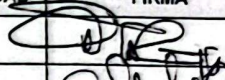


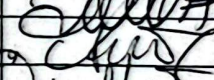
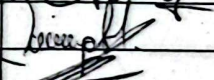

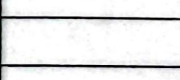
 Agencia de Desarrollo Rural	LISTADO DE ASISTENCIA A REUNIONES	Código	F-DER-002
		Versión	03

FECHA	01-03-2024	LUGAR	Presidencia
HORA INICIO	10:00 am.	HORA FINAL	12:00 Pm.
TEMA	CAPACITACIÓN <input type="checkbox"/> REUNIÓN INFORMATIVA <input type="checkbox"/> MESA DE TRABAJO <input type="checkbox"/> COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL <input type="checkbox"/> OTRA <input type="checkbox"/>		
FACILITADOR	Claudia Mendez		
OBJETIVO	Revisión estrategias de comercialización		

No.	ASISTENTE	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO	CARGO / DEPENDENCIA / ENTIDAD	FIRMA
1	Claudia Mendez	claudia.Mendez@adr.gov.co	3118410973	contratista	
2	Ada Elvira Lugo	ada.lugo@adr.gov.co	3125355935	DR DPA	
3	Paulina Pérez	yuma.perez@adr.gov.co	3022258401	Contratista	
4	DANIEL ESCAMILLA	daniel.escamilla@adr.gov.co	3144615305	CONTRATISTA OSC	
5	Paola Andrea Cortés	paola.cortes@adr.gov.co	3123041802	Contratista Presidencia	
6	Diego Arenas Arias	duvanda12@gmail.com	3208545840	Contratista	
7	WILLIAM SUMER	WILLIAM.SUMER@ALGO	544134168	CONTRATISTA	
8					
9					
10					

ACTA DE REUNIÓN	

Acta de reunión:

En el marco de la reunión desarrollada, se abordó el fortalecimiento de las estrategias de comercialización para la economía campesina, familiar y comunitaria, destacando la importancia de los circuitos cortos, la comercialización directa y el turismo rural sostenible como mecanismos para posicionar los productos territoriales.

Se identificó como principal reto la alta intermediación, la limitada articulación a mercados formales y la baja generación de valor agregado, factores que afectan la sostenibilidad económica del campesinado. Frente a esto, se resaltó el turismo rural como una oportunidad para conectar directamente al productor con el consumidor, generar valor desde la experiencia y fortalecer la identidad territorial.

Asimismo, se enfatizó en la necesidad de impulsar mercados campesinos, ferias locales, ventas en finca y el uso de canales digitales, integrando elementos como la narrativa del territorio y la diferenciación del producto. También se destacó el fortalecimiento de capacidades comerciales en aspectos como presentación, empaque, atención al cliente y construcción de relatos productivos.

En cuanto a la estrategia digital, se subrayó la importancia de mantener presencia activa en redes sociales mediante contenidos que visibilicen historias, procesos y experiencias del territorio. De igual manera, se reconoció el papel clave de la articulación interinstitucional para generar alianzas, acompañamiento técnico y promoción de los productos.

Finalmente, se propuso promover espacios de conexión comercial como ruedas de negocio, alianzas con el sector turístico y vínculos con el sector privado, con el fin de asegurar una demanda estable.

En conclusión, la comercialización se consolida como un eje estratégico para el fortalecimiento del campesinado, requiriendo modelos integrales que articulen producción, identidad, experiencia y acceso directo al consumidor.

Sin más, se da por terminada la reunión a las 12:00 p. m.