

PLAN DE MARKETING PARA FORTALECER EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y EL RELACIONAMIENTO CORPORATIVO DE ABACO EN COLOMBIA





El hambre y la inseguridad alimentaria siguen siendo un desafío social importante.



Los bancos de alimentos cumplen un rol clave en la redistribución de alimentos.



La captación de donaciones es fundamental para su sostenibilidad.

Conociendo a



Bancos de Alimentos de Colombia

La Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO) es una organización sin ánimo de lucro, fundada en 2009 que articula la red nacional de bancos de alimentos del país, con el propósito de contribuir a la seguridad alimentaria y la reducción del desperdicio de alimentos.



Articula **25** bancos de alimentos en el país.



Más de **50.000** toneladas de alimentos distribuidas anualmente.



Fortalece la seguridad alimentaria y nutricional de población en situación de vulnerabilidad.



Un gran propósito

Contribuir a la reducción del hambre y el desperdicio de alimentos en Colombia mediante la articulación eficiente de la red de bancos de alimentos.

Misión

Fortalecer las actividades de los bancos de alimentos del país y su gestión de recursos financieros, físicos y técnicos a nivel nacional e internacional. Promover la reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos a través de sinergias con entidades público – privadas y ONG'S, incidir en políticas públicas, y trabajar conjuntamente en pro de la seguridad alimentaria y nutricional de la población en situación de vulnerabilidad en Colombia.



La misión orienta a ABACO hacia la articulación eficiente de actores para maximizar el aprovechamiento de alimentos y el impacto social.

Visión

Posicionarse, nacional e internacionalmente, como aliada de primera línea en la erradicación del hambre y a la promoción de la producción y consumo responsable en Colombia. Ser valorada por apoyar el crecimiento sostenible de los Bancos de alimentos asociados, liderando el desarrollo e implementación de estrategias, servicios y procesos innovadores con la participación conjunta de sus asociados.



La visión proyecta a ABACO como un referente nacional en seguridad alimentaria, lo que exige fortalecer su posicionamiento y visibilidad institucional.



Valores institucionales



Solidaridad



Responsabilidad social



Innovación



Transparencia



Sostenibilidad



Colaboración



Justicia social



Liderazgo

Importancia estratégica de ABACO en Colombia

ABACO desempeña un papel fundamental en la lucha contra el hambre y el desperdicio de alimentos en el país. Sin embargo, enfrenta retos asociados al posicionamiento de marca, la visibilidad institucional y la captación sostenible de recursos.

Este contexto evidencia la necesidad de fortalecer su estrategia de marketing

Problema central

Dificultad de Abaco para consolidar relaciones sostenidas y estratégicas con empresa debido a barreras de confianza, claridad del impacto y diferenciación en un entorno competitivo de causas sociales

Aunque ABACO tiene alto impacto social y reconocimiento en el sector, enfrenta desafíos en:


ABACO
Bancos de Alimentos de Colombia
**Visibilidad
institucional**



**Estrategias de comunicación
estructuradas**



**Captación de
nuevos donantes**

Marketing Analítico

Diagnóstico Estratégico

**Análisis del contexto, mercado
y posicionamiento de ABACO**



Metodología de análisis

Procesamiento estadístico de datos

Instrumentos aplicados:

Análisis documental



Encuestas a empresas: donantes potenciales y donantes actuales



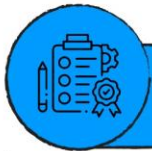
Grupos focales



Análisis estratégico



Análisis PESTEL



Político

Apoyo gubernamental a la seguridad alimentaria.

Beneficios tributarios para donantes.

Cambios de gobierno y variaciones en la prioridad de políticas públicas.



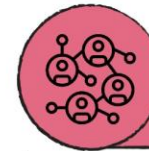
Económico

Crecimiento del sector de RSE.

Crisis económica y alta inflación.

Desigualdad en la distribución de ingresos.

Aumento en desperdicio de alimentos.



Social

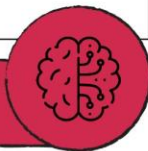
Creciente sensibilización sobre el desperdicio de alimentos.

Desnutrición y pobreza.

Cambio en hábitos de consumo.

Educación limitada sobre donación corporativa.

Tecnológico



Digitalización y marketing digital.

Innovación en logística.

Brecha digital.

Uso de plataformas de recaudación online.

Ecológico



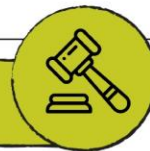
Impacto ambiental del desperdicio de alimentos.

Regulación ambiental más estricta.

Conciencia ecológica empresarial.

Cambio climático y producción agrícola.

Legal



Normativas sobre seguridad alimentaria.

Leyes sobre el manejo de donaciones.

Protección de datos y transparencia.

Impuestos y regulación sobre asociaciones sin ánimo de lucro.

Análisis FODA



Fortaleza

Características y habilidades internas

- Red consolidada que apoya a 25 bancos de alimentos en Colombia.
- Misión social orientada al bienestar y seguridad alimentaria.
- Trayectoria reconocida y alianzas empresariales.
- Incentivos tributarios para donaciones.
- Contribución al bienestar social.



Oportunidad

Características y habilidades externas

- Crecimiento de la RSE en Colombia.
- Adopción de herramientas digitales.
- Reducción del desperdicio de alimentos.
- Diversificación de fuentes de ingreso.
- Colaboración con entidades internacionales.



Debilidad

Dificultades y limitaciones internas

- Falta de estrategia de marketing.
- Visibilidad limitada frente a aliados.
- Dependencia de métodos tradicionales.
- Segmentación deficiente de públicos y donantes, que reduce la efectividad comunicacional.
- Recursos financieros limitados.

Amenaza

Dificultades y limitaciones externas

- Alta competencia por donaciones.
- Desconfianza en algunas ESAL.
- Dificultades financieras.
- Fluctuaciones económicas.



Procesamiento Estadístico y Diagnóstico de Percepción

Análisis cuantitativo de nuestra base de valor (N=98)

Ficha Técnica y Metodología



Muestra Triangulada: 45 Donantes Potenciales, 45 Donantes Activos y 8 Colaboradores Internos.



Enfoque Mixto: Análisis descriptivo con cálculo de frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central.



Validación: Escala Likert (1 al 5) para evaluar la percepción empresarial, respaldada por juicio de expertos.

Indicadores de Percepción Promedio



Transparencia en Recursos: 3.9 / 5.0
Alta credibilidad institucional.



Claridad de la Causa: 3.7 / 5.0
El propósito de ABACO es comprendido.



Beneficios Fiscales: 3.3 / 5.0
Desconocimiento técnico por parte del sector.



Efectividad Comunicativa: 3.0 / 5.0
Punto crítico y foco principal de intervención.

Insights clave del diagnóstico

Alto impacto, baja visibilidad

ABACO genera impacto social significativo, pero su posicionamiento institucional aún es limitado frente a potenciales aliados.

Existe interés empresarial en donar

Las empresas muestran disposición a apoyar causas sociales, especialmente cuando perciben transparencia, impacto y beneficios tributarios.

Las barreras son principalmente informativas

El desconocimiento de beneficios fiscales, la falta de acompañamiento y la complejidad percibida del proceso limitan la donación.

Oportunidad de fortalecer la comunicación

El crecimiento de ABACO depende de comunicar mejor su impacto, facilitar el proceso de donación y construir relaciones estratégicas con empresas.



Buyer Persona



Empresas que buscan generar impacto social, fortalecer su reputación corporativa y desarrollar iniciativas de responsabilidad social mediante alianzas estratégicas.

- Perfil 1: Retail y Consumo Masivo
El Aliado de Cara al Cliente
- Perfil 2: Sector Alimentos y Bebidas
El Aliado en la producción
- Perfil 3: Sector Logístico
El Motor que Mueve la Causa



Perfil 1: Retail y Consumo Masivo

Segmento Prioritario



El Perfil: Medianas y grandes con alto volumen de inventario y contacto directo con el consumidor final.



Su Foco: Cumplir criterios ESG, conectar con el cliente y fortalecer su reputación.



La Barrera: Saturación de causas sociales; cuesta diferenciar lo que genera impacto real.



La Solución **ABACO** Bancos de Alimentos de Colombia: Somos el aliado que transforma excedentes en impacto social real, creíble y comunicable.



Perfil 2: Sector Alimentos y Bebidas

Segmento Prioritario



El Perfil: Productores, transformadores o comercializadores a escala regional y nacional.



Su Foco: Reducir pérdidas (desperdicio), optimizar recursos y demostrar coherencia operativa.



La Barrera: Miedo al riesgo reputacional y desconocimiento del proceso formal de donación.



La Solución  **ABAC** Bancos de Alimentos de Colombia: Facilitamos la gestión logística, mitigamos riesgos legales/reputacionales y entregamos métricas claras.



Perfil 3: Sector Logístico

Soporte Estratégico



El Perfil: Grandes operadores de transporte, almacenamiento y distribución.



Su Foco: Diferenciarse comercialmente y posicionarse como actores clave en soluciones sociales.



La Barrera: La falsa percepción de que apoyar la causa = "costos extra", y sentir que su trabajo es invisible.



La Solución  **ABACO**: Los sacamos del anonimato. Articulamos su rol para demostrar que su operación es el puente directo hacia el impacto social.

Insights del análisis de donantes

Los donantes valoran el impacto social y la transparencia de las organizaciones.

Sin embargo, el nivel de conocimiento en el sector empresarial aún es limitado.

Existe confianza en ABACO y reconocimiento dentro del sector social.

Las empresas buscan alianzas estratégicas más que donaciones ocasionales.

El reto no es la reputación de ABACO, sino fortalecer la comunicación y la relación con los donantes.

Ventaja competitiva



Nuestra Capacidad Única:

25 Bancos de Alimentos articulados.

300+ Municipios de alcance.

1.4M+ Personas vulnerables impactadas.

Gobernanza: Procesos técnicos estandarizados y auditables.

La Propuesta de Valor para el Aliado:

No ofrecemos solo una transacción de caridad. Te invitamos a ser protagonista de un cambio estructural contra el hambre. Únete a las "Empresas que Alimentan Colombia".

Estrategia Plan de Marketing



Objetivo General:

Fortalecer la sostenibilidad financiera de Abaco, consolidando las relaciones actuales y ampliando la base de aliados estratégicos a largo plazo.

Indicadores Clave de Éxito:



**Retención
de donantes
(Fidelización)**



**Donaciones
Recurrentes
(Relacionamiento
continuo)**



**Valor Promedio
por Alianza
(Evolución a nivel
estratégico)**



**Satisfacción y
Confianza
(Transparencia y
seguimiento)**



**Nuevos Aliados
Corporativos
(Atracción por
posicionamiento)**



Impacto del plan de marketing



Enfoque relacional

Crecer desde adentro



Nuestro Norte: Construir confianza a largo plazo y reducir fricciones en la donación (Más relación, menos transacción).

Un Modelo Articulado

Fidelización (El Corazón): Cuidar, profundizar y visibilizar a nuestros aliados actuales. Son nuestro mayor activo.

Posicionamiento (El Soporte): Reforzar la credibilidad institucional y evidenciar el impacto real que generamos juntos.

Captación (El Resultado): Atraer nuevos aliados como consecuencia natural de nuestra excelente reputación y el "boca a boca" corporativo.

Frentes estratégicos del plan

1. Fidelización (Aliados Corporativos)

De donación puntual a alianza estratégica.

Reportes de impacto y uso de recursos.

Espacios de relacionamiento directo.

Programas de reconocimiento institucional.

Iniciativas de crecimiento progresivo del aporte.

2. Visibilización y Posicionamiento

Diferenciación basada en evidencia.

Contenido estratégico (datos y modelo de impacto).

Casos de éxito corporativo.

Foros y charlas con expertos en sostenibilidad.

Fortalecimiento de canales digitales y web.

3. Generación de Nuevos Aliados

Atracción focalizada y de baja fricción.

Presencia en eventos de sostenibilidad empresarial.

Propuesta de valor estructurada (Pitch comercial).

Propuestas a la medida de cada empresa.

Relacionamiento directo con tomadores de decisión.

Marketing Mix del plan

Producto:

Alianza a la Medida

Impacto medible,
transparente y co-creado.

Iniciativas: Del Aporte a la
Mesa (visibilidad de recursos)
y Soluciones que Suman
(alianzas personalizadas).

Precio:

La Inversión Social

La donación como inversión
con retorno reputacional.

Iniciativa: Multiplica el
Impacto (evolución progresiva
basada en confianza y
resultados).

Plaza:

El Ecosistema de Encuentro

Canales directos para
construir pertenencia.

Iniciativas: Comunidad
Empresas que Alimentan
Colombia (reuniones y
espacios de cercanía).

Promoción:

La Narrativa de Evidencia

Comunicación basada en datos
y validación externa.

Iniciativas: Bocados de ABACO,
Promesa Cumplida, Voces que
Validan y el ecosistema digital
ABACO en la Red.

Plan de acción



Priorización Estratégica de Iniciativas

Fase 1: (Alta viabilidad con recursos actuales + Alto impacto relacional)



Fase 2: Expansión y Madurez (Requieren mayor inversión o consolidación previa)

- Soluciones que Suman
- Empresas que Alimentan Colombia
- Promesa Cumplida
- Transforma con ABACO.

Criterios del Filtro Estratégico:

Impacto directo en fidelización • Viabilidad operativa del equipo
• Efecto multiplicador orgánico.

Customer Journey



18
meses



1. Descubrimiento y Evaluación

El Aliado busca:
Relevancia y credibilidad.

Acción Abaco:
Comprensión del modelo
y reducción de
incertidumbre.



2. Vinculación Estratégica

El Aliado busca: Confianza y
claridad operativa.

Acción Abaco:
Acompañamiento sin fricciones
y propuesta de valor clara.

3. Consolidación y Evolución

El Aliado busca: Retorno
en propósito y
posicionamiento.

Acción Abaco: Evidencia
de impacto, reportes y
relaciones a largo plazo.

Táctica y Medición del Journey

Evolución del interlocutor y nuestros indicadores de éxito

1. Atracción y Decisión

Hablamos con: Áreas de Marketing, RSE y Gerencia.

Entregamos: Casos de éxito, infografías del modelo y propuesta de valor.

Nuestros KPIs: Alcance, Leads generados y Tasa de conversión (Alianzas cerradas).

2. Onboarding y Relación

Hablamos con: Alta Dirección y Directivos de Marca.

Entregamos: Propuestas de escalabilidad, relaciones públicas (PR) y espacios de reconocimiento.

Nuestros KPIs: Incremento del aporte (%), Tasa de retención y Nuevos referidos generados.

3. Evolución y Promoción

Hablamos con: Jurídico, Operativo y Líderes de Cuenta.

Entregamos: Guías de proceso, reportes periódicos de impacto y reuniones de seguimiento.

Nuestros KPIs: Tiempo de cierre, Nivel de satisfacción y Engagement del aliado.



Parrilla de contenidos

Frecuencia estratégica (Distribución Semanal)

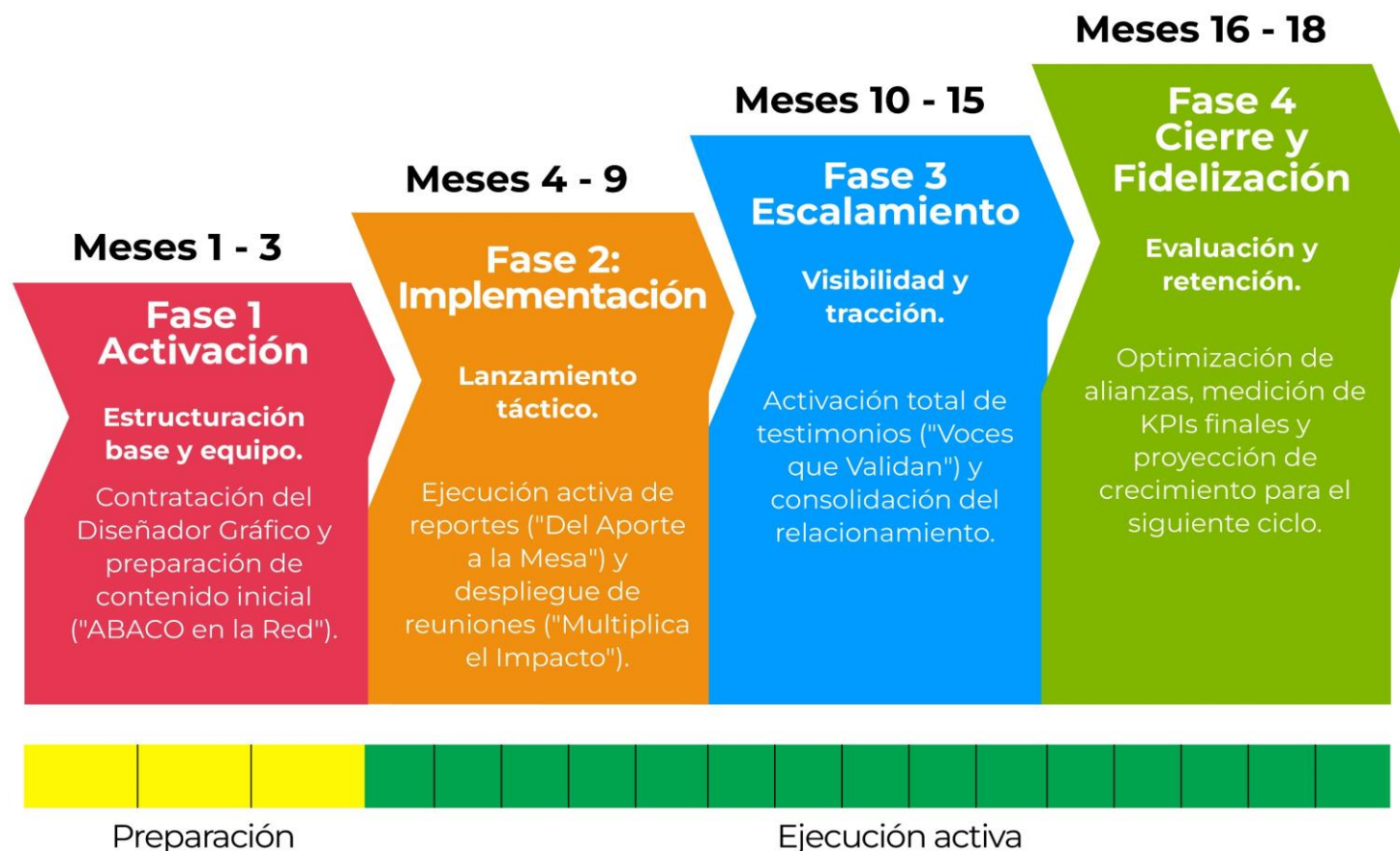
	Del Aporte a la Mesa Fidelización / Transparencia	2 Piezas	22%
	Multiplica el Impacto Crecimiento estratégico	2 Piezas	22%
	Bocados de ABACO Posicionamiento y educación	2 Piezas	22%
	Voces que validan Atracción y validación externa	2 Piezas	22%
	ABACO en la red Actualización institucional	1 Pieza	12%

Ejemplo de semana

Día de la Semana	Jornada Mañana (AM)	Jornada Tarde (PM)
Lunes	 Del Aporte a la Mesa  Canal: Email  Mensaje: Transparencia (Uso de recursos)	 Bocados de ABACO  Canal: LinkedIn / Instagram  Mensaje: Explicación del modelo
Martes	 Multiplica el Impacto  Canal: Reunión / Directo  Mensaje: Oportunidades de crecimiento	 ABACO en la Red  Canal: Email  Mensaje: Resumen mensual institucional
Miércoles	 Del Aporte a la Mesa  Canal: Multicanal  Mensaje: Historia con datos de impacto	 Voces que Validan  Canal: LinkedIn / Instagram  Mensaje: Caso de éxito de un aliado
Jueves	 Multiplica el Impacto  Canal: LinkedIn / Instagram  Mensaje: Insight logístico / Reducción de costos	Espacio flexible
Viernes	 Bocados de ABACO  Canal: LinkedIn / Instagram  Mensaje: Infografía contextual (Hambre)	 Voces que Validan  Canal: Email / Web  Mensaje: Reconocimiento a la comunidad

Cronograma de implementación

El plan se ejecutará durante 18 meses, combinando acciones de:



Presupuesto estratégico y ejecución

Tiempo: 18 meses / Inversión total: \$120.000.000



1. Fortalecimiento de la Capacidad Interna

Rol Estratégico: Diseñador Gráfico Junior (De planta).

Justificación: Optimiza costos (vs. tercerización), garantiza consistencia en la marca y da soporte transversal a todas las iniciativas.

\$45.000.000

2. Distribución Táctica por Iniciativas



Del Aporte a la Mesa:

Reportes y audiovisual



\$18.000.000



ABACO en la Red:

Infraestructura web



\$15.000.000



Multiplica el Impacto:

Logística y relacionamiento



\$12.000.000



Bocados de ABACO:

Producción de contenido



\$10.000.000



Voces que Validan:

Testimonios y PR



\$10.000.000



Contingencia e Imprevistos:

CRM y herramientas



\$10.000.000

Proyección Financiera y Retorno de Inversión (ROI)

El Marketing como motor de sostenibilidad y crecimiento



Resumen de Inversión (18 Meses)

Presupuesto Total: \$120.000.000

Capacidad Operativa: 37%
destinado a talento in-house.

Ejecución Táctica: 63% destinado
a infraestructura digital, eventos y
visibilidad de impacto.

Proyección de Ingresos Adicionales



Estrategia de Fidelización:

Incremento del 8% en el aporte
del 15% de los donantes actuales
\$714.000.000

Estrategia de Captación:

Vinculación de 15 nuevos aliados
corporativos (promedio
\$30M/anual) **\$930.000.000**

**Ingreso Adicional Total
Estimado: \$1.644.000.000**

Indicador de Eficiencia (Cierre de Impacto)

**Relación Beneficio /
Inversión:** 13.7 veces



Por cada \$1 invertido en este
plan de marketing, **ABACO
proyecta recaudar \$13.7
adicionales** para la lucha
contra el hambre.



Del Aporte a La Mesa

Eje de transparencia y rendición de cuentas

El Hilo Conductor en el Journey

Descubrimiento: Publicamos datos macro. (Ej. "Lo que logra ABACO en 1 mes"). Genera curiosidad y confianza.

Vinculación: Reporte de Bienvenida. (Ej. "Tu primera donación llegó a su destino"). Elimina la incertidumbre logística.

Fidelización (Eje central): Dashboard hiper-personalizado. (Ej. "El impacto exacto de tu empresa este año"). Justifica la renovación de la alianza.



Save the Day

INVITACIÓN DESAYUNO ESTRATÉGICO EMPRESAS QUE ALIMENTAN COLOMBIA



Desde la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), hemos seguido de cerca el liderazgo y compromiso que su empresa ha demostrado en materia de sostenibilidad e impacto social.

Multiplifica el Impacto

Eje de crecimiento y relacionamiento uno a uno

El Hilo Conductor en el Journey

Descubrimiento: Insights en LinkedIn sobre eficiencia. (Ej. "Donar vs. Destruir: El ahorro logístico"). Atrae a tomadores de decisión.

Vinculación: Reunión de planificación conjunta. Trazamos metas a 12 meses alineadas a sus KPIs corporativos.

Fidelización (Eje central): Business Review Anual. Evaluamos éxitos y presentamos una propuesta estructurada para escalar su aporte el siguiente año.



Bocados de ABACO

Eje de educación y comprensión del modelo

El Hilo Conductor en el Journey

Descubrimiento: Infografías de contexto. (Ej. "Dónde se pierde más comida en Colombia"). Posiciona a ABACO como autoridad.

Vinculación: Micro-píldoras operativas. Educamos al aliado sobre procesos (cadena de frío, logística) para agilizar su donación.

Fidelización (Eje central): Profundización ESG. Mostramos cómo su participación afecta indicadores globales (ODS), dándoles argumentos técnicos de valor.



ABACO en La Red

La casa digital y el motor de conversión

El Hilo Conductor en el Journey

Descubrimiento: Web optimizada (SEO). Cuando una empresa busca "cómo donar alimentos", nuestra Landing Page capta el lead sin fricciones.

Vinculación: Formularios B2B y automatización de correos de bienvenida con guías de donación.

Fidelización (Eje central): El "Boletín Institucional" (Newsletter). Mantiene la marca viva en la mente del aliado de forma mensual y constante.



Impacto

Cómo donar

Beneficios
tributarios

Casos de
impacto

Tu empresa puede
ALIMENTAR esperanza.

Conviértete en
Aliado aquí



Los Bancos de Alimentos conectan tu empresa
con una causa que alimenta a Colombia



Voces que Validan

El poder de la prueba social (Testimonios)

El Hilo Conductor en el Journey

Descubrimiento: Videos cortos de aliados referentes. (Ej. "Por qué el Grupo X confía en nosotros"). Genera "efecto rebaño" y alta credibilidad.

Vinculación: Casos de estudio escritos. Se envían al prospecto indeciso para cerrarlo, demostrando éxito operativo con empresas similares.

Fidelización (Eje central): El aliado se vuelve la estrella. Invitar a un donante actual a ser el protagonista de un caso de éxito lo enorgullece y sella su lealtad institucional.

Más que donaciones, este plan busca construir alianzas estratégicas que permitan ampliar el impacto social de ABACO y fortalecer la seguridad alimentaria en Colombia.

