

ANEXOS 9.5 ORIGINALES PARA TRANSPARENCIAS MÓDULO 5

MERCADEO DEL BOROJÓ



- El final de la cadena post-cosecha lo constituye la comercialización con destino al consumidor.
- El agricultor debe planear la producción con base en las exigencias del mercado para asegurar la venta del producto.

MERCADEO DEL BOROJÓ

- Los agricultores deben organizarse en torno a la comercialización de sus productos, la investigación de mercados, diseños de estrategias de comercialización, canales de distribución y medios adecuados de transporte asegurando el mejoramiento de sus ingresos y logrando ser más competitivos.

CONCERTACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y COMPRADORES

VENTAJAS PARA LOS PRODUCTORES

- Mirar alternativas y oportunidades para mercadear sus productos.
- Requerimientos de los mercados en calidad, tamaño y acondicionamiento.
- Tipo de empaque.
- Número de unidades por empaque y precios.

CONCERTACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y COMPRADORES

VENTAJAS PARA LOS PRODUCTORES

- Reciben información de zonas de producción.
- Épocas de cosecha.
- Volumen de respuesta de los productores.
- Aseguran abastecimiento de los mercados.

Nota: El beneficio para productores y compradores es que ambos ganan en el mercado.

PRINCIPALES MERCADOS

MERCADO AGROINDUSTRIAL

Pulpa
Vino
Vinagre
Mermelada
Arequipe
Bocadillo
Jalea

PRINCIPALES MERCADOS

MERCADO INSTITUCIONAL

Fruterías
Hospitales
Policía
Heladerías

Casinos
Hoteles
Restaurante

Colegios
Empresas