**INFORME SESIÓN CPS 643-25**

| | | | |
|---|---|---|---|
| **ACTA No.** | 2 | **Hora Inicio:** | 1: 00 pm |
| **FECHA** | 27 de junio de 2026 | **Hora Final:** | 5: 00 pm |
| **LUGAR** | Sede Alcaldía Localidad Sumapaz – Betania | **TIPO REUNIÓN** Presencial | Formación de Formadores: Gestión comercial, Asociatividad, Negociación |

| OBJETO |
|---|
| Fortalecer las capacidades de gestión comercial, asociatividad, negociación y comercio justo de los productores agropecuarios y transformadores de la localidad de Sumapaz, mediante procesos de capacitación orientados a la economía popular y solidaria, con el fin de promover estrategias colectivas de comercialización, generación de valor y acceso a mercados. |

**INFORME SESIÓN CPS 643-25**

| LECTURA DEL ACTA ANTERIOR Y OBSERVACIONES |
| --- |
| **N/A** |

| TEMAS A TRATAR |
| --- |
| **Informe de la actividad realizada**<br><br>En el marco del proyecto "Formación de Formadores de Productores de la localidad de Sumapaz", se llevó a cabo la capacitación denominada "Gestión Comercial, Asociatividad, Negociación y Comercio Justo", desarrollada en las instalaciones de la sede de la Alcaldía Local de Sumapaz.<br><br>La jornada se diseñó bajo una metodología participativa, combinando elementos teóricos y conceptuales con ejercicios prácticos, estudios de caso y ejemplos relacionados con las actividades agrícolas, pecuarias y de transformación de alimentos desarrolladas por los productores de la localidad. Asimismo, se promovió la participación activa de los asistentes mediante el intercambio de experiencias, permitiendo contextualizar los contenidos a la realidad productiva y comercial del territorio.<br><br>Al inicio y al final se aplicó un cuestionario sencillo sobre los aspectos básicos de los temas a tratar en el taller.<br><br>En el componente de gestión comercial se abordaron conceptos fundamentales de mercadeo, partiendo de la relación entre la gestión comercial y el logro de los objetivos económicos de las unidades productivas. Se analizaron dos escenarios empresariales frecuentes: aquellos en los que la principal limitante es la capacidad de producción y aquellos en los que la mayor dificultad se encuentra en la comercialización de los productos. A partir de este análisis se desarrollaron los conceptos de cliente, producto y precio como elementos esenciales de toda estrategia comercial.<br><br>Se enfatizó que el precio no debe entenderse únicamente como un valor impuesto por el mercado, sino como una variable que puede fortalecerse mediante la diferenciación del producto, la identificación de segmentos específicos de clientes, la generación de valor agregado, el mejoramiento de la presentación y el posicionamiento de una marca que permita incrementar la percepción de valor por parte del consumidor.<br><br>En el componente de asociatividad, se propició un espacio de diálogo con los productores, varios de los cuales cuentan con experiencia en diferentes formas asociativas. A partir de estas experiencias se analizaron las principales ventajas del trabajo colaborativo, destacando los beneficios que ofrece la asociatividad para mejorar la capacidad de negociación, facilitar el acceso a programas institucionales de apoyo, reducir costos, fortalecer procesos de comercialización y generar mayores oportunidades de desarrollo para las comunidades rurales.<br><br>Igualmente, se presentaron ejemplos exitosos de organizaciones de productores colombianas que evidencian el impacto positivo de la asociatividad en el fortalecimiento económico y social de los territorios. Se resaltó la importancia del liderazgo, la confianza, el compromiso y la visión colectiva como elementos fundamentales para la sostenibilidad de los procesos asociativos, promoviendo la reflexión |

sobre la necesidad de priorizar el beneficio común sobre intereses individuales.

En relación con el tema de negociación, se desarrollaron los conceptos básicos del proceso negociador, abordando las principales etapas que lo conforman y haciendo especial énfasis en la importancia de la preparación previa a cualquier negociación. Para ello, se presentó una metodología basada en seis preguntas orientadoras que permiten planificar adecuadamente una negociación comercial y aumentar las probabilidades de alcanzar acuerdos beneficiosos para las partes. También, se analizaron diez aspectos fundamentales que deben ser considerados durante cualquier proceso de negociación, especialmente cuando el propósito es construir relaciones comerciales estables y de largo plazo con clientes, proveedores o aliados estratégicos.

Como estrategia metodológica, cada uno de los temas desarrollados estuvo acompañado por talleres grupales de aplicación, construidos a partir de situaciones reales planteadas por los mismos productores de Sumapaz. Estos ejercicios permitieron analizar problemáticas concretas de comercialización, aplicar los conceptos abordados durante la capacitación y fomentar la construcción colectiva de alternativas de solución.

Las actividades desarrolladas facilitaron la reflexión de los participantes acerca de las oportunidades existentes para fortalecer la rentabilidad de sus unidades productivas mediante el mejoramiento de sus estrategias comerciales, la identificación de nuevos mercados, la diferenciación de sus productos, el fortalecimiento del trabajo asociativo y la implementación de mejores prácticas de negociación.

Como conclusión general de la jornada, se destacó que el mejoramiento de los resultados económicos de los productores rurales requiere no solo fortalecer los procesos productivos, sino también transformar la manera en que se comercializan los productos. En este sentido, se invitó a los participantes a cuestionar las prácticas tradicionales de comercialización y a considerar nuevas estrategias orientadas a la generación de mayor valor para sus productos, entendiendo que estos cambios requieren preparación, compromiso y una actitud abierta hacia la innovación y el aprendizaje continuo.

Al finalizar la actividad, los participantes manifestaron su satisfacción con los contenidos desarrollados, destacando la pertinencia de los temas tratados, la aplicabilidad de los ejemplos presentados y el enfoque práctico de la capacitación, elementos que favorecieron la reflexión sobre nuevas oportunidades para fortalecer sus procesos productivos y comerciales.

| Realizó |
| --- |
| Nombre: Leidy Vaca<br>Psicólogo<br><br>Firma: |

**INFORME SESIÓN CPS 643-25**

Registro fotográfico



