



**MÓDULO
COMERCIALIZACIÓN**



FLUJOGRAMA PARA EL ESTUDIO DEL MÓDULO 5



MÓDULO 5 COMERCIALIZACIÓN

	Página
Introducción	4-6
5.1 Concertación entre productores y compradores	5-8
5.2 Tipos de mercado	5-9
5.2.1 Mercado Agroindustrial	5-9
5.2.2 Mercado Institucional	5-10
5.2.3 Mercado tradicional	5-10
5.2.4 Mercado Especializado	5-11
5.3 Mercadeo	5-14
5.3.1 Funciones del mercadeo	5-14
5.3.2 Acopio y distribución	5-14
5.3.3 Venta detallista	5-14
5.4. Información de mercado	5-15
5.5. Investigación de mercados	5-17
5.6 Organización de una empresa comercializadora de borojó	5-18
5.7 Obtención y conservación de pulpa de borojó	5-19
5.7.1 Razones para procesar el borojó	5-19
5.7.2 Procesamiento sencillo para obtención de pulpa	5-20
Práctica 5.1 Investigación de mercados	5-27
Matriz de impacto	5-29
Resumen módulo 5	5-35

OBJETIVOS

General

Establecer estrategias de concertación entre productores y compradores para hacer una buena comercialización del borojón.

Específicos

- Identificar en el mercado los comercializadores que ofrecen mejores condiciones de mercado para el producto.
- Diseñar estrategias para informar a los productores sobre oportunidades de mercados.

INTRODUCCIÓN

La cadena post-cosecha finaliza con la comercialización de los productos hasta llegar al consumidor final.

Los productores deben planear la producción con base a la exigencia de los diferentes mercados buscando asegurar la venta de sus productos.

Otro aspecto que debemos considerar y es de marcada incidencia en la producción son las diferentes prácticas agronómicas que se desarrollan para obtener buena calidad en los productos tropicales.

Así en el cultivo del borojón hay que entender la influencia que ejercen: el clima, el suelo, los factores culturales y otros del medio ambiente para obtener un buen producto. Bajo un análisis conceptual cuya unidad es el agroecosistema, debemos conocer muy bien todos sus componentes y las relaciones existentes entre ellos.

La determinación de siembra de ahora en adelante la vamos a tomar con base en diferentes criterios: económicos, ecológicos, sociales, etc. En esta decisión las expectativas de mercado y rentabilidad del proyecto deben hacerse con un serio estudio de rentabilidad.

Para la mayoría de las personas no es desconocido que el fruto de borojón, y así hay que entenderlo, no es un producto atractivo a la vista del consumidor. Para quien no lo conoce le causa una impresión desagradable pensando que la fruta se encuentra descompuesta. A lo anterior hay que agregarle que no se ha hecho mucho para transmitir el conocimiento sobre los valores nutricionales y las formas de uso de la fruta.

Este módulo va dirigido a los productores y comercializadores de borojón con el fin de que conozcan los mercados y sitios de producción del producto.

Por esta razón este módulo se ha inclinado a presentar el producto para que sea atractivo y agradable a la vista del cliente y en una forma sencilla obtener la pulpa de borojón para lograr mejor conservación y comercialización. Con la pulpa de la fruta se pueden hacer diferentes tipos de preparaciones: mermeladas, néctares, helados,

arequipes, jaleas, jugos, vinagres, dulces, licores, etc. es decir, podemos abrir otros horizontes, otras formas de comercializar el producto.

Si a lo anterior logramos sumar que los productores se organicen para la comercialización del borojón mediante la investigación de mercados, diseños de estrategias de comercialización, canales de distribución y medios de transporte adecuados, se asegura que el productor mejore sus ingresos familiares y cada vez esas organizaciones sean más fuertes y competitivas.