



PLAN ESTRATÉGICO

del Programa Nacional de Promoción
para el consumo de Papa

iDeas
M E D I A L A B


fedepapa®
FEDERACIÓN COLOMBIANA
DE PRODUCTORES DE PAPA

FAFP
FONDO NACIONAL DE
FOMENTO DE LA PAPA

GRAN CONCLUSIÓN



LA PAPA COLOMBIANA:
UN PRODUCTO CON POCA
CONEXIÓN EMOCIONAL,
UNA TRADICIÓN
SIN CONOCIMIENTO.





**UN AMOR POR
CONSTRUIR**



**UN
DESCONOCIMIENTO
POR ATACAR**



**UN AMOR POR
CONSTRUIR**

Si bien más del 80% de los encuestados consideran la papa como un producto típico nacional



Y si bien nos gusta la papa, su consumo se debe mayormente a razones funcionales (precio, facilidad, sabor)

ESTO ES UNA DEBILIDAD

- Porque es facil de preparar y es deliciosa
- Por tradición y además por su variedad de preparación es deliciosa
- Me gusta , y por su valor nutricional
- Variedad de opciones para preparación
- Tiene un sabor agradable
- es un tipo de carbohidrato complejo, lo que la convierte en una fuente de energía 100% natural

Incluso hay división
sobre el verdadero
apoyo a los
productores



SOY QUITIAN 🇨🇴
@QuitianMa

El campesino no necesita nada regalado, ese que produce, se levanta todos los días a las 3am, lo que necesita es garantías para producir y ganar! Inviertan en las vías, bajen impuestos a los insumos, protejan la producción Nacional! No dejen entrar productos subsidiados!

9:50 p. m. · 14 nov. 2020 · Twitter for Android



Juan Esteban Mesa
Marce Gutiérrez eso es sentimentalismo barato, al campesino se le ayuda contándole que en el valor agregado está el crecimiento.. no es fácil pero se puede lograr, nadie nació grande ni aprendido, pero ya el tema de pensar que nuestra papa es la mejor, es una posición muy corta, que no ayuda en nada a la problemática.

Me gusta · Responder · 42 sem

SOMOS
EL PAÍS MÁS
BUENA PAPA
DEL MUNDO
¡COMAMOS NUESTRA PAPA!

fedepapa®
FEDERACIÓN COLOMBIANA
DE PRODUCTORES DE PAPA

FAFP
FONDO NACIONAL DE
FOMENTO DE LA PAPA

En una categoría donde el precio es una barrera pero no un detonante de consumo

¿Qué te motivaría a consumir más papa en tu día a día?

1068 respuestas

- No sé
- Variedad
- Recetas
- Precio**
- Más recetas
- Su sabor
- Nada
- De lo rico que saben, en como me lo preparo
- Estar en casa para prepararla

¿Qué te motivaría a consumir más papa en tu día a día?

¿Qué te desmotivaría a consumir papa en tu día a día?

1068 respuestas

- Nada
- El precio**
- Precio
- Nada
- Calidad
- El precio
- el precio
- De lo rico que saben, en como me lo preparo
- Son muchas harinas

¿Qué te desmotivaría a consumir papa en tu día a día?



LA PAPA NECESITA CONSTRUIR UNA CONEXIÓN EMOCIONAL RENOVADA Y FUERTE CON LOS COLOMBIANOS

"El 75 % de las decisiones se toman de manera inconsciente, influyendo las emociones en este proceso, nuestro subconsciente crea los sentimientos (emociones) que influyen en la acción de decisión" NIELSEN GLOBAL 2020.



HAY UNA TAREA ESTRATÉGICA DESDE LO EMOCIONAL



DE QUE LES GUSTE



A QUE LA AMEN

DE QUE CREAN
QUE ES TÍPICA



A QUE SIENTAN
ORGULLO

DE QUE SIENTAN
EMPATÍA POR SUS
PRODUCTORES

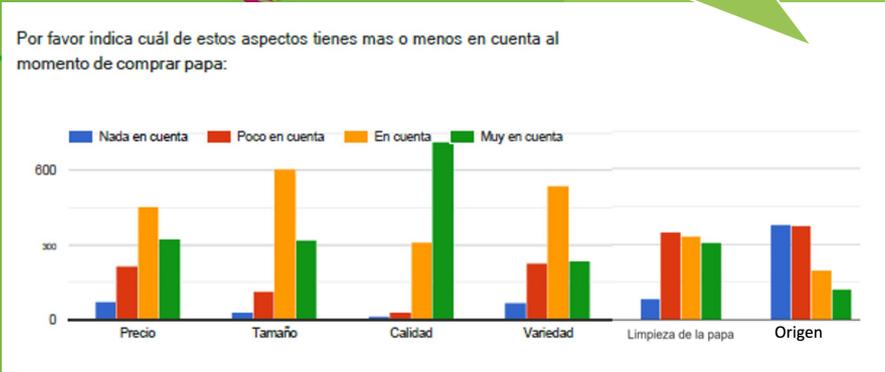
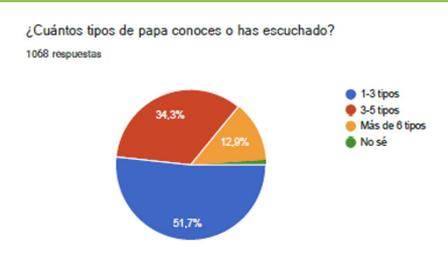


A QUE SIENTAN
ADMIRACIÓN POR
LOS EMPRESARIOS
DE LA PAPA





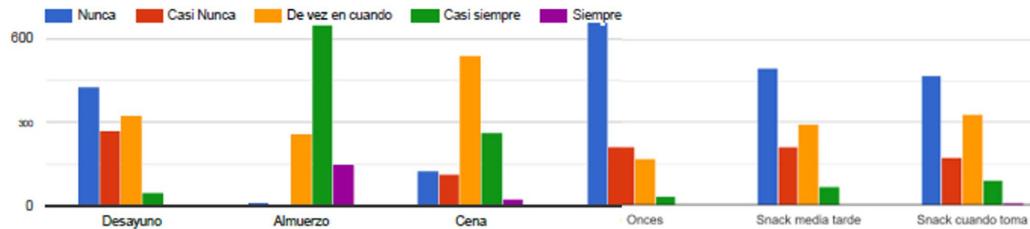
Los colombianos aseguran que tienen en cuenta a la hora de comprar papa, la calidad, sin embargo, demuestran que no saben mucho sobre el tema.



Que los colombianos entiendan la versatilidad del producto es clave para entrar en los momentos de consumo que hoy tienen potencial: snack y desayuno.

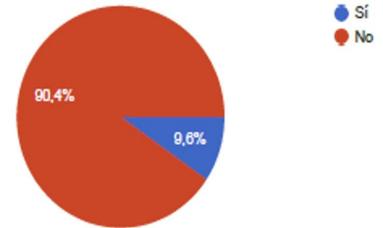


¿En qué momentos del día del día consumes papa?

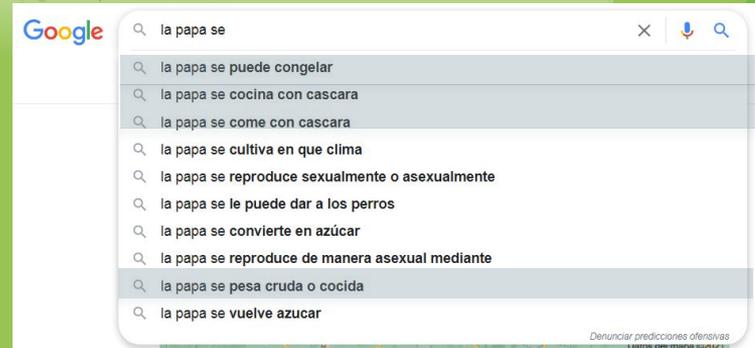


¿Sabías que existen más de 800 tipos de papa?

1068 respuestas



Un producto
lleno de
preguntas.



Con respuestas
peligrosas que
atentan contra
el consumo.

Preguntas relacionadas

¿Cuánto engorda una papa hervida?



¿Cómo se prepara la papa para que no engorde?



¿Qué engorda más el arroz o las papas?



¿Cómo se utiliza la papa para adelgazar?



Comentarios

Google

la papa engorda



Todo

Imágenes

Videos

Noticias

Maps

Más

Herramientas

Cerca de 139 resultados (0,42 segundos)

"Definitivamente **la papa no engorda**. Siempre debemos tener en cuenta la actividad física que realizamos, nuestras necesidades nutricionales y por supuesto el tipo de preparación", enfatizó la presidenta de Acodin. 29/10/2020

<https://www.eltiempo.com> > contenido-comercial > la-pap...

La papa, nutritiva y versátil que en este Halloween ya tiene su ...

Información sobre los fragmentos destacados · Comentarios

<https://www.elespectador.com> > contenido-patrocinado

¿Cuál es el valor nutricional de la papa? | EL ESPECTADOR

hace 5 horas — La papa es un alimento alto en carbohidratos, que tiene el mito que engorda, sin embargo, tener un alto número de carbohidratos no significa que engorde. En la ...

<https://revistadiners.com.co> > salud-y-fitness > 59019_c...

Conozca los alimentos que debe evitar por la noche - Revista ...

2/02/2021 — Diners conversó con una nutricionista sobre los alimentos que debería evitar por la noche para tener un buen metabolismo y mejorar su salud.

<https://www.semana.com> > vida-moderna > artículo > 5...

5 alimentos que debes dejar de comer para adelgazar de ...

13/04/2021 — Papas fritas, alimentos congelados, hamburguesas, perros calientes, paquetes, ... que no le aportan nutrientes al organismo y tienen a engordar.

<https://www.semana.com> > vida-moderna > artículo > lo...

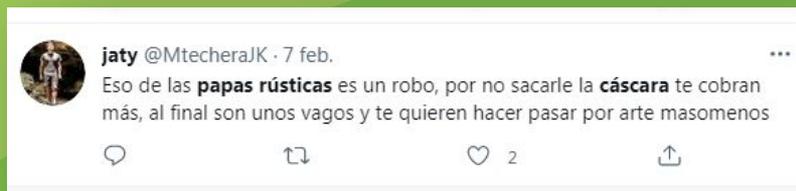
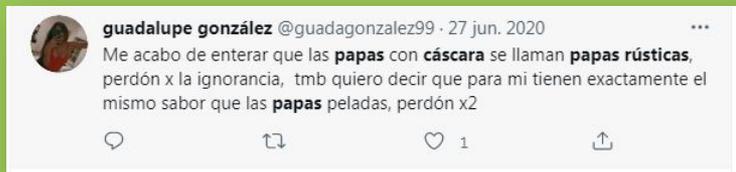
Los alimentos que no debe comer después de las 4:00 de la ...

29/03/2021 — Un tercer alimento que se debe eliminar de la receta después de las cuatro de la tarde deben ser los snacks poco saludables como las papas fritas.

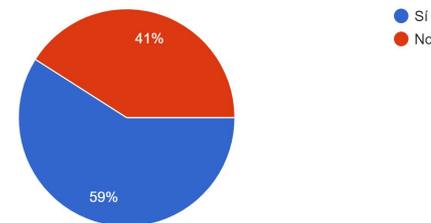




Y con mitos y desconocimiento que en un momento de tendencia de consumo sano, pone en riesgo el producto.



¿Sabías que la cáscara de la papa contiene la mayoría de sus nutrientes?



LOS COLOMBIANOS NECESITAN SABER TODO LO BUENO DE LA PAPA





HAY UN PAR DE TAREAS ESTRATÉGICAS DESDE LO FUNCIONAL:

DESMITIFICAR EL TEMA
NUTRITIVO DE LA PAPA.

EVIDENCIAR LA VERSATILIDAD
DE LA PAPA EN DISTINTAS
PREPARACIONES Y MOMENTOS
DE CONSUMO.



**LA PAPA, FRENTE A LOS CAMBIOS
GENERACIONALES Y LAS NUEVAS
TENDENCIAS DE CONSUMO
SALUDABLES, PERDERÁ TERRENO SI
CONTINÚA SIENDO UN GENÉRICO.**



LA PAPA

COMO MARCA COLOMBIANA



DENOMINACIÓN
DE ORIGEN

PLATAFORMA EMOCIONAL

PLATAFORMA CONOCIMIENTO Y
VERSATILIDAD

PLATAFORMA NUTRICIÓN

SOMOS
EL PAÍS MÁS
BUENA PAPA
DEL MUNDO

¡COMAMOS NUESTRA PAPA!

**CONSERVANDO UN CONCEPTO
AMPLIO, ÚTIL, RELEVANTE Y
CULTURALMENTE MUY PODEROSO.**

**ADAPTÁNDOLO AL PRODUCTO
CUANDO SEA NECESARIO HABLAR
DE LO FUNCIONAL.**

LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



PLATAFORMA EMOCIONAL

“SOMOS EL PAÍS MÁS
BUENA PAPA DEL
MUNDO”

PRIMER AÑO 40%

SEGUNDO AÑO 50%

TERCER AÑO 20%

OBJETIVO

CONSTRUIR EL
VÍNCULO
EMOCIONAL CON EL
PÚBLICO.

TAREA ESTRATÉGICA

CELEBRAR Y ACTIVAR
EL AMOR DE LOS
COLOMBIANOS POR UN
PRODUCTO TÍPICO.

LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

PRIMER AÑO 30%

SEGUNDO AÑO 30%

TERCER AÑO 20%

OBJETIVO

POSICIONAR LA PAPA
EN LA MENTE DEL
CONSUMIDOR,
TOMANDO COMO
REFERENCIA, SU
ORIGEN.

TAREA ESTRATÉGICA

CAPACITAR Y
ESTANDARIZAR A
PRODUCTORES,
DISTRIBUIDORES Y
COMERCIALIZADORES
BAJO UN SISTEMA
VISIBLE PARA EL
CONSUMIDOR.

LA PAPA

COMO MARCA COLOMBIANA



PLATAFORMA CONOCIMIENTO Y VERSATILIDAD

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

PRIMER AÑO 10%

SEGUNDO AÑO 10%

TERCER AÑO 40%

OBJETIVO

ESTABLECER LA
METODOLOGÍA PARA
ENSEÑAR A LOS
COLOMBIANOS
CARACTERÍSTICAS,
MOMENTOS Y
FORMAS DE
CONSUMO DE LA
PAPA.

TAREA ESTRATÉGICA

LIDERAR LA
TRANSFORMACIÓN DE
LOS MOMENTOS DE
CONSUMO.

LA PAPA

COMO MARCA COLOMBIANA



PLATAFORMA NUTRICIÓN

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

PRIMER AÑO 20%

SEGUNDO AÑO 10%

TERCER AÑO 10%

OBJETIVO

DESMITIFICAR
LAS DUDAS
RELACIONADAS CON EL
PRODUCTO Y
CAPACITAR ACERCA
DE LAS BONDADES
NUTRICIONALES DEL
MISMO.

TAREA ESTRATÉGICA

BLINDAR EL CONSUMO
FRENTE A LAS NUEVAS
TENDENCIAS; CON
EVIDENCIA CIENTÍFICA
DE PESO, DERROTAR EL
JUZGAMIENTO SOCIAL.



ACCIONES



LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



ACCIONES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

OBJETIVO

POSICIONAR LA PAPA
EN LA MENTE DEL
CONSUMIDOR,
TOMANDO COMO
REFERENCIA, SU
ORIGEN.

“SELLO BUENA PAPA COLOMBIANA” PARA
SUPERMERCADOS, PLAZAS,
RESTAURANTES, MARCAS Y TODO AQUEL
QUE SE UNA A LA PROMOCIÓN DEL
CONSUMO DE LA PAPA COLOMBIANA.

“PREMIO BUENA PAPA COLOMBIANA” PARA
EL GREMIO DE LOS PRODUCTORES; DARLES
EL RECONOCIMIENTO -NO POR MEDIO DE
COMERCIALES DE TV DONDE ELLOS SE
VEAN-, SINO A TRAVÉS DE UN EVENTO QUE
RESALTE SU LABOR COMO EMPRESARIOS
(ALIANZA CON PORTAFOLIO U OTROS).

LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



ACCIONES

PLATAFORMA EMOCIONAL

“SOMOS EL PAÍS MÁS
BUENA PAPA DEL
MUNDO”

OBJETIVO

CONSTRUIR EL
VÍNCULO
EMOCIONAL
CON EL
PÚBLICO.

“DÍA O SEMANA NACIONAL DE LA PAPA”

EL EVENTO MÁS IMPORTANTE DE TODO EL AÑO PARA QUE
LOS COLOMBIANOS APRENDAN DISFRUTEN Y SE SIENTAN
ORGULLOSOS DE LA PAPA NACIONAL.

“LA RUTA DE LA PAPA”

UN CORREDOR TURÍSTICO TIPO “HACIENDAS DEL CAFÉ”, QUE
ENSEÑE A COLOMBIANOS Y EXTRANJEROS SOBRE LA PAPA Y
SU IMPORTANCIA COMO PRODUCTO NACIONAL.

“LOS COLOMBIANOS NO SABEN DE PAPA”

UNA CAMPAÑA PARA DESPERTAR EL ORGULLO
NACIONAL DE NUESTRO PRODUCTO INSIGNIA.

LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



ACCIONES

“PAPA MASTER”

EVENTO NACIONAL O POR CIUDADES CON EL SECTOR GASTRONOMICO, USANDO LA PAPA COMO EL INGREDIENTE PRINCIPAL.

“ABC DE LA PAPA”

PROGRAMA PARA COLEGIOS Y ESCUELAS DE GASTRONOMÍA DONDE SE ENSEÑE SOBRE LA PAPA COMO PRODUCTO NACIONAL Y LAS BONDADES DE SU CONSUMO.

“MOMENTOS BUENA PAPA”

CONTENIDO PARA PREPARAR PAPA EN DIFERENTES RECETAS Y MOMENTOS DE CONSUMO (DESAYUNOS Y SNACKS).

“FOOD TRUCKS”

LLEVAR A LA CALLE ESTAS IDEAS DE DESAYUNO Y SNACK, POR MEDIO DE FOOD TRUCKS, STANDS ITINERANTES O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS ESPECIALIZADOS DE ALIMENTOS.

OBJETIVO

ESTABLECER LA METODOLOGÍA PARA ENSEÑAR A LOS COLOMBIANOS CARACTERÍSTICAS, MOMENTOS Y FORMAS DE CONSUMO DE LA PAPA.

PLATAFORMA
CONOCIMIENTO Y
VERSATILIDAD

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

LA PAPA COMO MARCA COLOMBIANA



PLATAFORMA NUTRICIÓN

“BUENA PAPA
COLOMBIANA”

OBJETIVO

DESMITIFICAR LAS DUDAS RELACIONADAS CON EL PRODUCTO Y CAPACITAR ACERCA DE LAS BONDADES NUTRICIONALES DEL MISMO.

ACCIONES

“ESTUDIO CIENTÍFICO SOBRE LAS PROPIEDADES DE LA PAPA COLOMBIANA” UN ESTUDIO SERIO QUE DESMITIFIQUE “LO QUE SE PIENSA” DE LA PAPA Y MUESTRE SUS VERDADERAS VENTAJAS NUTRICIONALES. UNA INICIATIVA AVALADA POR EL COLEGIO MÉDICO COLOMBIANO, O POR UNA INSTITUCIÓN MÉDICA O CIENTÍFICA DE MUCHO PESO.

“TOUR DE SALUD Y BELLEZA DE LA PAPA COLOMBIANA” FEDEPAPA Y EL FNFP CON LAS PRUEBAS CIENTÍFICAS Y LOS MÉDICOS QUE LAS AVALAN, VAN A EVENTOS DE NUTRICIÓN, BELLEZA Y SALUD REALIZADOS EN TODO EL PAÍS.



AUDIENCIAS



LOS MENSAJES NO DEBEN SER GENÉRICOS

LAS AUDIENCIAS TAMPOCO PUEDEN SER DETERMINADAS POR DEMOGRAFÍA, PUESTO QUE LOS COMPORTAMIENTOS Y PATRONES DE CONSUMO, HOY SON LOS QUE PUEDEN ORIENTARNOS PARA TENER UNA COMUNICACIÓN ACERTADA.

ESTE ES EL EJERCICIO DE CLUSTER, SEGÚN LAS FORMAS DE CONSUMO GRACIAS A TGI.





Fuente: TGI Colombia 2019 –Marzo 2020

Muestra: 13.668.000 personas

NSE: 2-6

**Ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla,
Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Cúcuta,
Manizales**



CLUSTERS – Perfil Compras



- Personas que les gusta cocinar.
- Su rutina alimenticia se desarrolla buscando mejorar su salud y apariencia física.
- Practican algún ejercicio o deporte por lo menos una vez a la semana.
- Primeros en probar nuevos productos nutricionales.
- Verifican la calidad nutricional de los productos que compran.
- Sus decisiones de compra son influenciadas por celebridades.



- El eje principal es su hogar.
- Les encanta cocinar.
- Disfrutan recibiendo gente en su casa.
- Les gusta hacer compras siempre cuidando su presupuesto.
- Optimizan los recursos mediante la búsqueda de precios más bajos, ofertas y descuentos.



- Personas creativas y descomplicadas.
- Amantes de la variedad y buena comida.
- Prefieren productos fáciles o listos para preparar.
- Invierten en productos que sean orgánicos.
- Son buenos administrando el dinero.
- Si encuentran una marca nueva, suelen comprarla para probarla.
- Consideran importante incluir dentro de sus compras productos colombianos.

CLUSTERS – Perfil de compra



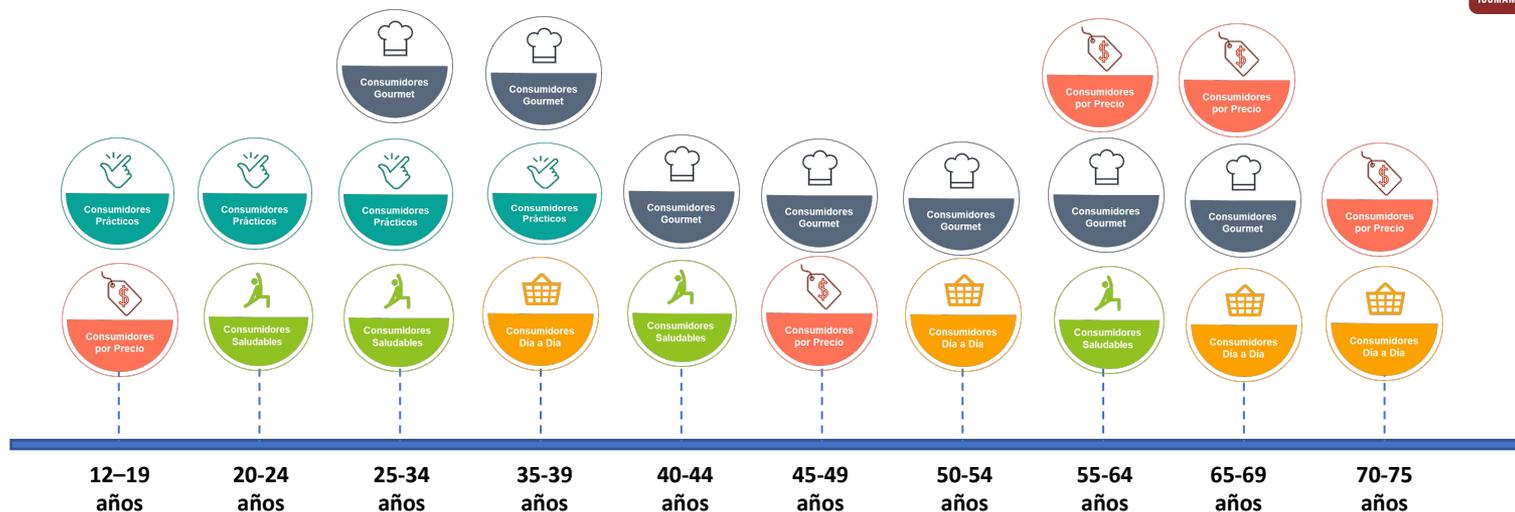
- Se consideran creativos.
- Su estilo de alimentación es saludable.
- Les gusta probar nuevos productos alimenticios.
- Les gusta cocinar e invierten en alimentos y bebidas naturales , orgánicas.
- El primer lugar para buscar información es internet.



- Optimizan el presupuesto buscando precios bajos u ofertas en productos.
- Les gusta cambiar de marcas frecuentemente por variar y conocer.
- Tienen en cuenta los comentarios y opiniones que realizan otras personas sobre los productos.
- En ocasiones suelen comprar marcas propias del supermercado.

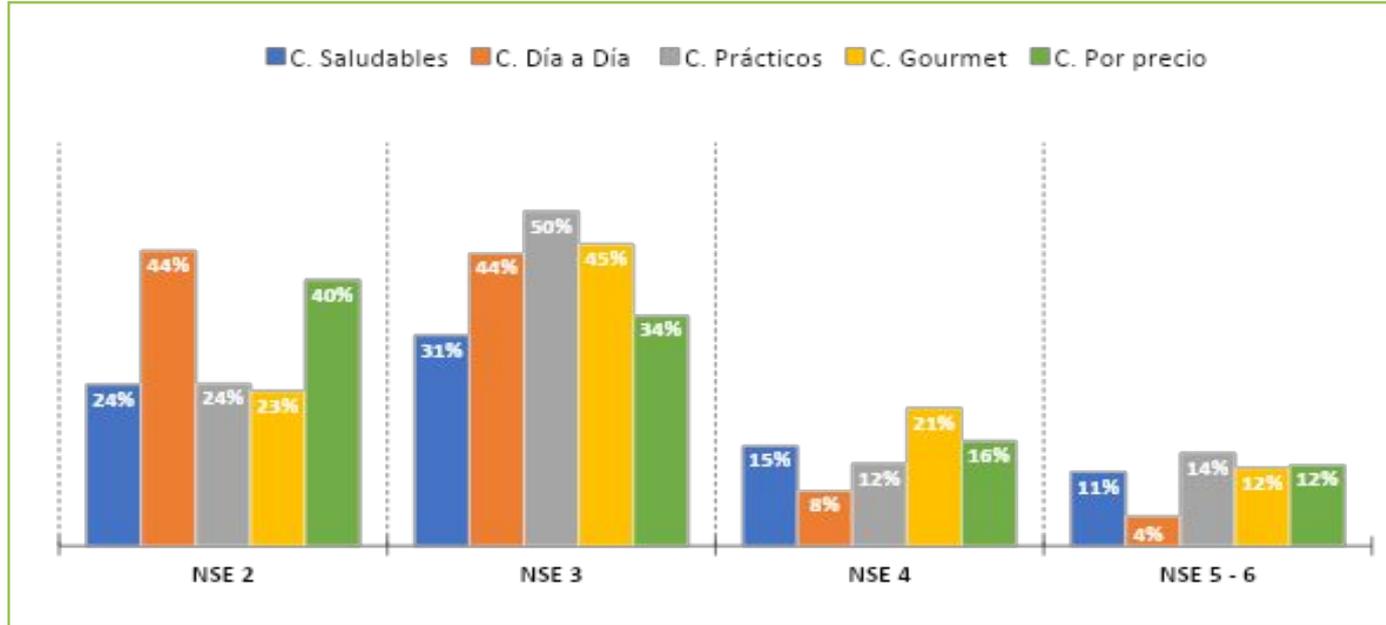


CLUSTERS POR EDADES



Fuente: TGI Colombia 2019 – Marzo 2020
 Muestra: 13.668.000 personas
 NSE: 2-6
 Ciudades: Bogotá, Medellín, Cali,
 Barranquilla, Bucaramanga, Pereira,
 Cartagena, Cúcuta, Manizales

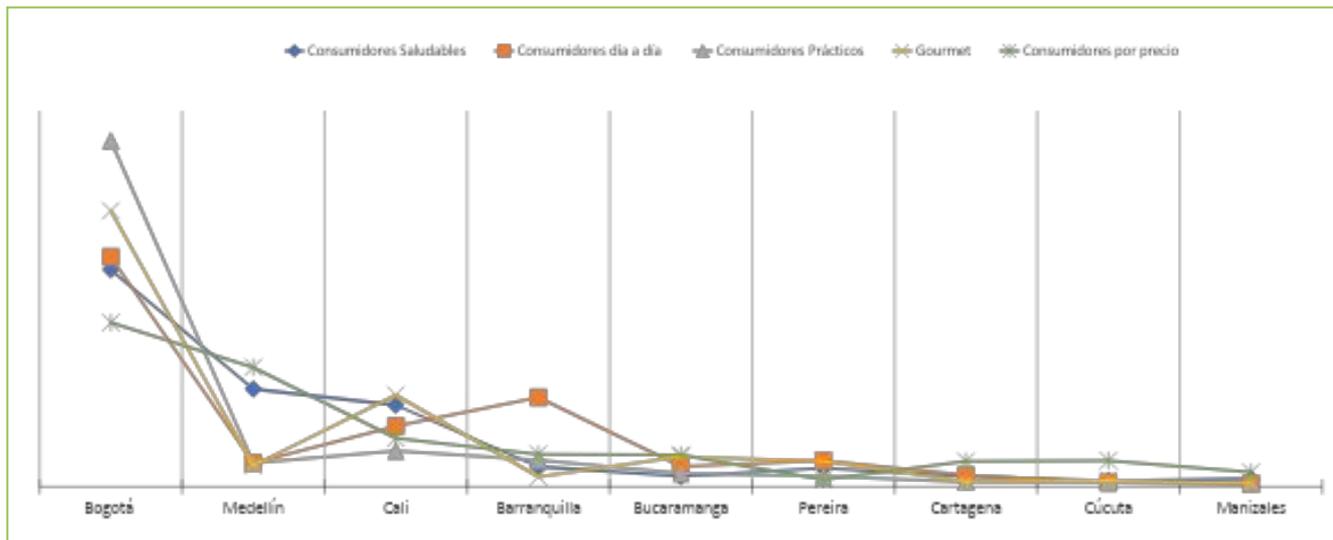
CLUSTERS POR NIVEL SOCIO-ECONÓMICO



Fuente: TGI Colombia 2019 –Marzo 2020
Muestra: 13.668.000 personas
NSE: 2-6
Ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla,
Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Cúcuta,
Manizales



Clusters por ciudad

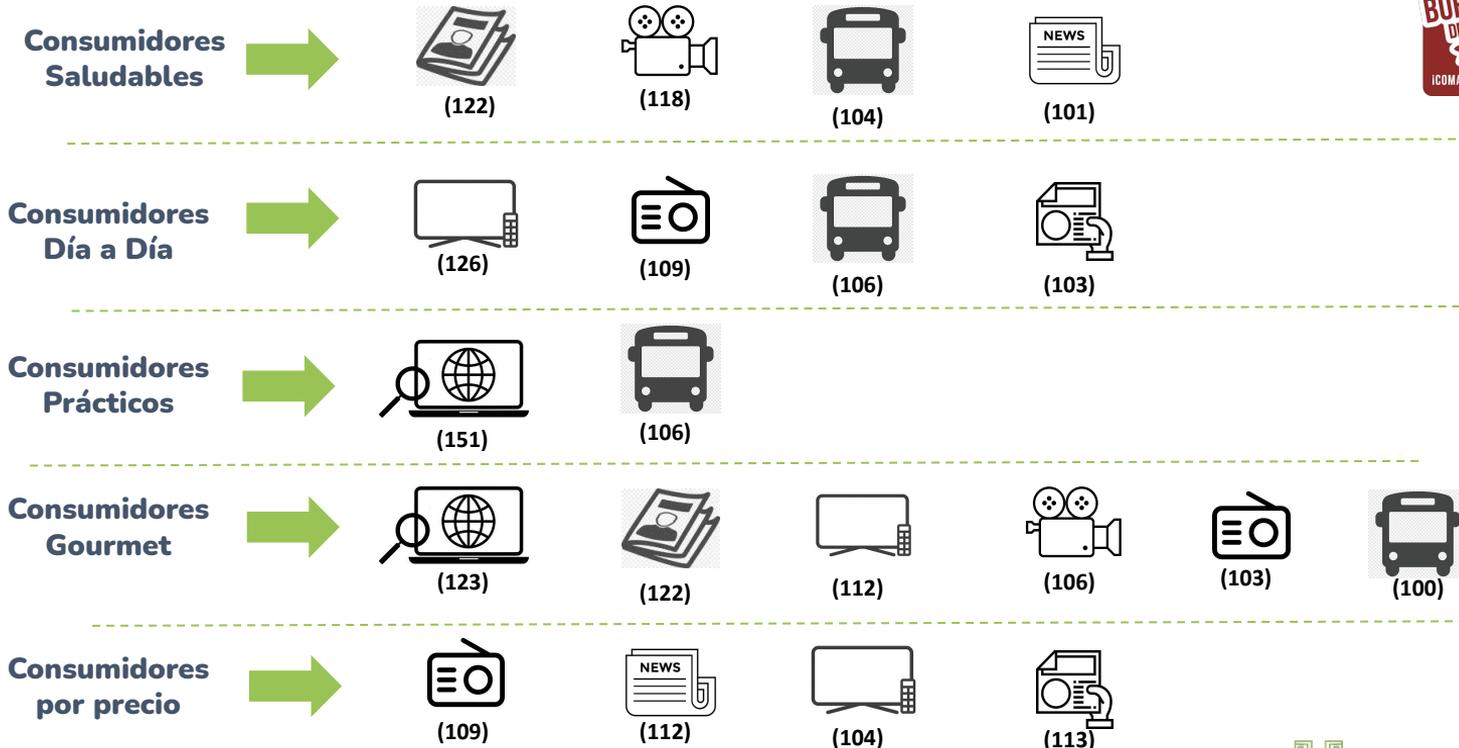


- Bogotá concentra todos los perfiles con mayor porcentaje respecto a las otras ciudades. Prevalcen los consumidores prácticos, seguidos de los Gourmet y consumidores día a día.
- Barranquilla y Pereira tienen mayor representación de consumidores día a día.
- En Medellín se evidencia más consumidores por precio seguido de consumidores saludables.
- Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta y Manizales son más representativos los consumidores por precio.

Fuente: TGI Colombia 2019 –Marzo 2020
Muestra: 13.668.000 personas
NSE: 2-6

Ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla,
Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Cúcuta,
Manizales

Nivel de atención a publicidad – según afinidad



Fuente: TGI Colombia 2019 – Marzo 2020
 Muestra: 13.668.000 personas
 NSE: 2-6
 Ciudades: Bogotá, Medellín, Cali,
 Barranquilla, Bucaramanga, Pereira,
 Cartagena, Cúcuta, Manizales



A man and a woman are in a kitchen, both wearing red and white checkered aprons. The man, with curly hair, is laughing and cutting a vegetable on a cutting board. The woman is smiling and looking at him. The kitchen has a wooden backsplash, a sink, a blender, and a grater on the counter. The scene is lit with warm, golden light.

Gracias

iDeas
MEDI A LAB