

Aceite de palma, un símbolo que representa la colombianidad



Por: Lourdes Molina Navarro

Responsable de Comunicaciones Externas

Fedepalma y los palmicultores le siguen apostando a la colombianidad con una nueva campaña orientada al consumo de aceite de palma 100% colombiano en los hogares del país, extendiendo la invitación a preferirlo en sus mesas por ser “saludable, natural y único como nuestra tierra”, conectando el aceite con la identidad de los colombianos.

Así lo expresó Jens Mesa Dishington, Presidente Ejecutivo de Fedepalma, y explicó que en esta nueva campaña, el atributo más importante que se resalta es que “somos el aceite colombiano”, un diferencial que va acompañado de una serie de beneficios nutricionales;

además, responde a una estrategia cercana, urbana, que busca ser parte de las conversaciones cotidianas con el fin de mejorar el posicionamiento del producto entre los consumidores.

“Nuestro objetivo fundamental es aumentar la identificación, preferencia y consumo de aceite de palma 100% colombiano, frente a otros aceites comestibles en Colombia, y por ello hemos tenido en cuenta investigaciones y resultados de las evaluaciones de la campaña 2020 para llegar a una estrategia sencilla, simple y que responda a las necesidades de los consumidores”, aseguró.

Fedepalma diseñó un sello distintivo para el aceite de palma 100% colombiano, lo llevan marcas de aceite que ya están en canales de venta en el país para facilitar su identificación, preferencia y compra del aceite de palma por parte de los consumidores y reafirmar la estrategia de mercadeo 2020 que tuvo como objetivo que el colombiano compre producto colombiano.

La Directora de Gestión Comercial Estratégica de Fedepalma, Daniella Sardi Blum, explicó que “el mensaje central destacará que somos el aceite de palma 100% colombiano, único como nuestra tierra, y hablaremos de su naturalidad, color característico y bondades nutricionales. Además, vamos a posicionar ese mensaje en medios digitales a través del *hashtag* #PalmasArriba en todas nuestras piezas”.

También agregó que “para lograr una conexión emocional es necesario que la marca conecte con lo que significa ser colombiano, y esté presente en las ocasiones, y situaciones que los colombianos consideran representan su colombianidad, por ejemplo, momentos como partidos de fútbol, celebraciones familiares, con amigos o compañeros de trabajo, y otras ocasiones significativas”.

El punto de partida de la campaña 2021 serán las redes sociales. “Vamos a tener una presencia muy fuerte en Instagram, Facebook, Twitter y YouTube a través de la cuenta @lapalmaesvida. Es un plan de medios por

oleadas que trabajará con piezas digitales interesantes e innovadoras, que nos conectan con lo que significa ser colombiano”, manifestó.

MasterChef es una de las plataformas en las cuales será protagonista el aceite de palma en 2021 como ingrediente fundamental en las estaciones y preparaciones de sus participantes. Influenciadores como Nicolás de Zubiría y María Clara Rodríguez estarán haciendo preparaciones, mostrando las marcas de aceite que tienen el sello de aceite de palma 100% colombiano y haciendo sus recomendaciones para comprar y usar el aceite a través de videos en redes sociales.

Esta iniciativa será acompañada desde finales del mes de mayo con actividades dirigidas a los consumidores que buscan y deciden sus compras en los puntos de venta. “Estaremos allí para ayudarlos a identificar y escoger aquellos aceites que tienen en sus etiquetas el sello del aceite de palma 100% colombiano. Así mismo, mediante actividades lúdicas, les hablaremos sobre las bondades nutricionales y funcionales del aceite de palma, y se podrán llevar diversidad de regalos por sus compras”, puntualizó Sardi Blum.

Estas actividades estarán acompañadas con entrevistas a compradores y productores de aceite para informar sobre próximas actividades y premios, y así motivar la compra del producto. “Buscamos motivar a todos los consumidores, incluyendo a los colaboradores de la cadena agroindustrial del aceite de palma, quienes juegan un papel fundamental y muy representativo, siguiendo nuestras redes, compartiendo los contenidos con amigos y familiares, e interactuando con las publicaciones”, comentó la directiva.

“Con #PalmasArriba, buscamos que las personas nos cuenten todo lo que merece un aplauso, lo que hacen desde sus casas, colegio, universidad o trabajo, cómo contribuyen con su comunidad, sus talentos, preferencias y recetas hechas en casa, y en general, todo lo positivo que hay por resaltar. Por eso #PalmasArriba por nuestro fútbol que nos da grandes alegrías; #PalmasArriba por nuestros escarabajos que la luchan hasta llegar a su meta; #PalmasArriba por los palmicultores que hacen posible llevar a la mesa un aceite comprometido con la sostenibilidad y con todos los colombianos; y #PalmasArriba por nuestro aceite de palma 100% colombiano que nos llena de orgullo” concluyó Sardi Blum.



**#PALMASARRIBA
POR EL ACEITE DE PALMA
100% COLOMBIANO**

ACEITE DE PALMA
— 100% —
COLOMBIANO

ÚNICO COMO
NUESTRA TIERRA
BUSCA EL SELLO EN LA ETIQUETA

WWW.LAPALMAESVIDA.COM
SÍGUENOS EN @LAPALMAESVIDA

fedepalma