

INFORME FINAL DEL PROYECTO:
IMPULSO A LA COMERCIALIZACIÓN DEL COCOTERO

CONSEJO NACIONAL DEL COCOTERO, A.C.



FUENTE DE RECURSOS DEL PROGRAMA DE:
PROMOCION COMERCIAL Y FOMENTO A LAS
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Y
PESQUEROS MEXICANOS
PROMOAGRO

Ciudad de Tecomán, Col., a 31 de Julio de 2008.

Antecedentes:

La presente campaña de promoción al consumo de coco denominada: Impulso a la Comercialización del Cocotero proviene de las Líneas Estratégicas prioritarias del Plan Rector Nacional del Sistema Producto Palma de Coco el cuál fue validado por el pleno exactamente el 25 de Octubre del año 2007 mismo que esta conceptualizado como la primera etapa de promoción continuando este año 2008 con una segunda etapa misma que continua impulsando el consumo de coco entre la población en general destacando sus cualidades isotónicas, nutritivas y naturales.

De acuerdo con el convenio de colaboración entre la titular de ASERCA de fecha 1° de Noviembre de 2007 y el Consejo Nacional del Cocotero A.C. representada la primera por la Coordinadora General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, por sus iniciales PROMOAGRO, la C. Graciela Villarelo Landa y por la organización los C. Mauricio Barreto Peralta y Pedro Rodríguez Reyes, presidente y tesorero respectivamente, se establecen en ese documento, entre otros puntos, el programa de trabajo y el desglose de las acciones y el calendario de ejecución de las mismas y que mediante una petición realizada en tiempo y forma al Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, se solicito una recalendarización para la ejecución de las acciones modificando su programación del mes de septiembre de ese año 2007 al 31 de Mayo de 2008.

De tal forma que la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA con apego a los procedimientos que tiene establecidos para solicitudes como la citada en el párrafo que antecede, aprueba en reunión ordinaria efectuada el 17 de Diciembre de ese mismo año la recalendarización para la ejecución de las acciones del proyecto: Impulso a la Comercialización del Cocotero presentado en tiempo y forma por la organización por un valor de \$3'999,862.00 tres millones novecientos noventa y nueve mil, ochocientos sesenta y dos pesos 00/100 Mon. Nal.

Aunado a lo anterior, se signa un convenio modificadorio del anexo técnico que describe las acciones a realizar ya descritas en el proyecto citado de la organización y son estas las que a continuación se describen con sus metas e impactos alcanzados.

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ACCIONES REALIZADAS

I.- Desarrollo de Capacidades Humanas

NOMBRE DEL EVENTO	LUGAR	DURACIÓN DEL EVENTO	FECHA DE REALIZACIÓN	META DE ASISTENTES PROGRAMADA	META DE ASISTENTES OBTENIDA
1° SEMINARIO NACIONAL	COLIMA, COL.	2 DÍAS	12 Y 13 MARZO DE 2008	50	78

El aforo alcanzado de asistentes supero en forma significativa, en 156%, la meta estimada derivado del interés de los productores, sus organizaciones, industriales, comercializadores de alguno de los subproductos del coco, sin incluir en este número las dependencias oficiales de los tres niveles de gobierno y de los centro de educación como la Universidad de Colima y de oficinas del gobierno del estado de Colima y de Nayarit, derivado de la impartición de los últimos avances en tecnología y en genética.

En este último punto se mostraron avances muy significativos en el desarrollo del protocolo para la reproducción In vitro, avances recientes en el amarillamiento letal, el acervo genético y la huella genética de los germoplasmas, la problemática del cultivo del cocotero y oportunidades de aprovechamiento por parte de científicos del Centro de Investigaciones Científicas de Yucatán, eslabón investigador privado de este sistema producto, además de los avances mostrados en la evaluación de híbridos de cocotero para resistencia al amarillamiento letal, principal enfermedad de este cultivo en el mundo por parte del INIFAP que representa el eslabón investigador oficial.

En cuanto al desarrollo de capacidades humanas se impartieron temas sobre: competitividad, el entorno global de los agro negocios y el éxito en los mismos, y en la forma de pensar actual, además de incluir una dinámica grupal (trabajo en equipo) sobre la edificación de proyectos, entre otros.

Aunado a lo anterior se impartió también el tema de mercado, el éxito en el mismo y la competencia.

Como **anexo N° 1** de este informe se adjunta C.D. que contiene las memorias de los ponentes en este 1° seminario nacional del cocotero.

NOMBRE DEL EVENTO	LUGAR	DURACIÓN DEL EVENTO	FECHA DE REALIZACIÓN	META DE ASISTENTES PROGRAMADA	META DE ASISTENTES ALCANZADA
TALLER DE PLAN DE NEGOCIOS	VILLAHERMOSA, TAB.	3 DÍAS	17, 18 Y 19 DE ABRIL 2008	40	xx

Al igual que el evento de capacitación anterior el aforo alcanzado en este taller fue del 500%, ya que las organizaciones de productores, empresarios y demás asistentes mostraron interés en los temas impartidos.

En el desarrollo de este taller se impartieron los temas siguientes: liderazgo y espíritu emprendedor, organización y trabajo en equipo, calidad total, mercadotecnia en los agronegocios, entre otros.

Al igual que el taller anterior se realizaron actividades de participación con los asistentes invitando a la reflexión y al conocimiento de los riesgos que conllevan

la toma de decisiones y ejercicio de ante situaciones diversas en los agronegocios y el manejo de conflictos.

El conocimiento adquirido a la fecha ha permitido que las estructuras organizacionales de cada consejo estatal y la del nacional se vieron fortalecidas hacia el interior principalmente entre los presidentes estatales en el entorno a los trabajos que vienen realizando en torno al manejo eficiente de los recursos crediticios y del rumbo que conllevan los negocios que han establecido los productores.

Como **anexo N° 2** de este informe se adjunta C.D. que contiene las memorias de los ponentes en este taller de Plan de Negocios.

NOMBRE DEL EVENTO	LUGAR	DURACIÓN DEL EVENTO	FECHA DE REALIZACIÓN	META DE ASISTENTES PROGRAMADA	META DE ASISTENTES ALCANZADA
TALLER: INTEGRACIÓN DE CLUSTER'S	MEXICO, D.F.	3 DÍAS	28,29 Y 30 MAYO 2008	40	43

La participación de productores, agroindustriales e investigadores todos relacionados con este sistema producto han permitido alcanzar la meta en un 107%.

Los temas impartidos dentro del mismo fueron los siguientes: la competitividad y el Diamante de Porter, concepto, objetivo, identificación de los cluster's potenciales, tipos, fortalezas, beneficios y retos; en forma continua se expuso el tema de la administración estratégica de mercados y agro empresas, partiendo del concepto e importancia de la misma, su proceso y la inteligencia de mercados y la venta.

Como **anexo N° 3** de este informe se adjunta C.D. que contiene las memorias de los ponentes en este taller de cluster's.

II.- Campaña Nacional de Promoción

Las acciones realizadas en esta campaña nacional dentro de la publicidad en revistas, radio, espectaculares y prensa escrita ya se encuentran detallados en los informes mensuales entregados en tiempo y forma a la titular de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones en forma práctica se resumirán estos en el siguiente cuadro, agregando a este documento como **anexo N°4** una carpeta con recortes y listas de los lugares y sitios donde se publicaron, y son:

- a. Revista "Siempre en Familia" donde en la sección La Buena Alimentación se destina media página.
- b. En la revista "Kena" en su contenido se promueve el consumo de coco en una página.
- c. En la Revista "Kena Cocinas" sección recetas se dedica una página al coco como ingrediente en las mismas donde se destaca la receta "Pollo a la CONACOCO".

- d. Revista: “América Economía” sección México se destina un espacio de media página a favor de nuestra campaña de promoción para aumentar el consumo del coco y el reto de aumentar el interés de los consumidores.
- e. Revista “Abarrotes y más” dedica un tercio de página al consumo del agua de coco y el coco fruta destacando sus propiedades, sabor y pureza, y algunos beneficios en la salud.
- f. La Revista Vértigo en su sección estatales dedica una nota sobre la promoción al consumo y la generación de nuevos negocios.
- g. Suplemento Dominical “Día Siete” inserto en los siguientes diarios:
 - I. El Universal, D.F.
 - II. El Informador, Jalisco.
 - III. La Voz, Michoacán.
 - IV. Vanguardia, Saltillo Coah.
 - V. La Crónica, Mexicali, B.C.
 - VI. Frontera, Tijuana, B.C.
 - VII. Pulso, San Luis Potosí.
 - VIII. Hidrocálido, Aguascalientes.
 - IX. Noticias, Oaxaca.
 - X. Noreste, Poza Rica, Ver.
 - XI. El Heraldito, Toluca, México.
 - XII. AZ, Puerto de Veracruz
 - XIII. AZ, Jalapa, Ver.
 - XIV. El Sur, Acapulco, Grro.
 - XV. Zócalo, Monclova, Coah.
 - XVI. Piedras Negras, Coah.
 - XVII. Zócalo, Cd. Acuña
 - XVIII. Noticias, Oaxaca.

Notas obtenidas a favor de la campaña de promoción: Impulso a la Comercialización del cocotero en los siguientes **diarios nacionales**:

1. El Universal, sección finanzas de fecha 5 cinco de Marzo de este año.
2. Diario Monitor, sección Ganar y Gastar, de fecha 5 de marzo.
3. Milenio Diario, sección negocios de fecha 5 de Marzo.
4. La Crónica Hoy, suplemento de finanzas de fecha 3 de Marzo.
5. La Jornada, sección Sociedad y Justicia de fecha 5 de Marzo.
6. Excélsior, sección Dinero de fecha 5 de Marzo.
7. Milenio de Toluca, sección negocios de fecha 5 de Marzo.
8. Empresas y Empresarios, sección red agroindustrial
9. Milenio de Tabasco, sección Negocios de fecha 5 de Marzo.
10. Correo Diario de Guanajuato, sección economía de fecha 5 de Marzo.
11. Milenio de Puebla, sección noticias dedica media página a la promoción al consumo del coco de fecha 5 de Marzo.
12. El Diario Tabasco Hoy del 18 de Abril en la sección Dinero se del 18 de Abril, en la sección Finanzas se dedica un cuarto de página al consumo del coco.

13. Diario Novedades de Tabasco del día 18 de Abril en la sección local se dedica media página al consumo y cultivo del coco.
 14. Diario Presente del Sureste del 18 de abril, en la sección Negocios se dedica un cuarto de página al cultivo y consumo del coco.
 15. Diario Heraldo de Tabasco sección Finanzas se dedica un cuarto de página al consumo del coco.
 16. Diario Olmeca de Tabasco del 18 de abril en la sección noticias locales se dedica media página al consumo del coco.
 17. La Revista Empresas y Empresarios en la sección Red Industrial del 1 al 15 de abril dedica una página a la promoción al consumo del coco.
 18. La Revista Siempre en Familia del mes de abril en la sección de La Buena Alimentación dedica media página a la promoción al consumo del coco.
- h. Relación de notas obtenidas a favor de nuestra campaña en **Internet**, y son:
1. Sintesisdigital.net en la sección especial de fecha 6 de Marzo.
 2. americaeconomia.com, en la sección revista del mes de Marzo.
 3. eluniverso.com.mx en la sección finanzas de fecha 5 de Marzo.
 4. exoline.com.mx en la sección Dinero de fecha 5 de Marzo.
 5. eluniversal.com.mx en la sección PYMES de fecha 4 de Marzo.
 6. milenio.com/edomex en la sección negocios del 4 de Marzo.
 7. terra.com en la sección de fecha 4 de marzo.
 8. yahoo.com en la sección de fotos de fecha 4 de Marzo.
 9. eldictam.net en la sección Noticias de fecha 4 de Marzo.
 10. onlinedirecta.info en la sección de Noticias de fecha 5 de Marzo.
 11. milenio.com/Villahermosa en la sección de Negocios de fecha 5 de Marzo.
 12. elperiodicodemexico.com sección Salud de fecha 6 de Marzo.
 13. sagarpa.gob.mx de fecha 5 de Marzo.
 14. lacronica.com/Mexicali en la sección de Vida y Estilo de fecha 4 de Marzo.
 15. eluniversal.com en la sección salud de fecha 4 de Marzo.
 16. correo-gto.com en la sección Economía de fecha 5 de Marzo.
 17. Eleconomista.com.mx en la sección Negocios de fecha 3 de Marzo.
 18. milenio.com/puebla en la sección noticias de fecha 4 de Marzo.
 19. laprensaahispananewspaper.com en la sección Salud de fecha 7 de Marzo.
 20. bBieninformado.com en la sección México de fecha 5 de Marzo.
 21. diarionavarra.es en la sección Cultura y Sociedad de fecha 5 de Marzo.
 22. en tabascohoy.com en la sección Dinero el día 17 de Abril en la sección Dinero se dedica un espacio de una página y media a la promoción al consumo del coco.
- i. En cuanto a las notas obtenidas a favor de nuestra campaña de promoción en **radio** a continuación me permito relacionar las mismas:
1. Emisora: Nueva Era Radio de ciudad Juárez, Chihuahua en el programa de 860 Noticias de fecha 5 de Marzo.
 2. Radio Fórmula: de la ciudad de México durante el programa de Fórmula Salud de fecha 4 de Marzo.

3. Radio ACIR: de la ciudad de México durante el programa Panorama Deportivo de fecha 4 de Marzo.
- j. En cuanto a las notas obtenidas a favor de nuestra campaña de promoción en **televisión** a continuación me permito relacionar las mismas:
1. PCTV, tv por cable de la ciudad de México, dentro del programa de TVC Noticias.
 2. CABLE.COM de Tabasco, dentro del programa Visión 10 Noticias.
 3. TV Azteca de tabasco el día 17 de Abril en la sección Hechos Tabasco se dedico un espacio de 20 segundos a la publicidad al consumo del coco fruta.
 4. La Empresa televisión Tabasqueña el día 18 de abril en la sección TVT Noticias se dedico un espacio de 20 segundos a la publicidad del consumo de coco.
- k. Dentro de las actividades de promoción personal en los medios de comunicación se dieron las siguientes entrevistas en los siguientes medios:
1. A principios del mes de Mayo se grabo una entrevista sobre aspectos relevantes del cultivo del cocotero en nuestro país en la ciudad de México para el programa radiofónico “La Hora Nacional” que se transmitió en cadena nacional el día 25 de este mes.
- l. Dentro de las mismas actividades entorno a esta campaña de consumo se dieron **dos ruedas de prensa** y como apoyo a los reporteros se redacto una carpeta de prensa que contiene 4 cuatro boletines (**anexo 5**) para informar a estos profesionales de la noticia la situación que prevalece en torno de este cultivo, sus bondades , valores nutritivos, auxiliar en el cuidado y belleza de la piel y sobre el consumo de agua de coco y sus beneficios, siendo estas:
1. Se realizo una rueda de prensa el día 4 de marzo en las instalaciones del Hotel Royal Plaza ubicado en calle Parroquia N° 1,056 de la colonia Santa Cruz Atoyac de la Delegación Benito Juárez de la ciudad de México, D.F., donde se tuvo la presencia del Lic. Fernández del PROMOAGRO y del Ing. Simón Treviño Alcántara titular de la Secretaria de Fomento Agrícola.
 2. El día 17 de abril en las instalaciones del Hotel Maya Tabasco sede del taller de capacitación denominado: integración de cluster’s se dio una conferencia a la prensa

Estas ruedas de prensa no estaban comprometidas dentro del convenio sin embargo, fueron de gran valía para informar a los reporteros de los medios de comunicación precisiones en torno a este cultivo y su valor nutraceútico logrando una mejor información a la población en general..

m. La publicidad exterior, **29 espectaculares**, abarco once estados del país de los cuales 9 nueve son estados asociados al CONACOCO y son:

N°	Dirección	Estado	Fecha /instalación
1	Calzada de Tlalpan N° 735-A , Delegación Benito Juárez	México, D.F.	12 Mayo de 2008
2	Avenida Universidad N° 1489 Col. Florida Delegación Á. Obregón	México, D.F.	09 Mayo de 2008
3	Av. Río Consulado N° 2578 Col. San Juan de Aragón	México, D.F.	05 Mayo de 2008
4	Autopista del Sol tramo Autopista México-Alpuyeca Km. 21.5, Pob. Alpuyeca	Morelos	12 Mayo de 2008
5	Av. Ávila Camacho N° 1246 Col. Guadalupeana, Guadalajara	Jalisco	13 Mayo de 2008
6	Av. Mariano Otero N° 5276 Fracc. Paseos del Sol en Zapopan	Jalisco	05 Mayo de 2008
7	Calle Aguascalientes N° 5276 Col. El Cuaje Tlaquepaque	Jalisco	13 Mayo de 2008
8	Blvd. Carlos de la Madrid Bejar N° 645 Colima	Colima	14 Mayo de 2008
9	Boulevard Miguel de la Madrid N° 243 Col. Tepeixtles, Manzanillo.	Colima	09 Mayo de 2008
10	Avenida Tecnológico N° 10 Fracc. Jardines de Vista Hermosa.	Colima	15 Mayo de 2008
11	Morelos Norte N° 3880 Col. La Soledad en Morelia	Michoacán	15 Mayo de 2008
12	Calzada Madero Oriente S/N Col. Unión Ejidal Isaac Arriaga ciudad Morelia	Michoacán	15 Mayo de 2008
13	Avenida Las Palmas S/N Col. Benigno Trejo, Cd. Lázaro Cárdenas	Michoacán	16 Mayo de 2008
14	Costera Miguel Alemán 251 centro de Acapulco	Guerrero	13 Mayo de 2008
15	Carretera Federal Acapulaco-Zihuatanejo Km. 19 Retén Militar, Acapulco.	Guerrero	13 Mayo de 2008
16	Carretera Transistmica N° 07 Quinta Los Cocos Centro en Salina Cruz	Oaxaca	15 Mayo de 2008
17	Carretera Transistmica N° 07 Quinta Los Cocos Centro en Salina Cruz.	Oaxaca	15 Mayo de 2008
18	Carretera Internacional Cristóbal Colón Km. 4 Pueblo Nuevo.	Oaxaca	15 Mayo de 2008
19	Carretera Antigua a Minatitlán Km. 17 Mpio. Cosoleacaque	Veracruz	15 Mayo de 2008
20	Carretera Antigua a Minatitlán Km. 17 Mpio. Cosoleacaque	Veracruz	15 Mayo de 2008
21	Avenida Ignacio Zaragoza N° 404 interior, zona centro	Veracruz	15 Mayo de 2008
22	Avenida Zaragoza N° 2107 esquina Obregón, Coatzacoalcos	Veracruz	21 Mayo de 2008
23	Carretera Ramal-Aeropuerto Km. 1.5 Poblado Dos Montes en Villahermosa	Tabasco	13 Mayo de 2008
24	Periférico Carlos Pellicer cruce carret. a La Isla Col. M. Hidalgo, Villahermosa	Tabasco	13 Mayo de 2008
25	Avenida Industrial Nacional Mexicana N°100 Fracc. Insurgentes, Villahermosa	Tabasco	02 Mayo de 2008
26	Carretera Mérida-Uman Km.7 Tablaje N°15708 frente Inst. de PEMEX, Mérida	Yucatán	13 Mayo de 2008
27	Carretera Mérida-Progreso Km. 8 Col. Cordemex, Mérida	Yucatán	13 Mayo de 2008
28	Avenida López Portillo R. 101 Manzana 100 lotes: 3,4,5,y 6. Cancún,	Q. Roo	13 Mayo de 2008
29	Av. López Portillo SM 63 Manz. 34 lote 10 Col. José López Portillo, Cancún.	Q. Roo	14 Mayo de 2008

La meta a alcanzar en el convenio con los 29 espectaculares fue alcanzada al 100%.

- n. Para la participación en las dos ruedas de prensa, una expo, degustaciones y talleres de capacitación se elaboraron artículos promocionales entregables, los cuales se enuncian a continuación en el siguiente cuadro:

Artículo	Piezas
Gorras	2,000
Camisetas	2,000
Tarros Térmicos (acero)	700
Tasas de Cerámica	650
Llaveros metálicos	900
Plumas Matrix Gel	1,953
Encendedores	2,997
Posters	3,000
Agendas	660

Además de los artículos entregables el día 26 de marzo de este año se entregó lo siguiente:

Una copia del video promocional de inducción y promoción con duración de 10 minutos y tres spot's para radio (jingles), foto botón promocional, gafete para los talleres y el seminario además de una carpeta (folder) promocional y el logotipo de la mascota "Coquin" cumpliendo de esta manera con la meta establecida en el proyecto.

La reproducción de estos artículos entregables se realizaron al 100% de acuerdo a lo convenido dentro de las metas a alcanzar en la campaña promocional.

- o. **Recetario en inglés y español.**- La reproducción de estos recetario en inglés y español tamaño carta (**anexo 6**), 1,400 en total, cuentan con introducción, breve historia del CONACOCO, datos relevantes, agradecimientos y palabras del presidente nacional de esta organización y en su contenido se tienen las secciones siguientes: comidas, postres, salsas y bebidas

La calidad de impresión es buena ya que se imprimió en color sobre papel couché de 135 grs. Cumpliendo la meta programada dentro de la campaña.

- p. **Spot's en radio.** Para la transmisión de los spot's de radio se contrataron los servicios de radiodifusoras que más adelante se anotan, previa selección en base a cobertura y penetración en ciudades del pacífico, golfo y caribe mexicano y son para el pacífico:

NOMBRE	FRECUENCIA	COBERTURA CIUDADES	ESTADOS	PERIODO MESES
GRUPO IMAGEN COLIMA	XHCC 89.3 F.M.	ARMERIA COLIMA COMALA COQUIMATLÁN CUAUHTÉMOC IXTLAHUACÁN MANZANILLO MINATITLÁN TECOMAN VILLA DE ÁLVAREZ CD. GUZMÁN	COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA JALISCO	DE : MARZO A: JUNIO
GRUPO RADIO LEVY COLIMA	RL XERL-AM 710 A.M.	COSTA SUR COLIMA COMALA COQUIMATLÁN CUAUHTÉMOC IXTLAHUACÁN MANZANILLO MINATITLÁN TECOMAN VILLA DE ÁLVAREZ EL RANCHITO COAHUAYANA SAN VICENTE LA PLACITA DE MORELOS VILLA CORONA AQUILA	JALISCO COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA COLIMA MICHOCÁN MICHOCÁN MICHOCÁN MICHOCÁN MICHOCÁN MICHOCÁN	MARZO

Para el golfo y Caribe mexicano:

NOMBRE	FRECUENCIA	COBERTURA CIUDADES	ESTADOS	PERIODO MESES
GRUPO IMAGEN CANCUN	XHQOO-FM 90.7 F.M.	CANCUN	Q.ROO	DE : MARZO A: JUNIO
		PLAYA DEL CARMEN	Q.ROO	
		COZUMEL	Q.ROO	
		PUERTO MORELOS	Q.ROO	
		ISLA MUJERES	Q.ROO	
GRUPO FM MULTIMEDIOS	XHTD-FM 101.7 F.M.	CAOTAZACOALCOS	VERACRUZ	DE: MARZO A: JUNIO
		TUXTLA	VERACRUZ	
		CATEMACO	VERACRUZ	
		COSAMALOAPAN	VERACRUZ	
		ALVARADO	VERACRUZ	
		ACAYUCAN	VERACRUZ	
		HUIMANGUILLO	TABASCO	
		CUNDUACÁN	TABASCO	
		COMACALCO	TABASCO	
		JALPA DE MÉNDEZ	TABASCO	
		PARAÍSO	TABASCO	
		CARDENAS	TABASCO	
		CENTLA	TABASCO	
		VILLAHERMOSA	TABASCO	
		NACAJUCA	TABASCO	
JALPA	TABASCO			
MACUSPANA	TABASCO			

La frecuencia de retransmisión de cada spot's fue de 17 veces al día en toda la semana con el fin de llegar a obtener preferencia del radioescucha sobre el consumo del coco fruta y agua envasada mediante información nutricional y de prevención o control de algunas enfermedades en el cuerpo humano, cumpliendo al 100% con el compromiso establecido en el proyecto.

III.- PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES

Con el compromiso establecido en el convenio y anexo técnico para participar en una expo se acudió a la “Expo Agro Baja” los días 6,7 y 8 del mes de Marzo donde a demás buscar contactos comerciales tanto nacionales como extranjeros y la entrega artículos promocionales también se degustaron productos del

cocotero. El resultado obtenido en esta participación fue de 30 tarjetas de clientes potenciales a comercializar coco fruta. Para el realce en este evento se adquirió un “wall display” de 3.00 X 2.25 mts con conexión de luz. La meta programada fue cumplida al 100%.

IV. CONCLUSIONES

Dentro de nuestro Plan Rector Nacional la capacitación a productores y a todo eslabón de esta cadena agroalimentaria es una prioridad, existiendo una preocupación constante de directivos y representantes de estados asociados a este consejo en la difusión del conocimiento científico y tecnológico para que sea traducido en un proceso de transformaciones continuas que generen nuevas actitudes, visión empresarial y de formación de alianzas estratégicas entre los mismos productores y eslabones repercutiendo en una mejora de la actividad y por ende, de mejor calidad de vida de los productores y sus dependientes económicos; por tal razón, el éxito obtenido en las actividades de desarrollo de capacidades humanas nos permitieron transmitir directamente gran parte de ese conocimiento concluyendo que las metas establecidas dentro del proyecto fueron cubiertas aún a pesar de ser las primeras reuniones y talleres realizados desde la integración del Consejo Nacional del Cocotero, A.C.

Aunado a lo anterior es necesario anotar de manera importante que el consumo de coco fruta y del agua envasada solamente estaba en la mente de la población en general ligado a los períodos vacacionales en la playa y, hoy por hoy se tiene en la mente de los deportistas y amas de casa por la gran capacidad de rehidratación e inclusive, estas últimas, ya conocen el resultado del consumo del coco fruta y su agua envasada en la salud y belleza del cuerpo humano.

Dentro de este proyecto destaca de manera no menos importante la promoción comercial que, mediante medios masivos: radio, espectaculares, prensa, revistas y suplementos, fue el sustento de esta campaña con la esencia de impulsar el consumo del coco fruta y el agua envasada mediante mensajes directos a la población en general donde se destacaron en todo momento las bondades nutricionales y de prevención de enfermedades. Por lo anterior, las metas alcanzadas en todos los componentes fueron cubiertas al 100% aumentando a los resultados positivos de las acciones emprendidas por las notas que en internet, televisión, dos entrevistas en radio y dos ruedas de prensa fueron a favor de esta citada campaña de promoción.

Consejo Nacional del Cocotero, A.C.

C. Mauricio Barreto Peralta
Presidente

Prof. Pedro Rodríguez Reyes
Tesorero

RELACION DE ANEXOS

- ANEXO 1. MEMORIAS DEL 1° SEMINARIO NACIONAL
- ANEXO 2. MEMORIAS DEL TALLER PLAN DE NEGOCIOS
- ANEXO 3. MEMORIAS DEL TALLER: INTEGRACIÓN DE CLUSTER'S.
- ANEXO 4. CARPETA DE RECOPIACIÓN DE RECORTES DE PRENSA Y NOTAS.
- ANEXO 5. BOLETINES PARA PRENSA
- ANEXO 6. RECETARIO INGLES Y ESPAÑOL