines, Audios, Galerías, Mapas interactivos, Directorios, Plugins	La página web de Fedepanela F.F.P se constituye como el eje principal de PLADICOM (Plataforma Digital de Comunicaciones y su periodicidad es semanal en actualizaciones.

Programación de pauta					
Medio de comunicación	No. de salidas proyectadas al año	1	2	3	4
Radio nacional o regional	Ocasional	x	x	x	x
Televisión nacional o regional	N/A				
Medios alternativos	FACEBOOK – INSTAGRAM				

**5.2 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.

Actividad/Mes	1	2	3	4
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	2	3	3	2
Activaciones de productos y/o actividades de BTL	4	5	5	4
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	800	900	900	800
Producción y emisión del programa "Tomémonos una agua de panela con" a través de Facebook live.	5	5	5	5
Producción y emisión del programa Panela lovers.	4	4	4	4
Producción y emisión del programa "Con Sabort a Panela"	2	2	2	2
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	10%	15%	15%	10%
Herramientas para la promoción	x	x	x	x

### 5.3 Costos Detallados por actividad

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

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



#### Gastos de personal

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos Prom. unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
Dirección Programa Promoción al Consumo	\$8.133.666	1	\$97.604.000
<b>Costo Total por actividad</b>			\$97.604.000

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos Prom. unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
Profesional Diseñador Gráfico Senior	\$3.800.000	1	\$44.128.032
<b>Costo Total por actividad</b>			\$44.128.032

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos Prom. unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
Profesional Comunicadora Social Periodista o Mercadóloga	\$4.500.000	1	\$52.258.065
<b>Costo Total por actividad</b>			\$52.258.065

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos Prom. unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
Asesor de comunicaciones estratégicas	\$4.121.655	\$ 12.364.965	\$49,459,860
<b>Costo Total por actividad</b>			\$49,459,860

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>



**Programa asistencial (programa regular y atención a damnificados)**

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos promedio unitarios \$	Unidades	Costo total \$
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
<b>Costo Total por actividad</b>			

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos promedio unitarios \$	Unidades	Costo total \$
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
<b>Costo Total por actividad</b>			<b>\$</b>

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos promedio unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
<b>Costo Total por actividad</b>			

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos promedio unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
<b>Costo Total por actividad</b>			

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

<b>Costo Total por actividad</b>			<b>\$</b>
----------------------------------	--	--	-----------

**Otros gastos de la campaña:**

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos promedio unitario mensual \$	Unidades	Costo total \$
SUBSIDIADA POR EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL CAMPAÑA LA VIDA SABE A PANELA	SIN RECURSOS OTORGADOS		
<b>Costo Total por actividad</b>			<b>\$</b>

**Campaña en medios de comunicación**



ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos unitarios \$	Unidades	Costo total \$
SUBSIDIADA POR EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL CAMPAÑA LA VIDA SABE A PANELA	SIN RECURSOS OTORGADOS		
<b>Costo Total por actividad</b>			

**Campaña en medios de comunicación para fomento de panela**

ITEMS POR ACTIVIDAD	Costos unitarios \$	Unidades	Costo total \$
SUBSIDIADA POR EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL CAMPAÑA LA VIDA SABE A PANELA	SIN RECURSOS OTORGADOS		
<b>Costo Total por actividad</b>			<b>\$</b>

**5.4 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.

<b>Gastos de Inversión</b>	<b>(\$)</b> <b>\$520.365.000</b>
----------------------------	-------------------------------------

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

<b>Gastos Generales</b>	<b>\$22.761.000</b>				
<b>Materiales y suministros</b>	<b>\$3.180.000</b>				
<b>Comunicaciones y transportes</b>	<b>1.908.000</b>				
<b>Comisiones y Gastos Bancarios</b>	<b>\$4.846.000</b>				
<b>Viaticos y Gastos de Viaje</b>	<b>\$9.540.000</b>				
<b>Aseo, Vigilancia y ser. Pub.</b>	<b>\$2.120.000</b>				
<b>Arrendamientos</b>	<b>\$1.167.000</b>				
<b>Honorarios Director Programa</b>	<b>\$97.604.000</b>				
<b>INVERSIÓN ACTIVIDADES PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO</b>					
<b>Actividad</b>	<b>Trimestre 1</b> <b>\$95.964.57</b> <b>2</b>	<b>Trimestre 2</b> <b>\$122.553.47</b> <b>5</b>	<b>Trimestre 3</b> <b>\$92.553.475</b>	<b>Trimestre 4</b> <b>\$88.928.47</b> <b>8</b>	<b>Total</b> <b>Actividad</b> <b>\$400.000.000</b>
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	2	3	3	2	\$137.890.143
Activaciones de productos y/o actividades de BTL	4	5	5	4	\$26.000.000
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	800	900	900	800	\$198.859.857
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	10%	15%	15%	10%	\$37.250.000

#### VI- POBLACIÓN BENEFICIADA



Conjunto de pequeños, medianos y grandes productores de panela que se benefician de las actividades de promoción al consumo

Describir como será la manera de participación de los productores si es por convocatoria describir criterios

#### VII- 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:** Beneficiar a los productores paneleros con el impulso de la promoción al consumo para facilitar la venta de sus productos la estabilización y la estabilización de los precios

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

## 7.2 Impactos económicos: Contribuir a mejorar la sostenibilidad y mejoramiento de los ingresos de los productores paneleros :

### Justificación del Programa de Promoción al Consumo del Fondo de Fomento Panelero — Periodo 2026



El Programa de Promoción al Consumo del Fondo de Fomento Panelero mantuvo en 2026 su propósito de visibilizar los beneficios nutricionales, culturales y económicos de la panela, así como de fortalecer su posicionamiento en los mercados locales y nacionales. No obstante, durante el periodo se detectaron reducciones en indicadores vinculados a la ejecución de actividades presenciales —especialmente eventos y activaciones—, como resultado del incremento sostenido en los costos de participación en espacios feriales y promocionales a nivel municipal, departamental y nacional.

Frente a este contexto, para 2026 se implementaron ajustes estratégicos que responden a la necesidad de optimizar el uso de los recursos disponibles. Entre las medidas adoptadas se destacan:

- **Planeación ajustada a los recursos asignados:** se estableció que la programación de actividades se haga mediante una planeación cercana y realista respecto a los recursos asignados al programa, volcándose también a lo monetario. Cada acción cuenta con un presupuesto definido por actividad, un tope de gasto y autorización previa basada en disponibilidad financiera.
- **Enfoque en costo-efectividad:** se priorizan actividades con mayor impacto por peso invertido (evaluación costo-beneficio), de manera que se maximice el retorno social y comunicacional de cada peso destinado.
- **Redistribución presupuestal y reserva para imprevistos:** se ajustaron partidas para concentrar inversión en actividades estratégicas y se creó un rubro de contingencia que permite responder a sobrecostos puntuales sin afectar la ejecución global.
- **Instrumentos de apalancamiento financiero:** se promovieron alianzas, cofinanciacines y negociaciones con organizadores para tarifas preferenciales, así como acuerdos con aliados estratégicos para compartir costos de activación.
- **Alternativas de menor costo y mayor alcance:** se fortalecieron activaciones digitales e híbridas y se optimizó la logística de participación presencial (stands compartidos, rotación regional, actividades conjuntas) para reducir el costo unitario por acción.
- **Monitoreo financiero y de resultados:** se implementó un sistema de seguimiento trimestral que cruza indicadores de gestión con el gasto ejecutado, permitiendo ajustes oportunos y transparencia en el uso de los recursos.

Estas acciones permiten explicar la reducción en algunos indicadores de cantidad de actividades, sin que ello signifique una merma en el alcance o la pertinencia del programa. La estrategia para 2026 privilegia la sostenibilidad financiera y la eficiencia operativa, garantizando que los recursos del Fondo se utilicen de forma responsable y orientada a resultados concretos en la promoción del consumo de panela.

## 7.3 Impactos ambientales positivos o negativos sobre el suelo, el agua, el aire, la fauna o la flora.: N/A

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

- **Impactos Positivos:** - Contribuir al aumento del consumo de panela, - Contribuir al mejoramiento de los ingresos de los productores paneleros, - Contribuir a la estabilización de los precios de la panela

- **Impactos Negativos:** Ninguno

**7.4 Contribución al subsector:** Apoyo al mejoramiento del sector panelero

### VIII. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

**8.1 Sostenibilidad económica** – La sostenibilidad del programa de promoción al consumo de panela se obtiene exclusivamente con los aportes del Fondo de Fomento Panelero

**8.2 Sostenibilidad técnica** N/A

**8.3 Sostenibilidad social** - N/A

### IX.-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. : N/A**

**9.2. Indicar que porcentaje del valor total del proyecto se va a utilizar en los aspectos ambientales: N/A**



### X. - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS EN LA EJECUCION DEL PROYECTO

**10.1 Dirección del proyecto:** Oficina de comunicaciones del Fondo de Fomento Panelero

**10.2 Esquema operativo para el proyecto:** ---

**10.3 Divulgación de la información del proyecto:** Informes trimestrales a la junta directiva del Fondo de Fomento Panelero



**10.4 Perfil del equipo técnico para la ejecución del proyecto** --- preguntar

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

<b>RELACIÓN DEL PERSONAL</b>			
<b>Perfil profesional</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Horas por semana</b>	<b>Número de semanas mensuales</b>
Profesional Especializado en Comunicación Digital y Periodismo	8 años	8 horas a 10 horas o lo que requiera gerencia desde la dirección de directores	12 MESES
Profesional en Diseño Grafico	3 años	8 horas o lo que requiera el director de comunicaciones según requerimiento ocasional	11.6 MESES
Profesional mercadólogo o comunicador social	3 años	8 horas o lo que requiera el director de comunicaciones según requerimiento ocasional	11.6 MESES
Asesor de comunicaciones estratégicas	5 años	4 horas o lo que requiera el director de comunicaciones y la gerencia general del fondo	12 MESES

## XI. ASPECTOS INSTITUCIONALES

11.1 Relación del proyecto con políticas sectoriales nacionales: **El Programa de Promoción al Consumo del FFP se estructura en 2026 en el marco del objetivo principal del Plan Nacional de Desarrollo de contribuir a convertir a Colombia en potencia mundial de la vida, propiciando un nuevo contrato social para superar injusticias y el conflicto, establecer nuevas formas de relacionamiento con el**

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

**ambiente y, en un tema que atañe directamente con el sector panelero-, la transformación productiva sustentada en el conocimiento**

La comunicación y la promoción, consideradas como herramientas transversales de apoyo a las actividades del Fondo de Fomento Panelero, al igual que el desarrollo de productos especializados de comunicación por redes y canales digitales del Programa de Promoción, se relaciona con los siguientes ejes temáticos del Plan Nacional de Desarrollo:

**Seguridad humana y justicia social**

Teniendo como base la necesidad de realizar una reconversión laboral y transformación productiva con base en el conocimiento, se requiere la democratización al acceso, uso y apropiación de las TIC “para desarrollar una sociedad del conocimiento y la tecnología”

**Derecho humano a la alimentación**

Dentro de la propuesta de superar la inseguridad alimentaria de la población y llegar progresivamente a la soberanía alimentaria, se debe promover la producción local de alimentos y los circuitos cortos de producción y distribución de alimentos, de los cuales la panela constituye un componente básico de la canasta de los colombianos.

**Convergencia regional**

El Programa de Promoción tiene el propósito de contribuir a fortalecer los vínculos entre los territorios, el Estado y los ciudadanos, facilitar la conectividad digital y de comunicaciones entre los territorios para lograr un desarrollo incluyente en el sector panelero y el encadenamiento entre el campo, la ciudades y el mundo. Además, el Programa de Promoción se convierte en apoyo fundamental a las mujeres y a los jóvenes, componentes transversales en el Plan Nacional de Desarrollo.

11.2 Asociación del proyecto con los programas presupuestales sectoriales agropecuario: N/A

11.3 Relación del Subsector con políticas del Departamento: N/A

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



11.5 Relación del proyecto con la cadena productiva : N/A

11.6 Participación de otras entidades (Públicas o privadas) en el proyecto: N/A

## XII- ASPECTOS FINANCIEROS

12.1 Detalle del presupuesto del proyecto:

<b>PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO 2026</b>					
<b>Gastos de Inversión</b>					<b>\$520.365.000</b>
<b>Gastos Generales</b>					<b>\$22.761.000</b>
Honorarios Director Programa					\$97.604.000
Asesor gestión comunicaciones	\$ 12,364,965	\$ 12,364,965	\$ 12,364,965	\$ 12,364,965	\$ 49,459,860
Profesional Diseñador Gráfico Junior	\$ 9,928,032	\$ 11,400,000	\$ 11,400,000	\$ 11,400,000	\$ 44,128,032

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

Profesional en Mercado y Comunicaciones	\$ 11,758,065	\$ 13,500,000	\$ 13,500,000	\$ 13,500,000	\$ 52,258,065
Eventos nacionales, regionales y locales	\$ 31,535,035.	\$ 50,035,035	\$ 35,035,035	\$ 21,285,038	\$ 137,890,143
Activaciones y degustaciones	\$ 6,000,000.	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 6,000,000.00	\$ 26,000,000
Programa tomémonos una agua de panela- Desde el trapiche - Podcast - Radio	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 12,800,000
Panela Lovers	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 12,000,000
Con sabor a panela - Programa de cocina - producción y edición	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 14,000,000
Producción de material publicitario- Renovación material 2026	\$ 11,125,000	\$ 15,000,000	15.00.000.000	\$ 11,125,000	\$ 37,250,000
Pauta Regional Radio 2026	\$ 3,553,475.	\$ 3,553,475	3,553,475.00	\$ 3,553,475.00	\$ 14,213,900.00
<b>Actividades</b>	<b>\$ 95,964,572.</b>	<b>122,553,475</b>	<b>92,553,475</b>	<b>88,928,478</b>	<b>\$ 400.000.000</b>
				<b>TOTAL PROGRAMA</b>	<b>\$520.365.000</b>

## 12.2 PRESUPUESTO POR FUENTES DE FINANCIACION



\$

Código	Concepto	Otra fuente	Total Otras F.	TOTAL
	Fondo de Fomento Panelero	N/A	N/A	

## 12.3 PRESUPUESTO Cofinanciado POR RUBROS

\$



...	<b>Gastos de Inversión</b>	<b>\$520.365.000</b>
	<b>Gastos Generales</b>	<b>\$22.761.000</b>
	<b>Honorarios Director Programa</b>	<b>\$97.604.000</b>
	<b>INVERSIÓN ACTIVIDADES PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO</b>	

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>	Versión: 10
		Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>


Actividad	Trimestre 1 \$95.964.572	Trimestre 2 \$122.553.475	Trimestre 3 \$92.553.475	Trimestre 4 \$88.928.478	Total Actividad \$400.000.000
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	2	3	3	2	\$137.890.143
Activaciones de productos y/o actividades de BTL	4	5	5	4	\$26.000.000
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	800	900	900	800	\$198.859.857
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	10%	15%	15%	10%	\$37.250.000

#### Matriz de riesgos

Descripción del Riesgo	Valoración	Medidas de Mitigación	Responsable
<b>Retraso en la aprobación oportuna del presupuesto o en la disponibilidad de recursos</b>	Alta	- Seguimiento permanente al proceso presupuestal. - Gestión anticipada con el Fondo y Min Agricultura.- Elaborar un cronograma ajustado a ventanas presupuestales.	Dirección Administrativa y Financiera – Fondo de Fomento Panelero
<b>Baja participación de productores y asociaciones en ferias, activaciones y eventos</b>	Media	- Invitación anticipada.- Coordinación con coordinadores territoriales.- Priorización de asociaciones formalizadas.- Gestión de transportes/viáticos si aplica.	Dirección de Promoción al Consumo – Fedepanela
<b>Demoras en la producción de piezas gráficas o material POP por parte de proveedores</b>	Media	- Contratación con proveedores con experiencia comprobada.- Cláusulas de cumplimiento.- Seguimiento semanal.- Plan de contingencia con proveedor alterno.	Equipo de Comunicaciones – Fondo de Fomento Panelero
<b>Baja recepción o alcance digital de campañas y contenido multimedia</b>	Media	- Ajustes de contenido según métricas.- Estrategia multiplataforma (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook).- Monitoreo semanal de resultados.	PLADICOM – Dirección de Comunicaciones
<b>Fallas técnicas o logísticas en activaciones BTL y ferias (clima, equipos, permisos, aforo)</b>	Media	- Inspección previa de locaciones.- Checklist de logística.- Plan B para activaciones al aire libre.- Coordinación con organizadores.	Equipo de Eventos y Logística

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	<b>FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>		 <b>Agricultura</b> Código: <b>PR-CAF-02</b>
	<b>Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.</b>		Versión: 10
			Fecha Emisión: <b>xx/xx/20XX</b>

<b>Falta de articulación con aliados estratégicos, gremios o entidades territoriales</b>	Baja	- Mesas de trabajo bimestrales.- Seguimiento con gestores regionales.- Protocolos de articulación.	Dirección Técnica y Comunicaciones, Fondo de Fomento Panelero
<b>Percepción negativa del consumidor sobre propiedades del producto o desinformación en medios</b>	Alta	- Campañas educativas basadas en evidencia.- Vocerías técnicas y comunicados oficiales.- Revisión de normativa INVIMA y etiquetado.- Monitoreo de medios.	Dirección Comunicaciones-Fondo de Fomento Panelero
<b>Incremento de costos de producción gráfica o logística (inflación, proveedores, transporte)</b>	Media	- Cotizaciones múltiples.- Ajuste del plan operativo.- Priorización de acciones.- Uso eficiente del inventario existente.	Dirección Comunicaciones-Fondo de Fomento Panelero
<b>Riesgos de seguridad en territorios para activaciones y grabaciones</b>	Baja	- Coordinación con autoridades locales.- Evaluación previa de riesgo territorial.- Ajuste de territorio o fecha si es necesario.	Dirección Técnica y de Comunicaciones - Fondo de Fomento Panelero
<b>Baja disponibilidad de voceros o expertos para contenidos técnicos o programas audiovisuales</b>	Baja	- Crear banco de voceros.- Establecer disponibilidad mensual.- Capacitación básica en medios.	Dirección Técnica y Comunicaciones Fondo de Fomento Panelero
<b>Falta de recurso humano capacitado o insuficiente para ejecutar actividades técnicas, operativas y de comunicación del programa</b>	Alta	- Capacitación anual del equipo en comunicación, producción audiovisual, logística y gestión de redes.- Contratación o refuerzo temporal según carga operativa.- Transferencia de conocimiento interna para evitar dependencia de una sola persona.- Fortalecimiento del equipo territorial para apoyar activaciones.	Dirección de Promoción al Consumo y Comunicaciones – Fondo de Fomento Panelero



**EL PROPONENTE**

Erika Viviana Garrido  
Directora de comunicaciones  
Fondo de Fomento Panelero

**EL EJECUTOR**

Carlos Fernando Mayorga  
Gerente General de Fedepanela  
Fondo de Fomento Panelero