

# Integración de productores en una organización formal para la comercialización de productos deshidratados

Almeraya-Quintero Silvia X.<sup>1</sup>; Cuevas-Reyes Venancio<sup>2\*</sup>; Borja-Bravo Mercedes<sup>3</sup>; Sánchez-Toledano Blanca I.<sup>4</sup>; Guajardo-Hernández Lenin G.<sup>1</sup>; Jolalpa-Barrera José L.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Colegio de Posgraduados, Campus Montecillo. Km 36.5, Carretera México-Texcoco. Montecillo, Texcoco, Estado de México. C.P. 56264.

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, Campo Experimental Valle de México. km. 13.5 Carretera Los Reyes-Texcoco, Coatlinchán. Texcoco Edo de México. C.P. 56250.

<sup>3</sup> Campo Experimental Pabellón-INIFAP. Km 32.5 carretera Aguascalientes-Zacatecas Pabellón de Arteaga, Ags. C.P. 20660.

\* Autor responsable: cuevas.venancio@inifap.gob.mx

## Problema

La comercialización de productos de agropecuarios resulta especialmente complicada para los productores en pequeña escala, sin embargo, se trata un eslabón crucial en la cadena de valor agropecuaria. Dentro de los principales problemas que surgen, cuando no existe una organización de productores que realice la comercialización de sus productos adecuadamente, son: falta de acceso a mercados, precios bajos, desperdicio de productos, uso ineficiente de los recursos, entre otros. Dichos problemas repercuten negativamente a los productores, la economía local y la seguridad alimentaria. A través del Proyecto Estratégico 319195, financiado por el CONAHCYT, se identificó a un grupo de productores, usuarios de la Planta de Termo Solar ubicada en Zacatecas, que generan productos agropecuarios deshidratados, cuentan con experiencia para realizar su actividad, pero requieren organizarse para generar estrategias de comercialización.

## Solución planteada

Investigadores del INIFAP (Cevamex, Aguascalientes, Zacatecas) y del Colegio de Postgraduados (Campus montecillo), realizaron talleres participativos, durante los meses de abril y agosto del 2024, con productores de alimentos deshidratados de la franja agrícola zacatecana (Calera, Fresnillo, Loreto, Morelos y Zacatecas). En dichos talleres se destacó la importancia de organizarse y de contar con una imagen comercial, que se refiere al conjunto de apreciaciones, símbolos y características que un cliente vincula con una marca o producto, es un elemento determinante para generar confianza, lealtad y valor agregado.

**Cómo citar:** Almeraya-Quintero, S. X., Cuevas-Reyes, V., Borja-Bravo, M., Sánchez-Toledano, B. I., Guajardo-Hernández, L. G., & Jolalpa-Barrera, J. L. (2026). Integración de productores en una organización formal para la comercialización de productos deshidratados. *Agro-Divulgación*, 6(1). <https://doi.org/10.54767/ad.v6i1.638>

**Editores académicos:** Dra. Ma. de Lourdes C. Arévalo Galarza y Dr. Jorge Cadena Iñiguez.

Publicado en línea: Mayo 2026.

*Agro-Divulgación*, 6(1), Enero-Febrero, 2026. pp: 57-60.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International



Un aspecto fundamental de reflexión en los talleres fue contar con una imagen comercial, como grupo organizado, que fuera más allá de la estética visual y que los vinculara al territorio y al conocimiento local que poseen. De esta forma se trabajó sobre ¿qué es un emprendimiento y cuál es su importancia?; ¿qué actividades están implicadas en un emprendimiento de deshidratado?; se identificaron a los diferentes actores que involucra esta actividad (proveedores de bienes y servicios, distribuidores, entre otros); las regulaciones que se deben atender; y, sobre los diferentes tipos de emprendedores relacionados al sector agropecuario. Todo lo anterior para reconocer que trabajar de manera organizada facilita y fortalece sus actividades.

Como producto de los talleres se conformó al grupo de productores para la comercialización de sus productos, generaron propuestas de nombre, quedando el de “SOLDEZAC”, cuyo slogan es “*Del sol de Zacatecas a tu paladar*”. Con dicha imagen han tenido oportunidad de presentarse a diferentes recintos (ferias regionales, congresos, demostraciones, entre otras) para mejorar sus ventas y darse a conocer como marca confiable que comercializa productos agropecuarios deshidratados mediante la utilización de tecnologías limpias, como el secado solar. SOLDEZAC ya como grupo organizado generaron, a través de los talleres participativos, su misión, visión y objetivos necesarios para generar la imagen comercial, quedando de la siguiente manera:

- **Misión:** Ofrecer productos deshidratados de alta calidad y nutritivos que preserven la esencia del campo zacatecano, manteniendo sus características naturales y de buen sabor, contribuyendo a una alimentación saludable y sostenible.
- **Visión:** Ser líderes en la industria de deshidratación, reconocidos por nuestra capacidad de innovar, por ofrecer productos de calidad que satisfagan las expectativas de nuestros consumidores y por contribuir a una alimentación saludable.
- **Meta:** Ser reconocidos como el principal proveedor de productos agroalimentarios deshidratados sostenibles en el mercado del centro-norte de la república mexicana en los próximos tres años, destacándonos por nuestra innovación en el uso de energías limpias y nuestro compromiso con prácticas agrícolas responsables, atrayendo en el futuro a más y nuevos clientes de estados en el ámbito nacional.



Figura 1. Talleres Participativos.



Figura 2. Logotipo y muestra de algunos productos.



Figura 3. Emprendimientos asociados a Soldezac.



Figura 4. Participación en eventos regionales como grupo organizado.

El proceso de organización entre productores requiere del convencimiento de los mismos para integrarse para un bien común, en este caso, el principal objetivo era mejorar las ventas de los productos agroalimentarios deshidratados. El grupo Soldezac logro conjuntar el interés mutuo, cooperación y confianza para constituirse en una organización formal con una visión de emprendimiento en el sector de la transformación y valor agregado de productos deshidratados del campo.

### Innovación, Impactos e Indicadores

Nivel de Innovación	Descripción	Transferido	Impacto		Indicador General de Políticas Públicas	Indicadores Específicos	Subindicador
			Sector	Ámbito			
Incremental	Busca mejorar los sistemas que ya existen haciéndolos mejores, más rápidos, más baratos, etc.	Asociaciones de Productores	Primario: Agricultura, Ganadería, Pesca, Explotación forestal, Minería	Social Económico	Ciencia y Tecnología	Competitividad	Registro solicitado y concedido
Procesos	Implementación de una nueva o significativa mejora de un método de producción o de suministro.	Productores independientes			Secundario: Actividades económicas que transforman las materias primas en productos elaborados (Agroindustria)	Económico	Recursos Humanos
Servicios	Cambia el concepto de un servicio, canal de interacción con el cliente, sistema de prestación de servicios, o conceptos tecnológicos que, de forma individual, pero muy posiblemente en combinación, conducen a una o más funciones renovadas o totalmente nuevas de servicio.	Comunidades Agrarias			Educación	Generación de empleos	Número de publicaciones
Modelo de negocio	Creación o reinención de un negocio	Poblaciones en particular				Capacitación	Número de familias beneficiadas
Innovación sostenible	Desarrollo de productos y procesos que contribuyen al desarrollo sostenible						Empresas rurales formadas
							Empresas formadas
							Desarrollo de productos y servicios para la sociedad
							Exportación incremento (%)