

Master Chef, una apuesta del Aceite de Palma 100% Colombiano

Por: **Adriana Navarro**, Líder de Mercadeo Sectorial de Fedepalma.



Para 2022 en el programa Master Chef se hizo grabación en campo, lo que necesitó de una gran logística. Foto: Diana Alvao.

El aceite de palma colombiano es ese que tiene historias que dan ejemplo de vida en todos los territorios, que ya es conocido por más de 40% de los colombianos y que, desde hace unos años, ha buscado tener un lugar en la mente del consumidor y un reconocimiento especial por todo lo que encierra, ya que es un producto natural, versátil y está comprometido con la sostenibilidad ambiental, social y económica.

Y es que con tantos atributos, es importante darlos a conocer al consumidor, de tal manera que quien lo compre tenga la certeza de que tiene un producto de

calidad, en todos los frentes. La estrategia de promoción y posicionamiento del Aceite de Palma 100% Colombiano empezó con una campaña que relataba las historias de personas que han sido impactadas por el cultivo de la palma, con el fin de abrir camino y contarle a la gente que este aceite existe, que es bueno y que es distinto a lo que se habla en redes sociales, porque tiene un origen que hace la diferencia.

A partir de allí, se han construido mensajes que hablan de la diferenciación de este aceite frente a la competencia. Y es así como la consistencia y coherencia de dichos mensajes han impactado los resultados, duplicando la recordación de 3% a 11%, desde 2019 a 2021, en la que se destaca que quienes lo recuerdan tienen claras sus características principales como el color, el sabor y las bondades nutricionales, entre otras.

Este esfuerzo ha sido acompañado por el plan de medios y una estrategia adicional en canales de venta, la cual permite identificar, promover y vender el aceite de cocina que tiene en la etiqueta el sello de Aceite de Palma 100% Colombiano. Esta, ayuda a que los compradores lo identifiquen fácilmente y a las marcas que lo contienen, mediante actividades que entregan una información corta y precisa sobre las bondades y las características del mismo. Estos canales se convirtieron en otro medio que aporta a la construcción de la marca, con una recordación de 6% por parte de compradores que dicen haber visto material como cenefas, rompetráficos y collarines en los puntos de venta.

Frente al tema, ¿cuáles son las marcas? y ¿dónde las encuentro? son las preguntas frecuentes de los consumidores, las cuales se pueden resolver a través de la página lapalmaesvida.com/marcas, lugar web en el que se puede encontrar la lista de más de 35 marcas que tienen en su etiqueta el sello del Aceite de Palma 100% Colombiano. Es así como se invita a ser embajadores y a promover e informar sobre los productos con estas características y sobre los puntos de venta donde los pueden encontrar tanto familiares y amigos.

La televisión es el medio masivo donde la campaña ha sido más vista en el país, con una penetración de 98%, que aporta una recordación que llega hasta 80%. Pero también se encuentra en radio, un medio que aporta frecuencia y alcance, es decir, llega a muchas regiones del país, y también en los canales digitales de #LaPalmaEsVida, redes sociales como Twitter, Instagram, Facebook y ahora TikTok.



El punto de venta está diseñado para identificar y promover el aceite de cocina que tiene en la etiqueta el sello Aceite de Palma 100% Colombiano.

El reto es inmenso, hay mucho por hacer y por construir

Hace unos años, el canal RCN televisión hizo una invitación para ser parte de la familia de patrocinadores del programa Master Chef. La propuesta era hacer presencia en las estaciones de cada participante con los dos aceites: el rojo y el dorado, pero adicionalmente se tendrían retos en los que el Aceite de Palma 100% Colombiano fuera un ingrediente en las preparaciones, en cada una de las temporadas.

Para 2022 se logró tener un reto en campo, lo que implicó una logística inmensa y compleja. La selección

de la locación tuvo varias etapas, la primera opción fue en los llanos y la segunda en la Zona Central, ambas locaciones fueron rechazadas por RCN TV por consideraciones internas. Una vez se tuvo el plan de rodaje del final de la temporada, se presentó la oportunidad de estar en la Zona Norte y finalmente seleccionaron Maria La Baja.

En realidad, lo más importante de todo este esfuerzo fue haber tenido hora y media de programa en campo, las menciones de la agroindustria y del aceite, la visibilidad de la versatilidad del producto y los comentarios de los protagonistas. Fue una exposición valiosa y si se monetiza, se estaría hablando de 90 minutos de pauta.

Master Chef se ha convertido en una plataforma importante para la estrategia de posicionamiento del Aceite de Palma 100% Colombiano, pues se tiene un validador de peso que es Nicolás de Zubiría y un producto que se ve bien en las estaciones, sin embargo, se necesita evolucionar en la manera de presentarlo al consumidor final. Eso se va a implementar en 2023 de manera que sea más claro y se evite que el consumidor busque las botellas que se muestran en el programa.

Es así como Fedepalma está comprometida con evolucionar y lograr, cada vez, mejores resultados porque hay mucho camino por recorrer y muchos retos por cumplir. Por eso, se invita a todos a ser seguidores de las redes (LaPalmaEsVida), a ser embajadores del sello y del aceite, pues se tiene una comunidad inmensa y entre todos se puede trabajar y compartir experiencias.

Si tienen alguna duda o sugerencia pueden escribir a anavarro@fedepalma.org



La mejor selección genética en palma

Semillas Germinadas *Elaeis Guineensis* DxP – Híbrido OXG

- Altamente productivas
- Mayor resistencia a las enfermedades y a los climas extremos
- Semillas de lento crecimiento

Información y Ventas: Cra. 9 No. 74-08 Of. 208, Bogotá - Colombia
 (+571) 7449089 (+57) 312-3043951 / 316-3672069 crojas@sepalm.com.co

PALMELIT
 OIL PALM SEEDS - CIRAD INSIDE

Elija bien, elija a los mejores

www.semillasdepalma.com