PROSUMIDOR

Nueva generación del campo

El perfil del promotor de consumo de papa en la nueva generación del campo busca inspirar a otros campesinos y a Colombia en general. Estos jóvenes están tomando vocería sobre el campo y representan un cambio en la forma en que se percibe y se lleva a cabo la agricultura en el país.

DEMOGRÁFICO

- Edad: 12 a 17 años.
- Género: 52% hombres, 48% mujeres.
- Estrato socioeconómico: 2.
- Regiones: Nariño, Atlántico, Cundinamarca y Risaralda.

ESTILO DE VIDA Y VALORES:

- Participación en grupos y comunidades.
- Seguir a celebridades.
- Sentido aventurero.
- Priorizar la alimentación saludable.

HÁBITOS DE CONSUMO E INFLUENCIA DIGITAL:

- Internet como principal fuente de entretenimiento.
- Revisar redes sociales todos los días.
- Gusto por probar alimentos nuevos.
- Consumir productos de origen vegetal.
- Conciencia sobre la alimentación saludable.

OBJETIVOS Y ASPIRACIONES:

- Innovar en el campo de la agricultura.
- Tomar el liderazgo en sus comunidades.
- Promover prácticas de cultivo y consumo sostenibles.

OBJETIVOS Y ASPIRACIONES:

- Romper con estereotipos y prejuicios sobre el campo.
- Enfrentar la falta de recursos y oportunidades en áreas rurales.
- Superar la brecha digital y el acceso limitado a la información.

OPORTUNIDADES

-Crear contenido relevante y atractivo

Producir contenido en redes sociales relacionado con la vida en el campo, la innovación en la agricultura y el consumo responsable de productos agrícolas. Esto incluye:

- Historias de éxito de jóvenes agricultores.
- Información educativa sobre técnicas de cultivo sostenibles.
- Recetas innovadoras y saludables utilizando la papa como ingrediente principal.

-Colaborar con influencers y celebridades

Establecer alianzas con influencers y celebridades que puedan promover el consumo de la papa y dar visibilidad a la nueva generación del campo. Esto puede incluir:

- Patrocinio de eventos y charlas.
- Creación de contenido conjunto.

-Organizar eventos y concursos

Fomentar la participación de la nueva generación del campo en eventos y concursos que promuevan la innovación, el emprendimiento y la sostenibilidad en la agricultura. Ejemplos:

- Ferias agrícolas enfocadas en jóvenes.
- Concursos de ideas y proyectos innovadores en el sector agrícola.
- Talleres y capacitaciones para mejorar habilidades y conocimientos.
- Invitación a visitar fincas y proyectos agrícolas exitosos.

-Establecer programas de apoyo y mentoría

Crear programas que brinden apoyo a jóvenes agricultores en áreas como financiamiento, acceso a tecnología y capacitación en nuevas técnicas de cultivo. Esto puede incluir:

- Programas de becas y financiamiento para proyectos agrícolas.
- Mentorías con expertos en el sector.

Medios de consumo

Televisión: dibujos animados, documentales, deportes, juegos y concursos de talento, películas, reality shows, reportajes, series nacionales, telenovelas nacionales.

Radio: escuchar para mantenerse informados.

Redes sociales: contenido educativo, interacción con influencers, conocer personas y hacer amigos, compartir su propio contenido.

PROMOTOR

Nutricionista

La audiencia de nutricionistas en Colombia es fundamental para promover el consumo de papa, gracias a su influencia y conocimientos en alimentación y salud. Estos profesionales pueden destacar la papa como un alimento nutritivo y versátil en la dieta colombiana.

DEMOGRÁFICO

- **Edad: 30-45 años.**
- **Género: Mujeres.**
- **Estrato socioeconómico: 4+.**
- **Pueden trabajar en hospitales, centros de salud, consultorios privados, instituciones educativas y empresas de alimentos.**

ESTILO DE VIDA Y VALORES:

- **Promoción de la importancia de una alimentación equilibrada y saludable.**
- **Fomento del consumo de alimentos locales y sostenibles.**
- **Búsqueda de productos con buen valor nutricional**

HÁBITOS DE CONSUMO E INFLUENCIA DIGITAL:

- **Investigación y actualización constante en temas de nutrición y dietética**
- **Recomendación de alimentos y preparaciones saludables a sus pacientes y seguidores**
- **Creación y difusión de contenido relacionado con la nutrición a través de blogs y redes sociale**

OPORTUNIDADES

-Proporcionar información nutricional detallada sobre la papa:
Crear y compartir información sobre los beneficios nutricionales de la papa, destacando su versatilidad y las diferentes formas en que puede ser incluida en una dieta equilibrada.

-Crear contenido educativo específico para nutricionistas:
Desarrollar artículos, infografías y videos que aborden temas relacionados con la nutrición y el consumo de papa, y que puedan ser compartidos y utilizados por los profesionales en sus consultas o redes sociales.

-Organizar eventos y talleres en colaboración con nutricionistas:
Invitar a profesionales de la nutrición a participar en eventos, charlas y talleres sobre alimentación saludable y sostenible, donde se promueva el consumo de papa.

-Establecer alianzas con nutricionistas influyentes:
IColaborar con nutricionistas reconocidos en el ámbito local o nacional para que promuevan el consumo de papa y compartan recetas saludables en sus redes sociales y eventos.

-Desarrollar y promover recetas saludables con papa:
Crear una sección en el sitio web o en sus redes sociales dedicada a compartir recetas saludables y nutritivas que incluyan la papa como ingrediente principal, y que puedan ser recomendadas por los nutricionistas.

Medios de consumo

lectura de artículos científicos y publicaciones especializadas en nutrición

Participación en conferencias y eventos de su área profesional.

Uso de redes sociales para promover la importancia de una alimentación saludable y compartir recetas nutritivas

PROMOTOR

Nuevas Mamás

La audiencia de nuevas mamás en Colombia es un grupo importante para promover el consumo de papa, debido a su interés en la nutrición y el bienestar de ellas y sus bebés. Su influencia en la elección de alimentos y la búsqueda de recetas saludables las convierte en promotoras ideales para resaltar la papa como una opción nutritiva y versátil en su dieta.

DEMOGRÁFICO

- Edad: 30-37 años.
- Género: Mujeres
- Estrato socioeconómico: 2,3+.
- Mujeres que han dado a luz recientemente.
- Interesadas en nutrición y bienestar para ellas y sus bebés.

ESTILO DE VIDA Y VALORES:

- Priorizar la salud y el bienestar de sus bebés y de ellas mismas.
- Buscar y compartir experiencias y consejos con otras madres.
- Preferencia por alimentos naturales, nutritivos y de fácil preparación.

HÁBITOS DE CONSUMO E INFLUENCIA DIGITAL:

- Consultar fuentes confiables y expertos en temas de maternidad y nutrición.
- Compartir y recomendar productos y alimentos saludables en sus redes sociales.
- Tomar decisiones de compra basadas en la calidad y los beneficios nutricionales de los productos.

OPORTUNIDADES

-Información y educación sobre los beneficios de la papa:
Crear contenido enfocado en las propiedades nutricionales de la papa y su importancia en la dieta de las madres y sus bebés.

-Recetas saludables y prácticas:
Desarrollar y compartir recetas fáciles de preparar, nutritivas y adecuadas para madres y bebés, utilizando la papa como ingrediente principal.

-Colaborar con expertos en maternidad y nutrición:
Establecer alianzas con profesionales e influencers en el campo de la maternidad y la nutrición para promover el consumo de papa entre las nuevas mamás.

-Promover el consumo de papa como opción saludable:
Posicionar la papa como un alimento natural, nutritivo y versátil, ideal para incluir en la dieta de madres y bebés.

-Crear comunidades y espacios de apoyo en línea:
Fomentar la creación de comunidades en línea donde las nuevas mamás puedan compartir experiencias, consejos y recetas relacionadas con el consumo de papa.

Medios de consumo

Búsqueda de información relacionada con la maternidad, la lactancia y la alimentación saludable

Participación en comunidades y grupos de apoyo en línea para madres.d, nutrición y crianza.

PROMOTOR

Jóvenes independientes

Los jóvenes independientes son una audiencia dinámica y multifacética, ideal para impulsar el consumo de papa en Colombia. Su independencia los lleva a buscar alimentos que sean tanto prácticos como saludables, equilibrando su vida agitada con una alimentación consciente.

DEMOGRÁFICO

- Jóvenes adultos entre 18 y 30 años.
- Solteros o sin hijos.
- Estudiantes universitarios o profesionales en inicios de carrera.
- Viven solos o comparten apartamentos.

ESTILO DE VIDA Y VALORES:

- Interés en la cocina rápida, saludable y económica.
- Enfoque en el bienestar personal y la sostenibilidad.
- Valoración de la autonomía en sus elecciones de consumo.

HÁBITOS DE CONSUMO E INFLUENCIA DIGITAL:

- Prefieren alimentos fáciles de preparar que se adapten a su ritmo de vida.
- Influenciados por tendencias y amigos en redes sociales.
- Buscan calidad y conveniencia en los productos que compran.

OPORTUNIDADES

-Campañas de marketing digital:
Realizar campañas dirigidas a redes sociales donde esta audiencia pasa la mayor parte de su tiempo.

-Recetas y tutoriales de cocina:
Compartir recetas fáciles y rápidas con papa, resaltando su versatilidad y beneficios nutricionales

-Influencers y colaboraciones:
Colaborar con influencers de estilo de vida y cocina que puedan inspirar a esta audiencia a integrar la papa en su alimentación diaria.

-Promociones y eventos:
Organizar eventos y promociones que fomenten la experimentación con diferentes tipos de papas y recetas.

-Educación sobre alimentación sostenible:
Informar sobre el papel de la papa en una alimentación sostenible y como una opción saludable para el consumidor consciente.

Medios de consumo

Activos en redes sociales y plataformas digitales

Consumo de contenido rápido y tendencias en alimentación.

Buscan recomendaciones de productos y servicios que faciliten su estilo de vida independiente