

ICA-O.19

GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS VINCULADOS A LA CIENCIA E INNOVACIÓN AGRÍCOLA EN EL INCA

Mayelin Margarón La Rosa, Adriano Cabrera Rodríguez, Marilin Margarón La Rosa, Ariel Alfonso Hernández y Damays de la C. Valdez Fernández

Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas, Cuba

email: mmargaron@inca.edu.cu

RESUMEN. La gestión de la comercialización se inicia con la promoción, herramienta que consiste en incentivar a corto plazo, tanto a consumidores, miembros del canal de distribución y a los equipos de venta, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio. Es por eso que las ventas son el primer paso para que se genere un ciclo en la economía, que permita la circulación y flujo de dinero en una sociedad determinada. El presente trabajo, realizado en el Grupo de Comercialización del Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas (INCA) de Cuba, tiene como objetivo el diseño de un procedimiento de comercialización de ventas de los productos, servicios y procedimientos generados por las investigaciones desarrolladas en la institución. Se cuenta además con una base de datos donde se registran todos los ingresos generados por las ventas de cada producto. Como principal resultado se destaca una mejor organización en la comercialización de los productos y servicios del INCA, además de la promoción, incremento y control en las ventas de cada producto.