Comercialización de Productos Agropecuarios

Investigación y Promoción de productos Agrícolas en los Estados Unidos

0

"Checkoff" Programs

Joseph Lopez Consejero Agrícola Embajada de los EE.UU. en Colombia

Historia de los Programas Checkoff en Estados Unidos

- 1935 Impuesto a la publicidad para Citricos de la Florida
- 1937 Ley para el Mercadeo Agricola
- 1996 Ley para la Promocion, Investigacion e Informacion de Productos Agricolas, o "Ley General"
- Ejemplos de legislacion federal especifica:
 - 1972 Ley de investigación y promoción de Papa;
 - 1985 Ley de investigación y promoción de Carne;
 - 1990 Ley de promocion de Leche

Regulacion Checkoff

- El Congreso de Estados Unidos autoriza al Departamento de Agricultura (USDA) para supervisar los programas de promocion, investigacion e informacion al consumidor de productos agricolas financiados con "Programas Checkoff".
- El Secretario de Agricultura delega al Servicio de Mercadeo Agricola (AMS) para la supervision de los "Programas Checkoff" domesticos, y al Servicio Agricola en el Exterior (FAS) para las actividades de mercadeo internacional.

Supervisión a Programas Checkoff

AMS:

- Supervisa los programas liderados por las Juntas Directivas de las Asociaciones de pequeños y grandes productores, importadores y otros actores de las cadenas de productos agrícolas;
- Los miembros de las Juntas Directivas son nominados por la industria y designados por el Secretario de Agricultura;
- Tiene autoridad de aprobar el presupuesto de las Juntas Directivas, los planes de mercadeo, proyectos y contratos.

FAS:

- Supervisa las actividades de mercadeo internacional realizadas bajo el Programa de Acceso a Mercados (MAP);
- Forma una alianza entre las asociaciones de comercio sin animo de lucro, cooperativas agrícolas, grupos regionales y estatales de comercio y pequeños negocios Estados Unidos para compartir el costo de las actividades de mercadeo y promoción que se realizan en el extranjero.

Objetivo de las Promociones Genericas

- Promoción generica incluye toda información para general mayores compras y expandir el mercado del producto.
- Productores individuales de bienes agricolas no diferenciados dificilmente pueden convencer a los consumidores escoger entre un huevo o naranja o corte de carne sobre otro.
- La actividades financiadas con los programas de checkoff buscan expandir la demanda en el mercado interno y externo, e incluyen:
 - Education nutricional
 - Investigación para mejorar calidad y apariencia de los productos
 - Investigación de mercados

Beneficios

- Relacion Costo-Beneficio de la propaganda Generica estan en el rango de of 4:1 to 6:1
 - Cada dolar de promocion genera no menos de entre 4 y 6 veces en ingresos adicionales.
- Carnes = 5.6:1
- Lacteos = 4.6:1
- Naranjas Procesadas = 2:1 to 4:1

El caso de éxito en la promoción de marca





Asociacion de Manzanas de Washington

- Por medio de la Ley Estatal de 1937 se estableció el programa unificado de propaganda para las manzanas del Estado de Washington
- La Asociación actualmente representa 1,700 productores de manzanas del Estado de Washington y se financia con una contribucion de 3.5¢ por caja
- Desarrollo de actividades para aumentar el reconocimiento de marca y diferenciarla de los otros origenes Simplemente Incomparables



Asociacion de Manzanas de Washington

Campañas de promoción de consumo lideradas por la Asociacion:

- Entrega de material promocional en tiendas
- Entrega de Muestras
 - Centro del programa de promocion al consumidor
- Concurso de Exhibiciones (Display)
 - Muestras
 - Actividades para niños/Eventos
- Actividades en Punto de Venta
 - Variedades, usos, recetas



Asociacion de Manzanas de Washington

Lazy Town en Colombia

- Presentación de
 Sportacus y Stephanie
 (personajes principales de Lazy Town), quienes
 promueven un estilo de vida saludable
- Promociones en puntos de venta de el Exito, Carrefour y Surtifruver de la Sabana



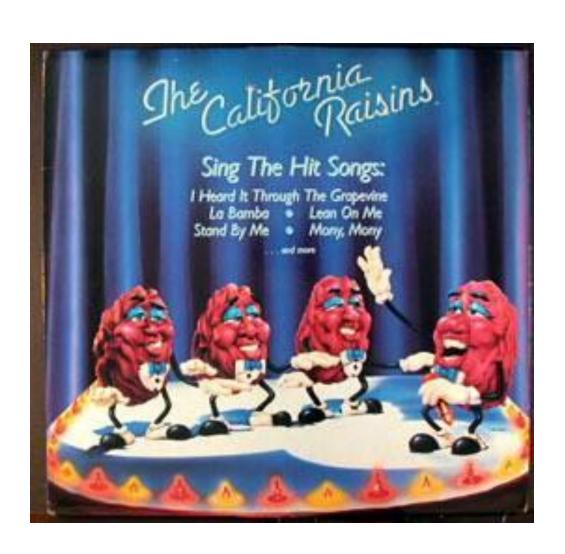
Propaganda de Marcas Genericas



got milk?



California Raisins

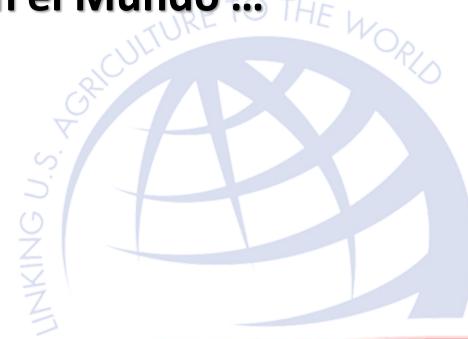


Beef. It's What's for Dinner





Y, una de las mas Populares Marcas de Productos en el Mundo



Juan Valdez





GRACIAS

Joseph Lopez Consejero Agrícola Embajada de los EE.UU. en Colombia

