



# ¿Te diste cuenta?

Podemos decir mucho con palabras. Pero, esta vez, dejamos que el producto de Violife hablara por sí solo.

En los últimos años, el veganismo ha comenzado a ganar popularidad entre las personas y presencia en la economía. Según [Bloomberg Intelligence](#), la cuota de mercado de los productos veganos proyecta un incremento del 500% para la próxima década. En ese sentido, Colombia no es la excepción: los supermercados y tiendas muestran cada vez más opciones de alimentos de origen vegetal y [algunas marcas han crecido hasta un 800% en ventas](#) entre 2019 y 2020. Todo parece indicar que, como dice el eslógan, **el futuro es vegano.**



Sin embargo, [el porcentaje de personas en el mundo que se identifican como veganas se mantiene estable](#). Lo que ha crecido es la cantidad de [personas que han sustituido uno o más productos de origen animal por variantes de origen vegetal](#), ya sea por motivos de salud (intolerancia a algunos alimentos), por aspectos nutricionales, o por un compromiso ético y medioambiental.

Esa es la audiencia que Violife del grupo Upfield, una marca líder en el desarrollo y producción de alimentos de origen vegetal, nos propuso abordar con su campaña de lanzamiento en Colombia. Para ello tuvimos que buscar la forma de vencer una enorme barrera: el prejuicio. En América Latina, el común denominador de las personas cree que los alimentos veganos no saben igual, saben mal o tienen características organolépticas (textura, color, sabor, aroma, consistencia).

**Y como no había nada que pudiéramos decir que no hiciera aparecer los prejuicios de nuestra audiencia, decidimos no decir nada y dejar que el producto hablara por sí solo.**

## Así nació “¿Te diste cuenta?”

Una campaña de lanzamiento atrevida que utilizó el recurso del blind test para romper con todo prejuicio sobre los productos de origen vegetal. Elegimos una comida icónica para la que el queso es fundamental: la pizza. Si la pizza pasaba la prueba de sabor y textura con nuestro producto, lograríamos demostrar que los productos Violife funciona con todo.



## ¿Qué hicimos?

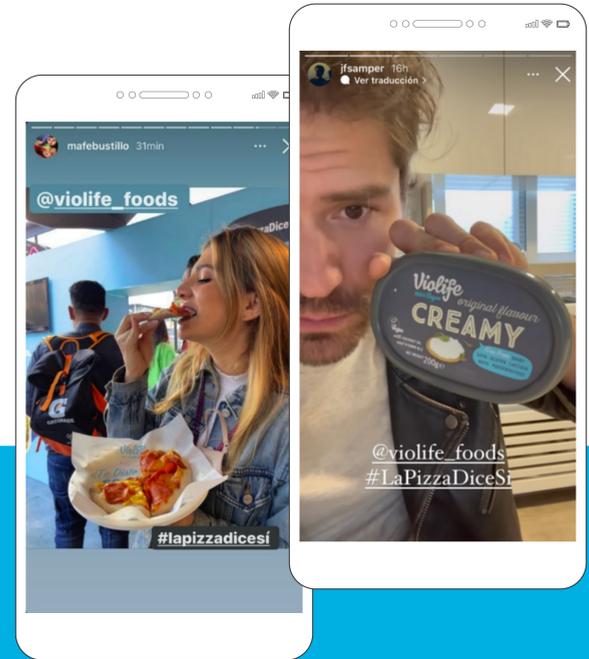
Planificamos dos eventos: uno para periodistas e influenciadores, y otro para usuarios finales. Realizamos alianzas con Seratta Gourmand Market y Karen's Pizza, dos reconocidos emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Bogotá. La dinámica era la misma: durante el evento, los invitados bebieron cócteles de autor y comieron distintas variedades gourmet de pizza que tenían como protagonista un ingrediente secreto: el queso vegetal de Violife. **¿El hack? Nadie lo sabía.**





Todos los invitados comieron y disfrutaron su pizza hasta que al final la servilleta que sostenía la porción mostraba un mensaje que revelaba el misterio: **¿Te diste cuenta? Justo como te gusta... y además vegano.**

El evento para los medios e influenciadores cerró con la presentación formal de la marca en el país a cargo de Paola Shue, Head of Corporate Affairs & Communications para Upfield LATAM y Álvaro Mazo, Country Lead en Upfield Colombia. También se le regaló a todos los asistentes un kit de productos.



## ¿Qué logramos?

**+50** influencers y periodistas asistieron al evento de prensa.

**+180** usuarios asistieron probaron y aprobaron la pizza en el evento al público final.

**28** publicaciones en medios y 132 en cuentas de influencers.

**12** entrevistas en medios clave.

ACTUALIDAD

### ¿Antojos de pizza? mañana podrás disfrutarla gratis en Bogotá

Este 1 de abril se regalará pizza en la capital colombiana con una dinámica para los amantes de este alimento.

Por: Fucsia.co



Semana

Suscribirse Crear cuenta

Estilo De Vida

#### Aumento de veganos en Colombia impulsa el mercado de productos no-lácteos

Las principales cadenas de supermercados han comenzado a vender productos más saludables y de origen vegetal; con ello, nuevas marcas han optado por entrar al país.

14/02/22

COMERCIO

#### Upfield trae Violife, marca de mercado vegano

Upfield, productor de margarinas, quesos, cremas, mantequillas y untables a base de plantas, está presentando en el país la marca Violife, alternativa vegana al queso tradicional. Le apuesta a impulsar la alimentación saludable, y llega tras consolidar su presencia en países en la categoría de quesos veganos. Estará en las principales cadenas de supermercados. Upfield, que llegó a Colombia desde 2018, tras adquirir la marca Rama, espera alcanzar a 100.000 consumidores en el primer año. (1B)

INDUSTRIA

#### Lo vegano no tiene que ser aburrido, ahora es más divertido, delicioso y sostenible

LEER



**1.463.645.827** impresiones potenciales en medios.

**8.452.861** impresiones en redes sociales.

Un ad value estimado en **US\$66,000**

Si quieres conocer la forma en que [MileniumGroup](#) puede desarrollar una estrategia de comunicación exitosa para tu marca en toda Latinoamérica, [contáctanos.](#)