

CUENTA DEL DESAFIO DEL MILENIO
(MCA – HONDURAS)
COMUNICADO



Tegucigalpa, 16 y 17 de noviembre de 2007

MAYOR VOLUMEN Y VENTAS PARA
PRODUCTORES DE LA FERIA DEL AGRICULTOR

Con el objetivo de que los agricultores puedan atraer y mantener a sus clientes mejorando el manejo de los productos frescos para reducir las pérdidas por daño mecánico y deshidratación, el Programa de Entrenamiento y Desarrollo de Agricultores (EDA) de la Cuenta del Milenio ha trabajado con los productores de la Feria en el montaje de puntos de venta diseñados para competir con los supermercados.

Como un lanzamiento piloto, varios vendedores de la Feria del Agricultor promoverán un nuevo tipo de estantes y valorarán su acogida por los clientes que aunque no están formados para apreciar el valor agregado de los sistemas de producción, sí gustan comprar frutas y verduras frescas y en buen estado.

Esta actividad se lleva a cabo con el patrocinio de otros promotores como Swisscontact y los organizadores de la Feria, que buscan que los agricultores mejoren operaciones y ventas con vistas a valorar el mercado local y propiciar una base segura para posibles exportadores internacionales capaces de cumplir con los criterios para la certificación de fincas a nivel internacional.

Actualmente los productos están expuestos al sol, en mesas de madera con plásticos y otros en el suelo, techos en mal estado y ubicación incorrecta, productos a granel, sistemas de presentación incorrectos que hace que el comprador dañe el productos y el vendedor no tiene contacto con el cliente.

La formación que la Cuenta del Milenio realiza en este aspecto, consiste en la utilización de diferentes colores para llamar la atención, anaqueles angostos para facilitar el acceso y la selección, producto inclinado, poner solo una o dos capas de productos y el abastecimiento de productos cambiando de caja, entre otras técnicas que así como reducen pérdidas de producto ofrecen al cliente mayor seguridad en la inocuidad de lo que compra.

La Feria vende unos 15 millones de lempiras cada fin de semana y con la adopción de nuevas formas de presentar los productos, tanto clientes como agricultores resultarán beneficiados con nuevas propuestas de mercadeo.