

Figura 5.2

Sistema tradicional de comercialización de la uva en Plaza de Mercado.



- **Mercados semiespecializados**

Pequeños y medianos supermercados y comerciantes mayoristas que agregan valor al producto, comercializadores urbanos que proveen cadenas de supermercados y a mercados institucionales. (*Figura uva 5.3*)

Figura 5.3

Sistemas de comercialización semiespecializados en pequeños supermercados.



- **Mercados especializados**

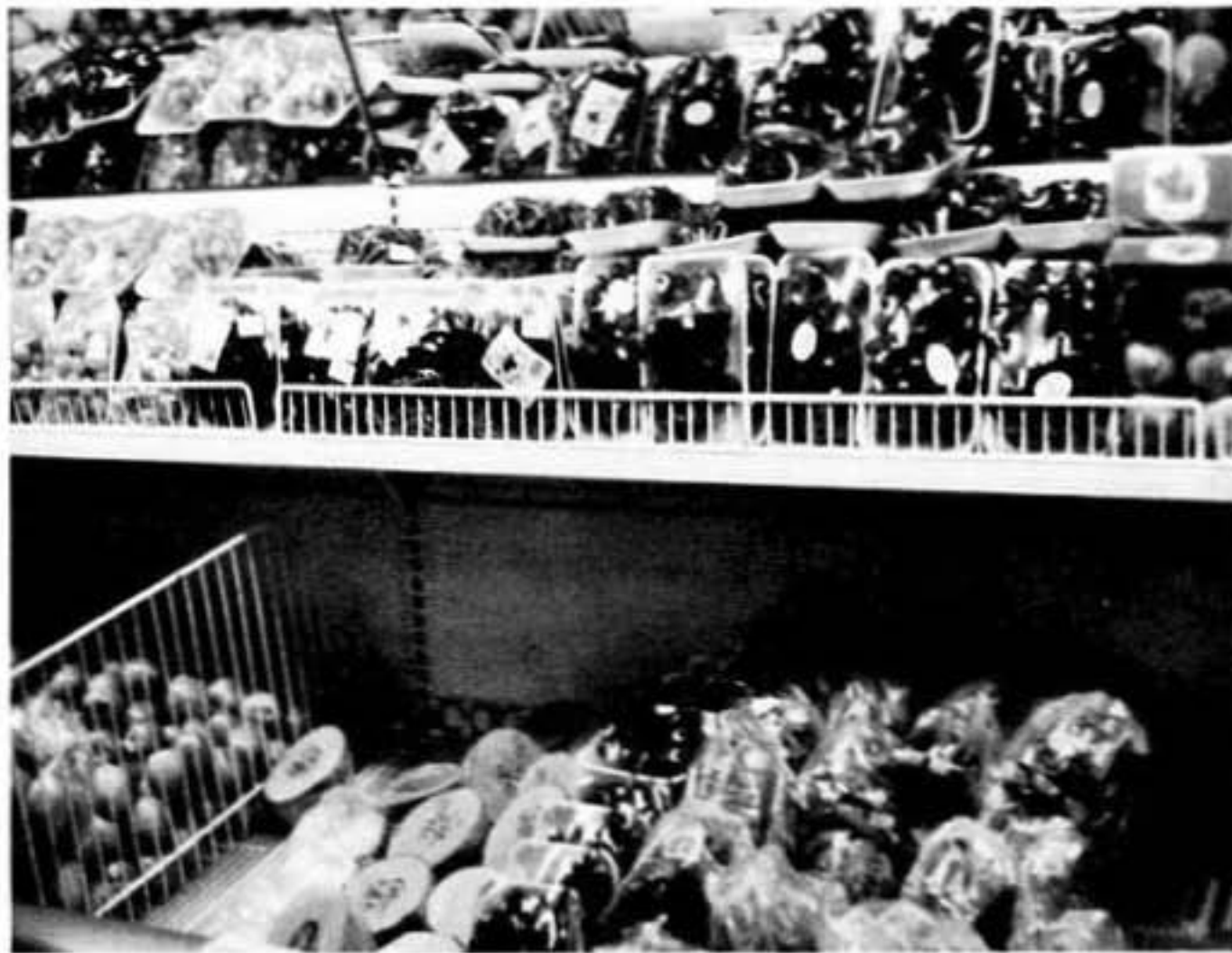
La industria de los supermercados es altamente competitiva, sofisticada y está al frente de la tecnología minorista de distribución. Se requiere tener un compromiso total de calidad, alrededor del producto, confiabilidad y eficiencia; factores que contribuyen al éxito que se alcanza con el consumidor.

Las cadenas de supermercados se basan en investigaciones hechas a los consumidores y en los análisis de tendencias. El abastecedor tendrá que comprobar al supermercado que el producto será rentable en términos económicos y sociales y que existe una demanda por él. Además deben participar en eventos promocionales que ayuden a impulsar la venta.

Los supermercados no solo deben protegerse ellos mismos y a sus clientes, sino también deben reaccionar a las demandas del cliente. Para llegar a ello exigen, continuidad, consistencia, competitividad, confiabilidad y control total de calidad.

Figura 5.4

Exhibición y venta de la uva en almacén de cadena.



Algunas de las grandes cadenas tienen laboratorios especializados de poscosecha, en donde se hacen análisis físico - químicos y sensoriales a los

productos, complementadas con visitas a las fincas para detectar puntos de control y cuellos de botella.

El proveedor potencial debe proporcionar la siguiente información:

- Ubicación del cultivo y proceso productivo
- Área cultivada.
- Características de la fruta.
- Volúmenes de abastecimiento.
- Planes promocionales.
- Servicio post-venta.
- Estrategias para sostener el mercado.
- Valor agregado al producto.
- Tratamientos poscosecha que se le dan al producto.
- Estrategias para el cabal cumplimiento de compromisos.
- Sistema para el aseguramiento de la calidad.

Las diferentes cadenas de supermercados tienen sus propias exigencias de calidad (normas institucionales) de acuerdo con el segmento del mercado al que sirven.

El productor de uva puede convertirse en proveedor de mercados semi-especializados y especializados para lo cual debe acordar con el comprador:

- Días y horas de entrega.
- Tipo y grados de clasificación, si es el caso.
- Volúmenes por grado de calidad.

- Madurez de la fruta
- Frecuencia de entrega.
- Empaque y peso.
- Precio por grado.
- Forma de pago.
- Devolución del empaque, si es retornable.

“ENTRAR A UN MERCADO ES DIFÍCIL, SALIR FÁCIL, REGRESAR IMPOSIBLE”

- **Mercados agroindustriales**

La uva por sus propiedades físicas, químicas y organolépticas es muy utilizada en:

- Industria alimenticia.
 - ◆ Jugos
 - ◆ Pulpas
 - ◆ Vinos
 - ◆ Mermeladas
 - ◆ Ensaladas
- Industria farmacéutica
 - ◆ Insuficiencias gástricas.
 - ◆ Reducción del colesterol
 - ◆ Sube la hemoglobina
 - ◆ Reduce los riesgos de infarto

El mercado agroindustrial es una buena posibilidad, para penetrar a él se debe convenir con los compradores:

- Volúmenes.
- Requisitos de calidad.
- Características físico-químicas.
- Empaques.
- Fechas de entrega.
- Precio.
- Forma de pago.

Es buena política comercial establecer convenios de producción para la agroindustria exclusivamente, que debe ir de la mano con los productores para que crezcan y se desarrollen juntos.

- **Mercados internacionales**

Los mercados internacionales son abastecidos por fruta de la variedad Red Globe, Italia, Siria y Maravilla, especialmente, caracterizada por su alto contenido de azúcares, sanidad y su gran tamaño. Los principales proveedores de estos mercados son: E.U., Chile, Argentina y Brasil. Colombia ha incursionado en el mercado internacional especialmente hacia los países vecinos como: Ecuador, Venezuela y Perú; hacia Europa con relativo éxito con las variedades. Queen, Italia, Red Globe e Isabella, en temporadas muy cortas (ventanas), cuando la uva es escasa, debido a la época de invierno.

Los mercados internacionales son muy exigentes en cuanto a:

- Requisitos de calidad.
- Uso restringido de pesticidas.
- Inocuidad de la fruta.
- Empaques biodegradables.
- Continuidad del abastecimiento.

5.2 COMERCIALIZACIÓN

Uno de los intereses fundamentales del productor es la venta en buenas condiciones, a buen precio, en el menor tiempo y con un esfuerzo razonable. Frente a la dificultad de llegar directamente al consumidor, es necesaria la relación directa con el comprador, en forma personal, creando un clima de confianza y respeto, buscando siempre la eficiencia.

El continuo desarrollo de las comunicaciones y el auge en su utilización, hacen del teléfono celular, el fax, el correo electrónico, el Internet; medios eficaces al servicio de la comercialización de la fruta.

Para la comercialización es de gran importancia la clasificación de las calidades, puesto que se determinan especialmente por su presentación en los racimos, pero física y químicamente las bayas de las uvas son idénticas.

No debe dar muestra de:

- Humedad exterior.
- Daños ocasionados por insectos.
- Enfermedades.
- Lesiones.
- Manchas.
- Magulladuras.
- Cicatrices profundas.
- Ataque de hongos.
- Pudriciones.
- Residuos de pesticidas.

Se describen las calidades de la uva Isabella, así: