

5.1. CONCERTACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y COMPRADORES

El acto de ponerse en contacto los productores y los compradores, es de conveniencia para ambos, ya que los productores pueden mirar diferentes alternativas y oportunidades para la comercialización de sus productos (figura 5.1).

Así se puede determinar qué tipo de producto requiere el mercado en cuanto a: calidad, tamaño, tipo de acondicionamiento, empaque, número de unidades por empaque y precios.



Figura 5.1 Concertación entre productores y compradores.

Para los compradores es de mucha importancia porque pueden detectar e informarse sobre las zonas de producción, volúmenes a los que pueden responder los productores, frecuencia de la oferta y así poder asegurar el abastecimiento de sus mercados.

5.2 TIPOS DE MERCADO

Los mercados los podemos clasificar en:

- Mercado agroindustrial.
- Mercado institucional.
- Mercado tradicional.
- Mercado especializado.

5.2.1 Mercado agroindustrial

En este mercado es donde el borojó tiene mejor proyección de comercialización (figura 5.2).



Figura 5.2 Mercado agroindustrial del borojó.

Debemos considerar que el borojó es un fruto promisorio y que en esta actividad es donde están las mejores oportunidades de comercialización, máxime si logramos penetrar no solamente el mercado nacional sino incursionar en los mercados internacionales.

Hay que desplegar una gran publicidad sobre los valores nutricionales de este fruto exótico de origen del pacífico colombiano.

5.2.2 Mercado institucional

Es un mercado que también es importante para el borojó pues aquí están considerados: los restaurantes, fruterías, hospitales, ejército, policía, heladerías, casinos, hoteles e instituciones del estado. Es un mercado importante pues hay un consumo masivo.

5.2.3 Mercado tradicional

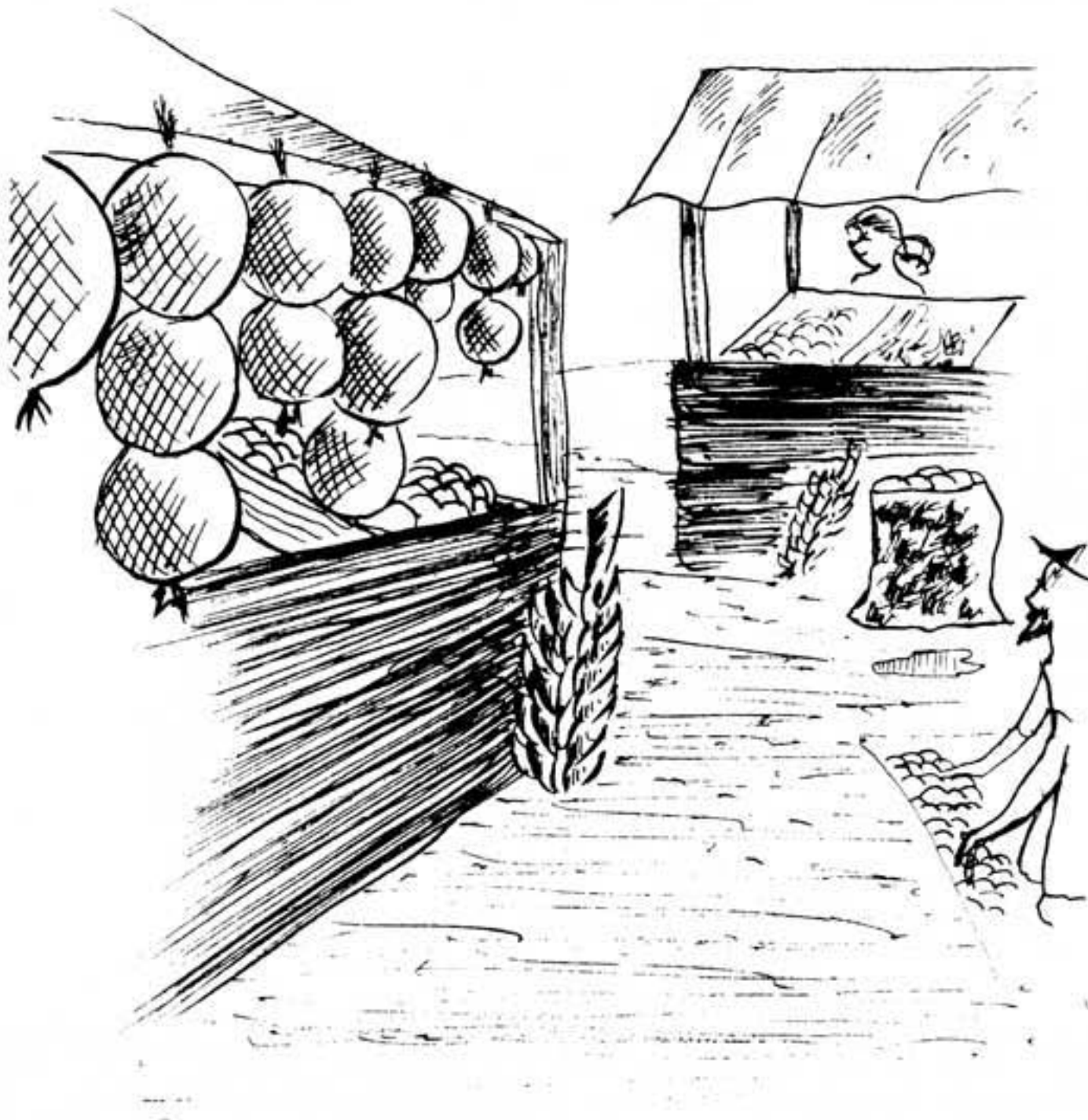


Figura 5.3 Mercado tradicional del borojó.

Es un mercado que se caracteriza por la alta intervención de los intermediarios, en este mercado consideramos: las centrales de abasto, plazas de mercado, galerías, mercados móviles tiendas de barrio, etc. (figura 5.3). (Diapositiva Bor D-5.1).

5.2.4 Mercado especializado

Este tipo de mercado tiene la particularidad de poseer buena estructura organizacional bastante eficiente y exigen buena calidad de los productos. En estos mercados se desarrollan procesos de selección, clasificación y empaque (figura 5.4).

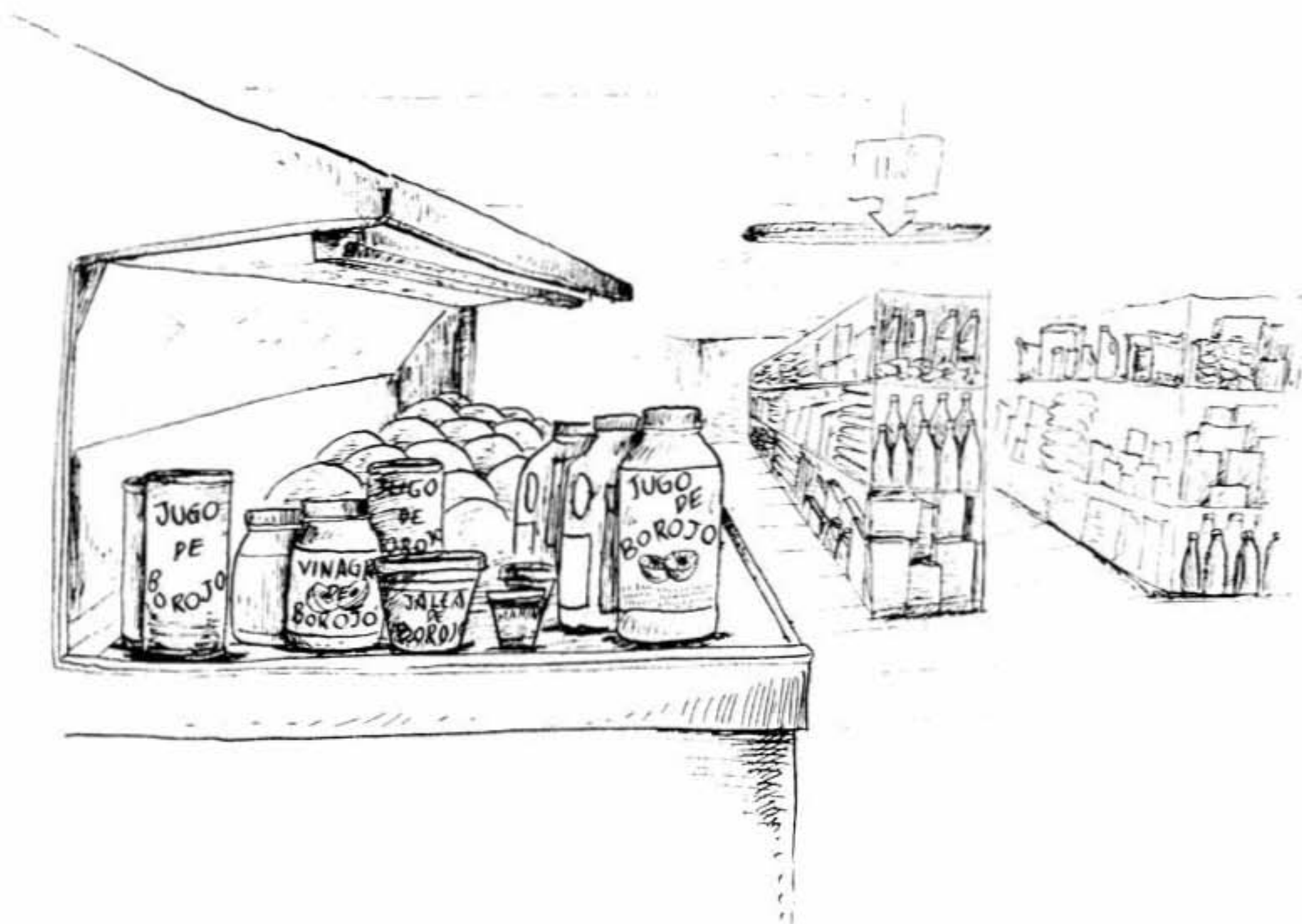


Figura 5.4 Mercado especializado de borojó.

Para que el proveedor sea aceptado debe reunir ciertas condiciones, entre otras:

- Presentar muestra de sus productos.

- Aceptación de la visita de técnicos, quienes analizan el estado de sus cultivos y prácticas agronómicas desarrolladas.
- Continuidad en la oferta.
- Calidad del producto.
- Precio razonable.

A continuación se presenta el diagrama sobre los canales de comercialización para el borojón (figura 5.5).

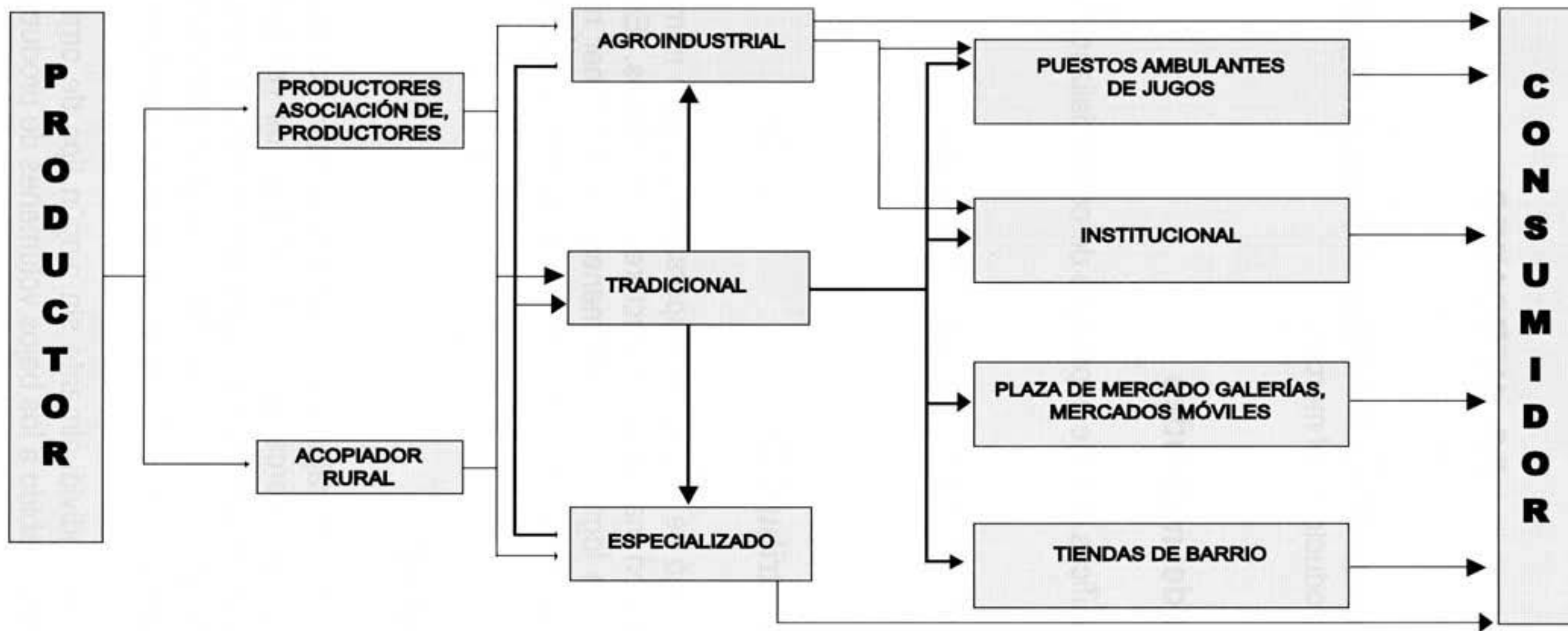


Figura 5.5. Canales de Comercialización.