

## Resumen de la Experiencia en el Uso de la Radio

Categoría/Sector : Alimentos

Empresa Cliente : Transandina de Alimentos

Producto/Servicio: Avena Nutre

Referido por : Radiomar/B. Vargas

Contacto/Cliente: Julio Gutierrez 336 6936

---

### **Nutre: Las Vitaminas son Termovolátiles**

#### **Situación**

Cuando Transandina de Alimentos decide ingresar al mercado con un producto de los que se conocen como cereales lacteados se encuentra con un dilema: ¿Cómo hacer para que la gente pudiera comprender que estaba prácticamente ante la aparición de una nueva categoría?

NUTRE no quería ser considerada como una leche de baja calidad y, probablemente en el fondo tampoco como la mejor de las avenas. NUTRE quería ser la avena que se parecía a la leche y para ello tenía muchas cosas que decir en un mercado con bajo nivel de instrucción, fuertes hábitos, costumbres y prácticas de nutrición.

El mercado de avenas se reparte entre marcas y el producto genérico. Esta venta a granel estaba al alcance de los consumidores de más bajos ingresos pero también es cierto que los dejaba expuestos a producto adulterado y sin controles de calidad. NUTRE debía constituirse entonces, en una alternativa de bajo costo y un empaque más pequeño para adaptarse a las necesidades pero también a los bolsillos del vivir día a día.

## Objetivos

Se pretendía que las amas de casa conocieran NUTRE, lo probaran y encontraran las ventajas que tenía frente a otras alternativas de alimentación. La formulación del producto requería mostrar sus múltiples ventajas: en la forma de prepararlo ya que no era necesario hervirlo, además tenía soya y calcio, recomendable para personas con problemas de descalcificación.

Era más barato que sus competidores, se parecía a la leche, y pese a no serla, era bien absorbido por personas mayores que tienen problemas de asimilación de lactosa.

## Campaña

Se llegó a la conclusión que la campaña hacia estos niveles socioeconómicos requería de un instrumento como la radio, concretamente por su capacidad de interactuar con el público. Para ello se iba a recurrir a un líder de opinión como el Ronco Gámez a través de Radiomar AM, quien desde la cabina de locución conversaría con las amas de casa y promovería los atributos y correcto aprovechamiento del producto.

Las llamadas que este locutor atendía eran escuchadas por gran cantidad de amas de casa que iban poco a poco conociendo de NUTRE y sus bondades, mientras que en otros segmentos que no requerían estas explicaciones se hicieron otro tipo de mensajes y pautas. Entre las demás radios que se han utilizado están Panamericana, R700 y Radio A con otros programas también de corte promocional.

## Resultados

Desde el lanzamiento de NUTRE al mercado, y si bien la campaña publicitaria ha contenido pauta en otros medios, e incluso televisión, la

La Radio da Resultados  
Historias de Éxito del Comité de Radio

aceptación del producto en los segmentos de más bajos ingresos ha sido satisfactoria.

NUTRE se ha lanzado en agosto de este año y tres meses después ostenta un 4.5% del mercado total y 9% del mercado de avenas envasadas. El complemento exitoso de la estrategia ha sido el uso de empaques de 120 gramos que atacan la venta de granel.

Los resultados estadísticos a los primeros 90 días de lanzamiento son más que halagadores: 50% de awareness en el total de menciones, 12% en primera mención, 12% de intención de compra y un 8% de última compra realizada.

Hay que recordar otro detalle importante: al no hervir esta avena las vitaminas no se volatilizan y el producto alimenta más que los demás.

Para mayor información y sugerencias comunicarse al

**COMITÉ DE RADIO**

Calle Las Palomas 322 Surquillo Lima- Perú

Teléfono 421- 6203 Telefax 422-8986

sede@comitederadio.com.pe

Texto de 15 Segundos

*“El texto no debe de ser de más de 15 segundos de duración porque va a ir inserto dentro de un comercial de 30 segundos. Eso hace que lo que se tenga que decir se parezca mucho a la sumilla de la primera pagina o al largo de este párrafo modelo.”*

**Nombre:**

**Cargo :**

**Grabado el : / /**