INFORME CONSOLIDADO DE MERCADOS CAMPESINOS

Convenio de Asociación No. 4171.010.27.1.023

INTRODUCCIÓN

El presente informe consolida la ejecución y los resultados de los mercados campesinos realizados bajo el Convenio de Asociación No. 4171.010.27.1.023 entre la Alcaldía de Santiago de Cali – Secretaría de Desarrollo Económico y la Fundación Acciones por Colombia. El proyecto se orientó a aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para contribuir al **fortalecimiento de la asociatividad y la comercialización de los productores rurales del Distrito de Santiago de Cali**, buscando su articulación con escenarios de dinamización económica y su posicionamiento ante la ciudadanía. Los mercados campesinos fueron concebidos como espacios que posibilitan la **visibilización de la oferta productiva, la comercialización directa** y la generación de oportunidades de relacionamiento para los productores y emprendedores.

OBJETIVOS

La implementación de los mercados campesinos tuvo como objetivo principal propiciar espacios de comercialización directa. Esto se buscó para contribuir, en la medida de lo posible, a la **reducción de los niveles de intermediación**, promover el acceso a alimentos frescos, saludables y de origen local, y favorecer mejores condiciones de rentabilidad para las familias rurales.

Complementariamente, los mercados se plantearon para:

• Socializar y dar a conocer los productos y emprendimientos locales.

• Promover el consumo de productos frescos y de origen local.

• **Fortalecer gradualmente las competencias comerciales y de relacionamiento** de los productores.

• Fomentar la participación ciudadana a través de espacios de interacción comunitaria.

• Contribuir al sostenimiento de los productores rurales del Distrito e impulsar el desarrollo de sus emprendimientos.

RESUMEN EJECUTIVO Y DESARROLLO DE LOS EVENTOS

Los mercados campesinos se llevaron a cabo los días **14, 28 y 29 de noviembre de 2025**. La jornada inicial se realizó en la Plaza de Caycedo (Comuna 3, Santiago de Cali), en el marco del evento **Caycedo Colaborativo**. La selección de este lugar fue estratégica, ya que se aprovechó un punto del centro de la ciudad con un flujo constante de personas y alta visibilidad para ciudadanos y turistas.

En esta primera jornada del 14 de noviembre, se convocaron 110 productores y **asistieron 100**, logrando un cumplimiento del **90.91%**.

Posteriormente, los mercados continuaron los días 28 y 29 de noviembre en la Plaza Caycedo y en la Antigua Licorera del Valle. Estos eventos contaron con la participación de **200 productores y emprendedores en total** (incluyendo el 14 de noviembre). La realización de los mercados se vio potenciada por la sinergia con el evento "Caycedo Colaborativo" y la **"Gran Convención Gastronómica 2025"**, lo que permitió aumentar la afluencia de público, impulsar las compras a los productores locales y fomentar la interacción entre los participantes de ambos eventos.

ORGANIZACIÓN LOGÍSTICA Y ACOMPAÑAMIENTO

La organización de los mercados campesinos requirió una planificación técnica minuciosa.

1. **Horario y Desarrollo:** El Mercado Campesino N.º 1 se desarrolló en una jornada entre las 7:00 a.m. y las 5:00 p.m.. Los mercados realizados el 28 y 29 de noviembre estuvieron abiertos al público desde las 8:00 a.m. hasta las 5:00 p.m., con el inicio de la logística a las 6:00 a.m..

2. **Equipamiento y Puestos:** Se proporcionó un espacio organizado y acompañado permanentemente durante toda la jornada. Cada productor contó con un espacio asignado que incluyó, generalmente, una **mesa de aproximadamente 1,40 metros** (en el Mercado N.º 1), dos sillas y canastas. Además, para el Mercado N.º 1 se proporcionó carpa y mantel. Para los mercados del 28 y 29 de noviembre, cada productor recibió un **kit que incluía delantal y gorra**, como parte de una estrategia para garantizar estándares de higiene y presentación adecuada.

3. **Soporte a Productores:** Para asegurar el bienestar, se garantizó un refrigerio en la mañana y en la tarde, además de hidratación, permitiendo a los productores concentrarse en las ventas y mantener un ambiente de trabajo cómodo. Al finalizar cada jornada, se entregó un **auxilio económico de transporte** a cada productor, previa verificación de la documentación, con el propósito de alivianar su gasto.

4. **Coordinación:** La gestión de permisos no fue requerida para el Mercado N.º 1, dado que se llevó a cabo en el marco de un evento de mayor alcance que integró diversas actividades en el espacio público. La administración del evento requirió un trabajo coordinado, incluyendo reuniones previas para organizar la distribución de puestos y la planificación.

ANÁLISIS DE RESULTADOS E IMPACTO

La realización de los mercados generó impactos significativos en las dimensiones económica, social, organizacional e institucional.

• **Impacto Económico y Comercial:** Durante las jornadas se observó una dinámica favorable de comercialización. Los productos frescos concentraron una mayor rotación, asociados a su carácter de bienes de primera necesidad. Los datos de ventas del Mercado N.º 1 muestran que las **Frutas lideraron las ventas totales**, alcanzando aproximadamente $1.200.000 COP, lo que evidencia una alta demanda por productos frescos y de consumo inmediato. Las Hortalizas ocuparon el segundo lugar, con cerca de $950.000 COP, confirmando su relevancia en la canasta básica de los asistentes. También se destacó el buen desempeño de productos transformados (mermeladas, panadería) y artesanías, que contaron con una acogida significativa y aportaron diversidad a la oferta. El análisis de ventas por productor evidenció una alta variabilidad en los ingresos, aunque algunos productores alcanzaron ventas superiores a los $500.000 COP.

• **Impacto Social y Organizacional:** La alta asistencia (90.91% en el primer mercado) demostró un alto compromiso comunitario. El evento posibilitó la **interacción directa entre productores y compradores**, fortaleciendo la confianza y el reconocimiento del trabajo rural. Además, el mercado contribuyó al **fortalecimiento progresivo de capacidades** en presentación de productos, organización logística, comunicación y atención al cliente por parte de los productores.

• **Impacto Institucional:** La articulación entre la Secretaría de Desarrollo Económico y la Fundación Acciones por Colombia evidenció una coordinación adecuada y coherente con los objetivos del convenio y el compromiso con la economía rural.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CONSOLIDADAS

Los mercados campesinos de noviembre fueron un éxito rotundo en términos de organización, participación y comercialización de productos locales, logrando los objetivos de visibilizar emprendimientos y acercarlos a nuevos públicos. La logística adecuada y el apoyo constante a los productores contribuyeron a un ambiente favorable para las ventas y su bienestar.

A partir de los resultados observados, se formulan las siguientes recomendaciones para el fortalecimiento progresivo:

1. **Aprovechamiento de Sinergias:** La integración con eventos de gran magnitud como la "Gran Convención Gastronómica 2025" fue una estrategia clave y debe ser replicada en futuras ediciones, ya que demostró ser eficaz para maximizar el impacto y potencializar las ventas.

2. **Registro y Seguimiento Comercial:** Se recomienda evaluar la implementación de un **registro unificado de ventas por productor** que permita contar con información más estructurada para análisis posteriores.

3. **Fortalecimiento Comercial y Organizacional:** Se considera pertinente valorar la incorporación de espacios de **orientación o capacitaciones previas** a los mercados, cubriendo temas como presentación de productos, fijación de precios, identidad de marca y servicio al cliente, con el propósito de mejorar la experiencia comercial de los productores de manera gradual.

4. **Promoción y Logística:** Se sugiere fortalecer las estrategias de divulgación mediante canales digitales institucionales y alianzas territoriales para atraer nuevos públicos. También se debe optimizar la distribución de los puestos de venta para mejorar la visibilidad de los productos y facilitar el flujo de visitantes.

5. **Sostenibilidad e Inclusión:** Se debe continuar promoviendo la participación de nuevos productores y evaluar la integración de mecanismos de **clasificación por categoría productiva** (agroalimentos, transformados y artesanías) para apoyar la planificación futura. Finalmente, se sugiere explorar posibles alianzas estratégicas con empresas u organizaciones que puedan abrir escenarios complementarios de comercialización.