

**CIRCUITOS CORTOS
NIVEL II**

SERVICIO DE RUEDAS DE NEGOCIO AGROALIMENTARIAS

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) y 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 RUEDAS DE NEGOCIO	
AGROALIMENTARIAS-----	6
1.1. Alcance del servicio-----	7
1.1.1. Componentes del servicio-----	8
A. Dimensión geográfica-----	8
B. Dimensión sectorial-----	9
C. Dimensión comercial-----	9
1.2. Implementación del servicio-----	10
1.2.1. Metodología de implementación para el	
servicio de Ruedas de Negocio	
Agroalimentarias -----	10
A. Propósito-----	10
B. Cómo iniciar el proceso-----	11
C. Cómo terminar el proceo-----	12
D. Prerrequisitos del servicio-----	13
E. Documentos de apoyo-----	13
F. Resultados y entregas-----	14
G. Descripción de actividades-----	15
I. Fase 1: Planificación de la	
rueda de negocios	
agroalimentaria-----	16
II. Fase 2: Organización de la	
rueda de negocios	
agroalimentaria-----	17
III. Fase 3: Ejecución de la	
rueda agroalimentaria-----	18
IV. Fase 4: Evaluación de la	
rueda de negocios	
agroalimentaria-----	19
2. ACTORES DE INTERÉS-----	20
2.1. Actores de interés Ruedas de Negocio	
Agroalimentarias-----	20
2.1.1. Entidad convocante (Agencia de	
Desarrollo Rural – ADR u otras)-----	21
2.1.2. Entidad privada, organización de	
productores o entidad pública que	
lidera la iniciativa en el territorio-----	21
2.1.3. Equipo de coordinación general	
del evento-----	21
2.1.4. Equipo organizador interinstitucional	
-----	22
2.1.5. Coordinadores de comités-----	22
2.1.6. Miembros de comités-----	22

INTRODUCCIÓN

Los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel II agrupan un conjunto de servicios diseñados para fortalecer la articulación entre la oferta productiva agroalimentaria y los diferentes segmentos de la demanda, mediante mecanismos estructurados, eficientes y sostenibles. Su finalidad es promover la vinculación directa entre productores rurales y compradores, fomentar la comercialización sin intermediarios y consolidar modelos de negocio que impulsen el desarrollo económico territorial.

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 instrumentos permiten que las organizaciones rurales en etapa de maduración o expansión fortalezcan sus capacidades comerciales, diversifiquen sus canales de venta y establezcan relaciones de largo plazo con los mercados.

El Servicio de Ruedas de Negocio Agroalimentarias se concibe como un espacio estructurado de encuentro comercial entre productores agroalimentarios y compradores de distintos sectores. Su metodología, basada en agendas de citas previamente programadas, permite optimizar el tiempo de negociación, generar acuerdos concretos y establecer vínculos comerciales sostenibles. Estas ruedas constituyen una herramienta ágil y efectiva para conectar la oferta rural con la demanda pública y privada, promover el acceso a nuevos mercados y fortalecer la competitividad de las cadenas de valor agroalimentarias.



Este servicio se complementa con las Agroferias Comerciales, que promueven la exhibición y comercialización de productos en espacios abiertos, y con la conformación de Alianzas Público-Privadas, que impulsa la cooperación entre sectores para el fortalecimiento de los sistemas productivos. En conjunto, estos tres servicios conforman un marco integral de intervención que potencia la comercialización agroalimentaria y el posicionamiento de la producción nacional en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

La presente guía del Servicio de Ruedas de Negocio Agroalimentarias tiene como propósito orientar 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 este servicio. El documento reúne lineamientos metodológicos, criterios técnicos y herramientas operativas que facilitan su implementación en los territorios, asegurando procesos participativos, ordenados y replicables.

A través de esta guía, la Agencia de Desarrollo Rural pone a disposición de los actores del sector agroalimentario una herramienta que contribuye a fortalecer las capacidades comerciales de los productores rurales, ampliar sus oportunidades de acceso a mercados y consolidar esquemas sostenibles de comercialización que promuevan el desarrollo productivo y económico de los territorios.

1. SERVICIO DE RUEDAS DE NEGOCIO AGROALIMENTARIAS.



El servicio de Ruedas de Negocio Agroalimentarias tiene como propósito facilitar encuentros comerciales estructurados entre productores agroalimentarios y compradores de distintos segmentos, mediante un formato planificado de citas de negocio que permite identificar oportunidades concretas de comercialización, generar acuerdos y fortalecer vínculos comerciales de mediano y largo plazo. Estas ruedas constituyen un mecanismo ágil y efectivo para articular oferta y demanda de productos agroalimentarios, promoviendo el acceso a nuevos mercados y contribuyendo a la consolidación de circuitos cortos de comercialización. Su implementación combina preparación técnica, coordinación institucional y seguimiento posterior, asegurando que los acuerdos alcanzados se traduzcan en impactos reales para los productores y los territorios.



1.1. Alcance del servicio.

Las Ruedas de Negocios Agroalimentarias son espacios estratégicos diseñados para facilitar encuentros comerciales directos y estructurados entre productores agroalimentarios y compradores públicos y privados, generando relaciones comerciales sostenibles y mutuamente beneficiosas. A través de un formato de citas previamente agendadas, estos espacios permiten que los productores presenten su oferta de manera organizada y focalizada ante compradores interesados, maximizando así las oportunidades de negociación y la eficiencia en la generación de acuerdos comerciales.

Este servicio hace parte de los Circuitos Cortos de Comercialización Nivel II y busca consolidar una plataforma efectiva para que los productores amplíen su acceso a mercados, fortalezcan sus capacidades comerciales y posicionen sus productos en nuevos escenarios regionales y nacionales. La metodología establece procesos claros de planeación, convocatoria, emparejamiento y seguimiento, asegurando que cada encuentro comercial esté orientado a resultados concretos y medibles.

El objetivo principal de las Ruedas de Negocios Agroalimentarias es proporcionar un entorno eficiente para la interacción entre productores y compradores, promoviendo acuerdos comerciales que fortalezcan la cadena de valor agroalimentaria y contribuyan al desarrollo económico regional por medio de:

1. Facilitar acuerdos comerciales directos: Crear un espacio estructurado que permita negociaciones entre productores y compradores sin intermediarios.
2. Ampliar el acceso a mercados para pequeños y medianos productores: Generar oportunidades comerciales para quienes tradicionalmente tienen barreras de acceso a mercados de mayor escala.

3. Desarrollar habilidades comerciales en los productores: Fortalecer sus capacidades de negociación, presentación de productos y cierre de acuerdos.
4. Fomentar relaciones comerciales sostenibles: Impulsar vínculos comerciales de largo plazo que trasciendan el evento y consoliden alianzas estratégicas.
5. Posicionar productos agroalimentarios locales en nuevos mercados: Incrementar la visibilidad y el reconocimiento de la producción regional a nivel regional, nacional e incluso internacional.

A. Dimensión geográfica

- Cobertura local y regional: Las ruedas se organizan en distintas regiones del país, resaltando las particularidades productivas locales y potenciando el desarrollo económico territorial.
- Participación de compradores regionales y nacionales: Se convocan compradores de diferentes escalas - local, regional y nacional -, incluyendo distribuidores, comercializadores, empresas agroindustriales, cadenas de retail, restaurantes y compradores institucionales.

B. Dimensión sectorial

- Diversidad de productos agroalimentarios: Se incluyen productos frescos, transformados y con valor agregado, tales como frutas, hortalizas, conservas, alimentos procesados y otros derivados agroindustriales.
- Amplitud de actores comerciales: Participan agroindustrias, cadenas de supermercados, tiendas especializadas y exportadores, lo que amplía las posibilidades de negocio y de inserción en nuevos mercados.

C. Dimensión comercial

- Negociación y formalización de acuerdos: Cada cita comercial busca concretar oportunidades de negocio mediante un formato que promueve la negociación directa y transparente.
- Fortalecimiento de capacidades comerciales: Además de facilitar encuentros, las ruedas ofrecen a los productores un entorno real de práctica y aprendizaje para mejorar sus habilidades comerciales.
- Expansión de mercado: La participación de compradores de distintos sectores permite que la producción regional alcance nuevos nichos de mercado, impulsa su posicionamiento y contribuye al crecimiento económico local.

TIPO DE RUEDA	TIPO DE COMPRADOR	ESQUEMA DE REALIZACIÓN
 COMPRAS PÚBLICAS LOCALES	Operadores de Programas de Alimentación Institucional (PAE, ICBF, USPEC, F.F.M.M, Otros)	Todos los oferentes adelantan citas comerciales con todos los operadores. Se realiza en un espacio específico adecuado para ellos.
 SECTOR EMPRESARIAL PRIVADO	Super mercados, agroindustria, comercializadores, exportadores y hoteles	Dependiendo del tipo de productos demandados por los compradores, se genera una agenda de citas de negocios con los oferentes. Se realiza en un espacio específico adecuado para ellos.
 MERCADO CAMPESINO	Hoteles, restaurantes, casinos, tiendas del área de influencia del Mercado Campesino	Se realiza convocatoria con los compradores para que visiten mercado campesino y adelanten citas con los productores en sus stands.

Gráfico 3: Esquemas de Ruedas de Negocios: Diferencias de tipo de comprador y esquema de realización, entre las tres versiones de rueda de negocio.

1.1.1 Componentes del servicio

El diseño y ejecución de las Ruedas de Negocios Agroalimentarias incorpora dimensiones geográficas, sectoriales y comerciales que permiten adaptar cada evento a las realidades productivas y de mercado de los territorios:

1.2 Implementación del servicio

1.2.1 Metodología de implementación para el servicio de Ruedas de Negocio Agroalimentarias

A. Propósito

El servicio de Ruedas de Negocios Agroalimentarias está orientado a facilitar espacios estructurados de encuentro comercial, social y cultural entre productores agroalimentarios y compradores públicos o privados en los territorios. A través de estos espacios, se promueve la negociación directa, el establecimiento de alianzas comerciales sostenibles y la ampliación de oportunidades de mercado para productos agropecuarios, transformados y artesanales representativos de la región.

Este servicio contribuye a incrementar la visibilidad, el posicionamiento y la rentabilidad de la oferta productiva regional, al tiempo que impulsa el desarrollo económico local y fortalece la identidad territorial. Al organizar encuentros comerciales estructurados, donde múltiples productores exponen sus productos ante compradores estratégicos, la Agencia de Desarrollo Rural – ADR actúa como facilitadora de acuerdos en los que todas las partes se benefician, fortaleciendo los canales de comercialización y consolidando relaciones de largo plazo entre productores y mercados.

B. Cómo iniciar el proceso

El inicio del proceso de organización de una Rueda de Negocios Agroalimentaria requiere una planeación articulada entre los actores territoriales y las entidades participantes, que garantice desde el comienzo definir con precisión los roles, responsabilidades y alcances de la iniciativa.

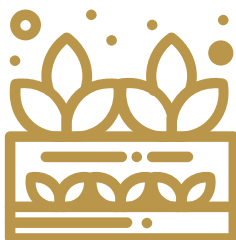
- 1 Convocatoria de actores territoriales y entidades vinculadas: Se realiza una reunión de trabajo con representantes de las entidades territoriales y demás actores estratégicos del territorio, con el fin de definir qué entidades se vincularán formalmente a la iniciativa, establecer compromisos y acordar un plan de trabajo inicial que oriente el desarrollo de la rueda de negocios.
- 2 Inscripción y selección de oferentes y compradores: Se abre el proceso de inscripción para los productores y oferentes, asegurando que cumplan con los requisitos definidos en la metodología, y se realiza la vinculación o invitación formal de compradores - públicos o privados - según la tipología de la rueda establecida en el alcance del servicio. Esta actividad es clave para garantizar una oferta y demanda representativa y pertinente.
- 3 Instalación de la Mesa de Trabajo: Se conforma e instala una mesa de trabajo interinstitucional encargada de coordinar la planeación y ejecución de la rueda. En este espacio se consolida y aprueba el plan de trabajo definitivo, que incluirá cronogramas, responsables, logística y lineamientos para el desarrollo del evento.
- 4 Registro de participantes el día del evento: Se habilita un proceso organizado de registro y acreditación de todos los participantes -oferentes, compradores, aliados institucionales y demás invitados-, garantizando el control y la trazabilidad necesaria para el desarrollo eficiente de la jornada.



C. Cómo terminar el proceso

El cierre del proceso del desarrollo de una rueda de negocios requiere de una serie de acciones que garanticen su correcta finalización y la recolección de aprendizajes para el mejoramiento de futuras ruedas:

1. Evaluar la sostenibilidad de la rueda de negocios: Se realiza un análisis integral de los resultados obtenidos - contactos generados, acuerdos comerciales logrados, recursos movilizados e interés de los participantes - para determinar la viabilidad de repetir el evento con una periodicidad semestral o anual, según la dinámica del mercado y la capacidad de los actores territoriales.
2. Incorporar retroalimentación de los participantes: Se recopilan comentarios y observaciones de productores, compradores, aliados institucionales y visitantes mediante encuestas, entrevistas u otros mecanismos, con el objetivo de identificar aciertos, desafíos y oportunidades de mejora para fortalecer la organización y la efectividad de futuras ruedas de negocios.
3. Monitorear acuerdos y oportunidades comerciales: Se establecen mecanismos de seguimiento a los contactos y negociaciones iniciadas durante el evento, verificando su evolución y apoyo en la formalización de acuerdos comerciales de mediano y largo plazo. Este seguimiento permite medir el impacto real de la rueda y reforzar las relaciones entre productores y compradores.



D. Prerrequisitos del servicio

Antes de iniciar la organización de una Rueda de Negocios Agroalimentaria, es necesario cumplir con una serie de condiciones básicas que garanticen su viabilidad técnica, logística y organizacional. Estos prerrequisitos permiten contar con una base sólida para la planeación y asegurar la articulación efectiva entre los actores involucrados:

1. Determinación de la viabilidad del evento: Se realiza un análisis preliminar que incluye la identificación de actores clave, la oferta productiva disponible, el interés potencial de compradores y las condiciones logísticas y financieras del territorio, con el fin de establecer si existen las condiciones necesarias para llevar a cabo la rueda de negocios.
2. Socialización de requisitos por parte de la ADR: La Agencia de Desarrollo Rural – ADR presenta a las entidades territoriales y actores involucrados los lineamientos metodológicos, técnicos y operativos que deben cumplirse para garantizar el desarrollo adecuado del evento.
3. Avals institucionales de las entidades participantes: Cada entidad vinculada debe otorgar los avals institucionales correspondientes, asegurando su respaldo y compromiso en la planeación, ejecución y seguimiento de la Rueda de Negocios Agroalimentaria.

E. Documentos de apoyo

1. Modelo de Acuerdo Comercial (Formato del servicio de Mercados Campesinos Municipales).
2. Formato de caracterización de la oferta con el Formato de Registro Único de Información – RUI, para las Ruedas de Negocios Agroalimentarias.
3. Formato de caracterización demanda eventos comerciales.
4. Formato de agenda rueda de negocios.
5. Matriz de consolidación de resultados.
6. Formato evaluación y seguimiento Rueda de Negocios.
7. Ficha de chequeo logístico de Circuitos Cortos de Comercialización e inventario de mobiliario institucional disponible.
8. Plan de trabajo y cronograma circuitos cortos de comercialización F-FCC-010.
9. Formato de Informe F-FCC-004. Matriz de consolidación de ventas (formato del servicio de Mercado Campesino Municipal).
10. Listado de asistencia a reuniones y estrategias - F-DER-002.
11. Acta interna y externa F-DER-001.

F. Resultados y entregas

El adecuado desarrollo de la metodología se debe reflejar en una serie de resultados y entregas clave para asegurar la correcta ejecución de la rueda de negocios. A continuación se listan los principales resultados a lograr:

- 1 Plan de trabajo estructurado y aprobado para el desarrollo de la Rueda de Negocios Agroalimentaria, incluyendo cronograma, responsables y actividades clave.
- 2 Participación efectiva de un número mayoritario de compradores, productores y organizaciones ofertantes convocados, reflejada en su asistencia a las jornadas de socialización y preparación previas al evento.
- 3 Montaje y adecuación del espacio de realización, completado de acuerdo con los lineamientos definidos, garantizando condiciones óptimas para el desarrollo de las actividades comerciales.
- 4 Agendas de citas comerciales entre compradores y proveedores programadas con antelación, asegurando un desarrollo ordenado y eficiente de la jornada.
- 5 Logística del evento definida y ejecutada, incluyendo la coordinación de servicios como alimentación (refrigerios y almuerzos), acreditaciones, señalización y demás aspectos operativos necesarios.
- 6 Ejecución de la Rueda de Negocios Agroalimentaria conforme a la planificación establecida, garantizando el cumplimiento de la agenda y la calidad de las interacciones comerciales.
- 7 Formalización de acuerdos comerciales entre oferentes y compradores, reflejando los resultados concretos del evento y el cumplimiento de sus objetivos.



G. Descripciones de actividades.

La metodología para la realización de las Ruedas de Negocios Agroalimentarias está estructurada en cuatro fases: Planificación, Organización, Ejecución y Evaluación y Monitoreo. Cada fase incluye actividades precisas, la participación de comités de trabajo y el uso de instrumentos definidos para garantizar el desarrollo eficiente del servicio y el logro de sus objetivos comerciales y territoriales.



Gráfico 4:

Fases para la implementación de una rueda de negocios agroalimentaria.



Fase 1: Planificación de la rueda de negocios agroalimentaria

El objetivo de esta fase es definir y estructurar todos los elementos requeridos para la realización de la rueda, asegurando su coherencia con las expectativas de productores y compradores, y con los recursos técnicos, logísticos y financieros disponibles. Se deberán desarrollar las siguientes actividades durante la primera fase de implementación del servicio:

1) Conformación del equipo gestor:

1.1) Inicia con la creación del Grupo Gestor de Apoyo, la planificación de actividades y la elaboración de un plan de trabajo inicial que defina roles, responsabilidades y recursos requeridos.

1.2) Se identifican y convocan actores clave como gremios, asociaciones de productores, entidades públicas y privadas, y aliados estratégicos.

1.3) Se conforma el equipo organizador interinstitucional, asignando tareas específicas a cada integrante para garantizar una coordinación efectiva.

2) Definición del perfil del proyecto comercial:

2.1) Se establecen los objetivos y el alcance de la rueda: cobertura regional, líneas productivas priorizadas y mercados objetivo (públicos y/o privados).

2.2) Se documentan antecedentes de eventos similares y se definen los requerimientos financieros, logísticos y técnicos, junto con un presupuesto inicial proyectado.

3) Primera reunión del Grupo Gestor de Apoyo:

3.1) Se presenta la propuesta de la rueda y se eligen los comités responsables: Mercadeo y Promoción, Logística y Protocolo, Capacitación, Finanzas y Monitoreo.

3.2) Se levanta acta con lista de asistencia interna y externa.

3.3) Se elabora y difunde un boletín único de convocatoria, que servirá como invitación oficial y contendrá el objeto, lugar, hora y agenda de la jornada de socialización y preparación.

4) Plan de trabajo y asignación de responsabilidades:

4.1) Se formula un plan de trabajo conjunto, distribuyendo tareas entre los comités y estableciendo un cronograma detallado con los recursos requeridos.

5) Convocatoria de productores y aliados comerciales:

5.1) Se preparan bases de datos de productores, compradores y aliados estratégicos.

5.2) Se definen criterios de participación e inscripción.

5.3) Se realiza la convocatoria y jornadas de socialización y capacitación sobre temas técnicos y comerciales clave (calidad, normatividad, negociación), dejando registro mediante actas y listas de asistencia.



Fase 2: Organización de la rueda de negocios agroalimentaria

En esta fase se lleva a cabo la inscripción y selección de participantes, el desarrollo de agendas comerciales y las adecuaciones logísticas y promocionales necesarias.

1) Elaboración del reglamento de participación:

1.1) Se redacta un reglamento que establece normas de participación, procedimientos de acreditación y condiciones tanto para la oferta como para la demanda, según el tipo de rueda (pública, privada o mixta).

2) Divulgación y Promoción:

2.1) Se diseñan e implementan estrategias de comunicación y promoción mediante medios de comunicación locales, redes sociales y publicidad física.

2.2) Se asegura la participación de productores, organizaciones rurales y compradores mediante contactos directos y acciones de movilización territorial.

3) Preparación logística:

3.1) Se gestiona el espacio para la rueda y se realiza el montaje previo de mobiliario, puntos de registro, señalética, equipos audiovisuales y conectividad.

3.2) Se programan agendas comerciales, se preparan materiales POP y se asegura la logística operativa (alimentación, acreditaciones, seguridad, ambientación) con la debida anticipación.



4) Capacitación para productores:

4.1) Se realizan talleres prácticos sobre habilidades comerciales, negociación, calidad e inocuidad.

4.2) Se prepara a los productores en el uso de formatos de registro para oportunidades de negocio y acuerdos.

5) Gestión de financiamiento y recursos:

5.1) Se gestionan recursos financieros mediante patrocinios y cofinanciaciones, asegurando la cobertura de todos los componentes técnicos, logísticos y promocionales.



III. Fase 3: Ejecución de la rueda agroalimentaria

Esta fase se centra en la realización efectiva del evento, garantizando el registro de asistentes, la ejecución de citas comerciales, la consolidación de resultados en tiempo real y el cierre logístico. Se deberán realizar las siguientes acciones:

1) Montaje del evento:

1.1) Se verifica la ubicación de oferentes y compradores, la disposición logística y la adecuada acreditación en los puntos definidos.

2) Apertura:

2.1) Se realiza un acto protocolario de inauguración con autoridades y aliados estratégicos, dando inicio formal al evento.

3) Operación de la rueda de negocios:

3.1) Se facilitan los encuentros comerciales según las agendas preestablecidas, con tiempos de cita entre 8 y 10 minutos

3.2) Se permite realizar ajustes en tiempo real a la programación (reagendamientos o adiciones de citas).

3.3) Se registran resultados de cada encuentro en formatos de acuerdos comerciales y en una matriz de consolidación en Excel.

3.4) Se socializan resultados parciales durante la jornada.

4) Cierre de jornada:

4.1) Se consolidan los resultados y se presentan públicamente: número de participantes, citas realizadas, acuerdos suscritos y expectativa de negocios.

4.2) Se realiza el desmontaje logístico y la entrega de espacios utilizados.

IV. Fase 4: Evaluación de la rueda de negocios agroalimentaria

La última fase tiene como propósito consolidar resultados, evaluar el impacto económico y definir los pasos siguientes para fortalecer los acuerdos generados. Para finalizar la implementación del servicio, se realizarán las siguientes actividades:

1) Recopilación de datos:

1.1) Se consolida la información en matrices de seguimiento, incluyendo contactos, oportunidades, acuerdos y ventas.

1.2) Se define entre los actores territoriales cómo se realizará el seguimiento y reporte.

2) Informe de resultados:

2.1) Se elabora un informe financiero y de sostenibilidad que evalúa la relación costo-beneficio e impacto económico.

2.2) Se incluyen recomendaciones de mejora derivadas del análisis.

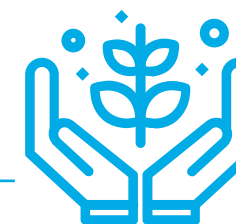
5) Reunión de evaluación diaria:

5.1) Se reúne el equipo organizador para revisar avances, resolver imprevistos y ajustar acciones para futuras jornadas.

3) Definición de próximos pasos:

3.1) Se decide la realización de futuras versiones de la rueda según los resultados obtenidos.

3.2) Se establece un plan de seguimiento para materializar los acuerdos comerciales, incluyendo estrategias de contacto telefónico, virtual o presencial entre compradores y oferentes.



2. ACTORES DE INTERÉS

2.1. Actores de interés Ruedas de Negocio Agroalimentarias

La organización de una Rueda de Negocio Agroalimentaria requiere la participación articulada de diversos actores públicos y privados, quienes aportan sus capacidades técnicas, comerciales, logísticas y de coordinación para garantizar el éxito del evento. Cada actor cumple un rol específico en la planeación, ejecución y seguimiento, contribuyendo a generar un entorno propicio para el desarrollo de acuerdos comerciales efectivos y sostenibles.



2.1.1. Facilitador de la Agencia de Desarrollo Rural – ADR



Lidera la convocatoria inicial de actores territoriales y sectoriales a las Mesas de Trabajo, orientando y acompañando la formulación del perfil del proyecto comercial y la estructuración del plan de trabajo de la rueda de negocio. Ejerce la Secretaría Técnica, coordina metodológicamente el proceso y brinda asesoría técnica a los comités de trabajo, garantizando el cumplimiento de los lineamientos establecidos por la metodología.

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

Asume el liderazgo operativo local. Convoca conjuntamente con la ADR a las reuniones, lidera el equipo de coordinación general y encabeza la formulación y presentación del perfil del proyecto comercial. También lidera la estructuración del plan de trabajo, asegurando que las acciones respondan a las prioridades y capacidades del territorio, y facilitando la articulación con los diferentes actores participantes.

2.1.3. Equipo de coordinación general del evento

Es el núcleo articulador del proceso. Elabora el perfil del proyecto comercial de la rueda de negocio, coordina la estructuración del plan de trabajo e integra a los coordinadores de cada comité. Lidera la construcción, discusión y aprobación del reglamento, apoya la organización técnica, logística y financiera y participa activamente en la toma de decisiones estratégicas, especialmente en lo relacionado con la participación de oferentes y compradores, la comercialización de espacios y el 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, aporta capacidades técnicas y logísticas, y puede integrar los comités operativos. Además, participa con voz y voto en la aprobación del perfil del proyecto y del plan de trabajo, asegurando una gestión coordinada e interinstitucional para el desarrollo de la rueda de negocio.

2.1.5. Coordinadores de comités

Dirigen la ejecución de las actividades asignadas a su respectivo comité (Mercadeo y Promoción, Logística y Protocolo, Capacitación, Finanzas o Monitoreo), de acuerdo con el plan de trabajo aprobado. También forman parte del equipo de coordinación general, garantizando la articulación entre frentes de trabajo y la toma de decisiones informadas.

2.1.6. Miembros de comités

Asumen las responsabilidades específicas asignadas en cada comité, informan sobre avances y dificultades a sus coordinadores y participan activamente en la planeación y ejecución de actividades. Su rol es clave para asegurar la operatividad de la rueda, desde la convocatoria y preparación de los productores hasta el seguimiento posterior de los acuerdos comerciales.





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

