ANEXO 1 - BRIEF AGENCIA DIGITAL

CLIENTE	**:** Asociación Porkcolombia - FNP
PRODUCTO / MARCA / SUBLINEA O LINEA	: Carne de cerdo fresca
NOMBRE DEL PROYECTO	: Estrategia digital 2022
FECHA BRIEF	**:** Enero del 2022

1. Contexto

La Asociación Porkcolombia administra los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura mediante contrato con el MADR, liderando diferentes programas para el desarrollo de la industria porcicola del país.
La creación de la Asociación nace por iniciativa de los porcicultores en 1.983 (década de inicio del En 1983 un grupo de productores decidió crear un organismo que mediante su gestión fortaleciera la producción porcícola en Colombia y liderara procesos de tecnificación y consolidación del sector. Así se dio inicio a la Asociación Colombiana de Porcicultores, hoy Porkcolombia.
Para 1988, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural otorgó la personería jurídica como ente gremial nacional del sector mediante Resolución 015 y actualmente continuamos siendo el gremio que representa desde hace 33 años a los productores de carne de cerdo en Colombia. Ha sido impulsador y acompañante en el proceso de tecnificación de la porcicultura en el país.

Fondo Nacional de la Porcicultura (FNP)
El Fondo Nacional de la Porcicultura es una cuenta nacional utilizada para el recaudo de la Cuota de Fomento Porcícola, la cual corresponde al 32% de un salario mínimo diario legal vigente, de acuerdo a lo establecido en la Ley 272 de marzo 14 de 1996, el Decreto reglamentario 1522 del mismo año, la Ley 623 de noviembre 21 de 2000 y la Ley 1500 de diciembre 29 de 2011.
Son responsables del pago de la Cuota de Fomento Porcícola, los productores porcinos, sean personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho y los comercializadores.
El manejo de los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura se ciñe a los lineamientos de la política sectorial del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el sector porcícola.

Junta Directiva del FNP:

- El Ministro de Agricultura o su delegado, quien presidirá.
- El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado.
- Tres (3) representantes de los porcicultores.
- Un (1) representante por las Cooperativas de Porcicultores.

La Asociación Porkcolombia – FNP es gremio nacional, que representa y defiende la actividad productiva de los porcicultores, manteniendo el posicionamiento como vocero oficial del sector frente a la comunidad, las instituciones y el estado; facilita relaciones comerciales entre los actores de la cadena, direcciona y transmite políticas de formación empresarial, capacitación y adopción de nuevas tecnologías; busca el incremento del consumo per cápita de carne de cerdo en Colombia, implementa estrategias que impactan el crecimiento rentable de los porcicultores, fomenta continuamente su vinculación, asegurando creciente representatividad y cobertura nacional e implementa estrategias para fidelizar a sus socios con el propósito de asegurar calidad y excelencia en los productos, competitividad, productividad y rentabilidad en toda la cadena de valor, con un adecuado manejo ambiental.

2. Producto

Plato de carne de cerdo – carne de cerdo servida a la mesa / categoría de carnes frescas.

3. Target

Consumidor final:
Amas de casa (de 18 a 50 años).
Ejecutivos (de 25 a 35 años).
Estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

4. **Alcance y Cobertura:** Nacional

5. Objetivos:

- ✓ Incremento en el aumento de visitas a la página.
- ✓ Incremento en el tiempo de permanencia en la página.
- ✓ Incremento, interacción y fidelización en la base de seguidores en las diferentes redes sociales.
- ✓ Cambio de percepción del consumidor final frente a la carne de cerdo.
- ✓ Aumento de frecuencia y penetración de mercado.

- ✓ Aumento de las actividades en el entorno digital que generen mayor alcance.

6. **¿Cómo debería contribuir esta actividad a su objetivo de mercadeo?**

Conocimiento del producto, desmitificando la compra, aumentando la penetración del consumo de la carne de cerdo, fidelizando e incrementando la frecuencia del público objetivo.

7. **¿Cuál es la necesidad?**

La propuesta a presentar se divide en dos partes:

Valorizar los gastos fijos mensuales que contemplan el contenido estándar para un periodo de 11 meses (Febrero a Diciembre):

Página web:

- Soporte
- Administración/Actualización
- Posicionamiento SEO
- Ingeniería

Redes sociales:

- Community manager
- Creación y seguimiento mensual del contenido
- Diseño gráfico
- Administración matriz de contenidos y sitio web (incluye cubrimiento de eventos)
- Creación y administración de parrilla de contenido (Facebook,instagram,tiktok y youtube) la frecuencia de publicaciones está sujeta a los KPI de la campaña en ejecución y el sostenimiento orgánico.
- Propuestas constantes de tácticos y campañas que apoyen los objetivos de mercadeo de la marca.
- Dentro del objetivo de la marca, se debe impulsar el formato audiovisual en el desarrollo e implementación de las campañas.
- Direccionar el contenido teniendo en cuenta los roles definidos para cada una de las redes sociales y blog de la página web.
- Planeación y creación de contenido adaptado a la necesidad que se presente con un aliado estratégico.
- Asesoría, planeación, configuración y optimización de Campañas Pagas – SEM

Indicadores:

- Informe google Analytics
- Informe comportamiento redes sociales: Facebook, Instagram, Tik Tok y Youtube.
- Métricas y medición con herramientas especializadas.
- Informe de comportamiento con influenciadores y alianzas estratégicas.
- Informe semestral de benchmarking frente a la categoría de carnes frescas.

- Valorizar contenidos creativos que serán solicitados bajo demanda:
  - BTL digital
  - Contenidos audiovisuales creativos
  - Videos/capsulas
  - Concursos

El proponente debe presentar el plan de valorización mensual del contenido adicionando acciones que complementen el fee mensual.

8. Caso

Presentar la propuesta estratégica para el desarrollo de:

- FESTIVAL DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA versión 1 del año 2022.
- Concurso digital 2022

La situación actual del mercado y el cambio en las rutinas de compra, frente a la categoría que trabajamos, carnes frescas ha cambiado, debido a esto el FESTIVAL DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA durante 30 días, para este caso, del 15 de febrero al 15 de marzo, busca aumentar el ticket promedio de compra en los puntos de venta en modalidad presencial y domicilios. Esta actividad se realiza dos veces al año, se vincula en el sitio web www.comemascarnedecerdo.co un espacio para la comunicación de los puntos de venta participantes a nivel nacional, para este proceso contamos con 259 puntos de venta de 30 marcas participantes a nivel nacional. Con el desarrollo de la dinámica digital, buscamos asegurar una transacción, incentivar en el consumidor el conocimiento de las fechas y puntos de venta para sus compras y premiar su fidelidad. Aliados con una agencia btl se realiza el desarrollo de la actividad y se activa en el entorno digital para comunicar y divulgar las actividades del festival. Presupuesto aproximado sin inversión de pauta $50.000.000

El segundo desarrollo es denominado CONCURSO DIGITAL 2022, esta actividad digital busca premiar a los conocedores y amantes aficionados de la carne de cerdo. En la cocina se esperan los hechos más inesperados, los usuarios demandan novedad y variedad para premiar su fidelidad y conocimiento, pero también están listos para aprender más sobre la carne de cerdo, los nuevos hábitos y la versatilidad de la proteína de todos los días quiere llegar a los hogares colombianos con una nueva experiencia de concurso. Esta actividad bajo el nombre de "sabor porkcolombia" se ha implementado desde hace más de 7 años con el objetivo de premiar a nuestros seguidores por su conocimiento en la carne de cerdo, destacando el conocimiento en los diferentes cortes, propiedades organolépticas y aportes nutricionales de la carne de cerdo. Presupuesto aproximado sin inversión de pauta $40.000.000

El desarrollo de la propuesta debe seguir los lineamientos generales de la campaña en vigencia 2021, "Come más carne de cerdo, pero que sea Colombiana, la de todos los días"

Debe contemplar lo siguiente:

- Desarrollo para redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Youtube)
- Desarrollo de dinamicas y premios
- Desarrollo de material audio visual para canal en youtube como apoyo y registro de las diferentes actividades propuestas
- Activaciones BTL digitales
- Campañas en Facebook Ads, Google AdWords y GDN
- La gráfica y el lenguaje deber ser muy cercano y amigable.
- Utilizar imágenes de consumo como por ejemplo momentos cotidianos en familia, la lonchera de los niños, celebraciones, etc.
- El contenido debe generar interacción y ganas de compartir.
- Se debe tener en cuenta que, en el desarrollo de la propuesta gráfica, se elimina la figura del cerdo como animal, únicamente es válida la presentación de plato con carne de cerdo, servido a la mesa.