

# CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN NIVEL I:

- MERCADOS CAMPESINOS MUNICIPAL
- BULEVARES CAMPESINOS

Dirección de comercialización





El contenido de este trabajo fue desarrollado por Comercialización de la Agencia de Desarrollo Rural (ADR).

Las fotografías empleadas en este documento son propiedad de la Agencia de Desarrollo Rural (ADR), el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. El contenido intelectual, gráfico y metodológico son de uso institucional.

**[www.adr.gov.co](http://www.adr.gov.co)**

Calle 43 No. 57 - 41 CAN Bogotá D.C, Colombia

**Teléfono:** 3830444 - Ext 5071

**Correo Electrónico:** [direcciondecomercializacion@adr.gov.co](mailto:direcciondecomercializacion@adr.gov.co)

# TABLA DE CONTENIDO

---

|                                                                                   |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>                                                         | <b>6</b>  |
| <b>1. SERVICIO DE MERCADOS CAMPESINOS<br/>MUNICIPALES .....</b>                   | <b>8</b>  |
| <b>1.1. Alcance del servicio .....</b>                                            | <b>9</b>  |
| <b>1.2. Implementación del servicio .....</b>                                     | <b>11</b> |
| 1.2.1. Metodología de implementación de Mercados<br>Campesinos Municipales .....  | 11        |
| <b>2. SERVICIO DE BULEVARES CAMPESINOS<br/>MUNICIPALES .....</b>                  | <b>25</b> |
| <b>2.1. Alcance del servicio .....</b>                                            | <b>26</b> |
| <b>2.2. Implementación del servicio .....</b>                                     | <b>29</b> |
| 2.2.1. Metodología de implementación de Bulevares<br>Campesinos Municipales ..... | 29        |



**3. ACTORES DE INTERÉS.....44**

**3.1. Actores de interés Mercados Campesinos Municipales .....44**

3.1.1. Facilitador de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR... 44

3.1.2. Representantes de la organización participante ..... 44

3.1.3. Actores territoriales institucionales ..... 45

3.1.4. Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional..... 45

3.1.5. Junta Directiva del Mercado Campesino Municipal..... 45

3.1.6.Comités Locales del Mercado Campesino ..... 46

**3.2. Actores de interés Bulevares Campesinos Municipales .....48**

3.2.1. Facilitador de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR... 48

3.2.2. Representantes de las organizaciones o productores rurales participantes..... 49

3.2.3. Otros actores territoriales..... 50

3.2.4. Actores de apoyo públicos (Alcaldías o Gobernaciones) y privados (Concesiones viales u otras) ..... 51

# INTRODUCCIÓN

Esta guía está diseñada para orientar la implementación de los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel I, una estrategia que busca acercar de manera directa a los productores rurales con los consumidores finales a través de esquemas como los **Mercados Campesinos Municipales** y los **Bulevares Campesinos Municipales**. Estos espacios constituyen canales alternativos de venta que reducen la intermediación, fomentan el consumo local y fortalecen el desarrollo económico de las comunidades rurales.

La guía explica cómo planificar, organizar, implementar y evaluar los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel I, ofreciendo una metodología práctica que articula a productores, organizaciones, entidades territoriales, concesiones viales y aliados privados. Está dirigida a los equipos facilitadores de la ADR, a las instituciones territoriales y, principalmente, a las **Organizaciones de Productores Rurales y de la Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria (ACFEC)** que participan en procesos de fortalecimiento comercial.

A lo largo de la guía se detallan fases, actividades e instrumentos para la puesta en marcha de estos espacios, garantizando condiciones de formalidad, seguridad, logística y promoción necesarias para su sostenibilidad. Cada fase incluye pasos claros, roles definidos y entregables verificables que permiten avanzar desde la planeación inicial hasta la evaluación final de resultados.

De esta manera, los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel I se consolidan como una herramienta que no solo facilita la venta directa, sino que también promueve el reconocimiento de la producción local, la generación de ingresos dignos, la dinamización de economías rurales y la construcción de relaciones comerciales sostenibles entre productores y consumidores.



# 1. SERVICIO DE MERCADOS CAMPESINOS MUNICIPALES

Los Mercados Campesinos Municipales son una modalidad de circuito corto en el que confluye la oferta de productos de la canasta familiar alimenticia de origen rural, frescos, procesados, diferenciados y con valores agregados (p.ej. por su origen).

Se concibe como un espacio comercial, generalmente al aire libre y de carácter temporal, donde productores agrícolas venden sus productos directamente a los consumidores sin intermediarios, fortaleciendo la economía local, la seguridad alimentaria y la cultura. Estos mercados también tienen un enfoque de circuito corto de comercialización, promoviendo prácticas como la agroecología, la asociatividad y el intercambio de conocimientos y sabores tradicionales entre comunidades rurales y urbanas.



# 1.1. Alcance del servicio

Los Mercados Campesinos Municipales se consolidan como canales directos de comercialización y al mismo tiempo, como mecanismos para reconocer y fortalecer la organización y asociatividad de la población rural, punto de partida esencial para su consolidación y sostenibilidad. En este sentido, el servicio entrega a las entidades y actores territoriales responsables del desarrollo agropecuario y rural insumos técnicos y normativos que facilitan la planeación, implementación y evaluación de estos circuitos cortos de comercialización, tanto en su fase de creación como en el fortalecimiento de iniciativas ya existentes.

El servicio promueve los mercados campesinos como canal comercial dinamizador de la economía de los productores y sus organizaciones a través de los siguientes elementos:

- a.** Fomentar la producción y consumo local de alimentos.
- b.** Promover cadenas de alimentos más eficientes, acortando la intermediación y vinculando a agricultores locales a compras públicas locales de alimentos, al igual que a la demanda local como los restaurantes, hoteles y locales expendedores de FRUVER.
- c.** Generar mayores ingresos y más oportunidades de empleo.
- d.** Promover hábitos de alimentación saludable, fomentando prácticas de agricultura limpia o agroecológica.
- e.** Rescatar y valorar los productos nativos y las cocinas tradicionales.

El servicio es prestado por la Agencia de Desarrollo Rural – ADR, a través de sus Unidades Técnicas Territoriales, en articulación con los actores territoriales que lo requieran. Para iniciar la ruta de atención es indispensable contar con el interés de la población rural - productores y organizaciones -, así como con la voluntad de los entes territoriales, entidades públicas y privadas, y organizaciones no gubernamentales. Estos actores son quienes promueven la conformación del Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional a los Mercados Campesinos.

De acuerdo con lo establecido en la Resolución 464 de 2017 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, modificada por la Resolución 175 de 2024, los Mercados Campesinos Municipales deben caracterizarse por la gestión y participación

principal de productores y organizaciones de **Agricultura Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria (ACFEC)**. En este sentido, al menos el 40% de los integrantes de cada mercado deben provenir de dichos sistemas de producción, garantizando así su identidad y pertinencia social y productiva.

La metodología se aplica tanto en los casos en que un grupo de productores o de organizaciones de productores rurales busquen fortalecer la comercialización de sus productos mediante este tipo de circuitos cortos, como cuando entidades territoriales - alcaldías, gobernaciones o aliados privados - identifiquen en los mercados campesinos una estrategia efectiva para impulsar el desarrollo rural a través de la comercialización directa y justa de la producción agropecuaria local.



# 1.2. Implementación del servicio

## 1.2.1. Metodología de implementación de Mercados Campesinos Municipales:

### Propósito

El servicio de Mercados Campesinos Municipales tiene como objetivo definir la ruta para que estas iniciativas tengan la posibilidad de ser promovidas por entes territoriales, universidades, ONG o desarrolladas de manera interinstitucional como agentes de comercialización sostenibles, en los que participen, entre otros: las Unidades Técnicas Territoriales de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR, los entes territoriales (Alcaldías o Gobernaciones), Entidades Prestadoras del Servicio de Extensión Agropecuaria (EPSEA), unidades de emprendimiento o demás actores territoriales interesados en impulsar este tipo de iniciativas.



# B

## Cómo iniciar el proceso



**1.** El proceso inicia con la conformación de una mesa de trabajo integrada por actores institucionales y representantes de los productores. En este espacio se definen el objetivo, el alcance, las acciones y el esquema de organización logística del Mercado Campesino Municipal. Adicionalmente, se analiza su viabilidad técnica y financiera a partir de la verificación de la información base y la identificación de necesidades logísticas. Con estos insumos se elabora un plan de trabajo que contempla tiempos, actividades, responsables y un cronograma de ejecución.



**2.** Posteriormente, se suscribe el acta de conformación del **Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional a los Mercados Campesinos Municipales**, mediante el cual se formaliza la estrategia de organización y coordinación acordada para la implementación del Mercado Campesino Municipal.



**3.** A continuación, se desarrollan las acciones necesarias para garantizar la organización logística y la formalización del Mercado Campesino Municipal, generando las condiciones necesarias y adecuadas para su operación.



**4.** Finalmente, se lleva a cabo el montaje, la instalación y la apertura oficial del Mercado Campesino Municipal, consolidando el inicio de su operación.

## C Cómo terminar el proceso

- Una vez finalizado el Mercado Campesino, se recolectan los formatos diligenciados y se realiza el desmonte logístico del mercado campesino.
- Posteriormente, se consolida la información de resultados y se realiza un ejercicio de retroalimentación con los actores participantes. Este proceso busca identificar aprendizajes, generar insumos para el mejoramiento continuo y aportar a la sostenibilidad y proyección del Mercado Campesino Municipal.

## D Prerrequisitos del servicio

- Se debe determinar la viabilidad técnica y financiera para la implementación del Mercado Campesino Municipal. En caso de ser positiva, se procede a la planificación integral del proceso.
- La Agencia de Desarrollo Rural – ADR evalúa y define los requisitos necesarios para garantizar el cumplimiento de las condiciones para la implementación del servicio.



## Documentos de apoyo



**1.** Base de datos de potenciales aliados institucionales y privados.



**2.** Formato de Registro Único de Información – RUI.



**3.** Formato de costos de producción de productos a ofertar (debe ser solicitada a los productores rurales por la entidad convocante de la reunión inicial).



**4.** Ficha de chequeo logístico de Circuitos Cortos de Comercialización e inventario de mobiliario institucional disponible.



**5.** Plan de trabajo y cronograma de circuitos cortos de comercialización F-FCC-010, trabajo para la organización e implementación del Mercado Campesino, proyectado y concertado en la fase anterior.



**6.** Esquema organizativo para la realización del Mercado Campesino, definido y aprobado.



**7.** Reglamento tipo del Mercado Campesino Municipal.



**8.** Listado de organizaciones y productores participantes con datos de contacto.



**9.** Listado de productos a ofertar con precios de referencia.



**10.** Formato de reporte de venta por productor/organización.



**11.** Borrador de modelo para Acuerdo Municipal.



**12.** Informe F-FCC-004. Matriz de consolidación de ventas del Mercado Campesino Municipal.



**13.** Listado de asistencia a reuniones y estrategias - F-DER-002.



**14.** Acta Interna y Externa F-DER-001

## Resultados y entregas

- 1.** Grupo Gestor de Apoyo convocado y conformado.
- 2.** Plan de Trabajo elaborado y concertado para la organización, promoción e implementación del Mercado Campesino, incluyendo acciones, cronograma, responsables, comités y requerimientos especiales.
- 3.** Reglamento del Mercado Campesino socializado.
- 4.** Esquema organizativo del Mercado Campesino, definido y aprobado.
- 5.** Acuerdo Municipal gestionado y socializado ante el honorable Concejo Municipal.
- 6.** Organizaciones y productores participantes seleccionados y capacitados.
- 7.** Listado de productos y precios definidos, con fichas técnicas debidamente diligenciadas.
- 8.** Documento técnico de requerimientos logísticos para montaje y operación, elaborado y coordinado.
- 9.** Estrategia promocional del Mercado Campesino implementada.
- 10.** Jornada del Mercado Campesino realizada de manera efectiva, oportuna y continua.
- 11.** Instrumentos de seguimiento diligenciados y recolectados oportunamente y de manera idónea.
- 12.** Productores participantes con ventas efectuadas y balance de resultados elaborado.
- 13.** Matriz consolidada de resultados de ventas.
- 14.** Informe final de evaluación del Mercado Campesino elaborado, presentado y aprobado.

## Descripción de actividades

La metodología del servicio se desarrolla a través de una ruta de trabajo compuesta por cinco fases. Cada fase define actividades, instrumentos y responsabilidades de los actores involucrados, asegurando que los mercados campesinos se consoliden como una estrategia sostenible de desarrollo rural y dinamización económica territorial.

La siguiente gráfica ilustra las fases definidas para la implementación del servicio de Mercados Campesinos Municipales:



**Gráfico 1.** Fases para la implementación de los Mercados Campesinos Municipales



## PLANEACIÓN DEL MERCADO CAMPESINO MUNICIPAL

La primera fase inicia con la convocatoria a los actores institucionales y representantes de los productores para conformar una mesa de trabajo, espacio en el que se definen el objetivo, el alcance, las acciones y el esquema de organización logística del Mercado Campesino Municipal.

El profesional de comercialización es responsable de conducir esta fase, asegurando el cumplimiento de las siguientes actividades, que garantizan un proceso claro y organizado frente a todos los actores de interés:

1. Definir el objetivo principal, las metas y las características específicas del Mercado Campesino Municipal.
2. Analizar y acordar la forma organizativa para la administración del mercado.
3. Presentar el instrumento de Reglamento Tipo que orientará esta fase.
4. Conformar el **Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional a los Mercados Campesinos Municipales**, según lo establecido en el Reglamento Tipo.
5. Revisar la información disponible entre los actores de interés sobre posibles participantes, fuentes de financiación, necesidades operativas y logísticas, valoración de costos y gastos, así como requerimientos normativos y sanitarios aplicables.
6. Diligenciar el Formato de Registro Único de Información – RUI.



7. Definir el lugar, la disponibilidad de espacio y las condiciones locativas del mercado.
8. Consultar la normatividad vigente aplicable (salud, ambiental, espacio público, entre otras).
9. Definir las acciones necesarias para verificar las condiciones higiénicas, sanitarias, ambientales y de seguridad del sitio donde se desarrollará el mercado campesino.
10. Identificar necesidades de información adicional que hayan surgido en la mesa de trabajo y asignar responsabilidades para su acopio entre los participantes.
11. Inventariar el mobiliario institucional disponible, validar su suficiencia y establecer los recursos logísticos adicionales requeridos.
12. Elaborar y analizar el presupuesto administrativo y operativo requerido, siguiendo el formato de definición de presupuesto.
13. Verificar y definir las fuentes de financiación para el presupuesto planteado.
14. Precisar las acciones, trámites, responsables y fechas para la gestión de los recursos de financiación del Mercado Campesino.
15. Levantar y suscribir el acta de la reunión en la que se consigne el concepto de viabilidad o inviabilidad de implementar el mercado.
16. Revisar y ajustar, de manera concertada, el Reglamento Tipo para su presentación y gestión de aprobación definitiva.
17. Acordar un plan de trabajo para la organización del mercado que especifique actividades, responsables y fechas.
18. Diseñar la estrategia promocional para la difusión previa del mercado, a través de medios de comunicación, marketing digital, radio, volanteo u otros canales pertinentes.

Una vez cumplida la mayoría de estas actividades, el proceso avanza a la siguiente fase de implementación.



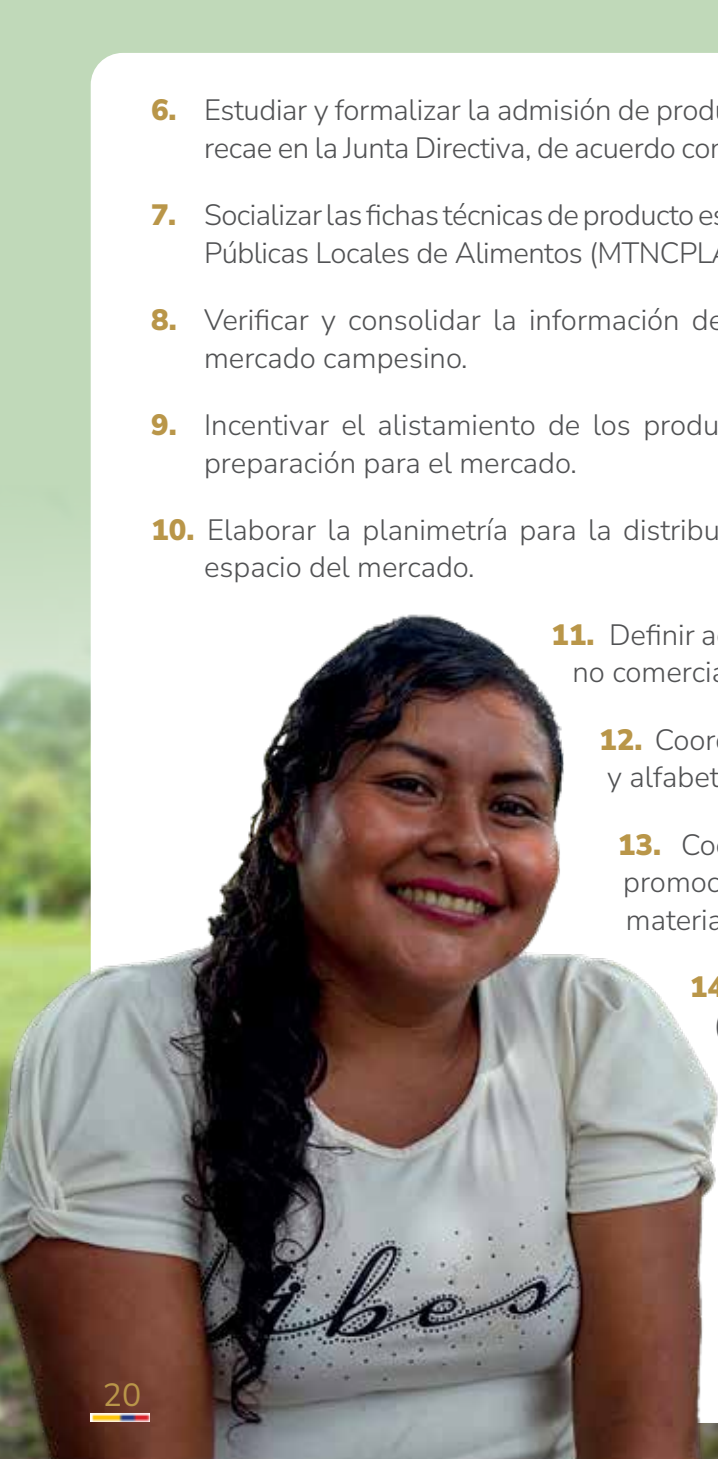
## FASE 2.



### ORGANIZACIÓN Y FORMALIZACIÓN DEL MERCADO CAMPESINO

En esta fase, el profesional de comercialización debe garantizar que las actividades derivadas de la planeación se formalicen de manera ágil y eficaz, consolidando la estructura organizativa y las condiciones necesarias para el desarrollo del Mercado Campesino Municipal. Para ello, se llevan a cabo las siguientes acciones:

- 1.** Convocar a reunión del Grupo Gestor con las organizaciones y productores preseleccionados, para presentar la propuesta del Mercado Campesino y socializar el borrador del reglamento.
- 2.** Realizar una mesa de trabajo para definir las tareas y roles específicos de cada participante y conformar la Junta Directiva junto con los comités establecidos en el Reglamento Tipo para mercados campesinos: Administrativo, Control y Calidad, Promoción y Comunicaciones, y Logístico.
- 3.** Revisar el borrador de Acuerdo Municipal y ajustar su contenido para su presentación, en caso de no existir un acuerdo previo que contemple los mercados campesinos en el municipio.
- 4.** Coordinar la gestión del Acuerdo Municipal ante la alcaldía o el Concejo Municipal, según corresponda.
- 5.** Organizar las actividades y visitas necesarias para el cumplimiento de requisitos de las entidades competentes (Bomberos, Secretaría de Salud, Espacio Público, entre otros).

- 
6. Estudiar y formalizar la admisión de productores y organizaciones participantes. Esta función recae en la Junta Directiva, de acuerdo con el reglamento aprobado y la normatividad vigente.
  7. Socializar las fichas técnicas de producto establecidas por la Mesa Técnica Nacional de Compras Públicas Locales de Alimentos (MTNCPLA), en cumplimiento de la Ley 2046 de 2020.
  8. Verificar y consolidar la información de productos y volúmenes que se ofertarán en el mercado campesino.
  9. Incentivar el alistamiento de los productos desde el predio, garantizando su adecuada preparación para el mercado.
  10. Elaborar la planimetría para la distribución de productores y organizaciones dentro del espacio del mercado.
  11. Definir acciones para el manejo de excedentes de producto no comercializados en cada jornada del mercado campesino.
  12. Coordinar capacitaciones en manipulación de alimentos y alfabetización comercial para los productores.
  13. Coordinar la implementación de la estrategia de promoción definida (publicidad, volanteo, redes sociales, material gráfico, etc.).
  14. Gestionar la participación de aliados comerciales (hoteles, restaurantes, casinos, tiendas, entre otros) y construir una base de datos de contactos.
  15. Definir los servicios logísticos requeridos para el montaje y operación del mercado.
  16. Levantar un listado de precios de referencia de los productos, mediante visitas a establecimientos de la localidad, con el fin de validar y establecer precios de venta justos para el mercado.

## FASE

# 3.



### MERCADOS CAMPESINOS MUNICIPALES CON ENCADENAMIENTOS COMERCIALES LOCALES SOSTENIBLES

Esta fase busca que, a través de los Mercados Campesinos Municipales, se establezcan encadenamientos comerciales con actores de la demanda local - tanto públicos como privados - como operadores de programas estatales, supermercados, hoteles, restaurantes, entre otros. El propósito es crear relaciones comerciales directas y sostenibles con los productores y organizaciones rurales participantes.

Para este fin se desarrolla una **Agenda de Negocio Local** (Rueda de Negocios Local), que incluye las siguientes actividades:

1. Realizar encuentros iniciales con organizaciones y productores rurales participantes para socializar la estrategia Agenda de Negocio Local.
2. Convocar y desarrollar reuniones con actores de la demanda local (programas públicos, supermercados, hoteles, restaurantes, entre otros) para presentar la estrategia junto a las organizaciones y productores rurales.
3. Implementar sesiones de trabajo orientadas a identificar capacidades, cuellos de botella y necesidades técnicas, organizacionales, comerciales y financieras, con el fin de consolidar los encadenamientos comerciales.
4. Levantar y consolidar bases de información actualizada sobre la oferta productiva de los productores y de cada asociación.
5. Realizar la Agenda de Negocio Local y facilitar los encuentros entre la demanda local y los productores rurales, promoviendo la materialización de encadenamientos comerciales.
6. Efectuar el seguimiento a los acuerdos comerciales suscritos entre aliados público-privados y los productores o sus organizaciones, en la etapa de evaluación del Mercado Campesino Municipal.



## IMPLEMENTACIÓN Y DESARROLLO DEL MERCADO CAMPESINO MUNICIPAL

En esta fase, el profesional de la Secretaría de Agricultura Municipal (o quien haga sus veces) y el funcionario de la Unidad Técnica Territorial – UTT de la ADR deben garantizar la adecuada ejecución de las actividades previstas para la puesta en marcha del Mercado Campesino Municipal. Entre las principales acciones se encuentran:

1. Iniciar el montaje del mobiliario y demás requerimientos logísticos, preferiblemente el día anterior a la jornada, y ubicar a los productores en el espacio asignado.
2. Distribuir a los productores y organizaciones de acuerdo con la planimetría previamente establecida y realizar la apertura oficial del Mercado Campesino Municipal.
3. Hacer seguimiento al cumplimiento de actividades y compromisos, utilizando el formato de Lista de Chequeo, administrado por el Comité Local de Control y Calidad.
4. Registrar la entrada de los productos de cada organización y productor en el formato de Entrada y Salida de los productos, administrado por el Comité de Promoción Logística.
5. Supervisar la ubicación de los productores y la disposición de sus productos en el mercado.
6. Fijar los precios de los productos con base en el listado de precios de referencia gestionado por el Comité Local de Control y Calidad.
7. Entregar a cada productor u organización el formato de Reporte de Ventas Productor/Organización para el desarrollo de la jornada.

- 8.** Facilitar acercamientos comerciales mediante las Agendas de Negocio Local con operadores públicos y aliados privados que asistan al mercado.
- 9.** Recolectar la información de ventas por productor/organización al finalizar la jornada, consolidada a través del Comité de Promoción Logística.
- 10.** Coordinar el cierre y la entrega de los puestos asignados al Comité de Promoción Logística, garantizando las condiciones establecidas previamente.
- 11.** Verificar el inventario de excedentes y coordinar su disposición adecuada.
- 12.** Formalizar el cierre de la jornada dejando constancia en el acta correspondiente, donde se consignen los aspectos más relevantes.
- 13.** Coordinar el desmonte del mercado, una vez concluida la jornada.
- 14.** Entregar el espacio público o privado utilizado en las condiciones acordadas.
- 15.** Levantar y suscribir, en lo posible, el acta de apertura, novedades y cierre del mercado, con la participación de la Junta Directiva, el Comité de Promoción Logística, el Comité Local de Control y Calidad y el Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional.





## EVALUACIÓN DEL MERCADO CAMPESIÑO MUNICIPAL

Esta fase corresponde al cierre y evaluación del servicio, y está a cargo del profesional de comercialización de la UTT, quien debe garantizar la consolidación de resultados, el análisis de aprendizajes y la retroalimentación para fortalecer futuros procesos. Las principales actividades son:

1. Realizar una reunión del Comité del Mercado Campesino Municipal, encargado de consolidar los resultados obtenidos en cada jornada. Una vez ejecutadas todas las jornadas establecidas en el plan de trabajo, se lleva a cabo la consolidación final para evaluar el desarrollo de la estrategia.
2. Tabular la información recopilada en los formatos de reporte de ventas por productor/organización y consolidarla en la matriz general de ventas, bajo la responsabilidad del Comité Administrativo.
3. Elaborar el informe final de evaluación del Mercado Campesino Municipal, integrando la información de las actas, la lista de chequeo y los datos tabulados en la matriz de ventas.
4. Convocar y realizar una reunión de presentación y retroalimentación del informe final ante el Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional, la Junta Directiva y los Comités.
5. Recoger observaciones y retroalimentaciones y acordar un listado de aprendizajes y mejoras para fortalecer la planeación y organización de próximas jornadas.
6. Hacer seguimiento a los acuerdos comerciales suscritos entre los aliados público-privados y los productores rurales o sus organizaciones.
7. Levantar y firmar un acta de conclusiones y aprendizajes que formalice el cierre de la evaluación.



# 2. SERVICIO DE BULEVARES CAMPESINOS MUNICIPALES

Los Bulevares Campesinos Municipales se conciben como una modalidad de circuito corto de comercialización de nivel I, ubicados estratégicamente en zonas próximas a carreteras o corredores viales. Este servicio o modalidad de circuito corto se fundamenta en la venta directa de productos frescos y transformados provenientes del área de influencia local donde se establece el bulevar.

Su implementación permite fortalecer los canales de comercialización de pequeños productores, propiciar un contacto directo entre agricultores y consumidores, y garantizar un entorno de intercambio social y económico que contribuya al desarrollo rural, la dinamización de la economía local y la consolidación de comunidades sostenibles.



## 2.1. Alcance del servicio

Este servicio promueve y acompaña la implementación de Bulevares Campesinos Municipales como espacios permanentes de comercialización directa entre productores, organizaciones de productores rurales, consumidores urbanos y viajeros nacionales. Estos espacios, aunque de ubicación itinerante, se instalan en zonas de alta circulación peatonal y vehicular, y se gestionan mediante alianzas institucionales o privadas, a través de las alcaldías, las gobernaciones o las concesiones viales.

Los bulevares permiten que las organizaciones de productores y los agricultores ubicados en las zonas rurales aledañas a las vías principales de orden nacional cuenten con un espacio digno para ofrecer sus productos de manera directa.

Actualmente, muchos campesinos se ven obligados a vender en las carreteras nacionales en condiciones precarias, enfrentando limitaciones como la falta de infraestructura y conectividad vial terciaria, transporte inadecuado o costoso, y escasas alternativas de comercialización. Esta situación los deja expuestos a depender de intermediarios locales que imponen precios bajos, reduciendo sus ingresos y aumentando la vulnerabilidad de su actividad productiva.

Bajo un enfoque de **Desarrollo Territorial Rural**, los Bulevares Campesinos Municipales buscan transformar esta realidad, ofreciendo espacios seguros, adecuados y organizados para la venta directa. De esta manera, se promueve una comercialización más justa y sostenible, que atienda las condiciones del entorno y se realice con criterios de periodicidad, oportunidad, calidad y seguridad.



Asimismo, los bulevares representan un ejercicio de articulación público-privada con las concesiones viales, aprovechando la infraestructura existente en paradores, estaciones de servicio o restaurantes ubicados en corredores estratégicos de las vías nacionales. Esto facilita que los pequeños productores rurales puedan ofertar sus productos sin intermediarios, acceder a mejores precios y garantizar su seguridad.

La metodología de los Bulevares Campesinos Municipales busca dinamizar la economía rural mediante:



**a. Fomento de la producción y el consumo local:**

incentivando que los alimentos cultivados en la región se consuman en la misma zona, fortaleciendo los circuitos cortos de comercialización.



**b. Espacios de encuentro directo:**

creando lugares donde los productores puedan interactuar directamente con los consumidores, fortaleciendo la confianza y la cercanía en la relación comercial.



**c. Precios justos:**

garantizando que los productores reciban un pago acorde con el valor real de mercado, evitando la fijación de precios bajos impuesta por intermediarios.



**d. Cadenas de suministro más eficientes:** reduciendo la intermediación y estableciendo vínculos directos con productores locales, lo que incrementa la rentabilidad y competitividad.



- e. **Generación de ingresos y empleo:** ofreciendo nuevas oportunidades económicas para los productores y sus comunidades, con impacto positivo en el desarrollo territorial.



- f. **Reducción de pérdidas poscosecha:** al acercar la producción al consumidor final, se minimizan los riesgos de deterioro y desperdicio de alimentos.



- g. **Rescate y valorización de productos locales y artesanías:** promoviendo los productos nativos, el patrimonio productivo de cada región y la identidad cultural.



- h. **Comercialización digna y atractiva:** transformando la venta en carretera en un ejercicio organizado, seguro y con mejores condiciones para productores y consumidores.

El servicio será implementado con el acompañamiento de la ADR a través de sus Unidades Técnicas Territoriales (UTT), en articulación con los actores territoriales que lo demanden. La metodología podrá aplicarse tanto a iniciativas de productores o asociaciones que busquen fortalecer la comercialización de su producción, como a entidades territoriales - alcaldías, gobernaciones o concesiones viales - que vean en los bulevares una estrategia para impulsar el desarrollo rural mediante la comercialización directa de la producción agropecuaria.

## 2.2. Implementación del servicio

### 2.2.1. Metodología de implementación de Bulevares Campesinos Municipales

A

#### Propósito.

El servicio de Bulevares Campesinos Municipales tiene como propósito ofrecer un canal alternativo, seguro y digno de comercialización directa, que acerque a los productores y asociaciones rurales a los consumidores finales sin la intervención de intermediarios. Estos espacios, ubicados estratégicamente en corredores viales de alta circulación, permiten que los agricultores de zonas aledañas cuenten con un lugar adecuado para ofertar sus productos frescos o transformados, fortaleciendo su capacidad de generar ingresos, dinamizando la economía local y mejorando la calidad de vida de las comunidades rurales.

El servicio de Bulevares Campesinos Municipales busca transformar la práctica de venta informal en carretera en un ejercicio organizado, articulado con actores públicos y privados, que garantice seguridad, precios justos y condiciones adecuadas de comercialización.



## Cómo iniciar el proceso



**1.** El proceso comienza con la convocatoria a una reunión entre actores institucionales públicos y privados, junto con representantes de los productores. En este espacio se conforma una mesa de trabajo, donde se definen el objetivo del bulevar, su alcance, las acciones necesarias y el esquema de organización logística.



**2.** Posteriormente, se realiza una Mesa Técnica en la que se establece cómo será la organización logística del bulevar, detallando responsabilidades y condiciones para su implementación.



**3.** Con los acuerdos logrados, se procede a la suscripción de un acta de conformación, en la cual se consigna la estrategia de organización y formalización definida para el desarrollo del bulevar campesino.



**4.** A continuación, se desarrollan las acciones necesarias para garantizar la organización logística y la formalización del Mercado Campesino Municipal, generando las condiciones necesarias y adecuadas para su operación.



**5.** Finalmente, se lleva a cabo el montaje del mobiliario y demás requerimientos logísticos, se organiza la ubicación de los productores y la distribución de los productos, para luego realizar la apertura oficial del bulevar campesino.

## C **Cómo terminar el proceso**

- Una vez finalizado el bulevar campesino, se recolectan los formatos diligenciados y se realiza el desmonte logístico del Mercado Campesino.
- Posteriormente, se consolida la información de resultados y se realiza un ejercicio de retroalimentación con los actores participantes. Este proceso busca identificar aprendizajes, generar insumos para el mejoramiento continuo y aportar a la sostenibilidad y proyección del Bulevar Campesino Municipal.

## D **Prerrequisitos del servicio**

- Se debe determinar el interés de los actores clave, la viabilidad técnica y financiera para la implementación del Bulevar Campesino Municipal. En caso de ser positiva, se procede a la planificación integral del proceso.
- La Agencia de Desarrollo Rural – ADR evalúa y define los requisitos necesarios para garantizar el cumplimiento de las condiciones para la implementación del servicio.



## Documentos de apoyo



**1.** Base de datos de potenciales aliados institucionales y privados (Concesiones viales, estaciones de servicio, paraderos y estaderos u otros).



**4.** Ficha de chequeo logístico de Circuitos Cortos de Comercialización e inventario de mobiliario institucional disponible.



**2.** Formato de Registro Único de Información – RUI.



**5.** Plan de trabajo y cronograma de circuitos cortos de comercialización F-FCC-010, trabajo para la organización e implementación del bulevar campesino proyectado y concertado en la fase anterior.



**3.** Formato de costos de producción de productos a ofertar (debe ser solicitada a los productores u organizaciones por la entidad convocante de la reunión inicial).



**6.** Listado de productos a ofertar con precios de referencia.



**7.** Formato de reporte de venta por productor/organización.



**8.** Informe F-FCC-004, con matriz de consolidación de ventas del bulevar campesino.



**9.** Listado de asistencia a reuniones y estrategias - F-DER-002.



**10.** Acta Interna y Externa F-DER-001.



## Resultados y entregas

- 1.** Actores institucionales y privados vinculados en la planeación e implementación de los bulevares campesinos.
- 2.** Organizaciones y productores participantes identificados y preseleccionados.
- 3.** Plan de trabajo elaborado y concertado para la organización, promoción e implementación del bulevar campesino, incluyendo acciones, cronograma, responsables, comités y requerimientos especiales.
- 4.** Esquema organizativo definido y aprobado para la realización del bulevar campesino.
- 5.** Organizaciones y productores seleccionados y capacitados.
- 6.** Listado de productos, precios definidos y fichas técnicas debidamente diligenciadas.
- 7.** Documento técnico de requerimientos logísticos para montaje y operación elaborado y coordinado.
- 8.** Estrategia promocional del bulevar campesino implementada.
- 9.** Jornada del bulevar campesino realizada de manera efectiva y oportuna.
- 10.** Instrumentos de gestión diligenciados y recolectados oportunamente.
- 11.** Productores participantes con ventas registradas y balance de resultados elaborado.
- 12.** Apropiación de la estrategia por parte de los actores públicos, privados y organizaciones de productores rurales.
- 13.** Matriz consolidada de resultados de ventas.
- 14.** Informe final de evaluación del bulevar campesino elaborado, presentado y aprobado.

## Descripción de actividades

La metodología del servicio se desarrolla a través de una ruta de trabajo compuesta por cuatro fases. Cada fase define actividades, instrumentos y responsabilidades de los actores involucrados, asegurando que los Bulevares Campesinos Municipales se consoliden como una estrategia sostenible de desarrollo rural y dinamización económica territorial.

La siguiente gráfica ilustra las fases definidas para la implementación del servicio de Bulevares Campesinos Municipales:



**Gráfico 2.** Fases para la implementación de los Bulevares Campesinos Municipales.



## PLANEACIÓN Y ARTICULACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Esta fase busca alinear a los actores públicos, privados y comunitarios alrededor de la estrategia de **Bulevares Campesinos Municipales**, asegurando su interés, compromiso y participación en la planeación.

El profesional de comercialización es responsable de conducir esta fase, asegurando el cumplimiento de las siguientes actividades, que garantizan un proceso claro y organizado frente a todos los actores de interés:

1. Realizar un acercamiento preliminar para presentar la estrategia **Bulevares Campesinos Municipales** y validar el interés de actores institucionales y privados (como concesiones viales, alcaldías, gobernaciones, entre otros) en participar activamente en su planeación e implementación.



- 
2. Convocar a las entidades públicas y privadas – a quienes se denominan Entidades promotoras- interesadas en promover la estrategia **Bulevares Campesinos Municipales** a una primera mesa de trabajo donde se realizarán las siguientes acciones:

- Identificar potenciales aliados institucionales, públicos y privados.
- Identificar la población objetivo de consumidores en el área de influencia.
- Reconocer los actores comerciales presentes en la vía nacional (hoteles, restaurantes, centros vacacionales, paradores, estaciones de servicio, supermercados, tiendas, entre otros).
- Identificar y preseleccionar organizaciones y productores ubicados en el eje vial donde se implementará el bulevar.
- Levantar y suscribir el acta de la reunión.

3. Posterior al desarrollo de la primera mesa de trabajo con las entidades promotoras, se convoca a un espacio de socialización a los potenciales productores y organizaciones de productores. Durante este espacio se debe entregar a los productores y organizaciones que decidan vincularse el Formato de Registro Único de Información (RUI) y asegurar el diligenciamiento del mismo por parte de los productores y organizaciones.

4. Convocar una segunda mesa de trabajo, esta vez integrada por las entidades promotoras (públicas y privadas que se vincularon a la estrategia), los productores y representantes de las organizaciones y el profesional de comercialización en representación de la ADR. En esta mesa de trabajo se deben adelantar las siguientes acciones:

- Definir el objetivo principal, metas y características específicas del Bulevar Campesino Municipal.
- Analizar y acordar la forma organizativa para la participación y administración del bulevar.
- Revisar la información disponible entre los actores de interés sobre otros posibles participantes, fuentes de financiación, necesidades operativas y logísticas, identificación de costos y gastos, así como requerimientos normativos y sanitarios aplicables.
- Definir el lugar, disponibilidad de espacio y condiciones locativas del bulevar.
- Consultar la normatividad vigente aplicable (salud, ambiental, espacio público, entre otras).
- Definir las acciones necesarias para verificar las condiciones higiénicas, sanitarias, ambientales y de seguridad del sitio donde se desarrollará el bulevar campesino.
- Identificar necesidades de información adicional que hayan surgido en la mesa de trabajo y asignar responsabilidades para su acopio entre los participantes.
- Levantar y suscribir el acta de la reunión.

5. Convocar a una tercera mesa de trabajo entre las entidades promotoras, los productores y organizaciones vinculadas y el equipo de la ADR, en caso de requerirse. En esta mesa de trabajo se realiza la verificación de viabilidad técnica y factibilidad financiera y logística del bulevar. Para asegurar una correcta verificación de estos aspectos se deben realizar las siguientes acciones:

- Inventariar el mobiliario institucional disponible, validar su suficiencia y establecer los recursos logísticos adicionales requeridos.
- Elaborar y analizar el presupuesto administrativo y operativo requerido, siguiendo el formato de definición de presupuesto.
- Verificar y definir las fuentes de financiación para el presupuesto planteado.
- Precisar las acciones, trámites, responsables y fechas para la gestión de los recursos de financiación del bulevar campesino.
- Definición y concertación de un plan de trabajo que detalle: acciones, responsables y cronograma para el desarrollo de los bulevares campesinos.
- Diseñar la estrategia promocional para la difusión previa del bulevar, a través de medios de comunicación, marketing digital, radio, volanteo u otros canales pertinentes.
- Levantar y suscribir el acta de la reunión en la que se consigne el concepto de viabilidad o inviabilidad de implementar el bulevar.

Nota: El número de sesiones de trabajo puede variar según lo determinen las entidades promotoras. Lo fundamental es que se desarrollen las actividades previstas en esta fase para asegurar una planeación sólida.

## FASE 2.



### ORGANIZACIÓN DE LOS BULEVARES CAMPELINOS MUNICIPALES

1. Convocar a una reunión a los actores institucionales, públicos y privados junto con los productores y organizaciones preseleccionadas, con el fin de presentar la propuesta del bulvar campesino y asignar tareas y responsabilidades específicas a cada participante.
2. Coordinar las actividades y visitas necesarias para cumplir con los requisitos logísticos, sanitarios y de seguridad exigidos por entidades como Bomberos, Policía de Carreteras, Secretaría de Salud o Espacio Público.
3. Las entidades promotoras deberán estudiar y formalizar el ingreso de los productores y organizaciones seleccionadas.
4. Socializar las fichas técnicas de producto establecidas por la Mesa Técnica Nacional de Compras Públicas Locales de Alimentos (MTNCPLA), en cumplimiento de la Ley 2046 de 2020.



- 5.** Verificar y consolidar la información de productos y volúmenes que se ofertarán en el bulevar campesino.
- 6.** Incentivar el alistamiento de los productos desde el predio, garantizando su adecuada preparación para el bulevar.
- 7.** Elaborar la planimetría para la distribución de productores y organizaciones dentro del espacio del bulevar.
- 8.** Definir acciones para el manejo de excedentes de productos no comercializados en cada jornada del bulevar campesino.
- 9.** Coordinar capacitaciones en manipulación de alimentos y alfabetización comercial para los productores.
- 10.** Coordinar la implementación de la estrategia de promoción definida (publicidad, volanteo, redes sociales, material gráfico, etc.).
- 11.** Definir los servicios logísticos requeridos para el montaje y operación del bulevar.
- 12.** Levantar un listado de precios de referencia de los productos, mediante visitas a establecimientos de la localidad, con el fin de validar y establecer precios de venta justos para el bulevar.



## FASE

# 3.

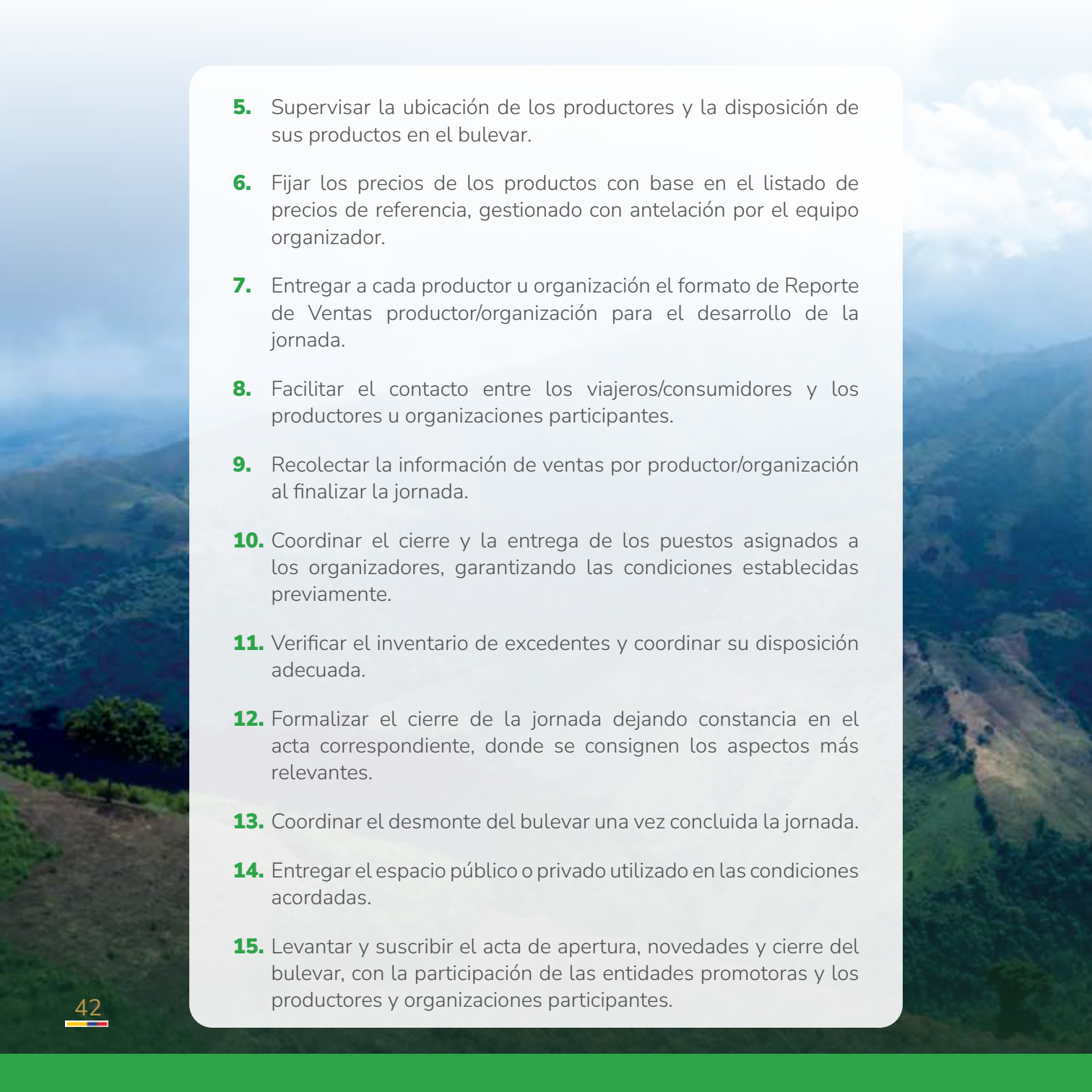


### IMPLEMENTACIÓN Y DESARROLLO DEL BULEVAR CAMPESINO MUNICIPAL

En esta fase se materializa el servicio y la estrategia, asegurando que el bulevar campesino funcione de manera organizada y cumpla con los objetivos propuestos. Las actividades a desarrollar son:

1. Iniciar y coordinar el montaje del mobiliario y demás requerimientos logísticos, preferiblemente el día anterior a la jornada, y ubicar a los productores en el espacio asignado.
2. Distribuir a los productores y organizaciones de acuerdo con la planimetría previamente establecida y realizar la apertura oficial del Bulevar Campesino Municipal.
3. Hacer seguimiento al cumplimiento de actividades y compromisos, utilizando el formato de Lista de Chequeo de la organización del bulevar campesino.
4. Registrar la entrada de los productos de cada organización y productor en el formato de Entrada y Salida de los productos.



- 
- 5.** Supervisar la ubicación de los productores y la disposición de sus productos en el bulevar.
  - 6.** Fijar los precios de los productos con base en el listado de precios de referencia, gestionado con antelación por el equipo organizador.
  - 7.** Entregar a cada productor u organización el formato de Reporte de Ventas productor/organización para el desarrollo de la jornada.
  - 8.** Facilitar el contacto entre los viajeros/consumidores y los productores u organizaciones participantes.
  - 9.** Recolectar la información de ventas por productor/organización al finalizar la jornada.
  - 10.** Coordinar el cierre y la entrega de los puestos asignados a los organizadores, garantizando las condiciones establecidas previamente.
  - 11.** Verificar el inventario de excedentes y coordinar su disposición adecuada.
  - 12.** Formalizar el cierre de la jornada dejando constancia en el acta correspondiente, donde se consignen los aspectos más relevantes.
  - 13.** Coordinar el desmonte del bulevar una vez concluida la jornada.
  - 14.** Entregar el espacio público o privado utilizado en las condiciones acordadas.
  - 15.** Levantar y suscribir el acta de apertura, novedades y cierre del bulevar, con la participación de las entidades promotoras y los productores y organizaciones participantes.



## EVALUACIÓN DEL BULEVAR CAMPESTINO MUNICIPAL

La fase de evaluación permite consolidar la información obtenida durante la jornada, generar aprendizajes y fortalecer la planificación de futuras ediciones. Las principales actividades son:

- 1.** Realizar una reunión entre las entidades promotoras y productores y organizaciones participantes para consolidar los resultados obtenidos en cada jornada. Una vez ejecutadas todas las jornadas establecidas en el plan de trabajo, se lleva a cabo la consolidación final para evaluar el desarrollo de la estrategia.
- 2.** Tabular la información recopilada en los formatos de reporte de ventas por productor/organización y consolidarla en la matriz general de ventas.
- 3.** Elaborar el informe final de evaluación del Bulevar Campesino Municipal, integrando la información de las actas, la lista de chequeo y los datos tabulados en la matriz de ventas.
- 4.** Convocar y realizar una reunión de presentación y retroalimentación del informe final ante las entidades promotoras.
- 5.** Recoger observaciones y retroalimentaciones y acordar un listado de aprendizajes y mejoras para fortalecer la planeación y organización de próximas jornadas.
- 6.** Levantar y firmar un acta de conclusiones y aprendizajes que formalice el cierre de la evaluación.

# 3. ACTORES DE INTERÉS

## 3.1. Actores de interés Mercados Campesinos Municipales

### 3.1.1. Facilitador de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR:

Encargado de realizar la convocatoria inicial de actores a la mesa de trabajo. Adicionalmente es quien ejerce la secretaría técnica de las Mesas de Trabajo. Se encarga también de acompañar y asesorar las actividades de montaje, operación y cierre de la jornada de Mercado Campesino Municipal.

### 3.1.2. Representantes de la organización participante:

Encargados de aportar la información requerida de oferta y personas para la planeación del Mercado Campesino Municipal, apoyar todos los procesos de planeación y análisis de la información suministrada, por medio de su participación en las Mesas de Trabajo desarrolladas. Participan del Mercado Campesino cumpliendo el reglamento y los acuerdos realizados para la entrada, montaje, ventas, ingreso y salida de productos. Realizan el registro de toda la información solicitada en los formatos de costos, gastos y ganancias del productor y formato de registro de clientes.



### **3.1.3. Actores territoriales institucionales:**

Aportan la información técnica, logística y financiera necesaria para realizar la planeación del Mercado Campesino Municipal. Apoyan la planeación del Mercado Campesino, en el marco de las Mesas de Trabajo convocadas para tal fin. Aportan los recursos técnicos, logísticos o financieros que hayan sido definidos como de su responsabilidad, en el plan de trabajo.

### **3.1.4. Grupo Gestor de Apoyo Interinstitucional:**

Serán los encargados de participar y acompañar la jornada del Mercado Campesino Municipal, prestando las asesorías y apoyos que sean pertinentes. Convocan y lideran la mesa de trabajo para aprobación del reglamento, selección de junta y comités de la estructura organizacional del Mercado Campesino y asignación de responsabilidades. Acompañan y hacen seguimiento al cumplimiento de las actividades de organización y formalización según la distribución de responsabilidades. Llevan a cabo el seguimiento al funcionamiento del Mercado Campesino para retroalimentar aprendizajes.

### **3.1.5. Junta Directiva del Mercado Campesino Municipal:**

Supervisa la ejecución de las actividades de montaje y operación del Mercado Campesino. Coordina la ejecución de las actividades de organización y formalización programadas. Revisa y aprueba el ingreso de las organizaciones y productores que harán parte del Mercado Campesino.

### 3.1.6. Comités Locales del Mercado Campesino:

El Mercado Campesino Municipal estará conformado por cuatro (4) comités locales, integrado por miembros del Mercado Campesino elegidos democráticamente por asamblea general de participantes



#### A. Comité Administrativo

Es el encargado de realizar seguimiento al cumplimiento del reglamento, visitas para levantar la trazabilidad de los productos comercializados en el MCM y rendir informes periódicos al Comité Directivo del MC del funcionamiento del mismo, igualmente gestionará los permisos necesarios para el funcionamiento del MCM y conformará un grupo de brigadistas para la seguridad del MC.



#### B. Comité de Promoción Logística

Coordina las actividades de montaje y cierre del Mercado Campesino en el sitio de la jornada. Lleva un control del cumplimiento de los servicios logísticos contratados para la jornada. Coordina los procesos de entrada y salida de productos y su respectivo registro, además del adecuado registro de las ventas de productos.



### **C. Comité Local de Control y Calidad**

Coordina la ubicación y disposición de los productos de las organizaciones y productores. Verifica y controla las condiciones de calidad y presentación de los productos. Coordina y lleva el control de la ejecución siguiendo la lista de chequeo de la organización, montaje e inventario del Mercado Campesino. Dispone y controla el manejo de los precios dentro del mercado según los acuerdos realizados en el reglamento, con las organizaciones y los productores participantes.



### **D. Comité de Promoción y Comunicaciones**

Es el encargado de crear mecanismos que ayuden a mejorar la imagen del MC, diseñar estrategias de comunicaciones y promoción del MC (radio, redes sociales, llamadas telefónicas, entre otros medios), igualmente de mantener una retroalimentación comunicacional con los delegados del Grupo Gestor del Mercado Campesino y los integrantes del MC. Por otra parte, promoverá el Mercado Campesino Municipal en los medios escritos, radiales, televisivos de la ciudad, afiches y pasacalles, en un trabajo coordinado con aliados, además de crear mecanismos que atraigan a los clientes, mediante promociones e incentivos.

## 3.2. Actores de interés Bulevares Campesinos Municipales

### 3.2.1. Facilitador de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR:

El facilitador de la ADR tiene a su cargo la convocatoria inicial de actores para conformar la mesa de trabajo, además de ejercer la secretaría técnica durante su desarrollo. También acompaña y asesora todas las etapas del bulevar campesino, desde el montaje y la operación hasta el cierre de la jornada. Entre sus responsabilidades se encuentran apoyar la correcta ubicación y disposición de los productos de las organizaciones y productores, así como verificar y controlar las condiciones de calidad y presentación de los mismos, garantizando que se cumplan los estándares establecidos.



A vibrant rural landscape under a blue sky with large white clouds. In the foreground, there is a field of tall, golden-brown grass. A wire fence runs across the middle ground. In the background, a small house with a grey roof is nestled among green trees on a hillside. Further back, rolling green hills and blue mountains are visible under the bright sky.

### 3.2.2. Representantes de las organizaciones o productores rurales participantes:

Los representantes de las organizaciones y productores rurales aportan la información requerida de oferta y de personal para la planeación del bulevar campesino, y participan activamente en los procesos de análisis y diseño a través de las mesas de trabajo.

Les corresponde aprobar el concepto de viabilidad derivado de los análisis técnicos, colaborar en la definición de la estructura organizacional del bulevar y asumir responsabilidades en la organización para su puesta en marcha. Asimismo, participan directamente en la jornada cumpliendo con los acuerdos establecidos para el montaje, la venta y la gestión de los productos, y registran la información correspondiente en los formatos de ventas requeridos.

### 3.2.3. Otros actores territoriales:

Estos actores contribuyen con información técnica, logística y financiera clave para la planeación y apoyan el desarrollo de las mesas de trabajo en las que se definen los lineamientos del bulevar campesino. También revisan documentos e instrumentos asociados al servicio, aportan recursos definidos en el plan de trabajo y participan en el ejercicio de la secretaría técnica. Su papel es fundamental para garantizar que el proceso se articule adecuadamente con las dinámicas territoriales y cuente con los recursos necesarios.





### 3.2.4. Actores de apoyo públicos (Alcaldías o Gobernaciones) y privados (Concesiones viales u otras):

Estos actores tienen un rol estratégico en la estructuración y sostenibilidad del bulevar campesino. Son responsables de convocar y apoyar las mesas de trabajo en las que se define la organización y distribución de responsabilidades, además de acompañar y hacer seguimiento al cumplimiento de las actividades acordadas. Participan activamente en la jornada, prestando asesorías y apoyos pertinentes, y supervisan la ejecución de las actividades de montaje y operación.

Asimismo, colaboran en el control de precios de los productos según los acuerdos realizados con las organizaciones y productores, y forman parte de la reunión de evaluación, donde retroalimentan el proceso con observaciones y aprendizajes.



Para más información comuníquese a:

**Teléfono:** (601) 7482227 – Ext 5071 | Dirección de Comercialización

**Correo electrónico:** [direcciondecomercializacion@adr.gov.co](mailto:direcciondecomercializacion@adr.gov.co)

**Dirección:** Cl. 43 No. 57 – 41 CAN Bogotá D. C, Colombia

