ANTECEDENTES

Malcastaca es una comunidad que se encuentra ubicada a 11 km. al suroeste de Camargo en la provincia Nor Cinti del departamento de Chuquisaca. Está comunidad está constituida en un alto valle pequeño conformado con una altitud que varían entre los 2900 y 3000 msnm.

El valle presenta condiciones adecuadas permitiendo así la buena producción de durazno y así mismo otras tareas agrícolas ya sea en su base, donde existen suelos agrícolas buenos o en las áreas de ladera o piedemonte donde se construyeron sistemas extensos de viñedos.

Por cuanto la producción de duraznos en la provincia Nor Cinti del departamento de Chuquisaca en especial en Malcastaca tiene muchos años de historia, las primeras plantaciones de durazno se hicieron en menores cantidades o para satisfacer un gusto muy pequeño entre los comunarios. [1]

Según datos del censo control de plagas y enfermedades de AFIPAC (Asociación Federativa e Integral de Productores Agropecuarios de los Cintis 2007), en los Cintis existen 5946 familias involucradas en el negocio del durazno, 54 comunidades involucradas. Y dentro de todo estos se encuentra la comunidad de Malcastaca que cuenta actualmente con 70 afiliados de las cuales 55 son familias dedicadas a la producción y comercialización de Durazno en sus diferentes variedades(porcelana, Ulincate amarillo, Ulincate blanco, rosado entre otros) llegándose a convertir en el único sustento de la economía de las familias y durante los últimos 10 años, esta producción a aumentando a medida que se fue introduciendo ayudas por parte de instituciones que fomentan la producción agrícola en todo el valle de Cinti como

[1] **FDTA – valles;** MANUAL DE CULTIVO – DURAZNO, *Cochabamba 2007*

PASACH(Programa de Apoyo al Sector Agropecuario de Chuquisaca 2009), DELA (Desarrollo Local Agropecuario de Chuquisaca 2010) , entre otros.

Estas instituciones han sido de gran ayuda para poder mejorar la productividad y competitividad de la producción de durazno, desde la preparación del terreno, plantación, poda, fertilización y abonado hasta la realización de riego por goteo, con profesionales especialistas como Ingenieros Agrónomos y Forestales. Y a medida que esto fue pasando los resultados no se dejaron esperar, la producción de Durazno fue aumentado considerablemente, ofreciendo así al mercado local frutos de calidad.

Por ello la principal competencia que existe en la actualidad para la buena comercialización de durazno de Malcastaca en el ámbito regional son las diferentes comunidades que también se dedican a la producción de esta fruta, en el ámbito nacional se sabe que la producción de durazno se da casi en todos los departamentos del país llegando así a ser competitiva la comercialización en el mercado nacional, y a nivel internacional la competencia es más amplia por que la producción de durazno en otros países es muy extensa.

JUSTIFICACION

"Las organizaciones que practican el concepto de mercadeo tienden a ver la investigación de mercados como un sistema de investigación. Este enfoque sugiere que los recursos y las actividades de la organización deben enfocarse, de una forma integrada, en las necesidades y deseos del consumidor, contrario a las necesidades y deseos de la organización. El problema central al que enfrentan muchas organizaciones es como monitorear las necesidades del mercado y anticipar el futuro. En respuesta a esta situación, surge el concepto de un sistema formalizado

para obtener información y adquirir un conocimiento del mercado, facilitando el proceso de la toma de decisiones”. [2]

Es por ello que es muy necesario que los productores de durazno conozcan a profundidad como realizar una buena comercialización lo cual les permita entender al mercado, ampliar el mismo y hacer frente a otras asociaciones que están entrando en el ámbito de la comercialización de durazno y así mismo enfrentara los mayoristas que introducen frutas a nuestro país y muchas veces lo realizan de manera ilegal.

Dentro del mercado de la comercialización de fruta y alimentos, existen una gran cantidad de personas, empresas y sobre todo las importaciones de los alimentos de otros países que se dedican a ofertarlos a menor precio a las personas de a pie que habitan este país. la competencia es extensa ya que la mayoría de las personas que realizan el transporte de las frutas no son dueños de las mismas, haciendo así que estas sean muy caras en el mercado.

Para la realización de este plan de comercialización se realizó una investigación de mercado que nos permitió conocer a nuestros posibles clientes y/o clientes potenciales para así poder realizar la comercialización que es la relación de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario, con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la asociación.

Para la buena comercialización de durazno es necesario tener una adecuada producción, por lo cual los productores atraviesan grandes dificultades como la perdida de la cosecha a causa de los fenómenos naturales adversos, heladas y granizos principalmente, al igual que el viento pueden causar daños muy graves.

[2] ***Thomas C.Kinnear Y James R. Taylor;*** INVESTIGACION DE MERCADOS, un enfoque aplicado

Así mismo otra causa para la perdida de la cosecha son las plagas que son organismos vivos que atacan y se alimentan de los órganos de la planta (raíces, talo, brotes, hojas, flores, frutos) provocando así daños económicos debido a la reducción del vigor, la producción y calidad de la fruta y que en muchas veces si no se controla estas plagas causan la muerte de la planta.

La idea de llevar adelante un "plan de comercialización de Durazno para los Productores de Malcastaca – Nor Cinti – Chuquisaca", es la de poder coadyuvar al sustento económico de cada una de las familias, quienes serán los más beneficiados, fomentando la producción de Durazno y la posterior comercialización, y asi poder frenar en la comunidad la migración del campo a la ciudad y también a otro país como ser Argentina como se ha estado viviendo en los últimos años por parte de los jóvenes y así poder contribuir al desarrollo económico de la región, y para el posterior mejoramiento del País.

En la actualidad los canales de distribución que se realiza, se lo hace de manera precaria porque son ellos los que lo venden a los rescatistas y que ellos a su vez son los que los comercializan esta fruta llevándolo a los mercados grandes de los diferentes departamentos como La Paz, Potosí y Santa Cruz creando así una cadena productiva muy larga hasta llegar al consumidor final, el cual tiene que pagar precios demasiado altos para su posterior consumo.

Realizando un plan de comercialización lo que se desea es determinar la posibilidad y mejorar las ventas mediante la identificación de canales de comercialización del durazno en la comunidad de Malcastaca para mejorar la calidad de vida de las personas, perfeccionando el contexto en el que se realiza la venta de la fruta estableciendo estrategias de comercialización para alcanzar las metas establecidas, llegando así de manera más directa hacia el consumidor final con un producto de

calidad y ya no por medio de los intermediarios, y de igual manera hacer frente a los competidores

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comercialización se constituye en una de las funciones principales a desarrollar por toda organización que se dedique a la producción y comercialización de un producto no solo por el efecto que tiene en todas las áreas de la organización ,también porque de ello depende el crecimiento y sobrevivencia de la misma, sino también por el ingreso que genera esta actividad cuando es bien desarrollada, en este sentido es necesario destacar que los productores de durazno de Malcastaca comercializan de manera tradicional e empírica con un total desconocimiento del mercado y las preferencias de los consumidores, puesto que la venta de su producción se limita a entregar a los intermediarios que vienen al lugar con sus propios camiones y realizan la oferta en cuanto a precios y cantidad que ellos requieren.

Así mismo el durazno es un producto de demanda temporal por lo cual deben realizar la entrega de su producto en condiciones a veces no ventajosas para los productores, y muchas veces toda la producción depende de los factores climatológicos y otras condiciones de la naturaleza, en cuanto al producto el mismo también presenta una oferta grande por ser de buena calidad lo que provoca que se muy requerido por los intermediarios, de otra manera entre las principales falencias de la actividad de comercialización de durazno se destacan las siguientes:

- Los productores de Durazno de la comunidad de Malcastaca están organizados mediante una asociación denominada AFSAL (Asociación de Fruticultores San Lorenzo), que cuenta en la actualidad con 60 socios orientados a la producción y no así a la comercialización del producto, por

lo que desconoce estrategias de comercialización que les permita incrementar su participación en el mercado y negociar la venta de su producto.

- La fijación del precio es prácticamente impuesta por los intermediarios quienes hacen oferta del mismo, provocando que en muchas veces no cumple con las expectativas del productor, provocando que el mismo no ponga énfasis en su producción.

- La distribución se la efectúa por medio de los intermediarios quienes son los que realizan la venta al consumidor final.

Es por esta razón que el planteamiento del problema se lo puede resumir de la siguiente manera:

¿Qué factores impiden a los productores de Durazno de la comunidad de Malcastaca- Nor Cinti – Chuquisaca, el poder realizar una buena comercialización?

HIPOTESIS

"La carencia de un plan de comercialización, basada en estudios de mercado, no permitiré a los productores de Durazno a que puedan incrementar su participación en el mercado"

"La inexperiencia de los productores en cuanto a la comercialización hace que la participación en el mercado disminuya"

Variables

Variable dependiente

Factores que impiden una buena comercialización

Variable independiente

Realizar un plan de comercialización.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un plan de comercialización de Durazno para los productores Malcastaca destinado a que pueda mejorar las ventas para una adecuada participación en el mercado.

Objetivos específicos

- Analizar la actual comercialización del durazno en Malcastaca.

- Realizar un estudio de las variables: producto, precio, plaza y promoción las mismas que ayudaran a la planificación del sector y una mejor toma de decisiones para la comercialización.

- Identificar y establecer estrategias de comercialización para los productores de durazno de la comunidad de Malcastaca.

- Identificar los canales de distribución para una buena comercialización del durazno en la ciudad de Potosí.

- Identificar los puntos de venta estratégicos para la comercialización de durazno en la ciudad de Potosí.

METODOLOGIA

En el presente plan de comercialización se utilizó los tipos métodos t técnicas que se detallan a continuación.

La investigación exploratoria

Mediante la investigación exploratoria se obtuvo una información amplia de los factores determinantes, que nos permitirán obtener información relevante de las personas que conforman mercado objetivo.

Fuentes primarias

Son aquellos datos que se obtuvieron mediante cuestionarios y entrevistas a los productores de durazno de la comunidad de Malcastaca- Nor Cinti y en cuanto a la comercialización del durazno la investigación se la realizó en Potosí y lo más importante recolección de datos históricos de las ventas que se realizaron cada año en la comunidad de Malcastaca que se las lleva adelante en un registro de ventas a cargo del sindicato de la comunidad.

Fuentes secundarias

Aquellas instituciones que brindan servicios de apoyo al sector agropecuario como, DELA (Desarrollo Local Agropecuario de Chuquisaca 2010), también de la AFIPAC (Asociación Federativa e Integral de Productores Agropecuarios de los Cintis 2007), para la realización esta investigación fue importante contar con fuentes de datos secundarios como el INE (Instituto Nacional de Estadística)

Investigación Concluyente

Dentro de la investigación concluyente tomamos en cuenta la investigación descriptiva como principal proveedora de información, dentro de la cual se tomó en cuenta entrevistas personales.

El principal propósito del estudio descriptivo fue dar un panorama claro acerca de los factores que influyen en el problema de estudio.

ALCANCE

Espacial

El presente plan de comercialización fue realizado en la comunidad de Malcastaca misma que se encuentra ubicada al suroeste de la ciudad de Camargo de la provincia Nor Cinti del departamento de Chuquisaca esto referido a la comercialización y en cuanto a las preferencias de los consumidores se realizará la investigación en los mercados de la cuidad de Potosí.

Temporal

Todos los datos recolectados, procesados y analizados para la realización de este trabajo, corresponden a las gestiones 2005 – 2011, en lo que se refiere a la comercialización de Durazno.