

CONECTANDO CON COMPRADORES ORGÁNICOS - VEGETALES

GUÍA DE RECURSOS: FEBRERO DE 2025

Esta guía de recursos describe las mejores prácticas, consideraciones, información para el comprador y otros recursos para navegar por los mercados de vegetales orgánicos. A medida que la demanda de productos orgánicos sigue en aumento, comprender la dinámica única de estos mercados es esencial para los productores que buscan maximizar sus oportunidades y rentabilidad. Tanto si se inicia en la agricultura orgánica como si busca perfeccionar su enfoque, este recurso le servirá de guía en su camino hacia una exitosa exploración del mercado.

El Programa Nacional de Asociación para la Transición a la Producción Orgánica (TOPP) apoya a agricultores orgánicos y en transición con recursos de mercado, incluyendo eventos de descubrimiento para compradores y vendedores para facilitar conexiones significativas entre vendedores y compradores orgánicos, y talleres de desarrollo de mercado. Las conclusiones y recursos clave de esta guía surgieron de una serie de seminarios web sobre mercados de hortalizas orgánicas en febrero de 2025. Para obtener más información y encontrar eventos cerca de usted, visite:

www.organictransition.org/region/national/events.



RESUMEN DEL EVENTO:

RESUMEN DEL EVENTO:

Esta serie de seminarios web sobre mercados orgánicos constó de tres eventos en línea. El primer seminario web se centró en las perspectivas de agricultores y expertos económicos sobre el retorno de la inversión en la transición orgánica desde la perspectiva de los mercados. El segundo seminario web de la serie presentó las perspectivas de los compradores sobre el abastecimiento orgánico eficaz. El seminario web de clausura consistió en una sesión de preguntas y respuestas abierta con los agricultores, compradores y expertos económicos que participaron en los seminarios anteriores.

El primer seminario web fue moderado por Roshell Rosales Aguilar, Agente Regional de Extensión de Gestión Agrícola y Agroindustrial de la Universidad de Auburn. El panel contó con la participación de Emma Jagoz, de Moon Valley Farm; Reggie Ramos, de Grow with the Flow; y Carolyn Dimitri, profesora de Estudios Alimentarios de la Universidad de Nueva York. Puede ver la grabación [aquí](#).

El segundo seminario web fue moderado por David Paysnick, Gerente de Desarrollo de Negocios de Food Connects. Este panel contó con la participación de Kenny Meyer y Whitney Herrera de Whole Foods Market y Alex Borst de Happy Dirt. Puede ver la grabación [aquí](#).

La última parte del seminario web no se grabó para facilitar la conversación. Las notas de la llamada se encuentran a continuación.

Conclusiones clave/Mejores prácticas

ENCONTRAR UN COMPRADOR:

- Utilice la base de datos de integridad orgánica (OID).
- Este sitio permite a los agricultores buscar por ubicación, producto, etc.
- Es una excelente herramienta para la comercialización directa de cultivos especializados y lotes pequeños, pero aprender a utilizarla puede llevar algo de tiempo.
- Conozca las palabras clave de lo que está buscando: aquí podrá encontrar correos electrónicos y números de teléfono de quienes toman las decisiones.
- Utilice el directorio Find.Organic.
- Asistir a ferias comerciales y conferencias es una excelente manera de conocer compradores.
- Si usted es agricultor/productor y busca asesoramiento para acceder a mercados más profundos, apoyo en la rotación de cultivos orgánicos o conectarse con compradores, puede comunicarse con el Equipo de [Consultoría de Mercados del Instituto Rodale](#).

QUÉ SABER ANTES DE LLAMAR:

- Los agricultores deben intentar averiguar el nombre del comprador, del encargado del proceso de compra o del especialista en adquisiciones antes de realizar la llamada.



- Al llamar, los agricultores deben preguntar el nombre del comprador a quien conteste primero para evitar quedarse atascados en la recepción.
- Los agricultores siempre deben hacer seguimiento por correo electrónico después de realizar una llamada. Si desconocen el correo electrónico del comprador, deben asegurarse de pedírselo mientras lo tienen al teléfono.
- Los agricultores deben comunicar por qué sus productos son especiales, resaltar el valor de sus productos y discutir sus prácticas durante la llamada.
- Durante la llamada, recuerde hacer preguntas específicas sobre precios y plazos.

TIEMPO:

- Los compradores suelen estar muy ocupados; los agricultores deben investigar para asegurarse de que están llamando a la persona adecuada.
- Los agricultores deberían llamar a los compradores durante su jornada laboral, teniendo en cuenta las zonas horarias. Deberían intentar llamar entre las 8 y las 4 de la tarde; las mañanas parecen ser los horarios más productivos para las llamadas en frío.
- Muchos tomadores de decisiones también llegan a la oficina a las 7 a. m., por lo que llamar temprano es ventajoso.
- Los agricultores también deben tener en cuenta las zonas horarias y las pausas para el almuerzo al realizar llamadas.
- Los martes, miércoles y jueves son los mejores días para llamar.
- Los tomadores de decisiones pueden estar en el camino, visitando lugares y, si usted sabe que están allí, llámelos mientras viajan como si estuvieran viajando en automóvil, pueden hablar por Bluetooth.
- El invierno es un buen momento para llamar y cerrar contratos. Es recomendable llamar a unos 8 corredores/compradores y comunicarles sus intenciones de plantar.
- Los agricultores deben saber que la contratación a futuro es un acuerdo realizado antes de la siembra o la cosecha y la compra al contado es una compra única realizada en el momento, generalmente para entrega inmediata.

CONTRATOS SEPARADOS, MANEJO POSTCOSECHA

- La comunicación honesta y constante sobre los plazos de cosecha y la disponibilidad es extremadamente importante, ya que las verduras son perecederas.
- Un empaquetado adecuado y un almacenamiento a temperatura controlada son esenciales. Los agricultores deben empacar para evitar magulladuras o marchitez y comunicar claramente sus métodos de almacenamiento al hablar con los compradores.
- Si los agricultores tienen un suministro constante de un vegetal determinado, deberían considerar negociar contratos a largo plazo.
- Los precios para los agricultores dependen de la ubicación y del canal de comercialización.
- Planifique su cosecha. Algunos compradores planifican la producción con sus proveedores.
- Comprender el ciclo de cosecha antes de hablar con los compradores permite a los agricultores comunicar con precisión la disponibilidad de los cultivos y evitar

compromisos excesivos, lo que garantiza transacciones fluidas y relaciones más sólidas con los compradores.

¿Cuáles son los criterios más importantes a la hora de seleccionar socios agrícolas con los que trabajar?

- Algunos compradores pueden exigir auditorías de seguridad como las certificaciones FSMA, SQF o GAP.
- Los agricultores deben mantener una calidad constante.
- Certificación orgánica.
- Agricultores que saben cómo envasar sus productos y comunicarse eficazmente.
- Los agricultores que toman la iniciativa y se comprometen a obtener diversas certificaciones se destacan.
- Agricultores que comprenden sus propios costos y evitan vender sus productos a precios excesivos o inferiores.

¿Qué certificaciones, además de la certificación orgánica del USDA, buscan los agricultores?

- La certificación USDA Gap, la certificación de comercio justo y el proyecto sin OGM verificado son certificaciones que los compradores también pueden buscar.

¿Quién es responsable de la entrega? ¿El comprador o el agricultor?

- Depende del comprador/agricultor, por lo que es importante discutir esta expectativa claramente con el comprador con el que está trabajando para garantizar un entendimiento mutuo.

¿Quién determina el precio?

- El precio depende realmente de la escala, la historia y la ubicación. Cuanto más cerca esté una granja de la tienda, mayor será el precio debido a su naturaleza hiperlocal, cuyos costos reflejan la calidad y los insumos agrícolas. Las granjas más grandes y los costos de envío se acercan más a la estructura de costos nacional, con una ligera prima de precio local.
- Los compradores quieren asegurarse de que el precio sea justo para los agricultores, ya que buscan construir relaciones duraderas y no transacciones únicas.
- Muchos compradores planificarán los cultivos con los agricultores.
- La fijación de precios puede ser un proceso colaborativo: los agricultores deben comprender sus propios costos para evitar vender a precios inferiores a los que ofrecen, ya que siempre habrá negociaciones.

¿Qué debo cultivar?

- Los agricultores deberían cultivar lo que aman y pueden cultivar bien, y tal vez quieran considerar cultivar algo único con gran sabor.
- No se trata solo de lo que cultivan los agricultores, sino también de cómo interactúan con los consumidores. Al forjar relaciones auténticas, los agricultores pueden generar confianza y lealtad con los consumidores y destacar en el mercado.

¿Cómo me diferencio de los demás?

- Los agricultores pueden diferenciarse de los demás compartiendo su historia. Incluso si su producto no es significativamente diferente, pueden destacar quiénes son y cómo cuidan el medio ambiente.

RECURSOS

- [Base de datos de integridad orgánica](#)
- [Find.Organic \(Encuentre Orgánico\)](#)
- [Herramientas para la transición](#)
- [Veggie Compass](#)
- [Estimador de presupuesto de cultivos de hortalizas](#)
- [Presupuestos de empresas de producción de cultivos orgánicos](#)
- [Investigación sobre las relaciones a lo largo de la cadena de suministro orgánica](#)
- [Transition Story](#)

CONÉCTESE CON NOSOTROS

Si usted es un productor que busca orientación para acceder a mercados más profundos, apoyo en la rotación de cultivos orgánicos o conectarse con compradores, comuníquese con [Equipo de Consultoría de Mercados del Instituto Rodale](#).

Correo: Markets@RodaleInstitute.org **Teléfono:** [\(610\) 683-1416](tel:(610)683-1416)