

DIPLOMADO

Tecnologías para Mejorar la Producción y Productividad
Agropecuaria



Temática:

Comercialización de hortalizas

Facilitadora:

MSc. Massiel Ruby García Hernández

Universidad Nacional Agraria

Diplomado Tecnologías para mejorar la producción
y productividad agropecuaria en tecnologías de
producción agropecuarias

- Comercialización de hortalizas

Facilitadora

MSc. Massiel Ruby García Hernández

Junio, 2025

Índice de contenido

SECCIÓN	PAGINA
I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. Elementos claves en la comercialización de hortalizas.....	5
2.1. ¿Qué elementos claves forman parte de la comercialización de hortalizas?.....	5
2.2. ¿Qué significa identificar mercados nacionales e internacionales?.....	6
2.2. ¿Para qué sirve los parámetros de calidad en la producción para comercializar?.....	7
II. Generalidades de la comercialización de hortalizas.....	7
3.1. ¿Qué es comercializar hortalizas?.....	7
3.2. Puntos claves de comercio de hortalizas.....	8
3.4. Oportunidades de comercialización de hortalizas.....	9
- Análisis de nuevos y nichos de mercados.....	9
III. CONSIDERACIONES FINALES.....	14
IV. PREGUNTAS ORIENTADORAS.....	15
V. GLOSARIO.....	15
VI LITERATURA CITADA.....	15

I. INTRODUCCIÓN

La comercialización de hortalizas es un elemento clave para la producción hortícola, desde el enfoque de la cadena de valor, los eslabones o puntos de la cadena productiva permiten identificar oportunidades para vender a más y mejor precio, por eso es importante que se analicen pasos claves para tener éxito en las ventas de los productos de nuestras parcelas. Las actividades que se realizan para que las hortalizas lleguen al consumidor final, van desde a quien vendemos, donde, el uso y tipos de intermediarios.

En Nicaragua la producción de hortalizas es un rubro de vital importancia dentro de la economía nacional, se ha avanzado en el cumplimiento de estándares de calidad para el ingreso a diversos mercados nacionales e internacionales.



A través del Sistema Nacional de Consumo y Comercio se realiza acompañamiento a los productores de hortalizas a nivel nacional, las principales cosechas como el repollo, la papa, zanahoria, chiltoma, tomate, apio y otras hortalizas son los principales productos que se demandan, esto es muy importante identificar a nivel de comercialización ya que permite identificar qué se está



demandando en mayores cantidades, para plasmarlo como un objetivo comercial

Dentro de las estrategias comerciales para vender hortalizas se definen: la identificación de mercados, aseguramiento de los parámetros de calidad en la producción hortícola, valor agregado y transformación, trazabilidad e identificación de innovaciones para cubrir diferentes necesidades en las demandas de los consumidores.

II. Elementos claves en la comercialización de hortalizas

2.1. ¿Qué elementos claves forman parte de la comercialización de hortalizas?

Para comercializar hortalizas y sacar el máximo valor económico se deben identificar al menos 5 elementos claves que permitirán disminuir pérdidas y obtener mayores ganancias.

1. identificación de mercados nacionales e internacionales



Imagen 1. Cosecha de tomates en Nicaragua.
Fuente Canal 2.

2. Aseguramiento de parámetros de calidad en la producción hortícola
3. Transformación y valor agregado según necesidades del cliente o consumidor
4. Trazabilidad

2.2. ¿Qué significa identificar mercados nacionales e internacionales?

Es importante que logren identificar a través de instituciones del Sistema Nacional de Producción mercados nacionales e internacionales, también a través de puntos de ventas o tiendas mayoristas como los supermercados, restaurantes, comiderias o comedores que utilizan en



Imagen 2. Mercados nacionales, sector de hortalizas y verduras. Fuente: El 19 Digital.

su día a día hortalizas, para esto es clave que puedan unirse varios productores y empiecen comunicación con representantes de instituciones, de cadenas de supermercados y con administradores de restaurantes, o lugares que utilizan hortalizas como materia prima para otros productos, esto no quiere decir que deben modificar en el comercio tradicional en los mercados nacionales que comúnmente se conoce la venta mayorista, sin embargo, para también tener asegurada toda la producción y comercializar se debe de buscar todo tipos de mercados, entre ellos los que compran en grandes cantidades, los que requieren hortalizas grandes o pequeñas, los que requieren ya con valor agregado como por ejemplo sin cáscara y cortadas, ya que esto permitirá que se controle las

perdidas productivas cuando la producción no es igual, como en el caso de la zanahoria, hay zanahorias grandes, pequeñas, medianas, aquellas que son pequeñas pueden utilizarse en otros mercados como el de conservas o encurtidos, lo importante es sacar provecho de todo lo que se obtenga en la producción.

Recuerden que todo es comercializable, el compost, sustrato, plántulas, todo, no deben perder nada, porque seguramente hay alguien que desea adquirir lo que estamos produciendo, en la producción de hortalizas todo debe ser aprovechado para generar ingresos.

2.2. ¿Para qué sirve los parámetros de calidad en la producción para comercializar?

Cuando hablamos de comercialización, el cumplimiento de parámetros y aseguramiento de calidad en la producción de la materia prima en este caso las hortalizas, contribuyen a que el consumidor final sienta seguridad y tenga conocimiento de que el producto que consume cumple con higiene, las características de las hortalizas son buenas, por ejemplo dulzor, tamaño, color, inclusive acciones de valor social y por supuesto el precio, son elementos que juntos se convierten en un producto de valor, que el cliente no solamente compra un alimento, sino también la historia de cada actividad integrada en la producción.

II. Generalidades de la comercialización de hortalizas

3.1. ¿Qué es comercializar hortalizas?

La comercialización de hortalizas es la actividad que incluye todas las estrategias posibles para vender la producción al mejor mercado posible, la producción de hortalizas en la actualidad se encuentra influenciado por diferentes tendencias o comportamientos de mercado, los clientes demandan productos frescos, inocuos y

saludables, por eso es importante que cada productor pueda identificar que hay múltiples oportunidades de mercado dentro del rubro hortícola.

3.2. Puntos claves de comercio de hortalizas

- Análisis de las tendencias de mercado, el consumo de hortalizas está tendiendo a necesidades de salud, sostenibilidad y alimentos orgánicos.



Imagen 3. Cosecha de repollo en Nicaragua. Fuente: El 19 Digital.

- Nichos de mercado, cuando se presentan oportunidades de comercializar hortalizas de alto valor en un mercado selecto, pequeño o especial, por ejemplo, aquellos mercados que demandan tamaños de hortalizas pequeños o transformados.
- La transformación y el valor agregado permitirá que tengas más ganancias y reducción del desperdicio alimentario que enfrenta la producción de hortalizas, es importante la identificación de oportunidades comerciales, tratar de ingresar por ejemplo a los mercados donde se solicitan hortalizas ya peladas y cortadas permitirá que aprovechemos aquellos productos que generalmente se pierden en toda la producción.
- La trazabilidad de la cadena de valor de hortalizas no es comúnmente aplicada, de hecho, es un reto que tenemos como productores de hortalizas, lograr que se aplique trazabilidad en todos los rubros de consumo humano, permitirá asegurar sobre dos vías el producto, que el consumidor tenga



Imagen 4. Comerciantes terciarios, mercados capitalinos.
Fuente: Tu Nueva Radio YA

conocimiento de donde vienen los productos y los productores hacia donde se está dirigiendo, se preguntaran ¿y para que sirve esto? Si nosotros tenemos información de hacia dónde se

están yendo los productos, entonces se logrará identificar las necesidades de cada uno de los clientes y anticiparnos para ofrecer productos diseñados según las demandas comerciales y si el cliente o consumidor tiene conocimiento del origen de lo que consumen, genera confianza y esto a su vez fidelidad comercial, que asegurara no solamente una compra, sino varias, así mismo, para la exportación de producción de hortalizas e ingreso a otros mercados con exigencias, será fácil ingresar porque se tendrá asegurado todas las actividades a través de un registro de trazabilidad.

3.4. Oportunidades de comercialización de hortalizas

- Análisis de nuevos y nichos de mercados.
- Demanda de productos orgánicos y locales.
- Reducción del desperdicio alimentario para la creación de otros productos, por ejemplo: compost, hortalizas empacadas, alimentación animal, para esto es importante que cada productor

logre aplicar creatividad e innovación para la creación de nuevos productos derivados de hortalizas.

- Los mercados internacionales son una gran oportunidad para comercializar hortalizas, estos demandan o prefieren productos mínimamente procesados, así mismo, aquellos productos que faciliten la aceleración en el día a



Imagen 5. Canales de exportación. Fuente: EPN

día de los consumidores,

una tendencia de consumo bien marcada es bolsas de hortalizas listas para consumir, ya que esto facilita el estilo de vida o dinámicas de trabajo de muchos consumidores.

- Cumplimiento de regulaciones y certificaciones: para la exportación e inclusive el consumo nacional de hortalizas, el cumplimiento de regulaciones son una ventaja porque la calidad no debe ser solamente dicha, sino también debe ser demostrable, lo que permitirá que logremos entrar a mercados y cumplir con las exigencias de ingreso, al inicio esto podría un poco difícil, pero como productores debemos ver esto como oportunidades de crecimiento.

3.4. Cadena de valor

Las cadenas de valor son la línea eficiente para la comercialización exitosa de hortalizas, son un papel fundamental para garantizar un precio competitivo y que los productos lleguen al consumidor final, el reto es eliminar intermediarios que no

convienen, ya que compran las cosechas a precios demasiados bajos y por costumbre o comodidad se vende siempre al mismo intermediario, por eso es importante la búsqueda de otros mercados para lograr obtener mayores ganancias.

Beneficios de comercializar directamente

Si se comercializa directamente reduciendo o eliminando intermediarios, se obtienen mayores márgenes de ganancias, lo que asegura una producción eficiente y segura.



Hay conexión directa con el consumidor final lo que permitirá tener de primera mano las demandas comerciales y así adecuar nuestros productos a lo que los clientes prefieren, obteniendo retroalimentación sobre la calidad de los productos.

Se tendrá mayor control de precios y volúmenes, muy importante para evitar sobre o poca producción, así mismo, establecer promociones comerciales que atraerán más clientes y por ende mayores volúmenes de ventas.

Pasos para comercializar hortalizas

1. Investigación de mercado
2. Estudio de mercado
3. Definir a que público, consumidor o cliente nos vamos a dirigir para analizar qué necesidades de consumo de hortalizas están demandando.

4. Desarrollo de la propuesta de valor de las hortalizas, no solamente es vender un alimento, ya lo hemos visualizado anteriormente, sino un beneficio combo, en decir que se tengan claros los atributos, ventajas y beneficios que estamos vendiendo.
5. Diseñar estrategias para comercializar, usar las redes sociales, la publicidad boca a boca, en los grupos comunales, con nuestros conocidos, amigos, unirse varios para entrar a otros mercados nacionales e internacionales, también innovar para que no se pierdan los productos, por ejemplo, empacar, hacer pures, pastas, licuados, hortalizas empacadas al vacío, entre otros.
6. Evaluar, siempre es importante medir cuales estrategias son efectivas y cuales en menor medida, por eso realizar un análisis de rendimiento de las acciones realizadas con respecto a la comercialización es importante ya que permite saber si el camino que estamos llevando es bueno y rentable, por ejemplo, si resulta más económico que se venda a un intermediario, que a realizar el transporte desde los departamentos hacia la capital, entonces hay que evaluar si realmente se tienen beneficios reales.

La comercialización es el punto culmen o punto de vital importancia dentro de los rubros de producción, toda la cadena de valor se encuentra en riesgo cuando las condiciones de la comercialización limitan la recuperación de la inversión, por esto se deben tomar en cuenta muchas cosas que demanda el mercado, pero también, lo que ayude a preservar por mayor tiempo cada producto, el empaque es de vital importancia ya que esto debe pensarse según cada producto y destino, si vendemos tomate en cajilla, sabemos de las perdidas en los productos porque hay golpes, magulladuras, inclusive hongos que atacan después de la cosecha, lo que hace

vulnerable la recuperación de la inversión, porque el producto pierde calidad, por eso pensar en los empaques adecuados, los embalajes para transportar, nos permitirá mayor control en el momento de comercializar.

Entre los retos que se deben plantear cada productor es lograr el uso de la trazabilidad de los productos, los mercados como las tiendas de supermercados o empresas que requieren demostrar seguridad en el uso de sus materias primas, requieren que se les certifique que están comprando hortalizas limpias, inocuas, libres de enfermedades, ya que esto a su vez genera seguridad al consumidor final, por ejemplo, un restaurante que requiere comidas con ensaladas, necesita productos que estén libres de plagas u enfermedades, ya que si se consume un repollo contaminado, causa afectaciones en la salud del consumidor, lo que repercute en que perdamos clientes.

III. CONSIDERACIONES FINALES

Recuerde que, para lograr una comercialización exitosa, se debe seguir pasos fundamentales, entre los principales es el análisis o investigación de mercado, saber a dónde estamos comercializando es de vital importancia ya que permitirá diseñar productos pensados en el consumidor, generando ingreso exitoso a otros mercados, fidelidad o preferencia sobre otros productos similares y sobre todo mejores precios.

El enfoque de cadena de valor debe ser visto desde la trazabilidad, el aprovechar todas las acciones de producción desde que inicia las actividades agrícolas hasta llegar a la comercialización debe de posicionarnos como productores únicos y que ese producto aunque sea parecido a otros, no es igual, a esto recordar que es la propuesta de valor, por ejemplo, no es lo mismo comprar a productor que no tiene prácticas sociales a uno que sí, los clientes van a preferir comprar a un productor que realiza recolección de envases de todos los insumos utilizados en la producción porque se compromete e identifica con el concepto ambiental de las producciones, importante, que estas son estrategias que permiten posicionarnos dentro de los mercados y así mismo, generar ingresos extras .

La comercialización de hortalizas tiene diferentes retos, desafíos y oportunidades, entre ellos el e-commerce, la evolución digital, cumplimiento de exigencias de mercado, la sostenibilidad y sustentabilidad, las prácticas orgánicas y el aseguramiento no solo de alimentos, sino de seguridad alimentaria.

IV. PREGUNTAS ORIENTADORAS

1. ¿En qué consiste el análisis de mercado en la comercialización de hortalizas?
2. ¿Por qué debemos trabajar con el enfoque de cadena de valor?
3. ¿Cómo podemos mejorar el margen de ganancias al momento de comercializar hortalizas?
4. ¿Qué oportunidades comerciales se encuentran en el mercado nacional e internacional para las hortalizas?

V. GLOSARIO

Investigación de mercado: proceso que ayuda a productores a entender mejor a sus clientes y mercados. Consiste en buscar y analizar información para resolver problemas y tomar decisiones.

Cadena de valor: La cadena de valor es una herramienta de análisis comercial que sirve para entender cómo los productores pueden generar ventaja diferenciadora. Es decir, cómo puede destacar frente a la competencia ofreciendo más valor o reduciendo costes.

VI LITERATURA CITADA

Ministerio de Economía Familiar (2020). [Cartilla de Hortalizas. https://www.economiafamiliar.gob.ni/backend/vistas/doc/cartilla/documento7374354.pdf](https://www.economiafamiliar.gob.ni/backend/vistas/doc/cartilla/documento7374354.pdf)

#2025
AVANZANDO EN
LA REVOLUCIÓN!

4619
Semanas 2025
Más Años
Uniendo



Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional
El Pueblo, Presidente!

UNA
¡Líder en Ciencias Agrarias!

