

ANEXO 1 - BRIEF AGENCIA DIGITAL

CLIENTE	: Asociación Porkcolombia - FNP
PRODUCTO / MARCA / SUBLINEA O LÍNEA	: Carne de cerdo colombiana fresca
NOMBRE DEL PROYECTO	: Estrategia digital 2025
FECHA BRIEF	: Enero del 2025

1. Contexto

La Asociación Colombia de Porcicultores - Porkcolombia administra los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura mediante contrato interadministrativo suscrito con el MADR, liderando diferentes programas para el desarrollo de la industria porcícola del país.

La creación de la Asociación nace por iniciativa de los porcicultores en 1983 momento en que 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 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.

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 con lo establecido en la Ley 272 de 1996 y sus respectivas modificaciones.

Son responsables del pago de la Cuota de Fomento Porcícola los productores porcinos, sean personas naturales o jurídicas, y 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.

La Asociación Porkcolombia-FNP es el 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. Marca

Come más carne de cerdo

3. Activos

Página web: www.comemascarnedecerdo.co

Facebook: @comemascarnedecerdo

Instagram: @comemascarnedecerdo

TikTok: @comemascarnedecerdo

Youtube: Come más carne de cerdo

Festival de la carne de cerdo: www.festivaldelacarnedecerdo.co

Compra más carne de cerdo: www.Compramascarnedecerdo.co

Porkcoins: www.porkcoins.co

4. Producto

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

5. Target

Consumidor final:

Amas de casa (de 18 a 50 años).

Ejecutivos (de 25 a 35 años).

Estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

6. Alcance y Cobertura: Nacional

7. 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 (Facebook, Instagram, Tik ToK y Youtube).
- 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.

8. ¿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.

9. ¿Cuál es la necesidad?

La propuesta a presentar se divide en dos partes:

9.1 Valorización de gastos mensuales

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

Página web:

- Soporte.
- Administración
- 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, Tik Tok 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 alianzas estratégicas.
- Informe semestral de benchmarking frente a la categoría de carnes frescas.

Calle 37 # 16 – 52 Bogotá – Colombia PBX: (57 + 1) 248 67 77

Correo: contacto@porkcolombia.co

www.porkcolombia.co

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.

9.2 Desarrollo de casos en ecosistema digital

Presentar la propuesta estratégica para el desarrollo de:

- Agroexpo 2025.
- Concurso digital 2025.

Desde 1977 Agroexpo ha sido el escenario en el que profesionales del sector y las familias han interactuado con el campo desde la ciudad, además es un escenario en el que nuestro país se muestra como potencia agroalimentaria de la región. Desde Porkcolombia-FNP hemos sido partícipes de este evento desde hace más de una década, llevando a los colombianos la porcicultura, sus avances y tendencias. En los últimos años y por medio de nuestras campañas y sello de consumo 'Come más carne de cerdo colombiana, la de todos días' hemos decidido cambiar la dinámica de nuestra participación transformando nuestro espacio en un entorno donde se pueda aprender, degustar y sorprenderse con nuestra carne de cerdo colombiana dejando el mensaje de versatilidad, practicidad y economía de nuestra proteína en la mente de nuestros consumidores, Esto nos ha transformado en que el pabellón más visitado en las últimas ediciones gracias a nuestro invitados especiales, desarrollos tecnológicos y actividades para los asistentes convirtiendo la visita en toda una experiencia.

Desde el entorno digital buscamos generar todo un ecosistema que permita motivar a las personas a asistir a **AGROEXPO 2025**, visitar nuestro pabellón, llevarse una experiencia en la cual aprendan todos los beneficios de nuestra proteína, y los invite a consumirla mucho más en su día a día. Muy importante tener en cuenta todos los tipos de público que podemos encontramos en este espacio. Presupuesto aproximado sin inversión de pauta \$120.000.000

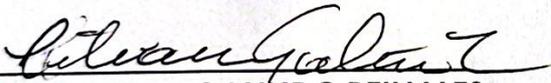
El segundo desarrollo es denominado **CONCURSO DIGITAL 2025**, esta actividad digital busca proponer una acción y desarrollo completamente nuevo que nos permita incentivar, enseñar, y premiar a los conocedores, amantes y aficionados de la carne de cerdo, destacando como valor principal la versatilidad que ofrece nuestro producto cárnico en los platos tradicionales de la cocina colombiana. Como premisa se debe entender que 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, por eso se hace tan importante estructurar una nueva iniciativa que nos permita captar su atención, sin olvidar que la innovación en el uso de las tecnologías digitales debe ser un

distintivo vital para alejarnos de competidores directos, como lo pueden ser los diferentes gremios relacionados con el pollo o la res. Presupuesto aproximado sin inversión de pauta \$70.000.000

El desarrollo de la propuesta debe seguir los lineamientos generales de la campaña en vigencia 2024, "Come más carne de cerdo, colombiana, la de todos los días" y su concepto de "Sorprende mejor con cerdo"

Debe contemplar lo siguiente:

- Desarrollo para redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Youtube).
- Desarrollo de dinámicas 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, y de allí toda la creatividad que pueda llegar a relacionarse.



LILIANA ASTRID GALINDO REINALES
Directora de mercadeo
PORKCOLOMBIA – FNP



HUGO ANDRÉS FERRO FORERO
Subdirector de mercadeo
PORKCOLOMBIA – FNP