

CIRCUITOS CORTOS NIVEL II:

► SERVICIO DE AGROFERIAS
COMERCIALES

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

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

Teléfono: 3830444 - Ext 5071

Correo Electrónico: direcciondecomercializacion@adr.gov.co

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. SERVICIO DE AGROFERIAS COMERCIALES	6
1.1. Alcance del servicio	7
1.2. Implementación del servicio	9
1.2.1. Metodología de implementación para el servicio de Agroferias Comerciales	9
2. ACTORES DE INTERÉS	38
2.1. Actores de interés Agroferias Comerciales	38
2.1.1. Entidad convocante (Agencia de Desarrollo Rural – ADR u otras)	39
2.1.2. Entidad privada, organización de productores o entidad pública que lidera la iniciativa en el territorio	39
2.1.3. Equipo de coordinación general del evento	40
2.1.4. Equipo organizador interinstitucional	40
2.1.5. Representantes de organizaciones participantes	41
2.1.6. Coordinadores de comités	41
2.1.7. Miembros de comités de trabajo	41

INTRODUCCIÓN

Los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel II agrupan un conjunto de servicios orientados a fortalecer la articulación entre la producción agroalimentaria y los mercados, mediante mecanismos estructurados, sostenibles y adaptados a las dinámicas territoriales. Su finalidad es ampliar las oportunidades comerciales de los productores rurales, fomentar la venta directa y consolidar procesos de desarrollo económico local que promuevan el bienestar de las comunidades.

Los circuitos cortos nivel II integran tres servicios complementarios: el Servicio de Agroferias Comerciales, el Servicio de Ruedas de Negocio Agroalimentarias y el Servicio de Conformación de Alianzas Público-Privadas. En conjunto, estos servicios buscan acompañar a las organizaciones rurales en etapas de maduración y expansión, promoviendo



su inserción efectiva en los mercados, el fortalecimiento de sus capacidades comerciales y la construcción de alianzas estratégicas sostenibles.

El Servicio de Agroferias Comerciales se concibe como un instrumento de promoción y comercialización directa que facilita el encuentro entre productores, transformadores, compradores institucionales, aliados comerciales y consumidores. Estas ferias permiten visibilizar la oferta agroalimentaria del territorio, promover la identidad productiva local y generar espacios de negocio que fortalecen la economía rural. Su enfoque integra componentes económicos, sociales y culturales, lo que las convierte en una herramienta clave para dinamizar los circuitos cortos de comercialización.

De manera complementaria, las Ruedas de Negocio Agroalimentarias ofrecen un espacio de negociación estructurado que conecta de forma directa a oferentes y compradores, mientras que el Servicio de Conformación de Alianzas Público-Privadas promueve la cooperación entre actores institucionales y empresariales para potenciar la competitividad territorial. Juntos, estos tres servicios constituyen un marco integral para fortalecer la comercialización agroalimentaria y consolidar relaciones de mercado duraderas.

La presente Guía del Servicio de Agroferias Comerciales orienta a las entidades públicas, privadas y organizaciones de productores, así como a los equipos técnicos de la Agencia de Desarrollo Rural – ADR, en la planeación, organización, ejecución, evaluación y seguimiento de las agroferias. El documento establece lineamientos metodológicos, criterios técnicos y herramientas operativas que facilitan su implementación, garantizando procesos ordenados, participativos y replicables en los distintos territorios del país.

1. SERVICIO DE AGROFERIAS COMERCIALES

El servicio de Agroferias Comerciales está orientado a fortalecer los canales de comercialización directa entre productores agroalimentarios y diferentes segmentos de demanda, mediante la organización de espacios presenciales estructurados que promueven relaciones comerciales sostenibles, diversificación de mercados y posicionamiento territorial de la oferta. A través de estas ferias se facilita el encuentro entre productores, aliados comerciales, entidades públicas y privadas, generando oportunidades de negocio, visibilidad para los productos locales y encadenamientos productivos que dinamizan las economías rurales. Este servicio constituye una herramienta clave para consolidar circuitos cortos de comercialización en los territorios, al combinar objetivos económicos, sociales y culturales en un mismo escenario.





1.1. Alcance del servicio

Las Agroferias Comerciales constituyen un canal alternativo y directo para la dinamización de agronegocios, el fortalecimiento de alianzas comerciales y la apertura de nuevos mercados para productos agropecuarios en fresco y transformados. A través de estos espacios se busca visibilizar las diferentes líneas productivas de una región, reconociendo los niveles organizativos y asociativos de su población rural. Esta herramienta contribuye al desarrollo económico local mediante la identificación de oportunidades comerciales y el posicionamiento estratégico de los sistemas productivos regionales.

La metodología proporciona a entidades y actores territoriales - públicos y privados - insumos técnicos y normativos para planificar, organizar, ejecutar, evaluar y monitorear estos circuitos cortos de comercialización. Puede aplicarse tanto para crear nuevas agroferias como para fortalecer iniciativas existentes, promoviendo su institucionalización como prácticas comerciales periódicas (semestrales, anuales o bianuales), según las dinámicas regionales y productivas.

Las agroferias son eventos empresariales cuyo objetivo central es la generación de negocios. Productores, transformadores y distribuidores regionales presentan su oferta para establecer acuerdos de compra o crear vínculos comerciales con otros actores de la cadena productiva: mayoristas, agroindustriales, supermercados, exportadores, restaurantes, hoteles, compradores institucionales e incluso consumidores finales. Su enfoque estratégico permite:

1. Promocionar y posicionar productos agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas, forestales y de servicios de la región.
2. Impulsar la comercialización, facilitando el desarrollo de negocios, alianzas y encadenamientos de largo plazo.
3. Exponer la oferta y demanda regional para atraer representantes de mercados potenciales.
4. Generar un alto número de contactos en un tiempo relativamente breve, maximizando la eficiencia comercial.

Las agroferias se estructuran alrededor de una identidad productiva territorial, donde se destacan líneas agrícolas, pecuarias, acuícolas, pesqueras o forestales que representen la vocación económica de los municipios y veredas participantes. Por ello, deben contar con una temática definida, evitando convertirse en mercados abiertos sin enfoque, para así fortalecer el posicionamiento de los productos priorizados.

El servicio será liderado y difundido por la ADR, a través de sus Unidades Técnicas Territoriales, en articulación con entidades públicas, privadas y otros actores locales interesados. Esta articulación busca consolidar un proceso integral de desarrollo económico regional, promoviendo la exposición y comercialización de los productos que reflejan la vocación productiva del territorio.

La iniciativa para organizar o fortalecer una agroferia podrá originarse en diferentes actores territoriales con interés en impulsar la comercialización de líneas productivas estratégicas. Entre ellos se incluyen organizaciones de productores, gobernaciones, alcaldías, gremios, cámaras de comercio, agroindustrias regionales y entidades gubernamentales que identifiquen en esta estrategia una oportunidad para potenciar la productividad y competitividad regional.

1.2. Implementación del servicio

1.2.1. Metodología de implementación para el servicio de Agroferias Comerciales



A

Propósito

Las Agroferias Comerciales son circuitos cortos de comercialización concebidos como espacios de encuentro económico, social y cultural entre productores y compradores. Su esencia está en facilitar el cierre de negocios, promover alianzas comerciales sostenibles y visibilizar las líneas productivas regionales, que incluyen alimentos frescos, procesados y transformados, así como artesanías y gastronomía local. A través de estos espacios se busca mejorar los ingresos y la calidad de vida de pequeños productores y sus organizaciones, aportando al desarrollo rural integral de los territorios.

Aunque el objetivo central es la concreción de acuerdos comerciales, en las agroferias también se realizan ventas directas que contribuyen a dinamizar la jornada y fortalecen el vínculo entre productores y consumidores.



Este documento presenta el servicio de acompañamiento para la realización de Agroferias Comerciales, ofreciendo una herramienta práctica para planificar, organizar, ejecutar y evaluar estos eventos paso a paso. Su propósito es fortalecer las capacidades comerciales de productores agrícolas, pecuarios, acuícolas, pesqueros, forestales y de transformación, así como de sus organizaciones. La metodología está dirigida a asesores, Unidades Técnicas Territoriales de la ADR, entidades territoriales, unidades de emprendimiento y otros actores que deseen apoyar a las organizaciones en la implementación de estas iniciativas.

Desde la Dirección de Comercialización de la Agencia de Desarrollo Rural - ADR se reconoce a las agroferias, en sus distintas escalas: locales, regionales, nacionales e internacionales, como instrumentos estratégicos para dinamizar la economía rural. Para su implementación, se establecen dos tipologías principales: agroferias con enfoque comercial y agroferias con enfoque diferencial, cada una con objetivos específicos que responden a las necesidades y características de los territorios.

- 1.** Agroferias con enfoque comercial: Son eventos diseñados para establecer y ampliar relaciones comerciales, reunir a compradores habituales y atraer nuevos aliados estratégicos. Se centran en la exposición de productos representativos de la región - frescos, transformados o artesanales - y pueden desarrollarse en tres niveles: regional, nacional o internacional. Entre los principales referentes se destacan:
 - Regionales: Agroferia – Expo Suárez, Agroferia – Expo Amazonas, Agroferia – Expo Frutas.
 - Nacionales: AGROEXPO, EXPO AGROFUTURO, Panela Fest, Ovina Lanar.
 - Internacionales: EXPO HELSINKI, EXPO OSAKA, entre otras.

2. Agroferias con enfoque diferencial: Buscan visibilizar y promover la producción agropecuaria de poblaciones rurales con enfoque diferencial, reconociendo su diversidad cultural y productiva. Están orientadas a mujeres rurales, jóvenes, comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas, víctimas del conflicto, firmantes del Acuerdo de Paz y productores agroecológicos. Ejemplos destacados incluyen:

- Agroferia de la Mujer Rural
- Agroferia de Jóvenes Rurales
- Agroferia Afro Rural
- Agroferia de Comunidades Indígenas
- Agroferia de Comunidades Campesinas
- Agroferia de la Paz



Participación Incidente

- › Departamentos con la estrategia de Agroferia implementados
- › Subregiones PDET atendidas
- › Núcleos de Reforma Agraria atendidas
- › Regiones en ZRC apoyadas
- › Áreas de protección para la producción de alimentos (APPA) impulsadas



Estrategias de Sostenibilidad

- › Agroferias con enfoque comercial implementadas, fortalecidas y sostenibles
- › Agroferias con enfoque diferencial implementadas, fortalecidas y sostenibles



Implulso comercial

- › Establecimiento de alianzas comerciales/ públicas
- › Organizaciones fortalecidas comercialmente. Población rural con enfoque diferencial acompañada

Gráfico 1: Retos de las Agroferias Comerciales.

B

Cómo iniciar el proceso

El punto de partida para la organización de una agroferia consiste en realizar una planificación estratégica y anticipada que permita establecer con claridad la viabilidad y las condiciones necesarias para su desarrollo. Esta etapa inicial sienta las bases para coordinar de manera eficiente a los diferentes actores y garantizar que cada fase del evento se ejecute con orden, claridad y enfoque.



1. Planeación previa del evento: Realizar un análisis detallado de los requerimientos logísticos, financieros, organizacionales y de patrocinios, entre otros aspectos relevantes, con el fin de determinar la factibilidad de la agroferia - ya sea local, regional, nacional o internacional - y definir la ruta de acción que orientará su ejecución.



2. Convocatoria de la Mesa de Trabajo: Conformar y convocar la Mesa de Trabajo, integrada por los actores responsables de la organización del evento. Este espacio permite articular roles, coordinar esfuerzos y definir responsabilidades de manera conjunta.



3. Elaboración del reglamento: El equipo de Coordinación General deberá construir la propuesta de reglamento de la agroferia, documento que establecerá las normas de participación, lineamientos operativos y criterios técnicos que regirán el desarrollo del evento.



4. Revisión de la lista de chequeo: Antes de iniciar el montaje, realizar una verificación previa de la lista de chequeo de montaje y operación, asegurando que todo esté en orden para comenzar en la fecha prevista en el cronograma. Esta revisión permite anticipar ajustes y evitar contingencias de último momento.

Cómo terminar el proceso

La etapa de cierre de la agroferia permite consolidar los resultados alcanzados, asegurar el adecuado desmontaje de la infraestructura utilizada y dejar sentadas las bases para futuras versiones del evento. Esta fase es fundamental para sistematizar la experiencia, dar continuidad a los contactos y negocios generados y garantizar una gestión ordenada del espacio y los recursos.

- **Compilación de la información:** Reunir y organizar toda la información recopilada durante el desarrollo de la agroferia, incluyendo bases de datos de participantes, registros de negocios potenciales o concretados, encuestas de satisfacción, reportes de medios y cualquier otro insumo relevante para la evaluación del evento.
- **Aprobación del plan de seguimiento:** Presentar y aprobar el plan de seguimiento de negocios, el cual permitirá hacer trazabilidad a los contactos y acuerdos generados durante la agroferia. En este mismo espacio se toma la decisión sobre la realización de futuras ediciones, con base en los resultados, aprendizajes y proyecciones obtenidas.
- **Desmante y entrega del espacio:** Coordinar el desmante de la infraestructura utilizada y la entrega del espacio físico en las condiciones acordadas, una vez finalizada la clausura del evento. Esta actividad debe realizarse de manera ordenada, asegurando la adecuada disposición de materiales y el cumplimiento de los compromisos logísticos adquiridos.



D

Prerrequisitos del servicio

Antes de iniciar la planeación y ejecución de una agroferia comercial, es necesario contar con una serie de condiciones básicas que garanticen la organización eficiente del evento y la participación efectiva de los actores involucrados. Estos prerrequisitos permiten establecer una base sólida para la toma de decisiones, la gestión logística y la articulación con aliados estratégicos.

- Plan de trabajo aprobado: Contar con un plan de trabajo formulado y aprobado que detalle las etapas, actividades, responsables y cronograma general para el desarrollo de la agroferia.
- Bases de datos actualizadas: Disponer de bases de datos de productores participantes, así como de posibles compradores locales, regionales y nacionales, que faciliten la convocatoria y gestión de contactos comerciales previos al evento.
- Inventario de mobiliario institucional: Tener identificado el inventario disponible de mobiliario e infraestructura institucional, lo cual permite optimizar recursos y definir las necesidades adicionales de contratación o adecuación.
- Perfil de proyecto ferial aprobado: Contar con un perfil de proyecto ferial debidamente aprobado, que incluya los objetivos, enfoque, temática central, líneas productivas priorizadas y estrategia de convocatoria.
- Presupuesto preliminar socializado: Disponer de un presupuesto preliminar validado y socializado con los actores involucrados, para garantizar la asignación de recursos financieros y definir los aportes institucionales, patrocinios y demás fuentes de financiación.

Documentos de apoyo



1. Formato de Registro Único de Información – RUI.



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



3. Modelo de reglamento tipo.



4. Esquema de perfil de proyecto de agroferia.



5. Esquema de presupuesto.



6. Ficha de caracterización de oferta.



7. Ficha de caracterización de productor.



8. Modelo de formato de cronograma de montaje y operación.



9. Modelo de lista de chequeo de montaje y operación.



10. Formato de reporte de venta por productor/ organización de la agroferia.





11. Plan de trabajo y cronograma circuitos cortos de comercialización F-FCC-010.



12. Modelo de formato de registro de entrada de productos, materiales y equipos de expositores – productores, proveedores de alimentos y bebidas y prestadores de otros servicios.



13. Modelo de formato de registro de ventas de entradas en la taquilla.



14. Modelo de formato de cierre de caja en la taquilla.



15. Modelo de formato de registro y acreditación de expositores.



16. Modelo de formato de registro y acreditación de compradores, aliados comerciales e invitados especiales.



17. Formatos de registro de contactos, oportunidades de negocio, cierre de negocios y ventas directas de expositores / productores.



18. Formato de balance de ingresos, costos y gastos en la agroferia por productor u organización de productores expositores.



19. Formato de informe F-FCC-004.



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



21. Acta interna y externa F-DER-001.



22. Modelo de formato de seguimiento a desarrollo de negocios.

F

Resultados y entregas

La implementación del servicio de Agroferias Comerciales debe traducirse en productos y evidencias claras que permitan verificar la correcta planeación, ejecución y seguimiento del evento. Estos resultados son fundamentales para evaluar el impacto de la agroferia, fortalecer la capacidad organizativa de los actores territoriales y facilitar la continuidad de futuras versiones.

- 1.** Perfil del proyecto de la agroferia, elaborado y aprobado por el equipo organizador interinstitucional.
- 2.** Comités de trabajo conformados y operando de manera articulada, con roles y responsabilidades claramente definidos.
- 3.** Plan de trabajo estructurado, conciliado y aprobado, que refleje los acuerdos entre los diferentes comités.
- 4.** Presupuesto preliminar construido y aprobado, garantizando la viabilidad financiera del evento.
- 5.** Cronograma de montaje y operación definido, que oriente las actividades previas y durante el evento.
- 6.** Lista de chequeo de montaje y operación, utilizada como herramienta de control para asegurar el cumplimiento de cada actividad logística.



- 7.** Esquema de distribución de espacios de exhibición, servicios y actividades, que asegure una disposición ordenada y funcional del recinto ferial.
- 8.** Listado de personal y voluntarios con funciones asignadas y datos de contacto, que respalde la operación del evento.
- 9.** Relación de proveedores de montaje y servicios logísticos, con información de contacto actualizada.
- 10.** Listado de expositores y prestadores de servicios con datos de contacto y estado de cuenta.
- 11.** Agenda completa de actividades programadas, tanto comerciales como técnicas y culturales.
- 12.** Protocolos de apertura y cierre establecidos y ejecutados.
- 13.** Listado de invitados, que incluya compradores, aliados comerciales y otros actores estratégicos.
- 14.** Material y listados de registro y acreditación, para expositores, prestadores de servicios, compradores e invitados especiales.
- 15.** Montaje completado conforme a la planimetría y la distribución prevista.
- 16.** Ejecución de actividades técnicas, culturales y comerciales, según el programa definido.
- 17.** Recolección de recursos financieros provenientes de venta de espacios, servicios, donaciones o cofinanciaciones (si aplica).
- 18.** Registro de compradores y aliados comerciales asistentes, contrastado con la lista de invitados.
- 19.** Registro de contactos, oportunidades y negocios cerrados, incluyendo ventas directas por expositor-productor.
- 20.** Balance financiero por productor u organización, con ingresos, costos y gastos asociados a su participación.
- 21.** Balance financiero general de la agroferia, elaborado y aprobado.
- 22.** Informe de sostenibilidad del evento, con conclusiones y recomendaciones.
- 23.** Decisión sobre la continuidad de la agroferia en futuras versiones, tomada con base en los resultados.
- 24.** Mecanismo de seguimiento a los negocios generados, aprobado por los actores responsables.

G Descripción de actividades

La metodología de Agroferias Comerciales desarrollada por la Agencia de Desarrollo Rural - ADR es una herramienta práctica y estructurada que orienta paso a paso el proceso de planificación, organización, ejecución y evaluación de estos eventos. Su objetivo es dinamizar los circuitos cortos de comercialización, fortalecer las capacidades de los productores y sus organizaciones y generar oportunidades reales de negocio en el territorio.

Este instrumento está diseñado para apoyar la labor de asesores técnicos, Unidades Técnicas Territoriales - UTT de la ADR, entidades territoriales, unidades de emprendimiento y demás actores regionales interesados en acompañar a organizaciones de productores en la implementación de agroferias como estrategia de desarrollo económico local.

La metodología propone una ruta de trabajo compuesta por cuatro fases claramente definidas, que permiten articular los esfuerzos institucionales y comunitarios, asignar responsabilidades, y garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales y organizativos de la agroferia. A continuación se presentan las cuatro fases metodológicas definidas:



Cada fase integra actividades detalladas, instrumentos específicos y el rol de los diferentes actores involucrados, asegurando un proceso ordenado, transparente y replicable en distintos territorios.



Gráfico 2. Fases para la implementación de una Agroferia Comercial



PLANEACIÓN DE LA AGROFERIA COMERCIAL

La Fase 1 constituye el punto de partida para la organización efectiva del evento. En esta etapa se definen los lineamientos estratégicos, logísticos y operativos que orientarán todo el proceso de ejecución. Incluye la identificación y articulación de actores clave, la formulación del perfil del proyecto, la definición del plan de trabajo y la asignación de responsabilidades. Una planeación rigurosa permite anticipar requerimientos, coordinar esfuerzos interinstitucionales y garantizar que la agroferia responda a los objetivos comerciales, sociales y territoriales propuestos, sentando así las bases para un desarrollo eficiente y exitoso de las siguientes fases. Durante la primera fase se deben realizar las siguientes actividades:

- 1. Convocar una Mesa de Trabajo inicial:** El proceso inicia con la convocatoria a una Mesa de Trabajo preliminar, liderada por el actor o actores que promueven la realización de la agroferia, en articulación con la entidad acompañante en la aplicación de la metodología.

Para esta convocatoria se construye un listado inicial de actores estratégicos, que puede incluir organizaciones de productores, transformadores, agroindustrias regionales, gremios, empresarios, entidades gubernamentales y no gubernamentales, patrocinadores, entre otros. Con este listado se realiza la primera convocatoria formal para reunir a todos los interesados en participar en la iniciativa.

- 2. Realizar reunión inicial de la Mesa de Trabajo:** Durante esta reunión, los actores impulsores y la entidad acompañante presentan la propuesta de la agroferia y explican la metodología que se aplicará para su desarrollo. En este espacio se conforma el equipo organizador interinstitucional, integrado por todos los participantes interesados en continuar con el proceso.

A su vez, se elige de manera democrática el equipo de coordinación general, responsable de dirigir la Agroferia Comercial. Este equipo estará compuesto por un presidente, un vicepresidente (encargado de coordinar los comités), un secretario, un tesorero y, posteriormente, los coordinadores de cada comité que se conforme.

3. Formular el perfil del proyecto de la Agroferia Comercial:

Una vez conformado el equipo, se formula el perfil del proyecto comercial, que servirá para determinar la viabilidad técnica, financiera y logística de la agroferia. Este perfil debe incluir:

- Alcance: cobertura regional, temática, líneas productivas y mercados objetivo.
- Antecedentes: actividades o eventos similares realizados y el proceso que llevó a la propuesta actual.
- Objetivos: propósitos claros de la realización de la agroferia.
- Actividades: matriz con actividades principales, subactividades, recursos y tiempos estimados.
- Recursos requeridos: financieros, físicos, técnicos y humanos.
- Presupuesto inicial proyectado, incluyendo costos, gastos, ingresos esperados y fuentes de cofinanciación.

4. Realizar segunda reunión del equipo organizador interinstitucional:

La coordinación general convoca una segunda reunión para presentar el perfil del proyecto, evaluar su viabilidad y definir la ruta a seguir. Se revisan aspectos como la proyección presupuestal, las fuentes potenciales de financiamiento y la generación de ingresos. Además, en esta reunión se conforman los comités de trabajo, elegidos entre los miembros del equipo organizador, responsables de tareas específicas de la Agroferia:

- **Comité de Mercadeo y Promoción:** Encargado de la difusión del evento, la consecución de expositores y la identificación de compradores estratégicos.
- **Comité de Logística y Protocolo:** Responsable de planear, organizar y ejecutar el montaje y la agenda de actividades.
- **Comité de Capacitación, Cultura y Gastronomía:** Acompaña la preparación de los productores para su participación efectiva y coordina actividades culturales y gastronómicas.
- **Comité Financiero:** Proyecta, gestiona y controla el flujo de recursos financieros requeridos.
- **Comité de Monitoreo:** Realiza el seguimiento y evaluación de la agroferia, insumo para la planeación de futuras ediciones.

5. Coordinar la elaboración del plan de trabajo:

Con los comités en funcionamiento, se avanza en la definición de los puntos clave para estructurar el plan de acción, asignando responsables y plazos. La coordinación general tiene el rol de articular y acompañar este proceso, asegurando coherencia entre las propuestas de los comités y la visión general del evento.

6. Realizar tercera reunión del equipo

organizador interinstitucional: Finalmente, se convoca una tercera reunión en la que cada comité presenta su propuesta para consolidar el plan de acción definitivo. La coordinación general facilita el diálogo y la conciliación entre los comités para llegar a un plan de trabajo integral aprobado por todo el equipo organizador interinstitucional, que servirá de hoja de ruta para la ejecución de la agroferia.





ORGANIZACIÓN DE LA AGROFERIA COMERCIAL

En esta fase se ponen en marcha las actividades definidas en la etapa de planificación, activando de manera coordinada el trabajo de los distintos comités encargados de la operación. Cada comité debe ejecutar su plan de trabajo con precisión, articulándose con los demás para asegurar que todos los componentes - logísticos, comerciales, culturales, financieros y de seguimiento - avancen de forma sincronizada.

- 1. Implementar los planes de trabajo por comité:** Cada comité pone en marcha su plan de acción, desarrollando las actividades definidas en la fase anterior. La coordinación entre comités es fundamental para asegurar que la agroferia funcione como un ecosistema integrado, en el que promoción, logística, cultura, finanzas y monitoreo se articulen de manera armónica. A continuación, se describen las principales responsabilidades de cada comité:





► COMITÉ DE MERCADEO Y PROMOCIÓN

Es responsable de la atracción de oferta y demanda, así como de la visibilidad y posicionamiento de la agroferia. Sus principales responsabilidades son:

- 1.1. Construir una base de datos de potenciales expositores acorde con la línea temática y productiva de la agroferia. Esta base debe incluir productores, organizaciones de productores, pequeños transformadores, agroindustrias locales y regionales, proveedores de insumos, de tecnologías de producción y transformación, y prestadores de servicios técnicos y logísticos.
- 1.2. Promocionar y vender los espacios y servicios de la agroferia entre los potenciales expositores, en coordinación con el Comité de Logística y Protocolo, garantizando una ocupación eficiente de los espacios disponibles.
- 1.3. Construir una base de datos de compradores potenciales, tanto locales como regionales y nacionales, que incluya comercializadores, mayoristas, agroindustrias, exportadores, supermercados, hoteles, restaurantes e instituciones públicas y privadas.
- 1.4. Gestionar las invitaciones y realizar seguimiento a las confirmaciones de los compradores identificados, asegurando su participación efectiva en el evento.
- 1.5. Apoyar la consecución de patrocinios y alianzas estratégicas que contribuyan a cubrir los requerimientos presupuestales definidos.
- 1.6. Identificar y convocar medios de comunicación (locales, regionales y nacionales) para promocionar la agroferia, ajustando la estrategia a la línea temática y al alcance geográfico del evento.
- 1.7. Organizar y ejecutar actividades de difusión y posicionamiento, incluyendo la generación de materiales publicitarios como pasacalles, pancartas, cuñas radiales, avisos de prensa, piezas digitales y demás instrumentos necesarios para atraer a expositores, compradores y público en general.





► COMITÉ DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO

Es responsable de garantizar que el evento cuente con la infraestructura, servicios y condiciones adecuadas para su realización. Sus principales responsabilidades son:

- 1.8. Definir y formalizar el lugar donde se llevará a cabo la agroferia, asegurando su disponibilidad mediante acuerdo, convenio o contrato, según corresponda.
- 1.9. Diseñar la planimetría y distribución de espacios para expositores, servicios y actividades, en coordinación con los demás comités.
- 1.10. Definir la infraestructura básica que proveerá la organización a los expositores, prestadores de servicios y actividades, especificando claramente los elementos que cada expositor debe aportar para el montaje de su stand.
- 1.11. Identificar y gestionar proveedores locales y regionales para el alquiler de mobiliario, ambientación, decoración y servicios complementarios requeridos.
- 1.12. Consultar y aplicar toda la normatividad vigente en materia de salud, higiene, seguridad, medio ambiente y uso de espacio público.
- 1.13. Coordinar los elementos de seguridad necesarios para proteger a expositores, productos, compradores y visitantes durante el evento.
- 1.14. Asegurar el cumplimiento de las normas sanitarias, ambientales y de seguridad exigidas por las autoridades competentes.
- 1.15. Coordinar la prestación de servicios logísticos básicos (internet, sonido, energía, materiales, mobiliario, etc.) y organizar equipos de voluntarios para apoyar el montaje y la operación.



- 1.16. Elaborar la agenda y protocolos de apertura, actividades paralelas y clausura, en coordinación con el Comité de Capacitación, Cultura y Gastronomía, garantizando la presencia de autoridades, aliados estratégicos y actores relevantes del sector.
- 1.17. Proyectar el cronograma de montaje y operación en función de los tiempos requeridos por proveedores y expositores, asegurando que todos los espacios estén listos antes de la inauguración.

► **COMITÉ DE CAPACITACIÓN, CULTURA Y GASTRONOMÍA**



Este comité resalta la identidad regional y fortalece las capacidades de los productores para aprovechar al máximo su participación. Sus principales responsabilidades son:

-
- 1.18. Organizar la ambientación temática, resaltando las líneas productivas y la identidad territorial a través de actividades técnicas, académicas, culturales y folclóricas.
 - 1.19. Coordinar con Logística la programación y montaje de estas actividades dentro del recinto ferial.
 - 1.20. Planificar y ejecutar capacitaciones previas para productores y organizaciones participantes, con enfoque en preparación técnica y comercial para maximizar los resultados de su participación.
 - 1.21. Definir, organizar y coordinar los espacios destinados a la oferta de servicios gastronómicos, priorizando platos típicos regionales.
 - 1.22. Determinar la modalidad de prestación de servicios alimentarios (por empresas especializadas o unidades productivas locales), asegurando el cumplimiento de los requisitos sanitarios y de manipulación de alimentos.



► COMITÉ FINANCIERO

Su tarea es asegurar la sostenibilidad económica de la agroferia. Es responsable de la planeación, gestión y control financiero del evento. Sus principales tareas son:

- 1.23. Identificar necesidades de recursos y definir fuentes de financiación (venta de espacios, patrocinios, entradas, donaciones, cofinanciación).
- 1.24. Identificar las necesidades de recursos derivadas de los planes de los demás comités y del presupuesto preliminar.
- 1.25. Definir y gestionar fuentes de financiación: venta de espacios de exhibición, alquiler de espacios gastronómicos y de servicios, cobro de entradas, patrocinios, publicidad, cofinanciaciones y donaciones.
- 1.26. Abrir y administrar una cuenta bancaria exclusiva para la agroferia, con mecanismos de control definidos y participación de los representantes autorizados.
- 1.27. Gestionar y controlar los ingresos (patrocinios, donaciones, ventas) y egresos (costos y gastos), asegurando la ejecución presupuestal conforme a lo aprobado.
- 1.28. Establecer mecanismos de registro contable para la elaboración de informes financieros de ingresos, egresos y ejecución.
- 1.29. Monitorear permanentemente el punto de equilibrio entre ingresos y costos para confirmar la viabilidad económica de la agroferia, dentro del plazo establecido.

► COMITÉ DE MONITOREO



Este comité asegura el control estratégico y la calidad de la información generada durante la organización y ejecución. Es el encargado del seguimiento estratégico, control de calidad y recolección sistemática de información. Sus principales responsabilidades son:

- 1.30. Definir mecanismos e indicadores para registrar resultados: contactos comerciales, oportunidades de negocio, negocios cerrados, ventas directas por expositor, ventas gastronómicas y de servicios, entre otros.
- 1.31. Transmitir estos mecanismos a los expositores mediante capacitaciones coordinadas con el Comité de Capacitación.
- 1.32. Definir y preparar los instrumentos para la sistematización de la información durante la agroferia.
- 1.33. Hacer seguimiento al cumplimiento del punto de equilibrio financiero.
- 1.34. Aprobar el reglamento de la agroferia, la distribución de espacios, la lista de precios, la agenda definitiva y el presupuesto final mediante reuniones del equipo de coordinación general.
- 1.35. Supervisar la estrategia de promoción, la gestión de venta de espacios y la preparación logística final.
- 1.36. Coordinar mecanismos de acreditación de expositores, registro de invitados y control de accesos.
- 1.37. Definir la fecha de inicio del montaje con antelación suficiente y aplicar la lista de chequeo final para verificar el estado de la infraestructura y servicios antes de la apertura.

Esta fase marca la transición entre la planificación y la ejecución. Una organización detallada, participativa y bien coordinada es determinante para que la agroferia cumpla su propósito: conectar actores estratégicos, generar oportunidades comerciales y visibilizar la vocación productiva de los territorios.

FASE

3.



MONTAJE Y DESMONTAJE DE LA AGROFERIA COMERCIAL

Esta fase comprende la puesta en marcha integral del evento, desde la preparación final de los espacios hasta el desarrollo diario de actividades y el desmontaje posterior. Requiere una coordinación precisa entre los comités, proveedores, expositores y personal operativo para garantizar el cumplimiento de los cronogramas, la calidad logística y el desarrollo exitoso de la agroferia.

1. Reuniones de coordinación y recepción de espacios:

- 1.1. Convocar, un día antes del inicio del montaje, a una reunión del equipo de coordinación general para revisar la lista de chequeo y el cronograma de montaje y operación. El objetivo es identificar pendientes, asignar responsables y resolver contingencias de última hora.
- 1.2. Recibir formalmente el espacio físico donde se realizará la agroferia, levantando un acta de recepción que detalle su estado inicial. Esta actividad estará a cargo del Comité de Logística y Protocolo.
- 1.3. Verificar la llegada puntual de proveedores y prestadores de servicios requeridos para el montaje. En caso de retrasos, realizar gestiones inmediatas para garantizar el cumplimiento del cronograma.



2. Montaje de infraestructura y servicios: Coordinar el montaje de acuerdo con los planos, especificaciones técnicas y normatividad vigente:

- 2.1. Instalación de stands según los diseños aprobados.
- 2.2. Montaje de equipamiento necesario (refrigeradores, zonas de almacenamiento, baños, entre otros).
- 2.3. Ubicación e instalación de zonas de comidas y servicios complementarios conforme a la planimetría.
- 2.4. Adecuación de espacios para actividades especiales (seminarios, talleres, eventos culturales, etc.).
- 2.5. Instalación y pruebas de sistemas técnicos: sonido, audiovisuales, internet, computadores y otros.
- 2.6. Verificación del cumplimiento de normativas sanitarias, ambientales y de seguridad, conforme a lo previsto en la planeación.



3. Acreditación y preparación de expositores y personal:

- 3.1. Realizar una reunión de coordinación con el personal operativo y voluntarios, revisando funciones y responsabilidades, resolviendo dudas e indicando ubicaciones asignadas.
- 3.2. Recibir, acreditar y ubicar a los expositores-productores, registrando la entrada de productos y materiales según lo acordado.
- 3.3. Verificar y resolver estados de cuenta de cada expositor antes del inicio del evento.
- 3.4. Reunir a los expositores-productores para instrucciones finales y entrega de formatos de:
 - › Registro de contactos, oportunidades de negocio y cierres.
 - › Balance de ingresos, costos y gastos por organización o productor individual.
- 3.5. Acreditar y ubicar a proveedores de alimentos, bebidas y otros servicios, verificando estados de cuenta y registrando sus elementos de entrada.
- 3.6. Organizar taquilla: apertura de caja, entrega de base, tickets de ingreso y formatos de control.
- 3.7. Disponer personal de control de acceso para visitantes con ticket y entrega de credenciales a compradores, aliados e invitados especiales que no estén acreditados.





4. Verificación final y apertura:

- 4.1. Realizar un recorrido integral de chequeo de los espacios, previo a la apertura.
- 4.2. Llevar a cabo la inauguración oficial de la agroferia siguiendo el protocolo aprobado, garantizando la presencia de autoridades, aliados y medios.

5. Ejecución de la agroferia - Operación diaria: Durante el desarrollo de la agroferia, llevar un control minuto a minuto de las actividades previstas:

- 5.1. Técnicas y académicas: seminarios, charlas y talleres relacionados con las líneas productivas.
- 5.2. Folclóricas, culturales y gastronómicas: actividades que fortalezcan la identidad territorial y atraigan público.
- 5.3. Comerciales: ruedas de negocios formales y reuniones informales entre compradores, aliados y expositores.

Para agroferias de más de un día:

- 5.4. Realizar un cierre diario ordenado, invitando a visitantes a desalojar, verificando el estado de los espacios y recolectando los formatos de registro de resultados de cada expositor.
- 5.5. Recibir la caja de taquilla con los registros de ventas, cierres de caja y tiquetes no vendidos.
- 5.6. Activar el protocolo de seguridad nocturna para proteger instalaciones y mercancías.
- 5.7. Repetir diariamente el protocolo de apertura de jornada, asegurando orden y puntualidad.

6. Clausura y recolección de información:

En la última jornada:

- 6.1. Realizar la clausura oficial siguiendo el protocolo de cierre.
- 6.2. Recolectar los balances de ingresos, costos y gastos de cada organización de productores y productores individuales, así como los registros de compradores, aliados, visitantes y expositores, para su posterior análisis y evaluación de sostenibilidad.

7. Desmonte y entrega de espacios:

- 7.1. Coordinar el desmonte de stands e instalaciones, garantizando que el espacio quede en las mismas condiciones en que fue recibido, según el acta inicial.
- 7.2. Almacenar equipos y materiales propios en el lugar designado para su uso en futuras ediciones.
- 7.3. Registrar y gestionar la devolución de equipos y materiales alquilados o prestados.
- 7.4. Controlar la salida de productos, materiales y equipos de expositores, productores y proveedores, contrastando con los registros de entrada.
- 7.5. Levantar un acta de entrega del espacio, comparándola con la de recepción para identificar posibles daños o reparaciones.





EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

Esta fase tiene como objetivo consolidar y analizar la información técnica, financiera y comercial generada durante el evento, garantizando la transparencia en la gestión de recursos, la evaluación objetiva de los resultados y la definición de acciones de seguimiento que fortalezcan los vínculos comerciales creados. Además, permite proyectar mejoras para futuras versiones de la agroferia, consolidando el aprendizaje institucional y territorial. A continuación se describen las actividades a realizar durante esta fase:

1. Elaboración del cierre financiero y balance general:

- 1.1. Elaborar los documentos contables que detallen todos los costos, gastos e ingresos obtenidos durante la agroferia, diferenciando claramente las fuentes de financiación, los ingresos por venta de espacios y otros conceptos.
- 1.2. Liquidar las obligaciones y pagos pendientes con proveedores, prestadores de servicios, aliados y cualquier otro actor vinculado.
- 1.3. Elaborar el informe de balance financiero, incluyendo conclusiones sobre la ejecución presupuestal y recomendaciones para optimizar los recursos en futuras versiones.
- 1.4. Presentar el informe financiero al equipo de coordinación general para su revisión y aprobación formal.

2. Análisis de resultados y sostenibilidad:

2.1. Una vez consolidada la información contable, se debe elaborar un análisis integral de los resultados obtenidos, que permita evaluar el impacto económico y comercial de la agroferia, donde se consideren los siguientes puntos:

- › Número de contactos comerciales y oportunidades de negocio generadas.
- › Acuerdos de negocios cerrados durante o inmediatamente después del evento.
- › Ventas directas efectuadas por los productores y organizaciones participantes.
- › Relación beneficio-costo por organización y productor, comparando costos y gastos de participación frente a los resultados obtenidos en ventas, negocios y oportunidades generadas.

Este análisis constituye la base para medir la efectividad del evento como mecanismo de comercialización y para identificar oportunidades de mejora y escalamiento.





3. Presentación de resultados y toma de decisiones:

- 3.1. Presentar el informe financiero aprobado y el análisis de sostenibilidad al equipo organizador interinstitucional, con el fin de tomar una decisión sobre la realización de una próxima versión de la agroferia y, de considerarse viable, definir la fecha tentativa de ejecución.
- 3.2. Presentar el informe de balance aprobado y el informe de sostenibilidad a cofinanciadores, donantes y patrocinadores, garantizando la transparencia en el uso de los recursos y fortaleciendo la confianza para futuras colaboraciones.

4. Definición del mecanismo de monitoreo y seguimiento:

- 4.1. Definir y aprobar un mecanismo de monitoreo estructurado para hacer seguimiento a los acuerdos comerciales cerrados y a las oportunidades de negocio identificadas durante la agroferia.
- 4.2. Este mecanismo debe incluir responsables, tiempos, medios de verificación y herramientas de recolección de información que permitan evaluar la concreción de los negocios en el tiempo y retroalimentar a los actores participantes.

2. ACTORES DE INTERÉS

2.1. Actores de interés Agroferias Comerciales

La implementación exitosa de una agroferia comercial requiere la participación articulada de diversos actores públicos, privados y comunitarios. Cada uno cumple un rol específico dentro del proceso, aportando capacidades técnicas, logísticas, organizativas y financieras que permiten planificar, ejecutar y evaluar el evento de manera eficiente. A continuación, se describen los principales actores y sus responsabilidades:



2.1.1. Entidad convocante (Agencia de Desarrollo Rural – ADR u otras)

Asume la responsabilidad de realizar la convocatoria inicial a los actores territoriales mediante la instalación de mesas de trabajo. Acompaña la formulación del perfil del proyecto y la estructuración del plan de acción de la agroferia, ejerciendo la secretaría técnica de las mesas de trabajo. Además, asesora a los comités en el desarrollo de sus labores y asegura la coherencia metodológica durante todo el proceso.

2.1.2. Entidad privada, organización de productores o entidad pública que lidera la iniciativa en el territorio

Lidera la articulación territorial para la realización de la agroferia. Convoca conjuntamente con la entidad acompañante a las reuniones, asume la dirección del equipo de coordinación general y encabeza la formulación y presentación del perfil del proyecto. También coordina la estructuración del plan de acción, asegurando que las decisiones se alineen con las prioridades y capacidades del territorio.



2.1.3. Equipo de coordinación general del evento

Es el núcleo operativo de la agroferia. Elabora el perfil del proyecto, coordina la construcción del plan de acción e integra a los coordinadores de los diferentes comités. Lidera la construcción, discusión y aprobación del reglamento, apoya los procesos de organización y análisis de información, y participa activamente en la toma de decisiones estratégicas, especialmente en lo relacionado con comercialización de espacios, invitación de compradores y uso de recursos.

2.1.4. Equipo organizador interinstitucional

Está conformado por las entidades, gremios y organizaciones participantes. Participa activamente en las mesas de trabajo, en los comités de planeación y en la aprobación del perfil del proyecto y del plan de acción. Aporta capacidades técnicas y logísticas desde cada entidad y garantiza la coordinación interinstitucional necesaria para la ejecución del evento.





2.1.5. Representantes de organizaciones participantes

Son actores clave en la dinamización de la agroferia. Participan como expositores, dando a conocer su oferta de productos y servicios, y pueden integrarse activamente en los comités de trabajo para aportar su conocimiento territorial y productivo.

2.1.6. Coordinadores de comités

Lideran la ejecución de las actividades definidas en el plan operativo para su respectivo comité, asegurando la articulación entre los diferentes frentes de trabajo. Forman parte del equipo de coordinación general y contribuyen a la toma de decisiones estratégicas.

2.1.7. Miembros de comités de trabajo

Asumen las responsabilidades asignadas por su coordinador, informan sobre avances y dificultades, y participan activamente en la planeación y ejecución de las tareas que les corresponden. Su rol es fundamental para garantizar la operatividad del evento.



► COMITÉ DE PROMOCIÓN Y LOGÍSTICA

Encargado de recibir y entregar el espacio físico de la agroferia, liderar el montaje y desmontaje de stands, equipamientos y servicios. Coordina proveedores, operadores y voluntarios, supervisa el cumplimiento de la agenda y vela por el cumplimiento de normativas sanitarias, ambientales y de seguridad. Controla el ingreso y salida de materiales y productos durante el evento.



► COMITÉ DE MERCADEO Y PROMOCIÓN

Diseña y ejecuta las estrategias de convocatoria, publicidad y posicionamiento de la agroferia, tanto en la oferta como en la demanda. Identifica y gestiona la participación de expositores y compradores estratégicos que permitan desarrollar agronegocios efectivos.



► COMITÉ DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO

Planifica y coordina el montaje de la agroferia, así como el desarrollo de la agenda de actividades. Se encarga de la ambientación, acreditaciones, seguridad, servicios básicos y todos los aspectos operativos que garantizan el adecuado funcionamiento del evento.



► COMITÉ DE CAPACITACIÓN, CULTURA Y GASTRONOMÍA

Prepara a las organizaciones y productores para su participación efectiva mediante actividades formativas técnicas y comerciales. Además, coordina los eventos culturales, gastronómicos y de integración programados dentro de la agroferia.





► COMITÉ FINANCIERO

Proyecta, gestiona y controla el flujo de recursos financieros. Administra la taquilla y demás ingresos, realiza pagos a proveedores, atiende imprevistos y elabora el balance financiero final. Es responsable de asegurar la transparencia en el manejo de los recursos.



► COMITÉ DE MONITOREO

Realiza el seguimiento y evaluación de la agroferia. Distribuye formatos de registro, recolecta información sobre resultados comerciales, supervisa el manejo financiero durante el evento y elabora el informe de sostenibilidad, incluyendo la propuesta de mecanismos de seguimiento a los acuerdos de negocio.



► COMITÉ DE MERCADEO

Apoya en la recepción y atención de expositores, compradores y aliados comerciales. Facilita los contactos y negociaciones durante la agroferia, promoviendo activamente las oportunidades de negocio entre los diferentes actores.

Es el enlace técnico y metodológico que asegura la correcta implementación del servicio. Entre sus responsabilidades se encuentran:

- Orientar el proceso de caracterización, valoración y diagnóstico de capacidades para exportación.
- Coordinar la elaboración, validación y socialización del Plan Estratégico de Intervención Comercial.
- Gestionar la articulación con entidades nacionales de apoyo al comercio internacional (DIAN, ICA, INVIMA, ProColombia, cámaras de comercio, entre otras).
- Elaborar el informe final del proceso, sistematizando resultados y formulando recomendaciones de seguimiento.



Para más información comuníquese a:

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

Correo electrónico: direcciondecomercializacion@adr.gov.co

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

