PROPUESTA TÉCNICA Y CREATIVA

CAMPAÑA DE ENDOMARKETING

SENA

IGNIWEB 2025

www.igniweb.com



036 745 1042 - 301 786 2011 - info@igniweb.com - Avenida Bolívar. No. 15N - 39 Piso 2 Armenia - Quindío

PROYECTO

Transferencia tecnológica para fortalecer la panificación artesanal con masa madre en panaderías populares y rurales de Colombia.

1. CONCEPTO ESTRATÉGICO:

Una campaña de endomarketing que fortalece la identidad cultural y técnica del pan con masa madre como un emblema de salud, sostenibilidad y tradición. El objetivo es inspirar y empoderar al equipo del SENA como los primeros multiplicadores de esta transformación panadera en Colombia.

"El mundo sería mejor si..."

...hubiera más pan que alimenta el cuerpo, respeta el tiempo y honra las manos que lo hacen.

Este pensamiento guía toda la narrativa: la masa madre no es solo una técnica, es una filosofía. Rescatarla y transferirla no solo transforma panaderías: **transforma comunidades, devuelve dignidad, conecta generaciones y despierta orgullo por lo hecho en Colombia.**

Por eso, esta campaña busca hacer que cada actor del SENA y cada panadero artesanal se pregunte:



2. CICLO DE IMPLEMENTACIÓN

Dividimos la estrategia en 4 ciclos sinérgicos, cada uno con acciones concretas, canales definidos y objetivos específicos, construyendo un sistema escalonado de impacto.

CICLO 1:
DIAGNÓSTICO, IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS Y ACTIVACIÓN INTERNA

Objetivo: Identificar el nivel de apropiación, motivaciones y barreras de los equipos del SENA frente a la transferencia tecnológica y el uso de masa madre.

Acciones:

- **Encuestas diagnósticas y focus groups regionales** con instructores, extensionistas y coordinadores para entender expectativas y crear voceros internos.
- **Articulación con Cámaras de Comercio y programas de apoyo empresarial**

Las Cámaras de Comercio son actores clave en los territorios, con capacidad de convocatoria, legitimidad institucional y cercanía con el tejido productivo local. Nuestra propuesta contempla una articulación directa con estas entidades en las regiones priorizadas, especialmente a través de sus programas de fortalecimiento empresarial, digitalización y apoyo a emprendedores.

Esta articulación permitirá:

- Identificar panaderías con alto potencial de transformación.
- Convocar aliados estratégicos en el ecosistema productivo local.
- Brindar legitimidad territorial y técnica a las actividades del programa.
- Conectar con empresarios interesados en procesos sostenibles y diferenciadores.

Además, **esta no sería la primera colaboración con una Cámara de Comercio**. Desde Igniweb ya tuvimos la oportunidad de trabajar de forma conjunta con la **Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío** en el marco del **programa de digitalización "Conecta Quindío"**, donde lideramos procesos de formación digital para más de **1.000 empresarios del sector turístico** en distintas subregiones del departamento.

Esta experiencia previa nos ha permitido construir confianza con los equipos de la cámara, entender sus dinámicas territoriales y generar metodologías efectivas de capacitación y convocatoria. Esta misma lógica se puede escalar a otros territorios, apalancando el componente de formación en masa madre con actores locales ya fortalecidos.

➡ **Desarrollo del "Kit Panadero SENA",** una caja simbólica de bienvenida con ingredientes para iniciar la masa madre, una carta motivacional, calendario de actividades y elementos de branding (delantal, libreta, stickers).



CICLO 2:

POSICIONAMIENTO CULTURAL DE LA MASA MADRE

IGNIWEB
SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL MUNDO DIGITAL

Objetivo: Reforzar la identidad técnica y cultural del pan con masa madre dentro del equipo SENA y su cadena de formación.

A. Campaña en Redes Sociales

Objetivo orgánico:
Crear comunidad e inspirar.

- **Miniseries en video: "Historias con Masa"**, donde instructores cuentan experiencias reales.
- **Reels y TikToks educativos: "Tips con Masa",** únicos, visuales, digeribles.
- **Lives con expertos** panaderos e historiadores gastronómicos.

Objetivo pago: Alcance y segmentación geográfica precisa.

- **Campañas regionales** segmentadas por zonas rurales y urbanas, con piezas adaptadas al lenguaje local.
- **Retargeting a instructores y panaderías** con interés en formación, para reforzar el mensaje.

Justificación: Las redes permiten llevar el mensaje de forma emocional y aspiracional, segmentar por localidad, profesión y afinidades, optimizando recursos frente a medios tradicionales. Además, su flexibilidad permite ajustes en tiempo real según el comportamiento del público y las métricas de interacción.

B. Programa Embajadores de la Masa Madre

- **Selección y capacitación de instructores líderes** para que sean portavoces e influenciadores dentro de la red SENA.
- **Producción de videos** con estos embajadores para divulgación interna y externa.

C. Acciones de Endomarketing para Instructores del SENA

Objetivo: Fortalecer el sentido de pertenencia, liderazgo y apropiación de los instructores como multiplicadores clave del conocimiento y la cultura alrededor del pan con masa madre. Estas acciones permitirán generar orgullo institucional, motivación genuina y una comunidad comprometida con la transformación panadera del país.

Acción 1:

Taller experiencial

"SER PANADERO, SER TRANSFORMADOR"

Un espacio vivencial, presencial o virtual, enfocado en que los instructores comprendan su rol como agentes de cambio. Aquí se conectan con el valor simbólico y práctico de la masa madre: no es solo pan, es salud pública, soberanía alimentaria, tradición cultural y economía popular.



Componentes clave:

- Actividades sensoriales (aromas, texturas, fermentaciones).
- Testimonios inspiradores de panaderos transformados.
- Reflexión sobre el impacto de la formación técnica en la vida rural y urbana.
- Entrega de un manifiesto simbólico: "Instructores con propósito".

Acción 2:

Reconocimiento institucional "INSTRUCTOR CON PROPÓSITO"

Una dinámica mensual que selecciona a instructores destacados por su labor en la apropiación de la panificación con masa madre. Se les visibiliza como referentes regionales a través de canales del SENA y aliados estratégicos.

Puntos fuertes:

- Refuerza el orgullo institucional.
- Estimula la competencia positiva y el liderazgo entre pares.
- Motiva el compromiso continuo con la calidad formativa.
- Posiciona al SENA como una red de talento humano transformador.

Acción 3:

<IGNIWEB>
SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL MUNDO DIGITAL

Muestra Nacional del PAN CON MASA MADRE

Evento híbrido (presencial y transmitido) en una ciudad clave, que reúne a instructores, panaderos populares, medios y entidades aliadas.
Habrá degustaciones, ruedas de prensa, foros académicos y demostraciones en

Objetivo: Celebrar los logros, reforzar el mensaje de sostenibilidad y crear un hito visible de la transferencia tecnológica en acción.

Beneficios:

- Visibilidad pública del programa.
- Articulación con aliados del sector productivo y educativo.
- Plataforma para que los instructores presenten sus resultados con orgullo.

Acción 4: Documental corto: "Masa Madre, Comunidad Viva"

Una pieza audiovisual tipo documental, con historias reales que muestran cómo la panificación con masa madre ha impactado la vida de panaderos, comunidades e instructores. Será distribuido en redes sociales, proyecciones regionales, ferias educativas y medios institucionales.

Claves del impacto:

- Construye memoria del proceso vivido.
- Genera identificación emocional con los instructores.
- Fortalece el sentido de misión colectiva dentro del SENA.
- Herramienta de inspiración para nuevas cohortes de formación.

Acción 5: Galería Virtual de Panaderías Transformadas

Se creará un micrositio web o sección especial dentro del portal del SENA, con un **mapa interactivo** por regiones donde se visibilicen panaderías capacitadas, sus productos, frases inspiradoras y evolución técnica.

Impactos esperados:

- Da visibilidad a los instructores a través de los resultados de sus aprendices.
- Motiva a nuevas panaderías a sumarse al proceso.
- Refuerza la narrativa de transformación descentralizada.
- Facilita la rendición de cuentas y el orgullo institucional.

CICLO 3:

VISIBILIZACIÓN Y DIFUSIÓN MASIVA

<IGNIWEB>
SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL MUNDO DIGITAL

Objetivo: Generar orgullo institucional, reconocimiento externo y conexión emocional con la misión del programa.

A. Medios Masivos

- **TV:** Franja institucional en canales regionales (Canal Trece, Telecafé, Telecaribe) con microprogramas de 2 minutos mostrando el impacto de la formación.
- **Radio:** Cápsulas "La Voz del Panadero" con historias humanas contadas por los propios instructores.
- **Prensa:** Reportajes en revistas gastronómicas (Revista Diners, Semana Cocina) y suplementos regionales.

Justificación: Los medios tradicionales consolidan la credibilidad de la estrategia y llegan a zonas rurales donde la conectividad es limitada. Esta cobertura complementa los esfuerzos digitales, asegurando una presencia transversal en la cotidianidad del público objetivo.

B. Activaciones Territoriales

- **"Día del Pan con Propósito"** en cada centro de formación: Ferias de degustación, talleres abiertos a la comunidad, premiaciones a instructores destacados.
- **"Día del Pan con Propósito"** en cada centro de formación: Ferias de degustación, talleres abiertos a la comunidad, premiaciones a instructores destacados.

Caravana de la Masa Madre:
Una ruta itinerante con panaderos, ingredientes, demostraciones y talleres prácticos, en articulación con las Cámaras de Comercio. Esto permite posicionar el proyecto en el tejido empresarial local, conectar oferta y demanda, y consolidar la red de panaderías con impacto regional.

CICLO 4: SOSTENIBILIDAD Y PROYECCIÓN



Objetivo: Asegurar que la campaña no sea un esfuerzo puntual sino una cultura instalada.

Acciones:

- **Creación de una Red Interna del Pan con Masa Madre**, con canales en WhatsApp, Telegram y Facebook para compartir logros, dudas, recetas y tips entre instructores.
- **Boletín mensual digital con contenido curado:** historias, avances, resultados, retos y aprendizajes.
- **Mapa interactivo del impacto**, mostrando las panaderías capacitadas y los instructores activos, con posibilidad de descarga de información útil para la comunidad.

III. IDENTIDAD VISUAL Y LÍNEA CREATIVA

Nombre de la campaña: *Pan con Propósito*
Tagline: *Tradición que nutre, técnica que transforma.*

Recursos visuales:

- Estilo artesanal, texturas de madera y lino, tipografía rústica.
- Paleta de colores tierra, crema y rojo quemado.
- Elementos visuales: granos, manos en la masa, pan artesanal, hornos rurales.

EVENTO DE LANZAMIENTO

IGNIWEB
SOLUCIONES INTEGRALES PARA EL MUNDO DIGITAL

Nombre: *Pan que une territorios*

- Modalidad: Híbrido – Presencial en una ciudad estratégica + transmisión digital nacional.
- Duración: 1 día (4-5 horas presenciales) + contenido digital post-evento.
- Público objetivo: Panaderos participantes, instructores SENA, medios de comunicación, cámaras de comercio, aliados estratégicos, comunidad digital interesada en gastronomía y sostenibilidad.

Objetivos del evento:

- Presentar oficialmente el proyecto a nivel nacional.
- Generar apropiación del mensaje central: “El mundo sería mejor si todos hiciéramos pan que cuida la salud, la cultura y el territorio”.
- Unir a los actores del ecosistema en un espacio de networking, formación y experiencia sensorial.
- Amplificar el alcance del evento a través de una estrategia digital y medios aliados.



ESTRUCTURA DEL EVENTO

1. Apertura Institucional y Creativa

- Bienvenida por parte de representantes del SENA y del equipo de ejecución del proyecto.
- Video inspirador (2 min) mostrando historias reales de panaderías que han transformado su comunidad a través del pan con masa madre.
- Presentación del concepto creativo (El mundo sería mejor si...) con ejemplos visuales y testimoniales.

2. Experiencia Sensorial "La Ruta de la Masa Madre"

Se monta en el lugar un circuito de stands con tres estaciones:

1. Cultura y tradición: Historias de panaderos rurales, exhibición fotográfica y mapa interactivo de panaderías participantes.
2. Salud y sostenibilidad: Degustaciones guiadas de pan con masa madre, explicando beneficios nutricionales y ambientales.
3. Innovación y negocio: Demostraciones de panificación, tips para aumentar la rentabilidad y charlas rápidas (tipo microtalks) con expertos.

3. Componente Digital en Vivo

- Transmisión simultánea vía Facebook Live, YouTube y página del SENA.
- Interacciones en tiempo real con los usuarios a través de preguntas, encuestas y votaciones (ej. "Elige el pan más innovador").
- Producción de clips cortos durante el evento para redes sociales (Instagram Reels, TikTok).

4. Lanzamiento del Reto Nacional "Pan con Propósito"

- Convocatoria a panaderías del país para compartir su propia receta con masa madre y contar su historia en redes usando un hashtag oficial (#PanConPropósito).
- Se mostrarán en pantalla las primeras publicaciones en vivo.
- Premio simbólico para la panadería con mayor impacto social, entregado en el evento de cierre del proyecto.

5. Networking y Cierre

- Espacio para que panaderos, instructores y aliados se conecten y generen sinergias.
- Entrega de kits simbólicos (harina local, masa madre, recetario).
- Cierre con el mensaje de campaña y proyección del video oficial en gran formato.

Acciones Previas

- Campaña teaser en redes con frases “El mundo sería mejor si…” y fotos de pan en contextos rurales.
- Invitaciones digitales a través de cámaras de comercio, redes del SENA y grupos de panaderos.

Posteriores

- Publicación de un resumen audiovisual del evento.
- Galería virtual con fotos y testimonios.
- Seguimiento en redes al Reto Nacional “Pan con Propósito”.

En Igniweb

Somos una agencia creativa con presencia nacional. Desde el diseño hasta la estrategia, acompañamos proyectos públicos y privados en todo el país que confían en nosotros porque resolvemos, cumplimos y proponemos.

Estos son algunos de los aliados que han recorrido el camino con nosotros: