	Versión: 08
	Código: GC-F-009

PROCESO

GESTIÓN DE COMUNICACIONES

NOMBRE DEL FORMATO

BRIEF DE COMUNICACIONES

CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Pública	x	**Pública Clasificada**		**Pública Reservada**	

INFORMACIÓN GENERAL	
CIUDAD Y FECHA DE DILIGENCIAMIENTO	Bogotá D.C. 18 de Junio del 2025
SEDE (DIRECCIÓN GENERAL/REGIONAL)	Regional Distrito Capital
DIRECCIÓN, ÁREA, DEPENDENCIA, CENTRO DE FORMACIÓN QUE SOLICITA	Coordinación de Industrias Alimentarias del Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos
SOLICITANTE/CORREO	Diego Leon Gonzalez Paez <dlgonzalezp@sena.edu.co>
NOMBRE DEL EVENTO O CAMPAÑA	Proyecto Nacional "…Transferencia tecnológica para fortalecer la panificación artesanal con masa madre en panaderías populares y rurales de Colombia…"
PÚBLICO OBJETIVO (A quién va dirigido, edad, género, ubicación)	Instructores, coordinadores, extensionistas y colaboradores vinculados al proceso de capacitación y acompañamiento del programa de masa madre a nivel nacional.
TIPO DE SOLICITUD	**Campaña o impacto de comunicación interna** x
	Campaña o impacto de comunicación externa
OBJETIVO DEL REQUERIMIENTO (Beneficios para el público objetivo, mensaje principal, propuesta de valor)	Motivar, alinear y empoderar a los equipos internos del programa (instructores, coordinadores, extensionistas y colaboradores del SENA) mediante una estrategia de endomarketing que refuerce el sentido de pertenencia, el orgullo por la técnica de masa madre y el compromiso con la formación en panaderías, promoviendo una cultura organizacional que valore la tradición, la salud y la sostenibilidad.
DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL REQUERIMIENTO	**Sensibilización y cambio de cultura panadera** La panadería tradicional en muchos sectores populares y campesinos se basa en el uso de levaduras comerciales y otros aditivos. La introducción de la masa madre implica un cambio de paradigma en los procesos de producción y fermentación del pan. Es necesario educar a los panaderos y consumidores sobre los beneficios de esta técnica, no solo en términos de sabor y calidad, sino también en su valor nutricional y sostenibilidad. La campaña permitirá derribar mitos y generar confianza en los panaderos sobre la viabilidad y rentabilidad del uso de la masa madre. **Alcance y convocatoria a panaderías** Para alcanzar la meta de capacitar a 7.344 panaderías, es clave implementar una estrategia de endomarketing que motive y comprometa a los equipos internos (instructores, coordinadores, extensionistas y colaboradores) con el programa. Una campaña bien estructurada reforzará el sentido de pertenencia, alineando esfuerzos para llegar de manera efectiva a panaderías en zonas rurales y urbanas. La comunicación interna será fundamental en identificar y motivar a los 102 instructores, asegurando que comprendan su rol de extensionismo y el impacto de su labor, además de generar entusiasmo y compromiso, destacando cómo su trabajo contribuye al crecimiento del sector panadero. Con una campaña de endomarketing efectiva, se garantizará que todos los actores internos estén alineados y motivados, potenciando así el éxito del proyecto. **Fortalecimiento de la identidad y reputación del pan con masa madre** La campaña interna buscará que los equipos (instructores, extensionistas y colaboradores) asocien el pan con masa madre con un producto saludable, artesanal y de alta calidad, reforzando su diferenciación en el mercado. A través de comunicación estratégica, se creará una marca cultural dentro de la organización, vinculando esta técnica con tradiciones panaderas ancestrales y con la identidad gastronómica local.
PALABRAS CLAVES	Tranferencia de conocimiento, pertenencia, tradición, compromiso, transformación, economía popular, sabor y saber ancestral, fermentación

INFORMACION GENERAL			
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	**Video**		x
	Preproducción		x
	Producción y edición		x
	Revisión		x
	Fotografías		x
CAMPAÑA			x
APOYO DEL INTÉRPRETE LENGUAJE DE SEÑAS			
PIEZAS GRÁFICAS	Piezas para redes		x
	Plantillas		x
	Look gráfico campañas		x
	Infografías		
	Diseño de presentaciones desde cero		x
	Impresos / editorial		
	Animaciones		x
OTRO	x	¿CUÁL?	Todas las piezas que la agencia proponga

A tener en cuenta: Se exige que la agencia seleccionada proporcione un equipo mínimo de trabajo para el desarrollo de la campaña: Director creativo, Director de cuenta, Director de arte, Diseñador digital, Copy creativo y un maestro panadero consultor que asesore los aspectos técnicos de la panificación y uso de la masa madre, de quien se envía de manera adjunta el perfil solicitado.

Tiempos diseño:	**3-5 días**	**5-10 días**	**10-15 días**	**15-20 a más días**	
*Días hábiles para la entrega de la primera versión (sin contar ajustes posteriores)					

Estos tiempos son por producto unitario, si la solicitud incluye varios productos, se tomará el tiempo del producto más extenso o se establecerá uno nuevo de acuerdo con la cantidad.