

GUÍA ABC DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL RURAL

Jóvenes Liderando Mercados Campesinos



GUÍA ABC DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL RURAL

Jóvenes Liderando Mercados Campesinos

AUTORES

Martín José Ibatá Trujillo

Consultor en Circuitos Cortos de Comercialización

Luis Felipe Aristizábal Cardona

Secretaria Técnica – MEEJR

Yadira Eliana Cruz González

Experta Desarrollo Económico, AICS – Bogotá

REVISION Y CORRECCION DE ESTILO

Yadira Eliana Cruz González

DISEÑO Y DIAGRAMACION

Carlos Andrés Negrette Bolívar

Consultor de Comunicaciones

Lina Marcela Gómez

Experta de Comunicaciones, AICS – Bogotá

Bogotá, D.C.

Marzo de 2025

NOTA ACLARATORIA

Esta publicación ha sido elaborada con la contribución financiera de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo – AICS, en el marco del proyecto “Juventudes: El campo en movimiento”, ejecutado por AICS –Bogotá, y sus socios DNP y MEEJR. El contenido de esta publicación es responsabilidad de los autores y no representan necesariamente las opiniones de AICS ni del DNP, ni de sus socios.

GUÍA ABC DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL RURAL

Jóvenes Liderando Mercados Campesinos

AGENCIA ITALIANA DE COOPERACION PARA EL DESARROLLO (AICS -BOGOTA)

Mario Beccia
Director

Roberto Simoncelli
Coordinador General de Proyecto
Juventudes: El campo en movimiento

Yolanda Salinas Coy
Coordinadora Nacional del Proyecto

Yadira Eliana Cruz González
Experta Desarrollo Económico

Lina Marcela Gómez
Experta de Comunicaciones del Proyecto

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION – DNP

Angelica Maria Franco Triana
Subdirectora de Producción y
Desarrollo Rural

AGENCIA DE DESARROLLO RURAL – ADR

Dirección de Comercialización

MESA DE EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO JUVENIL RURAL

Yory Paola Acuña Caviedes
Secretaria Técnica

Luis Felipe Aristizábal
Secretaria Técnica

David Julián Cruz
Secretaria Técnica

Sergio Alberto Bustos
Secretaria Técnica

Sandra Milena Olaya
Secretaria Técnica

Carlos Andrés Negrette B.
Línea de Comunicaciones

Sebastián Beltrán Gaviria
Línea de Comunicaciones

Agencia Cuarto Mosquetero
Línea de Comunicaciones

Contenido

Introducción	8
Conceptos Clave	8
Fase 1: Diagnóstico e Investigación	10
Paso 1.1: Diagnóstico Participativo	10
Paso 1.2: Análisis de Mercado	12
Fase 2: Planificación Estratégica	15
Paso 2.1: Diseño del Planificación Estratégica	15
Paso 2.2: Creación de Mesas de Gobernanza	17
Fase 3: Implementación y Operación	20
Paso 3.1: Logística y Operación	20
Paso 3.2: Lanzamiento del Mercado	22
Fase 4: Monitoreo y Mejora Continua	25
Paso 4.1: Evaluación de Resultados	25
Paso 4.2: Ajustes Estratégicos	27

Anexos

Anexos 1: FORMULARIO: Identificación de Productores	28
Anexos 2: FORMULARIO: Inventario de recursos para mercados campesinos	30
Anexos 3: Taller: Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) de las necesidades locales en el mercado campesino	32
Anexos 4: Instrumento para el análisis de mercado de mercados campesinos	33
Anexos 5: Matriz de análisis de la competencia	34
Anexos 6: Taller de definición de visión y misión para el mercado campesino	37
Anexos 7: FORMULARIO: Estrategia financiera para mercados campesinos liderados por jóvenes	39
Anexos 8: Campaña de medios y marketing para el mercado campesino	40
Anexos 9: Formato matriz de mapeo de actores	42
Anexos 10: Reglamento interno de comités del mercado campesino	43
Anexos 11: Formato de actas y acuerdos	44
Anexos 12: Plan de operación del mercado campesino	45
Anexos 13: Plan de apertura oficial del mercado campesino	46
Anexos 14: Formato de satisfacción del consumidor sobre el evento (Mercado Campesino)	47
Anexos 15: Formato de satisfacción del productor y seguimiento del evento	48
Anexos 16: Taller: Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) del Emprendimiento Juvenil Rural en Mercados Campesinos	49

Lorem ipsum

Índice de tablas

Tabla 1: Preguntas guía y anexos para la identificación de actores, recursos y necesidades locales	11
Tabla 2: Preguntas guía y anexos para identificación de nichos, competencia y público objetivo	13
Tabla 3: Preguntas guía y anexos la planeación estratégica	16
Tabla 4: Preguntas guía y anexos la creación de mesas de gobernanza	18
Tabla 5: Preguntas guía y anexos la organización logística, infraestructura, transporte y recursos humanos	21
Tabla 6: Preguntas guía y anexos para la apertura oficial, seguimiento de calidad y promoción del mercado campesino	23
Tabla 7: Preguntas guía y anexos de seguimiento y mejora continua	26
Tabla 8: Preguntas guía y anexos para el mejoramiento continuo del mercado campesino	27

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Pasos del Diagnostico Participativo	10
Ilustración 2: Elementos clave para un análisis de mercado	12
Ilustración 3: Pasos para una planificación estratégica del mercado	15
Ilustración 4: Comités Mesa de gobernanza del Mercado Campesino	17
Ilustración 5: Elementos para la Organización del Mercado Campesino	20
Ilustración 6: Elementos para la inauguración y promoción del mercado campesino	22
Ilustración 7: Elementos para la evaluación del mercado campesino	25
Ilustración 8: Elementos a mejorar en el mercado campesino	27

Abreviaciones

AICS	Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo
ADR	Agencia de Desarrollo Rural
CCC	Circuitos Cortos de Comercialización
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DNP	Departamento Nacional de Planeación
MADR	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
MEEJR	Mesa de Empleabilidad y Emprendimiento Juvenil Rural
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje



Introducción

En Colombia, los mercados campesinos y agroferias han demostrado ser estrategias clave para la comercialización de productos agropecuarios, reduciendo la intermediación y aumentando la rentabilidad de pequeños y medianos productores. Más allá del impacto económico, estas iniciativas contribuyen a la inclusión social, la preservación de tradiciones culturales y la promoción de prácticas sostenibles.

Los Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), permiten que los jóvenes rurales asuman un rol de liderazgo en sus comunidades, impulsando la asociatividad, la innovación y la sostenibilidad ambiental.

Esta guía recoge buenas prácticas y lecciones aprendidas para proporcionar un marco práctico y aplicable en la planificación, ejecución y consolidación de los circuitos cortos de comercialización, en especial de los mercados campesinos. Cada fase presenta pasos específicos con herramientas que facilitan su implementación, asegurando que estas iniciativas sean sostenibles y contribuyan al fortalecimiento de la economía rural.

Esta guía práctica proporciona un camino estructurado para la creación y consolidación de mercados campesinos juveniles, facilitando su implementación desde el diagnóstico inicial hasta la mejora continua. A través de una metodología clara y herramientas aplicables, se busca fortalecer estos espacios como mecanismos de comercialización directa, generación de ingresos y empoderamiento juvenil en el sector agropecuario.

Se resalta el papel fundamental del liderazgo juvenil, la articulación interinstitucional y el uso de tecnologías sostenibles como pilares para la modernización y expansión de estos circuitos. Con este enfoque, la guía ofrece recomendaciones concretas para maximizar su impacto y garantizar su continuidad en el tiempo

Conceptos Clave

- **Circuitos Cortos de Comercialización (CCC):** Estrategia que permite a los agricultores vender sus productos directamente a los consumidores, eliminando intermediarios y fortaleciendo su participación en el mercado.
- **Mercados Campesinos:** Son espacios de comercialización directa donde los agricultores venden sus productos sin intermediarios, lo que les permite mejorar sus ingresos y fortalecer la economía rural. Estos mercados buscan garantizar la venta anticipada de cosechas, establecer alianzas comerciales sostenibles, promover la seguridad alimentaria y visibilizar a los campesinos como actores clave en la cadena de abastecimiento.



Fase 1: Diagnóstico e Investigación

Esta fase inicial busca comprender las necesidades, oportunidades y capacidades de la comunidad para establecer un mercado campesino. A través de diagnósticos participativos y análisis de mercado, se obtendrá la información clave para diseñar estrategias efectivas y sostenibles.

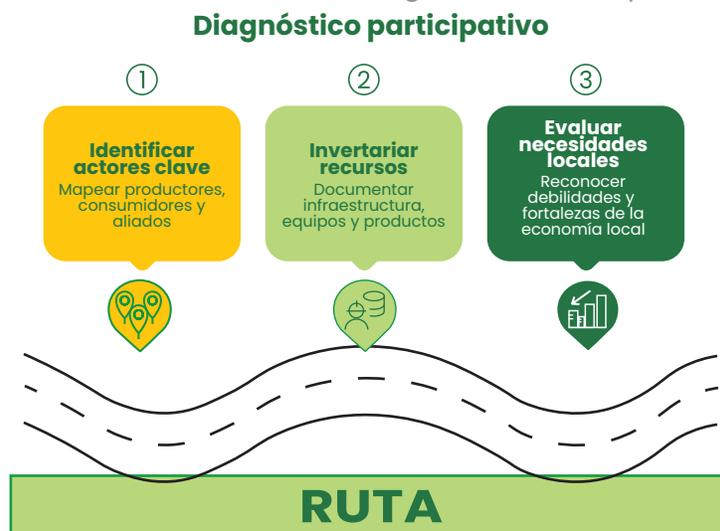
Productos a obtener en esta fase:

Producto	Descripción
Mapeo de actores clave	Identificación de productores, instituciones, aliados y consumidores potenciales.
Inventario de recursos	Espacios, equipamiento y apoyo disponible.
Necesidades Locales	Análisis DOFA del territorio y procesos de comercialización

Paso 1.1: Diagnóstico Participativo

Acción: Realizar un mapeo comunitario y participativo con organizaciones y productores que permita identificar los recursos disponibles, necesidades y expectativas de los actores locales.

Ilustración 1: Pasos del Diagnostico Participativo



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 1: Preguntas guía y anexos para la identificación de actores, recursos y necesidades locales

Aspecto	Preguntas Guía	Anexo a desarrollar
<p>①</p> <p>Identificación de actores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Quiénes son los principales productores individuales (agrícolas, artesanales, turísticos, entre otros) organizaciones y consumidores interesados en participar en el mercado campesino? ○ ¿Qué organizaciones, instituciones o programas pueden brindar apoyo técnico, financiero o logístico? ○ ¿Actualmente que productos o servicios ofrecen al mercado? ○ ¿Cuáles presentaciones y cantidad de producción? ○ ¿Dónde se encuentran ubicados? 	<p>Anexo 1: </p> <p>FORMULARIO:</p> <p>Identificación de Productores</p>
<p>②</p> <p>Inventario de recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué espacios físicos o infraestructuras están disponibles para la realización del mercado campesino? ○ ¿Qué insumos, herramientas y equipos se requieren para su funcionamiento eficiente? ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento o apoyo económico disponibles para el mercado? ○ ¿Qué capacidades humanas y técnicas existen entre los productores para participar en el mercado? ○ ¿Qué canales de distribución y transporte pueden facilitar el acceso a los consumidores? 	<p>Anexo 2: </p> <p>FORMULARIO:</p> <p>Inventario De Recursos Para Mercados Campesinos</p>
<p>③</p> <p>Necesidades locales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los productores en la comercialización de sus productos? ○ ¿Qué debilidades existen en la estructura económica local que afectan la sostenibilidad del mercado? ○ ¿Cuáles son las fortalezas económicas del territorio que pueden potenciar el éxito del mercado campesino? ○ ¿Qué estrategias podrían implementarse para mejorar la comercialización y el acceso a los consumidores? ○ ¿Cómo se pueden superar las barreras logísticas, normativas o financieras que afectan la venta directa de los productos? 	<p>Anexo 3:  Taller:</p> <p>Análisis DOFA de las Necesidades Locales en el Mercado Campesino</p>

Fuente: Elaboración propia

Paso 1.2: Análisis de Mercado

Acción: Estudiar las oportunidades de mercado, identificando tendencias, competencia y nichos.

Ilustración 2: Elementos clave para un análisis de mercado

¿Cómo se debe enfocar el análisis de mercado?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Preguntas guía y anexos para identificación de nichos, competencia y público objetivo

	Preguntas Guía	Anexos
<p>① Identificación de nichos de mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué productos están en alta demanda? ○ ¿Hay preferencia por productos locales u orgánicos? ○ ¿Cuáles son sus presentaciones, cantidades de producción semanal? ○ ¿Existen productos diferenciadores que reflejen la identidad y cultura local? (Artesanales, culturales, agrícolas, entre otros) ○ ¿Cómo se puede innovar en la producción o comercialización de los productos? ○ ¿Qué productos podrían generar mayor rentabilidad y sostenibilidad económica para los productores? 	<p>Anexo 4: </p> <p>Instrumentos para el Análisis de Mercado de Mercados Campesinos</p>
<p>② Análisis de la Competencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué estrategias han implementado otros mercados campesinos exitosos? ○ ¿Cómo se puede diferenciar este mercado de otros existentes en la región? ○ ¿Qué alianzas estratégicas pueden fortalecer la visibilidad y competitividad del mercado? ○ ¿Cómo se pueden integrar herramientas digitales para mejorar la comercialización frente a la competencia? ○ ¿Qué dificultades han enfrentado otros mercados similares y cómo han logrado superarlas? 	<p>Anexo 5: </p> <p>Matriz de Análisis de la Competencia</p>
<p>③</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué tipo de consumidores están más interesados en comprar en un mercado campesino? (Locales, Turistas, entre otros) ○ ¿Con que frecuencia asisten al mercado campesino? ○ ¿Cómo influye que la procedencia de los productos sea orgánica en la decisión de compra de los clientes? O es irrelevante ○ ¿Qué valores o mensajes pueden conectar mejor con el público objetivo del mercado? (Ejemplo Orgánico, Mercado Justo, Innovador que otros) ○ ¿A través de qué canales prefieren los consumidores acceder a los productos del mercado? ○ ¿Cómo se puede fomentar la fidelización de los clientes para que compren regularmente en el mercado? 	

Fuente: Elaboración propia



Fase 2: Planificación Estratégica

En esta fase se diseña el plan integral para el mercado campesino. Se definen los objetivos, la estructura organizativa y los recursos necesarios para asegurar su éxito y sostenibilidad

Productos a obtener en esta fase:

Producto	Descripción
Visión y misión	Definición de los objetivos del mercado campesino.
Plan financiero	Estrategias de financiamiento y costos operativos.
Estrategia de marketing	Plan de promoción y visibilización del mercado.
Mesas de gobernanza	Organización de comités para la gestión del mercado.

Paso 2.1: Diseño del Planificación Estratégica

Acción: Crear un documento que establezca visión, misión, estrategia financiera y plan de marketing, acuerdos de desarrollo del mercado campesino.

Ilustración 3: Pasos para una planificación estratégica del mercado

Planificación Estratégica del mercado Campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Preguntas guía y anexos la planeación estratégica

Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
<p>①</p> <p>Visión y misión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuál es el propósito principal del mercado y cómo se alinea con las necesidades de la comunidad en especial de los jóvenes? ○ ¿Qué impacto social, económico o ambiental queremos generar en el municipio a través de este mercado? ○ ¿Qué objetivos a corto, mediano y largo plazo queremos alcanzar con el mercado campesino? ○ ¿De qué manera el mercado puede contribuir al fortalecimiento de la economía local y mejorar las condiciones de vida de los productores y consumidores? 	<p>Anexo 6:  Taller de Definición de Visión y Misión para el Mercado Campesino</p>
<p>②</p> <p>Plan financiero</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuáles son los costos iniciales de operación del mercado, incluyendo infraestructura, personal, y materiales necesarios? ○ ¿Qué fuentes de ingresos podemos generar de manera sostenible (venta de productos, alquiler de espacios, servicios adicionales)? ○ ¿Cuál será el modelo de precios que se manejará para asegurar competitividad y rentabilidad sin afectar la accesibilidad de los productos? ○ ¿Qué estrategias de financiamiento podemos explorar (implementación Grupo Gestionado de Ahorro, subvenciones, préstamos, crowdfunding, inversionistas locales)? 	<p>Anexo 7:  FORMULARIO: Estrategia Financiera para Mercados Campesinos Liderados por Jóvenes</p>
<p>③</p> <p>Estrategias de Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué medios de comunicación (tradicionales y digitales) utilizaremos para promocionar el mercado? ○ ¿Cómo aprovecharemos las redes sociales y otras plataformas digitales para generar visibilidad y atraer consumidores? ○ ¿Qué mensajes clave queremos transmitir a los consumidores sobre los beneficios de comprar en el mercado, slogan y otros? ○ ¿Qué tipo de promociones o descuentos podríamos ofrecer para atraer a los clientes actuales? ○ ¿Cómo nos aseguraremos de mantener la comunicación constante con los consumidores, campaña de expectativa y durante la realización del evento? 	<p>Anexo 8:  Campaña de Medios y Marketing para el Mercado Campesino</p>

Fuente: Elaboración propia

Paso 2.2: Creación de Mesas de Gobernanza

Acción: Establecer comités responsables de coordinar y supervisar actividades clave.

Ilustración 4: Comités Mesa de gobernanza del Mercado Campesino

Mesas de Gobernanza del Mercado Campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Preguntas guía y anexos la creación de mesas de gobernanza

Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
<p>1</p> <p>Identificación de aliados estratégicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué entidades públicas y privadas pueden contribuir al desarrollo del mercado campesino? ○ ¿Qué tipo de apoyo (financiero, técnico, logístico, comercial) pueden brindar estos aliados? ○ ¿Cómo se pueden formalizar alianzas estratégicas con estos actores? ○ ¿Qué beneficios mutuos pueden surgir de la colaboración entre el mercado campesino y los aliados estratégicos? ○ ¿Qué hoteles, restaurantes y cafeterías son potenciales aliados, para la realización del mercado? (Tanto si son potenciales compradores como si son promotores del mercado) ○ ¿Cómo se mantendrá la relación con los aliados para asegurar su participación a largo plazo, se puede suscribir un acuerdo de trabajo, memorando de entendimiento? 	<p>Anexo 9:  Formato Matriz De Mapeo De Actores</p>
<p>2</p> <p>Establecer comités</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuáles serán las principales funciones de cada comité en el desarrollo del mercado campesino? ○ ¿Cómo se garantizará la comunicación y coordinación entre los diferentes comités? ○ ¿Qué recursos y apoyos necesitarán los comités para desempeñar sus funciones? ○ ¿Cómo se realizará el seguimiento del trabajo de cada comité? 	<p>Anexo 10:  Reglamento Interno De Comités Del Mercado Campesino</p>
<p>3</p> <p>Reuniones iniciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Quién liderará cada actividad al interior de grupo de mercados campesinos? ○ ¿Quién liderará desde las diferentes entidades de apoyo alcaldía, gobernación, ADR entre otros? 	<p>Anexo 11:  Formato De Actas Y Acuerdos</p>
<p>4</p> <p>Reunión periódica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Con qué frecuencia se realizarán las reuniones de planificación y seguimiento? ○ ¿Qué temas y puntos clave deben incluirse en cada reunión para garantizar una gestión eficiente? ○ ¿Quién realizar la secretaria Técnica de los Comités? ○ ¿Cómo se documentarán y comunicarán las decisiones tomadas en las reuniones? ○ ¿Quiénes deben participar en las reuniones para asegurar una coordinación efectiva? ○ ¿Qué estrategias pueden implementarse para mejorar la eficiencia y productividad de las reuniones? 	

Fuente: Elaboración propia



Fase 3: Implementación y Operación

Esta fase abarca las acciones necesarias para la puesta en marcha del mercado campesino

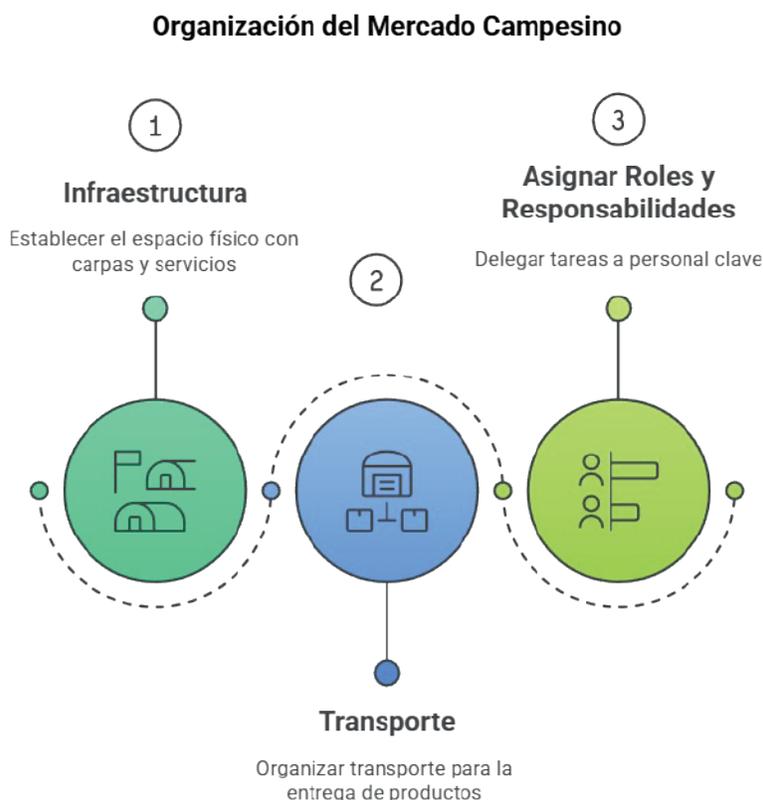
Productos por obtener en esta fase:

Producto	Descripción
Infraestructura y logística	Organización de espacios físicos, mobiliario, señalización y servicios básicos.
Coordinación de transporte	Gestión de rutas de distribución y medios de transporte para los productos.
Plan de operación	Definición de roles y responsabilidades dentro del mercado.
Estrategia de lanzamiento	Actividades de inauguración y promoción del mercado.
Materiales de divulgación	Publicidad en redes sociales, volantes, carteles y medios de comunicación locales.

Paso 3.1: Logística y Operación

Acción: Organizar infraestructura, transporte y coordinación general.

Ilustración 5: Elementos para la Organización del Mercado Campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Preguntas guía y anexos la organización logística, infraestructura, transporte y recursos humanos

Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
<p>①</p> <p>Infraestructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué tipo de espacios físicos (carpas, mesas, señalización) se requieren para la organización del mercado? ○ ¿Cómo se garantizará el acceso a servicios públicos como agua, electricidad y saneamiento en el mercado campesino? ○ ¿Qué permisos o normativas locales deben cumplirse para la instalación de la infraestructura del mercado? ○ ¿Cómo se financiará el montaje y mantenimiento de la infraestructura necesaria para el mercado? ○ ¿Qué medidas se implementarán para garantizar la seguridad y comodidad de los productores y consumidores en el espacio físico? 	
<p>②</p> <p>Transporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cómo se garantizará que los productos lleguen en óptimas condiciones al mercado campesino? ○ ¿Qué medios de transporte se utilizarán para movilizar los productos y cómo se organizarán los tiempos de entrega? ○ ¿Cómo se coordinará el almacenamiento temporal de los productos antes y durante el mercado? ○ ¿Qué estrategias pueden implementarse para reducir costos de transporte y optimizar la logística? ○ ¿Qué protocolos de seguridad y control de calidad se aplicarán durante el transporte de los productos? 	<p>Anexo 12: </p> <p>Plan De Operación Del Mercado Campesino</p>
<p>③</p> <p>Asignar Roles y Responsabilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuáles son las principales tareas y responsabilidades que debe asumir el personal en la organización del mercado campesino? ○ ¿Cómo se asignarán los roles entre el equipo organizador y los productores participantes? ○ ¿Qué estrategias se implementarán para capacitar al personal en logística, atención al cliente y manejo de productos? ○ ¿Cuántas personas se requieren para garantizar el correcto desarrollo del mercado y cómo se seleccionarán? ○ ¿Cómo se asegurará la comunicación y coordinación efectiva entre el equipo organizador durante el evento? 	

Fuente: Elaboración propia

Paso 3.2: Lanzamiento del Mercado

Acción: Realizar la inauguración del mercado campesino y promover la interacción entre productores y consumidores.

Ilustración 6: Elementos para la inauguración y promoción del mercado campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Preguntas guía y anexos para la apertura oficial, seguimiento de calidad y promoción del mercado campesino

Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
Apertura Oficial del Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué elementos debe incluir la ceremonia de apertura para generar impacto y atraer público? Grupo de danza o musical de los jóvenes ○ ¿Quiénes serán los invitados clave (autoridades, productores, comunidad) para la inauguración? ○ ¿Cómo se organizará el acto protocolario y qué actividades especiales se desarrollarán? ○ ¿Qué estrategias se implementarán para garantizar la participación de la comunidad en la apertura? ○ ¿Cómo se documentará y difundirá la ceremonia de apertura en medios de comunicación y redes sociales? 	Anexo 13:  Plan De Apertura Oficial Del Mercado Campesino
Estrategias de Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué medios de comunicación son los más adecuados para llegar a la comunidad objetivo del mercado campesino? ○ ¿Qué tipo de contenido se usará en la campaña (entrevistas, testimonios, videos, promociones)? ○ ¿Cómo se asegurará que la información llegue a un público amplio y diverso? ○ ¿Cómo se medirá la efectividad de la campaña publicitaria y se ajustará si es necesario? ○ ¿Qué alianzas se pueden establecer con medios locales o influenciadores para potenciar la difusión del mercado campesino? 	
Seguimiento Evento Calidad y Precios	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué estándares de calidad se establecerán para los productos ofrecidos en el mercado campesino? ○ ¿Cómo se monitoreará el cumplimiento de estos estándares antes y durante el mercado? ○ ¿Qué mecanismos se implementarán para regular y mantener precios justos para productores y consumidores? ○ ¿Cómo se recogerá la retroalimentación de los compradores y productores sobre calidad y precios? 	Anexo 14:  Formato De Satisfacción Del Consumidor Sobre El Evento

Fuente: Elaboración propia



Juventudes en MOVIMIENTO

 AGENCIA ITALIANA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

 MEEIR

 Departamento Nacional de Planeación

Fase 4: Monitoreo y Mejora Continua

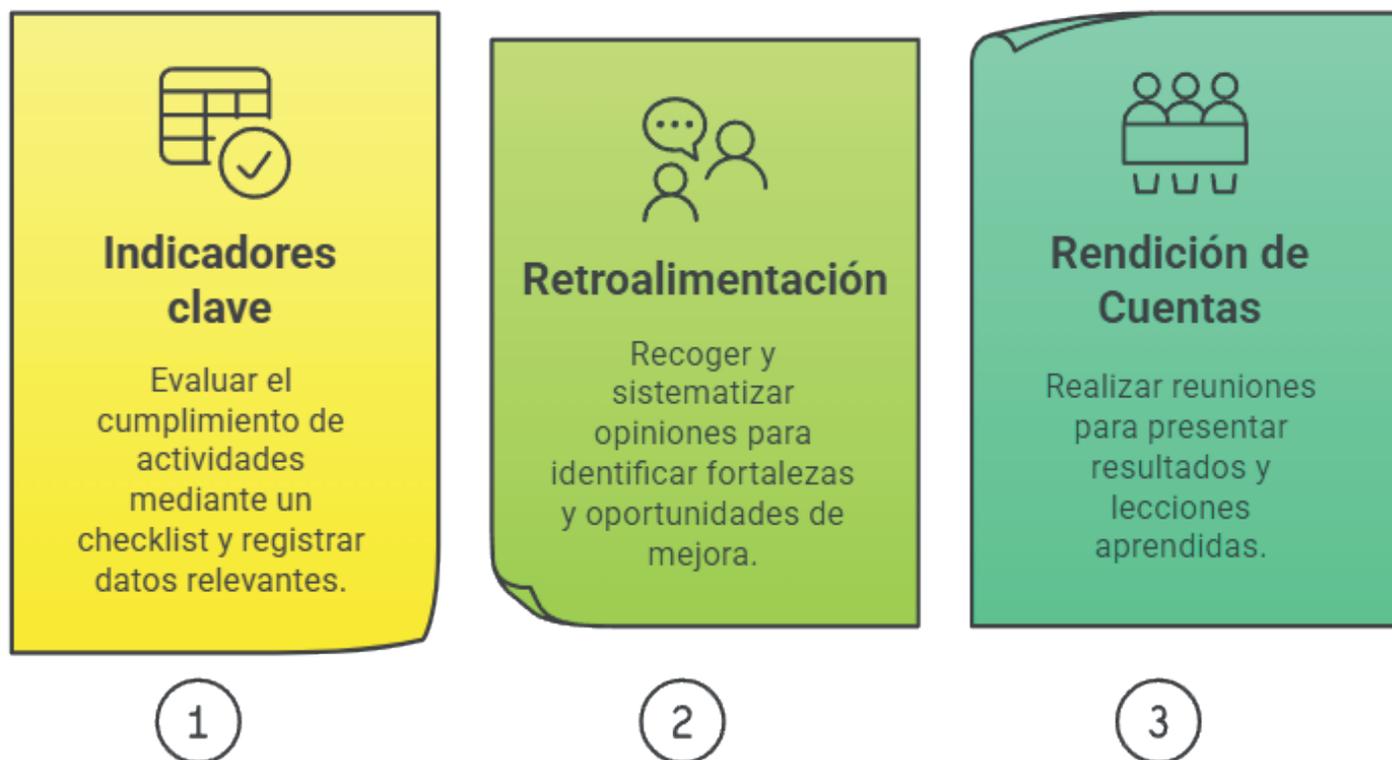
Esta fase busca evaluar el desempeño del mercado y realizar ajustes para garantizar su sostenibilidad y mejora continua.

Paso 4.1: Evaluación de Resultados

Acción: Medir indicadores de éxito como volumen de ventas y satisfacción de participantes.

Ilustración 7: Elementos para la evaluación del mercado campesino

Evaluación de actividades del mercado campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Preguntas guía y anexos de seguimiento y mejora continua

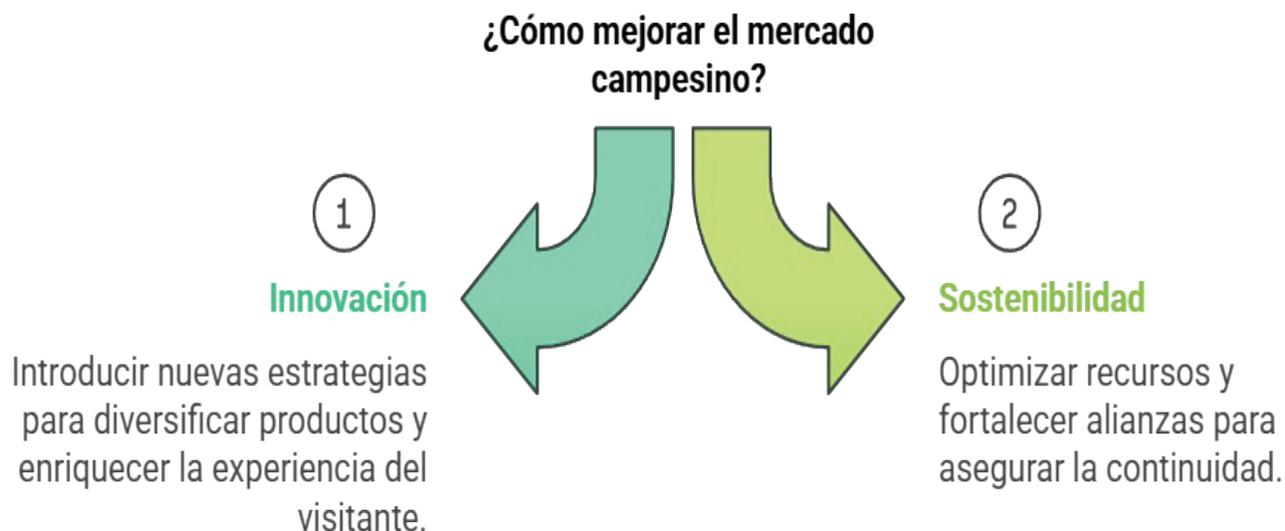
Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
Indicadores clave	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué indicadores cuantitativos y cualitativos reflejan el impacto del mercado campesino? ○ ¿Cómo ha variado el número de productores y consumidores a lo largo del tiempo? ○ ¿Qué factores han influido en el volumen de ventas de los participantes? ○ ¿Qué actividades han tenido mayor impacto en la afluencia de visitantes? ○ ¿Cómo se comparan los resultados obtenidos con los objetivos iniciales del mercado campesino? 	
Retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué aspectos del mercado campesino han sido más valorados por los participantes? ○ ¿Cuáles son los principales retos que identifican los productores y consumidores? ○ ¿Cómo se pueden optimizar los servicios y logística del mercado? ○ ¿Qué estrategias pueden implementarse para mejorar la experiencia de compra y venta? ○ ¿De qué manera se puede fomentar una mayor participación de la comunidad? 	Anexo 15:  Formato De Satisfacción Del Productor Y Seguimiento Del Evento
Rendición de Cuentas	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cuáles han sido los principales logros alcanzados en el desarrollo del mercado campesino? ○ ¿Cómo se han distribuido los recursos y qué impacto han tenido en los resultados? ○ ¿Qué aprendizajes pueden aplicarse para mejorar ediciones futuras del mercado? ○ ¿Qué compromisos pueden asumirse con las instituciones y aliados estratégicos para fortalecer la iniciativa? ○ ¿Cómo se garantizará la sostenibilidad del mercado campesino a largo plazo? 	

Fuente: Elaboración propia

Paso 4.2: Ajustes Estratégicos

Acción: Incorporar cambios en logística, promoción o productos según los resultados evaluados.

Ilustración 8: Elementos a mejorar en el mercado campesino



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Preguntas guía y anexos para el mejoramiento continuo del mercado campesino

Aspecto	Preguntas Guía	Anexos
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué innovaciones pueden mejorar la experiencia de productores y consumidores? ○ ¿Cómo se pueden diversificar los productos y servicios ofrecidos en el mercado? ○ ¿Qué actividades complementarias pueden atraer mayor afluencia de público? ○ ¿Cómo incorporar nuevas tecnologías para facilitar la comercialización y promoción? ○ ¿Qué estrategias pueden diferenciar este mercado de otros similares? 	<p>Anexo 3: </p> <p>Taller:</p> <p>Análisis DOFA sobre Innovación y Sostenibilidad</p>
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué acciones pueden hacer que el mercado sea autosostenible a largo plazo? ○ ¿Cómo se pueden optimizar los costos de operación sin afectar la calidad del servicio? ○ ¿Qué modelos de financiamiento pueden implementarse para fortalecer el mercado? ○ ¿Cómo fomentar la participación constante de productores y consumidores? ○ ¿De qué manera las alianzas estratégicas pueden contribuir al crecimiento y permanencia del mercado? 	

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS

Anexos 1: FORMULARIO: Identificación de Productores

Sección 1: Datos Generales	
1. Nombre completo o razón social:	
2. Número de contacto (Teléfono/WhatsApp):	
3. Correo electrónico:	
4. Municipio y departamento:	
5. Ubicación exacta de la producción (Vereda, corregimiento, coordenadas si es posible):	
6. Tipo de productor/a:	
<input type="checkbox"/> Individual	<input type="checkbox"/> Asociación o cooperativa

Sección 2: Información sobre la Producción	
7. ¿Qué tipo de productos ofrece?	
<input type="checkbox"/> Agropecuarios (frutas, hortalizas, lácteos, carnes, etc.) Cuales: Relaciones los tres principales 1. _____ 2. _____ 3. _____	<input type="checkbox"/> Artesanías (tejidos, cerámica, madera, etc.) 1. _____ 2. _____ 3. _____
<input type="checkbox"/> Gastronomía (comida tradicional, bebidas, productos transformados, etc.) 1. _____ 2. _____ 3. _____	<input type="checkbox"/> Productos naturales y Fito terapéuticos 1. _____ 2. _____ 3. _____
<input type="checkbox"/> Paquetes turísticos (experiencias, senderismo, hospedaje rural, etc.) 1. _____ 2. _____ 3. _____	<input type="checkbox"/> Otros: (Campo abierto para especificar) 1. _____ 2. _____ 3. _____
8. ¿Cuál es su capacidad de producción?	
<input type="checkbox"/> Semanal: (campo abierto: cantidad y unidad de medida)	<input type="checkbox"/> Quincenal: (campo abierto: cantidad y unidad de medida)
<input type="checkbox"/> Mensual: (campo abierto: cantidad y unidad de medida)	¿Cuál es la época de producción?
9. ¿Ha participado en mercados campesinos?	
<input type="checkbox"/> Sí, frecuentemente	<input type="checkbox"/> Sí, algunas veces
<input type="checkbox"/> No	
10. Si ha participado en mercados campesinos, ¿en qué lugares?	1. _____ 2. _____ 3. _____

11. ¿Dónde comercializa actualmente sus productos?	
<input type="checkbox"/> Mercados campesinos	<input type="checkbox"/> Tiendas locales
<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input type="checkbox"/> Supermercados
<input type="checkbox"/> Otro	Cuales 1. _____
12. ¿Cuenta con algún tipo de certificación o reconocimiento?	
<input type="checkbox"/> Orgánico	<input type="checkbox"/> Negocio Verde
<input type="checkbox"/> Denominación de Origen	<input type="checkbox"/> No aplica

Sección 3: Infraestructura y Equipos	
¿Con qué recursos cuenta el productor para el mercado campesino?	
<input type="checkbox"/> Carpas	<input type="checkbox"/> Transporte propio
<input type="checkbox"/> Mesas para exhibición de producto	<input type="checkbox"/> Sillas
<input type="checkbox"/> Espacio de venta o punto de distribución	<input type="checkbox"/> Equipos de refrigeración o conservación

Sección 4: Disponibilidad y Necesidades	
14. ¿En qué días y horarios podría participar en mercados campesinos?	
<input type="checkbox"/> sábados en la mañana	<input type="checkbox"/> sábados en la tarde
<input type="checkbox"/> Entre semana (horario flexible)	<input type="checkbox"/> Solo eventos ocasionales
15. ¿Qué tipo de apoyo considera necesario para fortalecer su producción y comercialización?	
<input type="checkbox"/> Formalización empresarial	<input type="checkbox"/> Acceso a crédito
<input type="checkbox"/> Espacios de comercialización	<input type="checkbox"/> Promoción y mercadeo
<input type="checkbox"/> Otros: (campo abierto) Cuales: _____	
17. ¿Está interesado en recibir asesoría para mejorar su producción y comercialización? Opción múltiple	
<input type="checkbox"/> Sí, en producción sostenible	<input type="checkbox"/> Sí, en estrategias de mercado
<input type="checkbox"/> Otros: Cuales: _____	

Sección 5: Comentarios y Contacto	
18. ¿Qué mejoras sugiere para fortalecer los mercados campesinos en su comunidad?	
19. ¿Desea ser contactado para recibir información sobre eventos y oportunidades?	Opción múltiple
<input type="checkbox"/> Sí, por correo	<input type="checkbox"/> Sí, por WhatsApp
Otro: Cual: _____	

Anexos 2: FORMULARIO: Inventario de recursos para mercados campesinos

Sección I: Datos Generales	
Nombre Municipio	<i>(Respuesta corta)</i>
¿Se ha realizado un mercado campesino en esta ubicación?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

SECCIÓN 2: Inventario De Recursos Disponibles

Marque los recursos disponibles en su comunidad, diferenciando si ya se han realizado mercados campesinos o no.

ESPACIOS FÍSICOS DISPONIBLES

Ubicación del mercado campesino	
Plaza principal	<input type="checkbox"/>
Casa de la cultura o centro comunitario	<input type="checkbox"/>
Coliseo o polideportivo	<input type="checkbox"/>
Escuela o institución educativa	<input type="checkbox"/>
Predio privado (finca, biofábrica, otros)	<input type="checkbox"/>
No hay un espacio adecuado disponible	<input type="checkbox"/>

EQUIPOS Y MOBILIARIO DISPONIBLE

Recurso disponible	
Carpas o toldos	<input type="checkbox"/>
Mesas y sillas	<input type="checkbox"/>
Vitrinas o exhibidores	<input type="checkbox"/>
Básculas o balanzas	<input type="checkbox"/>
Extensiones eléctricas o iluminación portátil	<input type="checkbox"/>
No hay equipos disponibles	<input type="checkbox"/>

SERVICIOS BÁSICOS

Servicio disponible	
Agua potable	<input type="checkbox"/>
Energía eléctrica	<input type="checkbox"/>
Baños públicos o sanitarios portátiles	<input type="checkbox"/>
Conectividad a internet (WiFi o datos móviles)	<input type="checkbox"/>
No hay acceso a servicios básicos	<input type="checkbox"/>

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

Medio de transporte disponible	
Vehículo de carga (camión, furgón, chiva, etc.)	<input type="checkbox"/>
Motocarro o camioneta	<input type="checkbox"/>
Bicicarga o triciclo	<input type="checkbox"/>
Moto con parrilla o remolque	<input type="checkbox"/>
Solo transporte manual (carretillas, bultos al hombro, etc.)	<input type="checkbox"/>
No hay transporte disponible	<input type="checkbox"/>

PRODUCTOS DISPONIBLES PARA COMERCIALIZACIÓN

Tipo de producto	
Frutas y hortalizas frescas	<input type="checkbox"/>
Carnes, huevos y productos de origen animal	<input type="checkbox"/>
Lácteos y derivados	<input type="checkbox"/>
Panadería y productos de harina	<input type="checkbox"/>
Miel, café, cacao y productos transformados	<input type="checkbox"/>
Gastronomía y comidas típicas	<input type="checkbox"/>
Artesanías y productos manufacturados	<input type="checkbox"/>
Plantas medicinales y ornamentales	<input type="checkbox"/>
Paquetes turísticos y experiencias locales	<input type="checkbox"/>
No hay productos disponibles para comercialización	<input type="checkbox"/>

ALIADOS Y APOYOS DISPONIBLES

Aliado identificado	Ya ha apoyado	Potencial apoyo
Alcaldía o gobernación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizaciones comunitarias o JAC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entidades financieras (cooperativas, bancos, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instituciones educativas o universidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ONGs o fundaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas privadas o supermercados locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No hay aliados identificados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN 3: DISPONIBILIDAD DE HORARIOS

Horario sugerido	
Mañana (6:00 AM – 10:00 AM)	<input type="checkbox"/>
Mediodía (10:00 AM – 2:00 PM)	<input type="checkbox"/>
Tarde (2:00 PM – 6:00 PM)	<input type="checkbox"/>
Fines de Semana (8:00 AM – 12:00 M)	<input type="checkbox"/>
No tengo preferencia	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN 4: BARRERAS Y RECOMENDACIONES

Diligencie esta sección para identificar desafíos y oportunidades.

Principales desafíos para fortalecer el mercado campesino	<i>(Respuesta abierta – larga)</i>
Recursos adicionales necesarios	<i>(Respuesta abierta – larga)</i>
¿Interesado en participar activamente?	<input checked="" type="checkbox"/> Sí, como organizador <input checked="" type="checkbox"/> Sí, como productor <input checked="" type="checkbox"/> Sí, como consumidor <input type="checkbox"/> No en este momento

Anexos 3: Taller: Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) de las necesidades locales en el mercado campesino

Taller	Análisis DOFA de las Necesidades Locales en el Mercado Campesino
Duración	2 horas
Objetivo	Identificar desafíos, oportunidades y estrategias para mejorar la comercialización de los productos campesinos a través de un análisis DOFA participativo.
Metodología	Trabajo grupal y análisis colaborativo mediante la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas).
Materiales Necesarios	<input checked="" type="checkbox"/> Pizarra o papelógrafo con la matriz DOFA dibujada. <input checked="" type="checkbox"/> Tarjetas adhesivas o papel y marcadores de colores. <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva o chinchas para fijar las ideas en la pizarra.

Agenda del Taller		
Tiempo	Actividad	Descripción
10 min	Introducción y contextualización	Explicación del propósito del taller, la metodología DOFA y la importancia del análisis de necesidades locales.
10 min	Identificación de Debilidades	Los participantes escriben en tarjetas las barreras económicas, logísticas, normativas o financieras que afectan la comercialización.
10 min	Identificación de Amenazas	Se listan factores externos que limitan el éxito del mercado campesino (competencia, falta de apoyo institucional, cambios en regulaciones, etc.).
10 min	Identificación de Fortalezas	Se identifican recursos, conocimientos y aspectos positivos del territorio que pueden impulsar el mercado.
10 min	Identificación de Oportunidades	Se exploran tendencias, alianzas estratégicas y estrategias innovadoras que pueden mejorar la comercialización.
10 min	Construcción de Estrategias	Con base en el análisis DOFA, los participantes definen estrategias para fortalecer la comercialización y superar barreras.

Desarrollo del Taller	
Fase	Descripción
1. Bienvenida e Introducción (10 min)	Explicar qué es un análisis DOFA y cómo ayudará a definir estrategias para el mercado campesino. Presentar las preguntas guía que orientarán el análisis. Ver: https://www.youtube.com/watch?v=NJqAEWgtjI0
2. Identificación de Debilidades y Amenazas (15 min)	Dividir a los participantes en grupos pequeños. Cada grupo escribe en tarjetas los principales desafíos en la comercialización de los productos. Se presentan y organizan las ideas en la matriz (Debilidades y Amenazas).
3. Identificación de Fortalezas y Oportunidades (15 min)	Se repite la dinámica enfocándose en recursos y ventajas del territorio. Se colocan en la matriz y se analizan los puntos clave.
4. Formulación de Estrategias (20 min)	Vincular Fortalezas con Oportunidades (FO), Debilidades con Oportunidades (DO), Fortalezas con Amenazas (FA) y Debilidades con Amenazas (DA) para generar acciones concretas. Escribir estrategias en una tabla y seleccionar las más prioritarias.

Anexos 4: Instrumento para el análisis de mercado de mercados campesinos

1. Encuesta a Consumidores Potenciales
Objetivo: Identificar la demanda, preferencias y hábitos de consumo del público objetivo.
1. ¿Con qué frecuencia compra productos frescos (frutas, verduras, lácteos, carnes, etc.)?
<input type="checkbox"/> Diario
<input type="checkbox"/> Semanal
<input type="checkbox"/> Quincenal
<input type="checkbox"/> Mensual
<input type="checkbox"/> Ocasionalmente
2. ¿Dónde suele comprar estos productos? (Marque todas las opciones que apliquen)
<input type="checkbox"/> Supermercados
<input type="checkbox"/> Tiendas de barrio
<input type="checkbox"/> Plazas de mercado
<input type="checkbox"/> Mercados campesinos
<input type="checkbox"/> Compra directa a productores
<input type="checkbox"/> Otros: _____
3. ¿Qué factores son más importantes al elegir dónde comprar productos agrícolas? (Seleccione hasta 3)
<input type="checkbox"/> Precio
<input type="checkbox"/> Calidad y frescura
<input type="checkbox"/> Origen local o campesino
<input type="checkbox"/> Producción orgánica
<input type="checkbox"/> Accesibilidad y cercanía
<input type="checkbox"/> Variedad de productos
<input type="checkbox"/> Otros: _____
4. ¿Estaría interesado/a en comprar productos directamente de pequeños productores en un mercado campesino?
<input type="checkbox"/> Sí
<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Tal vez
5. ¿Qué tipo de productos le gustaría encontrar en un mercado campesino? (Marque todas las opciones que apliquen)
<input type="checkbox"/> Frutas y verduras frescas
<input type="checkbox"/> Productos lácteos y derivados
<input type="checkbox"/> Carnes y embutidos
<input type="checkbox"/> Panadería y repostería artesanal
<input type="checkbox"/> Productos transformados (mermeladas, salsas, etc.)
<input type="checkbox"/> Plantas y productos medicinales
<input type="checkbox"/> Artesanías y productos locales
<input type="checkbox"/> Otros: _____ Cuales?
6. ¿Qué días y horarios le resultarían más cómodos para visitar un mercado campesino?
<input type="checkbox"/> sábados en la mañana
<input type="checkbox"/> sábados en la tarde
<input type="checkbox"/> Domingos en la mañana
<input type="checkbox"/> Domingos en la tarde
<input type="checkbox"/> Entre semana (horario flexible)

Anexos 5: Matriz de análisis de la competencia**Objetivo:** Identificar actores clave en mercados similares y sus estrategias.

Aspecto	Competidor A	Competidor B	Competidor C
Ubicación			
Tipo de productos ofrecidos			
Diferenciadores (orgánicos, certificados, etc.)			
Estrategias de venta y promoción			
Precios promedio			
Canales de distribución			
Público objetivo principal			
Fortalezas			
Debilidades			

Paso 1: Definir los competidores

- Identifica tres negocios o mercados campesinos que operen en mercados similares al tuyo.
- Asegúrate de que sean relevantes en términos de ubicación, público objetivo y productos.

Paso 2: Recolectar información clave

Para cada competidor, investiga los siguientes aspectos:

1. Ubicación

- Determina si es un negocio local o regional
- Identifica como opera el mercado campesino analizado

2. Tipo de productos ofrecidos

- Describe la gama de productos que comercializan.
- Identifica si tienen líneas especializadas (por ejemplo, productos orgánicos, artesanales, importados).

3. Diferenciadores

- Identifica qué los hace únicos (certificaciones, producción sostenible, ingredientes especiales, etc.).
- Observa si tienen algún reconocimiento o sello de calidad.

4. Estrategias de venta y promoción

- Investiga sus estrategias de marketing (redes sociales, influencers, publicidad tradicional, promociones).
- Observa si usan descuentos, programas de fidelización o experiencias de compra diferenciadas.

5. Precios promedio

- Anota los rangos de precios de sus principales productos.
- Si es posible, compara con el mercado general para entender su posición (económico, medio, premium).

6. canales de distribución

- Identifica cómo venden sus productos (tiendas propias, supermercados, marketplaces, ventas directas, distribuidores).
- Evalúa si ofrecen opciones como domicilio o suscripciones.

7. Público objetivo principal

- Describe el perfil de sus clientes en términos de edad, género, intereses y nivel socioeconómico.
- Observa si apuntan a nichos específicos (por ejemplo, consumidores veganos, deportistas, familias, etc.).

8. Fortalezas

- Anota sus ventajas competitivas (trayectoria, reconocimiento de marca, tecnología, logística eficiente).
- Analiza qué los hace más exitosos o atractivos en el mercado.

9. Debilidades

- Identifica sus áreas de oportunidad o limitaciones (precios altos, poca presencia digital, baja variedad de productos).
- Observa quejas recurrentes de clientes en redes sociales o reseñas.

Paso 3: Completar la matriz

- Ingresar la información en la tabla de manera concisa y comparativa.
- Usar fuentes confiables como sus sitios web, redes sociales, opiniones de clientes y referencias del sector.

Paso 4: Analizar patrones y oportunidades

- Identificar tendencias comunes entre los competidores.
- Evaluar cómo puedes diferenciarte o mejorar en aspectos clave.
- Considerar adaptar estrategias exitosas a tu propio mercado.

Anexos 6: Taller de definición de visión y misión para el mercado campesino

Taller	Taller de Definición de Visión y Misión para el Mercado Campesino
Duración	1 hora
Objetivo	Definir la visión y misión del mercado campesino en una hora, alineándolas con los objetivos económicos y sociales regionales, y estableciendo el impacto esperado en la comunidad, los productores y los consumidores.
Metodología	Trabajo grupal y análisis colaborativo entre los participantes del grupo
Materiales Necesarios	<input checked="" type="checkbox"/> Pizarra o papelógrafo. <input checked="" type="checkbox"/> Tarjetas adhesivas o papel y marcadores de colores. <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva o chinchas para fijar las ideas en la pizarra.

Desarrollo del Taller			
Parte	Actividad	Tiempo	Descripción
Parte 1: Introducción al Taller	Presentación rápida	5 minutos	Explicar qué son visión y misión y su importancia para el mercado campesino. Resaltar que la visión define el futuro deseado (largo plazo) y la misión describe el propósito y cómo se logrará (corto plazo).
	Contextualización	5 minutos	Breve explicación sobre los objetivos económicos y sociales que guiarán el mercado campesino, mencionando el impacto esperado en la comunidad y el desarrollo económico local.
Parte 2: Definición de la Visión	Reflexión Individual	5 minutos	Entregar a cada participante una hoja con preguntas guía para reflexionar sobre la visión:
			<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el propósito principal del mercado campesino, para la comunidad y para los jóvenes? - ¿Cómo queremos que sea reconocido el mercado en el futuro? ¿Qué impacto esperamos los jóvenes generar en la comunidad, productores y consumidores? - ¿Cuál es el valor agregado que nuestro mercado campesino dará a sus posibles compradores, en términos de calidad del producto, precio y innovación?

	Discusión Grupal y Presentación	15 minutos	Dividir a los participantes en grupos pequeños (3-4 personas). Cada grupo comparte sus respuestas y crea una versión preliminar de la visión. Los grupos presentan brevemente su visión (2 minutos por grupo).
	Refinamiento	5 minutos	Realizar una breve lluvia de ideas para mejorar las visiones presentadas y seleccionar una versión final, que se redactará en conjunto.
Parte 3: Definición de la Misión	Reflexión Individual	5 minutos	Entregar a los participantes preguntas guía para la misión: – ¿Qué actividades específicas realiza el mercado para alcanzar la visión? – ¿A quiénes beneficia principalmente el mercado campesino? ¿Cuál será el rol de los jóvenes líderes y los jóvenes del territorio en la construcción de esta misión? – ¿Cómo se organiza para ser sostenible?
	Discusión Grupal y Presentación	10 minutos	Nuevamente, dividir a los participantes en grupos pequeños (3-4 personas). Cada grupo discute y redacta una versión preliminar de la misión. Los grupos presentan brevemente sus misiones (2 minutos por grupo).
	Refinamiento y Selección	5 minutos	Realizar una breve lluvia de ideas para mejorar las misiones presentadas y seleccionar una versión final.
Parte 4: Cierre	Revisión Final	3 minutos	Presentar la visión y misión seleccionadas y asegurarse de que todos estén de acuerdo.
	Próximos Pasos	2 minutos	Explicar cómo estas definiciones se integrarán al Plan de Negocios y el impacto que tendrán en el desarrollo estratégico del mercado campesino.

Anexos 7: FORMULARIO: Estrategia financiera para mercados campesinos liderados por jóvenes

SECCIÓN	Concepto	Valor Aproximado
1. Costos Iniciales	¿Cuáles son los costos iniciales de operación del mercado?	
	<input type="checkbox"/> Alquiler de espacio	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Compra o alquiler de mobiliario (mesas, sillas, carpas)	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Transporte y logística	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Publicidad y marketing	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Personal administrativo y operativo	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Seguridad y permisos legales	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Otros: _____	\$ _____
2. Fuentes de Ingreso	¿Qué fuentes de ingresos se pueden generar de manera sostenible?	
	<input type="checkbox"/> Venta de productos	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Alquiler de espacios	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Servicios adicionales (capacitación, eventos, turismo rural)	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Membresías de productores	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Otros: _____	\$ _____
	¿Qué porcentaje de ingresos se destinará a la sostenibilidad del mercado?	
	<input type="checkbox"/> 10-20% <input type="checkbox"/> 21-40%	<input type="checkbox"/> 41-60% <input type="checkbox"/> 61% o más
3. Modelo de Precios	¿Se establecerán tarifas diferenciadas para productores jóvenes o comunitarios?	
	<input type="checkbox"/> Sí, con descuentos especiales <input type="checkbox"/> No, tarifa estándar para todos	<input type="checkbox"/> Otros: _____
	¿Qué estrategias de fijación de precios se implementarán?	
	<input type="checkbox"/> Precios fijos <input type="checkbox"/> Precios por subasta	<input type="checkbox"/> Descuentos por volumen de compra <input type="checkbox"/> Otros: _____
4. Estrategias de Financiamiento	¿Qué estrategias de financiamiento se explorarán?	
	<input type="checkbox"/> Grupo Gestionado de Ahorro	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Subvenciones	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Préstamos	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Crowdfunding	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Inversionistas locales	\$ _____
	<input type="checkbox"/> Otros: _____	\$ _____
	¿Cómo se garantizará la sostenibilidad financiera del mercado a largo plazo?	
	¿Se ha identificado alguna alianza estratégica para financiamiento?	
	<input type="checkbox"/> Sí, con entidades gubernamentales (Alcaldía, Gobernación) <input type="checkbox"/> Sí, con ONG o cooperativas	<input type="checkbox"/> No, aún no se han establecido alianzas

Anexos 8: Campaña de medios y marketing para el mercado campesino

Sección	Tarea	Sí	No
1. Investigación y Preparación	Definir objetivos claros de la campaña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Conocer el perfil del público objetivo (edad, intereses, comportamientos en redes sociales, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Identificar los canales de comunicación más efectivos para jóvenes rurales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Analizar la competencia (qué están haciendo otros mercados campesinos o iniciativas similares)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Estrategia de Marketing	Desarrollar un mensaje clave que resuene con los jóvenes rurales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Seleccionar los productos a promover (productos de temporada, especiales o nuevos en el mercado)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Crear promociones atractivas (descuentos, sorteos, programas de lealtad)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Desarrollar contenido visual (fotos, videos y gráficos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Diseñar una campaña de concientización (beneficios de consumir productos locales, sostenibilidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Elaborar un calendario de actividades (cuando lanzar las promociones, eventos, publicaciones, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Plan de Medios	Medios Tradicionales		
	Rádios locales y comunitarias: Crear cuñas radiales informando sobre el mercado campesino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Afiches y volantes: Diseñar material visual para distribuir en lugares clave	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Participación en ferias o eventos rurales: Promover el mercado en actividades comunitarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Medios Digitales		
	Redes Sociales (Instagram, Facebook, TikTok): Crear cuentas y publicar contenido visual atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Usar anuncios dirigidos a jóvenes rurales de diferentes regiones (segmentación en anuncios)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Influencers rurales: Colaborar con influenciadores locales para promover el mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Marketing de Contenidos		
	Blog o página web: Crear contenido sobre la importancia de los productos locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boletines y Newsletters: Recopilar correos electrónicos para enviar actualizaciones y promociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Ejecución de la Campaña	Lanzar la campaña en medios sociales con contenido planificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Iniciar la publicidad pagada en plataformas digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Distribuir materiales impresos (afiches, volantes) en puntos estratégicos rurales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Organizar eventos locales (ferias, charlas, talleres de cocina con productos del mercado campesino)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Invitar a la comunidad a participar en concursos o sorteos relacionados con el mercado campesino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Seguimiento y Medición	Monitorear la efectividad de los anuncios (interacciones, clics, conversiones)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Evaluar la participación en eventos y promociones (asistencia, respuestas, aumento en ventas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Solicitar retroalimentación de los clientes sobre la campaña (encuestas breves)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ajustes y Optimización	Ajustar el enfoque de las redes sociales según el rendimiento (plataforma, contenido)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ajustar los anuncios pagados según la segmentación de la audiencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Actualizar promociones y ofertas según las preferencias del público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Incorporar comentarios de los jóvenes rurales en futuras campañas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexos 9: Formato matriz de mapeo de actores

DATOS GENERALES DEL MERCADO CAMPESINO

- Nombre del Mercado Campesino: _____ Municipio: _____
- Ubicación: _____ Depto: _____
- Fecha de Elaboración del Mapeo: _____

MATRIZ DE MAPEO DE ACTORES

#	Nombre del Aliado	Tipo de Entidad (Pública/Privada)	Tipo de Apoyo Ofrecido (Financiero, Técnico, Logístico, Comercial, Otros)	Contacto (Nombre, Cargo, Teléfono, Email)	Nivel de Relación (Alta/Media/Baja)	Observaciones
1	[Ejemplo: Alcaldía Municipal]	Pública	Logístico, Financiero	Juan Pérez, Coordinador Económico 3001234567 juanperez@email.com	Alta	Apoyo en permisos y espacios de comercialización.
2	[Ejemplo: Cooperativa Agroecológica]	Privada	Técnico, Comercial	Ana Gómez, Gerente	Media	Posible alianza para capacitación en agroecología.
3	[Ejemplo: ONG Desarrollo Rural]	Privada	Financiero, Técnico	Pedro Ramírez, Director de Proyectos	Alta	Financiamiento para infraestructura.
4						
5						

ANÁLISIS Y PLAN DE ACCIÓN

1. Actores con Mayor Potencial de Alianza:

2. Estrategias para Fortalecer la Relación con Actores Clave:

3. Acciones Prioritarias para la Formalización de Alianzas:

Para completar esta tabla, sigue estos pasos:

1. Identifica a los aliados: Enumera actores como entidades gubernamentales, ONG, empresas privadas, asociaciones campesinas, universidades, etc.
2. Clasifica el tipo de entidad: Indica si es pública (gobierno, alcaldía, secretaría, etc.) o privada (ONG, empresa, cooperativa, fundación, etc.).
3. Especifica el tipo de apoyo: Señala si el apoyo es financiero (recursos económicos), técnico (capacitación, asesoría), logístico (espacios, transporte), comercial (mercadeo, distribución) u otro.
4. Registra la información de contacto: Nombre de la persona de referencia, cargo, teléfono y correo electrónico.
5. Define el nivel de relación: Evalúa si la relación con el actor es Alta (colaboración activa), Media (apoyo ocasional) o Baja (contacto limitado o potencial).
6. Anota observaciones relevantes: Cualquier información adicional sobre el tipo de apoyo, acuerdos existentes o próximos pasos con el aliado.

Anexos 10: Reglamento interno de comités del mercado campesino

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Mercado Campesino: _____

Fecha de Aprobación: _____

Versión del Documento: _____

Responsable de la Elaboración: _____

2. OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Este reglamento establece la estructura, funciones, responsabilidades y normas de funcionamiento de los comités que operan dentro del mercado campesino. Su propósito es garantizar una organización eficiente, participativa y sostenible.

3. ESTRUCTURA DE LOS COMITÉS

Los comités estarán conformados por miembros del mercado campesino, designados según sus habilidades e intereses. Cada comité contará con un(a) coordinador(a) y un equipo de trabajo.

Comité	Objetivo Principal	Responsable / Coordinador
Comité de Organización y Logística	Coordinar la distribución de espacios, horarios y la operatividad del mercado campesino.	_____
Comité de Comercialización y Mercadeo	Definir estrategias de ventas, promoción y acceso a nuevos mercados.	_____
Comité de Finanzas y Administración	Gestionar los recursos económicos y asegurar la sostenibilidad financiera del mercado.	_____
Comité de Capacitación y Desarrollo	Organizar talleres, capacitaciones y asistencia técnica para los productores.	_____
Comité de Alianzas Estratégicas	Identificar y gestionar relaciones con aliados clave.	_____

4. NORMAS DE FUNCIONAMIENTO

Reuniones: Cada comité deberá reunirse al menos _____

(semanalmente/mensualmente) para evaluar avances y definir acciones.

Toma de decisiones: Las decisiones serán tomadas por consenso y registradas en actas oficiales.

Rendición de cuentas: Los comités deberán presentar informes sobre sus actividades y resultados.

Compromiso y participación: Todos los miembros deberán cumplir con sus responsabilidades y participar activamente en las actividades del comité.

5. DISPOSICIONES FINALES

Este reglamento podrá ser revisado y actualizado periódicamente según las necesidades del mercado campesino.

Cualquier situación no prevista en este documento será resuelta en asamblea general o por consenso de los comités.

Aprobado por: _____

(Firma del Representante del Mercado Campesino)

Fecha: _____

Anexos 11: Formato de actas y acuerdos

1. DATOS GENERALES

Nombre del Comité: _____
 Fecha de la Reunión: ____ (día)(mes) (año) _____
 Hora de Inicio: _____
 Hora de Finalización: _____
 Lugar de la Reunión: _____
 Facilitador(a) / Moderador(a): _____
 Secretario(a) de Acta: _____

2. LISTA DE ASISTENTES

#	Nombre y Apellido	Cargo/Rol en el Comité	Firma
1			
2			
3			
4			

3. ORDEN DEL DÍA

Temas tratados en la reunión:

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

4. RESUMEN DE DISCUSIONES

Principales puntos debatidos durante la reunión:

Tema 1: _____
 Comentarios y decisiones: _____
 Tema 2: _____
 Comentarios y decisiones: _____
 Tema 3: _____
 Comentarios y decisiones: _____

5. PRÓXIMA REUNIÓN

Fecha de la próxima reunión: _____
 Lugar: _____
 Temas a tratar:
 1 _____
 2 _____
 3 _____

6. APROBACIÓN Y CIERRE

Siendo las ____ horas del día _____, se da por finalizada la reunión.

Firma del Coordinador(a) del Comité: _____

Firma del Secretario(a) de Acta: _____

Anexos 12: Plan de operación del mercado campesino

1. DATOS GENERALES

Nombre del Mercado: _____

Ubicación: _____

Fecha de Inicio de Operación: _____

Horario de Funcionamiento: _____

Responsable de Coordinación: _____

2. DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

Área/Sección	Descripción	Capacidad Máxima	Responsable	Observaciones
Zona de Ventas	Puestos de productores			
Zona de Servicios	Baños, puntos de agua, información			
Área de Almacenamiento	Espacio para productos antes de la venta			
Zona de Descarga	Espacio para recibir productos transportados			

3. HORARIO Y ROTACIÓN DE PRODUCTORES

Turno	Horario	Productores Asignados	Observaciones
Mañana	6:00 am - 12:00 pm	1. 2. 3.	
Tarde	12:00 pm - 6:00 pm	1. 2. 3.	
Día Completo	6:00 am - 6:00 pm	1. 2. 3.	

4. SEGURIDAD Y GESTIÓN DE RIESGOS

Riesgo	Medida Preventiva	Responsable	Recursos Necesarios
Robo o vandalismo	Seguridad privada y control de acceso		
Emergencias médicas	Punto de atención y primeros auxilios		
Incendios	Extintores y señalización		

5. PLAN DE LIMPIEZA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Actividad	Frecuencia	Responsable	Recursos Necesarios
Recolección de residuos	Cada 2 horas		
Separación de residuos	Punto de reciclaje		
Limpieza general	Al cierre del mercado		

6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL MERCADO

Indicador	Meta	Frecuencia de Medición	Fuente de Información	Responsable
Número de productores participantes				
Ventas promedio por productor				
Satisfacción de consumidores (%)				

Anexos 13: Plan de apertura oficial del mercado campesino

Fecha del Evento _____
 Ubicación _____
 Responsable de la Organización _____
 Maestro/a de Ceremonia _____

1. PROGRAMA DEL EVENTO (Ejemplo)

Hora	Actividad	Responsable	Recursos Necesarios
9:00 AM	Registro y bienvenida de asistentes	Equipo de logística	Lista de registro, gafetes, señalización
9:30 AM	Palabras de apertura (autoridades locales y organizadores)	Alcalde/Gobernador/Coordinador del Mercado	Micrófonos, tarima, banner
10:00 AM	Presentación cultural (grupo de danza o música de jóvenes)	Grupo artístico local	Sonido, vestuario
10:30 AM	Corte de cinta y recorrido inaugural por los stands	Autoridades + productores	Tijeras, cinta simbólica, señalización
11:00 AM	Presentación de productores y sus productos	Representantes de productores	Micrófono, material promocional
11:30 AM	Sorteo y rifas para asistentes	Equipo organizador	Boletas, premios
12:00 PM	Cierre del evento e invitación a próximas fechas	Maestro/a de Ceremonia	Volantes con calendario del mercado

2 INVITADOS Y PARTICIPANTES CLAVE (EJEMPLO)

Invitado/Entidad	Rol en el evento	Confirmación (Sí/No)	Observaciones
Alcaldía/Gobernación	Discurso de apertura		
Agencia de Desarrollo Rural (ADR)	Apoyo institucional		
Organizaciones comunitarias	Representación local		
Productores locales	Exposición de productos		
Medios de comunicación	Cobertura y difusión		
Influenciadores locales	Promoción en redes		

3 DIFUSIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL EVENTO

Estrategia	Responsable	Canal de Difusión	Fecha de Publicación
 Nota de prensa		Radio y periódicos locales	
Radio			
Publicación en redes sociales		Facebook, Instagram, TikTok	
Registro audiovisual		YouTube, reels y fotos	
Entrevistas a productores		Medios digitales y radiales	

4. RECURSOS NECESARIOS

Elemento	Disponibilidad (Sí/No)	Observaciones
Sonido y micrófonos		
Tarima		
Sillas, mesas		
Decoración y señalización		
Material promocional (volantes, banners)		
Cámara para transmisión en vivo		
Material para sorteos y rifas		

Anexos 14: Formato de satisfacción del consumidor sobre el evento (Mercado Campesino)

Fecha del evento: _____
 Ubicación del mercado: _____
 Nombre del consumidor (opcional): _____
 Contacto (opcional): _____

SECCIÓN 1: EXPERIENCIA DE COMPRA

Pregunta	Escala de Evaluación
¿Cómo califica su experiencia general en el mercado campesino?	<input type="checkbox"/> Muy mala <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
¿Encontró los productos que buscaba?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Parcialmente <input type="checkbox"/> No
¿Cómo percibe los precios de los productos en comparación con otros mercados?	<input type="checkbox"/> Muy altos <input type="checkbox"/> Altos <input type="checkbox"/> Adecuados <input type="checkbox"/> Bajos <input type="checkbox"/> Muy bajos
¿Qué opina sobre la calidad de los productos ofrecidos?	<input type="checkbox"/> Muy mala <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
¿Cómo fue la atención de los productores y organizadores?	<input type="checkbox"/> Muy mala <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
¿La logística y disposición del mercado facilitaron su compra?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
¿Qué método de pago utilizó?	<input type="checkbox"/> Efectivo <input type="checkbox"/> Transferencia <input type="checkbox"/> Tarjeta <input type="checkbox"/> Otros (especificar): _____
¿Le gustaría volver a asistir al mercado campesino?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Por qué? _____

SECCIÓN 2: EVENTO Y ORGANIZACIÓN

Aspecto Evaluado	Escala de Evaluación
Promoción y difusión del evento	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Ubicación y accesibilidad del mercado	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Ambiente y actividades complementarias (música, talleres, degustaciones, etc.)	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Variedad de productos ofrecidos	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Distribución y señalización dentro del mercado	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente

SECCIÓN 3: OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

¿Qué le gustó más del evento?

¿Qué aspectos considera que pueden mejorar en futuras ediciones?

Comentarios adicionales:

Firma del consumidor (opcional): _____

Este documento será archivado para mejorar futuras ediciones del mercado campesino.

Anexos 15: Formato de satisfacción del productor y seguimiento del evento

Fecha del evento: _____
 Ubicación del mercado: _____
 Nombre del productor: _____
 Contacto: _____
 Producto(s) ofrecido(s): _____

SECCIÓN 1: VOLUMEN DE VENTAS

Producto	Cantidad Inicial (Kg, Unidades, etc.)	Cantidad Vendida	Precio Unitario (\$)	Ingreso Total (\$)
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Total Ingresos Generados (\$): _____
 Comparado con su expectativa, sus ventas fueron:
 Muy por debajo
 Por debajo
 Según lo esperado
 Por encima
 Mucho mejor de lo esperado

SECCIÓN 2: SATISFACCIÓN SOBRE LAS VENTAS

Pregunta	Escala de Evaluación
¿Cómo califica sus ventas en este evento?	<input type="checkbox"/> Muy bajas <input type="checkbox"/> Bajas <input type="checkbox"/> Regulares <input type="checkbox"/> Buenas <input type="checkbox"/> Excelentes
¿Se cumplieron sus expectativas de venta?	<input type="checkbox"/> No se cumplieron <input type="checkbox"/> Parcialmente <input type="checkbox"/> Sí, completamente
¿Cómo percibe los precios en comparación con otros mercados?	<input type="checkbox"/> Muy bajos <input type="checkbox"/> Bajos <input type="checkbox"/> Adecuados <input type="checkbox"/> Altos <input type="checkbox"/> Muy altos
¿Hubo suficiente afluencia de compradores?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
¿Qué métodos de pago utilizaron más los compradores?	<input type="checkbox"/> Efectivo <input type="checkbox"/> Transferencia <input type="checkbox"/> Tarjeta <input type="checkbox"/> Otros (especificar): _____
¿Recomendaría este mercado a otros productores?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Por qué? _____

SECCIÓN 3: SEGUIMIENTO DEL EVENTO

Aspecto Evaluado	Escala de Evaluación
Difusión y promoción del evento	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Organización de la logística (transporte, espacio, montaje)	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Ubicación y condiciones del mercado	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Variedad y calidad de los productos ofrecidos	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Atención y organización del personal del evento	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente
Nivel de interacción con los clientes	<input type="checkbox"/> Muy deficiente <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente

SECCIÓN 4: OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

¿Qué aspectos considera que pueden mejorar en futuras ediciones del mercado campesino?

 Comentarios adicionales:

 Firma del productor: _____
 Este documento será archivado para mejorar futuras ediciones del mercado campesino.

Anexos 16: Taller: Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) del Emprendimiento Juvenil Rural en Mercados Campesinos

Taller	Análisis DOFA de las Necesidades Locales en el Mercado Campesino
Duración	2 horas
Objetivo	Identificar desafíos, oportunidades y estrategias para fortalecer el emprendimiento juvenil rural en mercados campesinos mediante un análisis DOFA participativo.
Metodología	Trabajo grupal y análisis colaborativo mediante la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas).
Materiales Necesarios	<input checked="" type="checkbox"/> Pizarra o papelógrafo con la matriz DOFA dibujada. <input checked="" type="checkbox"/> Tarjetas adhesivas o papel y marcadores de colores. <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva o chinchas para fijar las ideas en la pizarra.

Agenda del Taller

Tiempo	Actividad	Descripción
10 min	Introducción y contextualización	Explicación del propósito del taller, la metodología DOFA y la importancia del análisis para el emprendimiento juvenil rural.
10 min	Identificación de Debilidades	Los participantes escriben en tarjetas las barreras económicas, logísticas, normativas o financieras que enfrentan los emprendimientos juveniles rurales.
10 min	Identificación de Amenazas	Se listan factores externos que limitan el éxito del emprendimiento juvenil en mercados campesinos (competencia, falta de apoyo institucional, cambios en regulaciones, etc.).
10 min	Identificación de Fortalezas	Se identifican recursos, conocimientos y aspectos positivos del territorio y del emprendimiento juvenil.
10 min	Identificación de Oportunidades	Se exploran tendencias, alianzas estratégicas y estrategias innovadoras que pueden mejorar la comercialización de productos de emprendimientos juveniles.
10 min	Construcción de Estrategias	Con base en el análisis DOFA, los participantes definen estrategias para fortalecer los emprendimientos y superar barreras.

Desarrollo del Taller

Fase	Descripción
1. Bienvenida e Introducción (10 min)	Explicar qué es un análisis DOFA y cómo ayudará a definir estrategias para el mercado campesino. Presentar las preguntas guía que orientarán el análisis. Ver https://www.youtube.com/watch?v=NJqAEWgtjI0
2. Identificación de Debilidades y Amenazas (15 min)	Dividir a los participantes en grupos pequeños. Cada grupo escribe en tarjetas los principales desafíos en la comercialización de los productos. Se presentan y organizan las ideas en la matriz (Debilidades y Amenazas).
3. Identificación de Fortalezas y Oportunidades (15 min)	Se repite la dinámica enfocándose en recursos y ventajas del territorio. Se colocan en la matriz y se analizan los puntos clave.
4. Formulación de Estrategias (20 min)	Vincular Fortalezas con Oportunidades (FO), Debilidades con Oportunidades (DO), Fortalezas con Amenazas (FA) y Debilidades con Amenazas (DA) para generar acciones concretas. Escribir estrategias en una tabla y seleccionar las más prioritarias.



OFF



**MERCADOS
CAMPESINOS**
JUVENILES RURALES

OrgánCol
100% orgánico

AGENCIA ITALIANA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO | MEEIR | Departamento Nacional de Planeación

OrgánCol
100% orgánico