

Informe Final - Mercado Campesino COMPLEJO PALOQUEMAO

Fecha: Jueves, 4 de septiembre de 2025

Lugar: Complejo Paloquemao - Parqueadero

Organizadores: Centro de Diseño y Metrología, Centro de Gestión Industrial, Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica y Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos - Estrategia **CampeSENA** y **Full Popular**



El Mercado Campesino realizado el jueves 4 de septiembre/2025 en el Complejo Paloquemao fue un espacio de encuentro entre productores rurales y comunidad SENA, con el propósito de visibilizar el trabajo campesino, generar oportunidades de comercialización y fortalecer la conexión entre campo y ciudad.

Logística y desarrollo del evento

- **Instalación de carpas y adecuación del espacio:** Se realizó el día anterior a satisfacción, siguiendo la planimetría acordada con las líderes campesinas de Agrocomunal y la representante de Bosa.
- **Llegada y montaje de productores:** El día del evento todos los participantes llegaron a tiempo, con sus productos organizados sin novedades.
- **Agenda:** Se cumplió en su totalidad, incluyendo muestras artísticas que atrajeron la atención de los visitantes.
- **Acompañamiento institucional:** Los Coordinadores Académicos de los Centros de Formación apoyaron la instalación y desarrollo del evento, contando con el respaldo permanente de los Subdirectores, aunque ellos se encontraban en compromisos fuera de la ciudad.

Participación de visitantes

- **Total de visitantes registrados:** 683 personas (registro realizado por aprendices).
- **Distribución de visitantes:**
 - Aprendices SENA: 88,4%
 - Funcionarios SENA: 10,8%
 - Visitantes externos: 0,8%

Este alto porcentaje de aprendices refleja una gran apropiación interna del evento, con oportunidad de ampliar la difusión para atraer más público externo en próximas ediciones.

- **Interés en próximos mercados:** De acuerdo con las encuestas, la mayoría de visitantes manifestó interés en recibir información y participar en futuras versiones del Mercado Campesino, lo que evidencia un potencial de fidelización y crecimiento de la estrategia.

Resultados con productores

a. Ventas y contactos

- Varias unidades productivas reportaron ventas superiores a \$500.000.
- Se generaron contactos comerciales, en algunos casos más de 10.
- La mayoría de los productores calificaron el mercado como “Mejor” en comparación con otros espacios de venta.

b. Percepción de los productores (encuesta aplicada)

- **Clientes esperados:** La mayoría respondió que sí eran los esperados o en su mayoría; un grupo menor manifestó que no correspondían al público esperado.
- **Alianzas entre productores:** 3 unidades productivas reportaron acuerdos de colaboración.
- **Espacio asignado:** La mayoría de los productores calificaron el espacio como Muy adecuado, algunos lo consideraron Adecuado y un número reducido expresó que fue Poco adecuado
- **Apoyo del SENA:** El apoyo del SENA fue calificado principalmente como Excelente y Bueno, con un caso aislado en el que se consideró Regular.

c. Principales recomendaciones de los productores

- Incrementar la publicidad y difusión previa, especialmente hacia estudiantes y público externo.
- Habilitar espacios de parqueo.
- Ampliar el alcance de la invitación más allá del SENA.
- Evitar sobreoferta de productos similares para reducir competencia directa.
- Incluir dinámicas familiares para atraer más público.

d. Ventas reportadas (consolidado Agrocomunal)

Productor / Unidad Productiva	Producto(s) principales	Ventas aproximadas
Donald Contreras	Lechona (300 platos)	\$ 3.600.000
Yamile Forero	Postres	\$ 360.000
Carmen Cogua	Rellena, chorizos, arepas	\$ 2.870.000
Héctor Cabrera	Postres, achiras, queso 7 cueros	\$ 1.300.000
Amparo Vente	Productos ancestrales Herencia Guapireña	\$ 495.000
Diana Cáceres	Plantas	\$ 230.000
Rocío Cáceres	Orquídeas y cactus	\$ 194.000
Herney Díaz	Frutas y verduras	\$ 315.000
Nancy Sinesterra	Cocadas, cortados	\$ 230.000
Gladys Díaz	Condimentos, vinagre, jabones, mieles	\$ 205.000
Amira Quintana	Muñecos tejidos	\$ 193.000
Gabriela Acero	Mango	\$ 235.000
Marlen Pinzón	Bisutería	\$ 285.000
Mónica Hernández	Tamales y bebidas	\$ 550.000
Otros productores (Aliya Moyano, Lindy Rubiano, Paula Sánchez, Claudia Moyano, Francisco, Bautista, Ansesno Espitia, Patricia Vargas, Dalí Moyano, Jacqueline Moyano, Gerardo Vargas)	Panadería, lácteos, huevos, frutas, bocadillos	\$ 4.356.000
Total de ventas reportadas:	\$ 15.418.000	

e. Observaciones de los productores

- Reforzar la difusión entre estudiantes (algunos manifestaron no conocer previamente el evento).
- Dar continuidad a los mercados como estrategia estable.
- Mantener el acompañamiento del SENA y fortalecer la articulación institucional.

Impacto y balance general

El evento cumplió con los objetivos planteados:

- Se fortaleció la comercialización campesina con altos niveles de satisfacción.
- Se generó un espacio de encuentro cultural y artístico.
- Se movilizó una importante comunidad interna del SENA (aprendices y funcionarios).
- Se identificaron oportunidades de mejora en comunicación, logística y dinamización comunitaria.

El balance general es altamente positivo, consolidando el Mercado Campesino como una estrategia sostenible y con gran potencial de crecimiento.

Conclusiones y recomendaciones

1. Mantener la articulación con organizaciones campesinas (Agrocomunal y Bosa) para garantizar la participación ordenada de productores.
2. Reforzar las acciones de divulgación externa para ampliar la base de visitantes no pertenecientes al SENA.
3. Implementar estrategias de pre-venta virtual para mejorar la planeación de la compra y garantizar ventas anticipadas.
4. Incluir dinámicas familiares y espacios pedagógicos para mayor participación comunitaria.
5. Continuar con el registro sistemático de visitantes y encuestas a productores para seguimiento de impacto.

Registros Fotográficos

AGENDA MERCADO CAMPESINO JUEVES, 4 DE SEPTIEMBRE DE 2025			
Hora	Actividad	Responsables	Observaciones
6:00 a.m.	Llegada de campesinos y ubicación de stands	Dinamizadores + Psicosociales + Aprendices apoyo	Recepción, ubicación y señalización
7:00 a.m.	Revisión general del espacio y preparación final	Dinamizadores	Verificación de energía, espacios, punto de información
7:30 a.m.	Inicio de ventas y circulación libre	Productores Campesinos + visitante	Atención en stands
Permanente	Registro de asistencia	Aprendices Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos	Código QR y/o formulario con los siguientes campos: Nombre completo, perfil (Egresado, Aprendiz, Funcionario o Externo) y número de celular.
8:00 a.m.	Apertura oficial del Mercado Campesino	Subdirectores o representantes de los cuatro centros	Palabras de bienvenida y recorrido por los stands
10:00 a.m.	Muestra artística - Presentación cultural	Centro de Diseño y Metalurgia	
11:30 a.m.	Ventas al público	Campesinos + Público	Interacción con aprendices, personal administrativo y visitantes de la localidad
1:30 p.m.	Ventas y relacionamiento	Productores Campesinos + visitante	Perifoneo para dinamizar - Angela Castellanos
2:00 p.m.	Muestra artística - Presentación cultural	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos	
2:30 p.m.	Últimas ventas y cierre comercial	Todo el equipo de Paloquemao	
3:00 p.m.	Aplicación de encuestas a campesinos	Psicosociales + Aprendices	Recogida de información final, espacio de retroalimentación inicialmente, a los productores de Agrocomunal.
5:00 p.m.	Desmontaje y cierre operativo	Todo el equipo de Paloquemao	Verificación del espacio y sistematización preliminar



Complejo Paloquemao
Regional Distrito Capital

¡Gracias por vivir con nosotros la tradición campesina!

De parte de los referentes de la **Estrategia Campesina del Complejo Paloquemao**, agradecemos a la comunidad por su participación y apoyo en el **Mercado Campesino**.

Gracias por respaldar a nuestros **campesinos**, quienes con dedicación y esfuerzo traen del campo a la mesa los mejores **sabores, saberes y tradiciones**.

Apoyar a nuestros campesinos es sembrar futuro para todos.

Elaboró:

Angela Janeth Castellanos Cabrera
Leidy Marcela Alarcon Ochoa
Carlos Alfredo Calderon Azuero
Aideé Torres Gil