

FICHA TECNICA PARA PROGRAMAS Y PROYECTOS

I. INFORMACION GENERAL DEL EJECUTOR / RESPONSABLE DEL PROYECTO

Entidad Ejecutora:

FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO
PANELERO

Responsable del Proyecto:

CARLOS FERNANDO MAYORGA

Dirección Ejecutor:

Cra 45A N 93-55

Teléfono(s):

Indicativo

Número:

6222066

Fax:

6222066

Representante Legal:

CARLOS FERNANDO MAYORGA

Cobertura Geográfica del proyecto:

Nacional

☒

Regional

☐

Departamental

☐

Municipal

☐

Veredal

☐

Especifique área geográfica:

II. INFORMACION GENERAL DEL PROYECTO

Programa:

PROGRAMA DE PROMOCION AL CONSUMO

Título del Proyecto:

PROMOCION AL CONSUMO DE PANELA

Duración del proyecto (en meses):

12 MESES

Entidades Cooperantes o Cofinanciadoras: **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural .**

Valor Total del Proyecto:

\$156.926.000.00

Aportes de otros cofinanciadores:

Solicitud al Fondo de Fomento
Panelero

\$156.926.000.00

III. DESCRIPCION DEL PROYECTO

RESUMEN DEL PROYECTO

1. Promocionar el consumo de panela en nuevos segmentos de la población, mantener a los actuales consumidores y posicionar las nuevas presentaciones del producto al igual que los productos de innovación mediante diversas actividades como participación en ferias y eventos a nivel nacional, regional y local , acciones para el impulso de ventas, divulgación de mensajes promocionales en medios masivos, vinculando a aasocianes y/o porductores paneleros.

2. Promocion del consumo de panela mediante actividades diseñadas y realizadas por la Federación Nacional de Productores de Panela,

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

La promoción al consumo resulta fundamental en el desarrollo del plan estratégico de apoyo a la comercialización que adelanta Fedepanela, con el fin de lograr el acceso de los productores a mercados formales, impulsar el consumo de productos paneleros con valor agregado y contribuir de esa manera a la regulación de los precios de la panela que redunde en beneficios para los productores y sus familias.

Es necesario darle a continuidad en el tiempo de las acciones de promoción al consumo que se han venido realizando en los últimos tres años, con el fin de lograr consolidar paulatinamente los logros alcanzados, cualificar paso a paso a la participación de las asociaciones y productores y su vinculación a los mercados formales dentro de los parámetros de calidad, continuidad y cantidad

OBJETIVO GENERAL

Promover el consumo de panela mediante el aumento de la frecuencia de uso y de los momentos de consumo (de acuerdo con los estudios de mercado, aumentó el consumo entre el desayuno y el almuerzo, a la hora del almuerzo y entre el almuerzo y la comida) dentro de la población consumidora, resaltando los beneficios del producto y la diversidad y facilidad de uso que ofrecen las presentaciones no tradicionales

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1- Promover la venta de productos paneleros en sus diferentes presentaciones, vinculando a asociaciones y productores con capacidad de ofertar tales productos en forma sostenible.
- 2- Continuar el lanzamiento y posicionamiento de presentaciones no tradicionales de la panela entre sectores de la industria alimenticia, consumidores institucionales, comercializadores y compradores,
- 3- Apoyar la promoción al consumo con material divulgativo y con el uso de medios masivos de comunicación

METAS Y LOGROS ESPERADOS CON LA EJECUCION DEL PROYECTO

- 1- Promover el consumo de panela entre el segmento de consumidores no habituales y los no consumidores, de acuerdo con los parámetros de los estudios de mercado
- 2- Mantener a los consumidores habituales, promoviendo nuevos momentos de consumo (entre desayuno y almuerzo, a la hora del almuerzo y entre el almuerzo y la comida)
- 3- Promover el consumo y el uso de nuevas presentaciones en los mercados institucionales e industriales

MARCO LOGICO

Componentes del Proyecto	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos Importantes
Participación en ferias y eventos Actividades de impulso a la promoción al consumo Divulgación en medios masivos Herramientas para la promoción	10 eventos y ferias nacionales, y/o regionales, y/o locales 20 activaciones de punto de venta y/o egustaciones de producto en segmentos de interés. Elaboración de piezas y emisión en medios masivos.(de acuerdo con necesidades y recursos) Impresos (folletos y flyers promocionales) y elementos de merchandaising (gorras, ponchos,)	Informes, registros visuales, legalización de anticipos (Disponibilidad oportuna de los recursos