**ANEXO FORMATO COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de los derechos del campesino y ordenamiento de la territorialidad |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 260101047 - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | Estructurar la oferta de productos y/o servicios de acuerdo con la unidad productiva, requerimientos del mercado y procedimientos técnicos.  Divulgar oferta de productos y/o servicios de acuerdo con características del mercado.  Suscribir acuerdos de venta acorde con procedimientos técnicos y política comercial.  Divulgar oferta de productos y/o servicios de acuerdo con características del mercado. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 3 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Estrategias de venta en mercados campesinos territoriales |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Este módulo se enfoca en estrategias de venta en mercados campesinos. Aborda la caracterización del mercado rural, el diseño de la oferta, estrategias de promoción, atención al cliente y satisfacción. Destaca la importancia del conocimiento del entorno, la comunicación efectiva y la innovación, todo con el fin de fortalecer la economía campesina. |
| PALABRAS CLAVE | Mercado campesino, oferta, promoción, atención, satisfacción. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 7 - EXPLOTACIÓN PRIMARIA Y EXTRACTIVA |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS**

**1. Caracterización del mercado territorial campesino**

1.1 ¿Qué es un mercado territorial campesino?

1.2 Perfil de los clientes rurales

1.3 Análisis del entorno local

**2. Diseño de la oferta de productos y servicios en el mercado campesino**

2.1 Planeación de la oferta

2.2 Valor agregado de nuestros productos

2.3 Diversificación de la oferta

**3. Estrategias de promoción y divulgación en el mercado campesino**

3.1 Herramientas sencillas de promoción

3.2 Eventos comunitarios y alianzas

3.3 Comunicación efectiva

**4. Elementos clave en la atención al cliente rural**

4.1 Conceptos básicos de atención al cliente

**5. Satisfacción del cliente y mejora continua en el mercado campesino**

1. **INTRODUCCIÓN**

En el mercado campesino, cada producto que nace de la tierra, cada servicio que se ofrece con dedicación lleva consigo una historia de esfuerzo y amor por el campo. Para fortalecer nuestro mercado, es necesario entender cómo funciona nuestro entorno, cómo organizar mejor lo que ofrecemos, cómo hacer llegar nuestros productos a más personas, cómo atender de manera cordial a nuestros compradores y cómo mejorar cada día a partir de sus opiniones.

Este componente formativo tiene como objetivo brindar herramientas prácticas, sencillas y aplicables para fortalecer las unidades productivas campesinas, estructurar correctamente la oferta de productos y servicios, promocionarlos adecuadamente, concretar acuerdos de venta y lograr una atención al cliente de calidad, todo esto respetando los procedimientos técnicos y la política comercial que nos rige.

A lo largo de este recorrido, se encontrarán ejemplos reales, recomendaciones claras y estrategias pensadas para la vida rural, buscando siempre impulsar el bienestar económico y social de las comunidades campesinas.

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS**

**1. Caracterización del mercado territorial campesino**

Antes de ofrecer cualquier producto o servicio, es fundamental conocer el mercado donde se va a participar. Este tema permitirá entender qué es un mercado territorial campesino, cómo identificar a nuestros clientes y cuáles son las características del entorno que pueden afectar o favorecer nuestras ventas. Comprender el mercado es el primer paso para estructurar una oferta que responda realmente a las necesidades de nuestra comunidad y asegurar el éxito de la unidad productiva.

**1.1 ¿Qué es un mercado territorial campesino?**

El *mercado territorial campesino* es mucho más que un espacio de intercambio de productos; constituye el corazón de la vida rural. En él, las familias campesinas ofrecen directamente el fruto de su trabajo a quienes valoran la frescura, el sabor y la tradición de los alimentos locales. Estos mercados no solo funcionan como puntos de venta, sino como verdaderos centros de encuentro comunitario, donde también se comparten conocimientos, costumbres y valores culturales.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/foto-gratis/vegetal-vista-frontal_15718656.htm#fromView=search&page=1&position=3&uuid=8a0dd8c0-b317-441f-80f9-1c693f51e70d&query=hortalizas> | En estos espacios es común encontrar productos que reflejan la riqueza de la tierra y el esfuerzo diario de quienes la trabajan:   * Verduras frescas como lechugas, zanahorias o cebollas, recogidas esa misma mañana del huerto. * Artesanías hechas a mano, como canastos, tejidos o utensilios de madera. * Productos transformados, como arequipe, bocadillos o quesos elaborados en las fincas de la región. |

Una de las características fundamentales de estos mercados es la eliminación de intermediarios. Esto permite que el dinero pagado por quien compra vaya directamente a quien cultiva o fabrica el producto, fortaleciendo así la economía local. Además, estos mercados permiten preservar saberes tradicionales que tienden a desaparecer con la industrialización, como la siembra de maíz criollo o la preparación de arepas en fogón de leña. Así, no solo se comercializa un alimento, sino que se transmite historia, cultura e identidad. A continuación se presentan las características esenciales de un mercado territorial campesino:

Por ejemplo, en un municipio pequeño, el mercado campesino puede organizarse una vez a la semana en la plaza principal. Allí, don José ofrece sus plátanos recién cortados, doña Marta vende miel pura de sus colmenas y la familia Ramírez muestra orgullosa sus tejidos de fique. Cada venta lleva consigo una historia, un saber, una tradición.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/retrato-persona-comiendo-sandia_206368697.htm#fromView=search&page=1&position=13&uuid=fcde6f7b-5bba-40f0-8094-9648ea073d81&query=mercados+campesinos+colombia> | Participar en un mercado territorial campesino no solo mejora los ingresos familiares, sino que también fortalece la identidad comunitaria. Es una forma de recordar que la verdadera riqueza está en valorar lo que se produce con esfuerzo, conocimiento y respeto por la tierra. |

**Características principales de los mercados campesinos**

Los *mercados campesinos* poseen una identidad especial que los distingue de cualquier otro tipo de mercado. Cada característica está vinculada al modo de vida rural y a la intención de acercar directamente los productos al consumidor, conservando la calidad, la tradición y el sentido de comunidad.

|  |  |
| --- | --- |
| Una de sus principales características es la frescura de los productos, que son siempre de temporada. Esto significa que los alimentos no han sido almacenados por días ni transportados largas distancias, sino que han sido cosechados pocas horas antes de su venta. Por ejemplo, una mazorca vendida en uno de estos mercados probablemente fue arrancada de la milpa esa misma mañana, manteniendo así su sabor y valor nutritivo. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/joven-agricultora-trabajando-campo-controlando-plantas_3937917.htm#fromView=search&page=3&position=24&uuid=daf78cda-a22d-475b-94b2-b9991a3ee9b4&query=mazorca+colombia> |

Además, cada productor ofrece una gran variedad de artículos, lo que enriquece la experiencia de compra:

* Derivados alimenticios como arequipe, queso artesanal, yogur casero y dulces típicos.
* Productos de cuidado personal como jabones naturales elaborados con plantas locales.
* Artesanías representativas de la tradición campesina, como sombreros, mochilas o tapetes.

A continuación se sintetizan las principales características en la siguiente tabla:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SLIDE** | | |
| Frescura y temporalidad | Los productos son cosechados poco antes de su venta, sin largos procesos de almacenamiento ni transporte. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/mujer-vendiendo-frutas-mercado-sonrisa-su-cara_318239687.htm#fromView=search&page=1&position=30&uuid=ff3acf61-a78c-456b-8b89-603b0cd6636c&query=++mercados+Colombia> |
| Diversidad de productos | Incluyen alimentos frescos, transformados, artículos de higiene y artesanías tradicionales. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/mercado-frutas_131207694.htm#fromView=search&page=1&position=22&uuid=11681480-0158-40f8-b48d-5471b76bc952&query=++mercados+productos+variados+Colombia> |
| Relación directa y de confianza | El comprador puede conversar con el productor sobre métodos de cultivo, elaboración y calidad de los productos. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/dos-mujeres-sentadas-hablando-mercado-agricultores-puestos-productos-frescos-ar-32-v-61-id-trabajo-5234cce0e219432abf418d04a92c7660_292580237.htm#fromView=search&page=7&position=13&uuid=a869a9dc-48c4-4e63-b58d-603c438248f6&query=++mercados+campesinos+Colombia> |
| Precios justos | Al no haber intermediarios, el productor recibe una mejor retribución y el consumidor paga un precio razonable. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/seccion-media-mujer-venta-puesto-mercado_99686739.htm#fromView=search&page=2&position=17&uuid=b2e68da3-3efa-48fb-98b2-a392df558db0&query=++mercados+campesinos+Colombia+pago> |
| Espacios vivos de cultura | Se integran expresiones culturales como música, gastronomía y festividades locales que fortalecen la identidad. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/grupo-amigos-varones-que-divierten-pasan-tiempo-juntos_154037106.htm#fromView=search&page=6&position=15&uuid=85315a7c-1924-4424-91a6-d7806399ed28&query=++mercados+campesinos++Colombia> |

Por ejemplo, en un mercado campesino es habitual escuchar preguntas como: “¿Qué abono utilizó?”, “¿Esta miel es pura?”, “¿Hace cuánto cosechó esto?”. Y quien vende responde con honestidad, fortaleciendo un vínculo de credibilidad que fideliza al cliente.

Además, más allá de ser espacios de comercio, estos mercados se convierten en escenarios de expresión comunitaria: es común encontrar música tradicional, platos típicos, muestras artísticas o celebraciones patronales. Así, asistir al mercado se transforma en una experiencia integral de participación cultural y social.

**1.2 Perfil de los clientes rurales**

Conocer bien a quienes compran en el *mercado campesino* es como sembrar en tierra fértil: asegura que los esfuerzos realizados rindan frutos. Comprender qué buscan, qué valoran y cómo se comportan las personas que visitan el mercado permite organizar mejor la oferta, mejorar los servicios y garantizar que cada jornada sea exitosa.

|  |  |
| --- | --- |
| Cuando el productor entiende a su comunidad, puede tomar decisiones más acertadas sobre qué cultivar, en qué cantidades y cómo presentar sus productos. Por ejemplo, si se identifica una alta demanda de alimentos orgánicos, es conveniente enfocarse en una producción libre de químicos y resaltarlo al momento de la venta. Asimismo, si se sabe que la población mayor valora productos tradicionales como la panela o el bocadillo, estos deben destacarse en la oferta. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/persona-que-trabaja-cosecha-cafe_403401472.htm#fromView=search&page=5&position=20&uuid=dd3f21e7-ab12-4735-ad6e-b51db0306bf5&query=campesinos+Colombia> |

Los siguientes aspectos resultan clave al momento de conocer el perfil del cliente rural:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tarjetas** | | |
| Preferencias de consumo | Determinar si se buscan productos frescos, transformados, artesanías o servicios rurales. | <https://www.freepik.es/icono/maracas_2737370> |
| Capacidad de compra | Adaptar los precios y presentaciones (como paquetes pequeños) según el poder adquisitivo local. | <https://www.freepik.es/icono/manzana_3514350#fromView=search&page=1&position=29&uuid=5b0a3216-f6be-4bd0-9e8a-9c1c5f6aa711> |
| Horarios y días de afluencia | Organizar la logística de producción y transporte según el flujo de personas. | <https://www.freepik.es/icono/camion_5543799> |
| Costumbres locales | Alinear la oferta con festividades y tradiciones, como platos típicos o decoraciones artesanales. | <https://www.freepik.es/icono/anfora_6253178#fromView=search&page=4&position=45&uuid=377f3a8f-37cc-4787-93d2-33582986aa47> |

Un ejemplo práctico es el de don Martín, productor de hortalizas, quien observó que muchas madres asistían al mercado con sus hijos pequeños. Al notar que preferían productos listos para cocinar, comenzó a ofrecer "paquetes de sopa" que incluían zanahoria, papa, cebolla y cilantro fresco. Esta estrategia sencilla le permitió aumentar sus ventas sin necesidad de ampliar la producción.

|  |  |
| --- | --- |
| Conocer a la comunidad no es difícil, pero requiere atención y diálogo constante. Escuchar a quienes compran, formular preguntas simples como “¿Qué le gustaría encontrar la próxima vez?” o “¿Cómo le parece el precio de hoy?”, y observar con atención el comportamiento de los clientes son acciones que ayudan a ajustar la oferta de manera natural. De esta manera, el *mercado campesino* se transforma en un espacio de encuentro y entendimiento, donde productor y comprador construyen una relación duradera y mutuamente beneficiosa. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/vendedor-mercado-agricultores-que-da-caja-productos-organicos-temporada-clientes_143378736.htm#fromView=search&page=3&position=14&uuid=136b1cb6-ed3e-4ce5-be6f-3b17f177662e&query=mercados+campesinos+compradores+Colombia> |

**¿Quiénes son nuestros principales compradores?**

Identificar a los principales compradores del *mercado campesino* es esencial para lograr una oferta atractiva y efectiva. No todos los clientes buscan lo mismo ni compran de la misma forma; por eso, comprender sus perfiles ayuda a ofrecer productos que respondan a sus necesidades, presentados de forma adecuada.

En los mercados rurales suelen destacarse los siguientes tipos de compradores:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| Familias locales | Buscan alimentos frescos, variados y a buen precio para el consumo diario. Valoran productos como verduras, frutas, huevos, lácteos, granos y tubérculos. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/artesana-vendiendo-sus-productos-mercado_286395739.htm#fromView=search&page=1&position=11&uuid=f9d90038-a8f1-4fbe-84d8-ceb33091f89f&query=mercados+campesinos+lacteos+Colombia> |
| Pequeños comerciantes | Compran al por mayor para revender en tiendas o mercados más pequeños. Buscan volumen y precios competitivos. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/retrato-mujer-pie-junto-frutas-venta-puesto-mercado_119417137.htm#fromView=search&page=2&position=23&uuid=f9d90038-a8f1-4fbe-84d8-ceb33091f89f&query=mercados+campesinos+lacteos+Colombia> |
| Instituciones educativas o sociales | Adquieren productos frescos para programas alimentarios (escuelas, comedores, centros sociales). Requieren calidad, cumplimiento y regularidad. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/grupo-ninos-sentados-mesa-comida_244519072.htm#fromView=search&page=1&position=18&uuid=d6bbf3b1-fb1f-4d3a-84c8-0962526863fd&query=programa+alimentos+colegios+Colombia> |
| Turistas rurales | Interesados en productos típicos, artesanías o alimentos naturales como panela, miel y frutas autóctonas. Valoran la autenticidad y están dispuestos a pagar más. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/apicultor-trabajando-granja-abejas_186555917.htm#fromView=search&page=6&position=14&uuid=f5da218b-9165-4c7d-bdda-29502895d9b9&query=miel+Colombia> |

Cada tipo de cliente tiene necesidades específicas. Por Ejemplo.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/vendedor-muestra-frutas-verduras-maduras_345213992.htm#fromView=search&page=3&position=10&uuid=09008a66-3c4f-4dde-aa1a-b2ca06da4078&query=frutas+venta+campesinos+colombia> | * Las **familias** valoran la frescura y el precio justo. * Los **comerciantes** priorizan el volumen y el ahorro. * Las **instituciones** exigen calidad constante y puntualidad en la entrega. * Los **turistas** buscan productos únicos y experiencias auténticas de compra directa al productor. |

Un caso concreto es el de don Arturo, productor de hortalizas en un municipio con mercado dominical. Él preparó paquetes especiales con verduras para ensaladas, pensando en las familias, y ofreció descuentos por volumen, atrayendo a pequeños comerciantes. Esta estrategia, basada en entender los perfiles de sus clientes, le permitió aumentar significativamente sus ventas.

|  |  |
| --- | --- |
| Además, conocer a los compradores ayuda a organizar mejor el punto de venta:   * Ofrecer muestras gratuitas para que el cliente pruebe el producto. * Crear promociones o *combos* adaptados a cada perfil de cliente. * Presentar información clara sobre precios, pesos y origen de los productos para generar confianza. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/dos-hombres-bebiendo-vino-casero-mujeres-tomando-fotos_143377067.htm#fromView=search&page=2&position=3&uuid=09008a66-3c4f-4dde-aa1a-b2ca06da4078&query=frutas+venta+campesinos+colombia> |

En el *mercado campesino*, cada cliente puede convertirse en un aliado. Si queda satisfecho, no solo regresará, sino que también recomendará el mercado a otras personas, ampliando así su alcance e impacto en la comunidad.

**¿Qué necesidades tienen las familias rurales?**

Cada familia rural tiene particularidades, pero existen necesidades comunes que permiten entender mejor qué buscan al acercarse al mercado campesino. Conocer estas necesidades facilitas preparar una oferta ajustada y garantiza que cada cliente encuentre lo que necesita.

|  |  |
| --- | --- |
| **Acordeón** | |
| Alimentos frescos y de buena calidad | Prefieren productos naturales, sin procesos industriales. Buscan verduras recién cosechadas, frutas maduras, huevos del día, carnes naturales y productos artesanales como miel o queso fresco. Ejemplo. Doña Mercedes, de la vereda El Jardín, prefiere zanahorias con tierra por su frescura. |
| Precios accesibles | Valoran precios justos que reflejen el esfuerzo del productor sin ser elevados. A menudo encuentran mejores precios que en supermercados urbanos. |
| Presentación práctica | Aprecian productos organizados en bolsas, por peso o en *combos*, lo cual facilita la compra y ahorra tiempo. Ejemplo. Don Miguel prepara "paquetes de sancochos" con papa, yuca, plátano y mazorca en una sola bolsa lista para cocinar. |
| Disponibilidad regular | Esperan encontrar cada semana los productos que necesitan. La constancia del vendedor genera confianza. |
| Atención amable y personalizada | El trato cercano, cordial y respetuoso es valorado. Una recomendación o una pequeña rebaja pueden fidelizar al cliente. |
| Fiestas patronales | Se incrementa la demanda de ingredientes tradicionales y platos típicos. Ejemplo. Mayor venta de maíz, plátano, carne de cerdo y dulces artesanales. |
| Temporada escolar | Las familias buscan opciones nutritivas y prácticas para los niños. Ejemplo. Aumenta la demanda de frutas fáciles de llevar en las loncheras escolares. |

Cumplir con estas expectativas convierte a cada cliente en un posible promotor del mercado, fortaleciendo su presencia y valor en la comunidad.

**1.3 Análisis del entorno local**

En el campo, el éxito de un *mercado campesino* no depende únicamente de la calidad de los productos ni del esfuerzo de quien los produce. También intervienen factores del entorno que pueden facilitar o dificultar las ventas. Entender estos elementos es como conocer el clima antes de sembrar: permite anticiparse y tomar mejores decisiones. A continuación, se presenta un pódcast que analiza los principales factores que influyen en la dinámica de los mercados campesinos:

|  |
| --- |
| PODCAST 1 |

**Ejemplo concreto**. En la vereda La Esperanza, durante la construcción de una carretera, el acceso al mercado estuvo restringido por seis meses. Para no perder a sus clientes, los campesinos organizaron entregas a domicilio en motos y bicicletas cada domingo. Esta solución creativa les permitió mantener las ventas hasta que se normalizó el acceso.

**Competencia y aliados en la comunidad**

En un *mercado campesino*, no se trabaja en solitario. Existen otros productores, comerciantes, asociaciones e instituciones que pueden representar competencia o, mejor aún, convertirse en aliados. Identificar a cada uno y comprender su rol en el mercado es fundamental para fortalecer nuestra participación y construir estrategias de cooperación.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pestañas** | | |
| **Competencia** | Son quienes ofrecen productos o servicios similares. En vez de verlos como amenaza, pueden motivarnos a mejorar.  **Ejemplos**:  - Otro productor que también vende tomates y cilantro.  - Una familia que elabora bocadillos de guayaba igual que uno mismo.  - Una tienda local que vende frutas traídas de otra región.  **Estrategias útiles**:  - Observar qué productos venden para buscar diferenciación.  - Aprender de sus formas de presentación.  - Ajustar precios de forma competitiva sin afectar la rentabilidad. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/escena-colorida-mercado-bullicioso-mercado-al-aire-libre-lleno-frutas-vibrantes-verduras-especias_312895068.htm#fromView=search&page=2&position=27&uuid=09008a66-3c4f-4dde-aa1a-b2ca06da4078&query=mercado+campesinos+colombia> |
| **Aliados** | Personas o instituciones que ayudan a fortalecer el emprendimiento.  **Ejemplos**:  - *Productores complementarios*: unir ofertas para armar *combos*, como el caso del “combo para sancocho” entre quien vende papas y quien vende zanahorias.  - *Asociaciones campesinas*: permiten mejorar la negociación, acceder a ferias y capacitaciones.  - *Instituciones locales*: alcaldías, juntas de acción comunal, iglesias o fundaciones que promueven el consumo local. –  *Clientes fieles*: pueden recomendar el puesto a otros vecinos.  **Ejemplo exitoso**: En San Antonio, varios productores se unieron bajo una sola carpa en la feria dominical. Ofrecieron más variedad, redujeron costos de transporte y fortalecieron su imagen comunitaria. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/ancianos-navegan-vibrantes-puestos-eligiendo-productos-frescos-charlando-vendedores-locales_348085710.htm#fromView=search&page=22&position=41&uuid=04a88966-f757-4058-bfcc-864589d530cb&query=+mercado+campesinos+colombia> |

Claves para construir buenas alianzas:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/interior-diseno-moderno-apartamento-mesa-lujo-sala-estar-sofa-silla-arquitectura-comodo_293505840.htm#fromView=search&page=8&position=47&uuid=b73ee56e-01fb-45e7-ae20-2aa58a5a6c9c&query=+mercado+campesinos+asociaciones+colombia> | * Mantener una comunicación abierta y respetuosa. * Cumplir acuerdos con honestidad. * Buscar beneficios compartidos, no solo individuales. |

Además, conocer bien a los actores del mercado permite planificar con inteligencia. Por ejemplo, si varios vendedores ofrecen panela, se puede optar por **diferenciarse**: panela orgánica, saborizada con jengibre o empaques pequeños ideales para turistas. Una comunidad campesina fuerte no compite para dividir, sino para mejorar. Reconocer y gestionar bien tanto la competencia como las alianzas es sembrar en terreno fértil para un crecimiento colectivo.

**Cómo aprovechar las ferias y mercados locales**

Las *ferias y mercados locales* representan verdaderas ventanas de oportunidad para el productor campesino. No se trata simplemente de asistir para vender, sino de participar de forma activa, preparada y estratégica. Esto puede marcar una gran diferencia en las ventas, en la visibilidad del emprendimiento y en el fortalecimiento de los lazos con la comunidad.

|  |  |
| --- | --- |
| **Acordeón** | |
| **Planificar la participación** | No basta con presentarse el día de la feria. Se debe preparar con anticipación lo que se llevará, asegurando variedad, frescura y buena presentación.  **Ejemplo.** Don Ramiro, productor de miel, aprovecha las ferias agrícolas preparando frascos pequeños, medianos y grandes. Así, quienes quieren solo probar, y quienes desean abastecerse, tienen opciones. |
| **Presentación del producto** | Un producto bien presentado se vende mejor. En un mercado donde muchos venden tomates, ¿qué hace que los suyos destaquen? Tal vez un empaque bonito, una caja limpia, o un cartel que indique que son tomates criados sin químicos.  **Sugerencias útiles**: - Limpiar y clasificar bien los productos. - Usar manteles coloridos y rústicos. - Tener precios visibles y claros. |
| **Atención al cliente** | La feria es también una oportunidad para construir confianza con los compradores. Un saludo cálido, una breve explicación sobre cómo se produce el alimento o una muestra gratis pueden marcar la diferencia.  **Ejemplo.** En la feria de San José, doña Elvia ofrece pequeñas degustaciones de su queso campesino a quien pasa frente a su mesa, lo que impulsa las ventas. |
| **Ofertas especiales y promociones** | Pequeñas estrategias de venta pueden incrementar notablemente el interés del público.  **Ejemplos**: - Ofrecer descuentos por compras en cantidad ("Lleve dos canastas de fresas y pague una rebaja especial"). - Hacer *combos* ("Combo para ensalada: lechuga + tomate + cebolla a precio reducido"). - Armar kits de regalo en fechas especiales como Día de la Madre o fiestas patronales. |
| **Aprovechar el flujo de personas** | No todas las personas compran en el momento, pero muchas se interesan en el producto. Es importante dejarles una forma de contacto.  **Sugerencias**: - Entregar tarjetas sencillas hechas a mano con el nombre del productor, los productos que ofrece y un número de contacto. - Anotar a clientes interesados para futuras entregas a domicilio o pedidos especiales. |
| **Observar y aprender** | Cada feria enseña algo nuevo. Observar qué productos se venden más, qué tipo de compradores asisten y cómo organizan sus puestos otros vendedores permite mejorar constantemente. Esto también ayuda a anticipar tendencias de consumo y adaptarse a las preferencias del público. |
| **Mostrar identidad y origen** | Contar la historia del producto y del productor genera una conexión especial con los compradores.  **Ejemplo.** La familia Gómez, de la vereda La Ilusión, participó en la feria municipal llevando arepas de maíz pelao y una cartelera donde narraban la historia de su finca y cómo elaboraban sus productos de forma tradicional. Esto atrajo a muchos visitantes que luego quisieron conocerlos directamente. |

En conclusión, las ferias y mercados locales no son solo lugares para hacer transacciones económicas. También son espacios clave para:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/foto-gratis/primer-plano-comestibles-cesta-bicicleta_22812957.htm#fromView=search&page=7&position=22&uuid=328f93f8-0d7c-4e20-9ae6-fd3a85f2ad90&query=+mercado+campesinos+clientes+colombia> | * Conectar con nuevos clientes. * Posicionar productos en la mente del consumidor. * Aprender sobre el comportamiento del mercado y las tendencias. * Reforzar el orgullo por la identidad campesina. |

Aprovechar estos espacios con preparación y conciencia es sembrar relaciones duraderas, confianza y mejores ingresos para el futuro.

**1.4 Circuitos alimentarios de proximidad, mercados territoriales y abastecimiento**

Estos tres conceptos son fundamentales para fortalecer los sistemas alimentarios locales, promover la economía campesina y garantizar el acceso a alimentos sanos, frescos y culturalmente apropiados. A continuación se presentan sus características principales:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Circuitos alimentarios de proximidad** | Son formas de comercialización donde los alimentos llegan directamente del productor al consumidor, con pocos o ningún intermediario. Se basan en la cercanía geográfica, la confianza mutua y la venta directa.  **Ventajas**: precios justos, productos frescos, menor huella ambiental, mayor trazabilidad.  **Ejemplo.** En la vereda El Encuentro, un grupo de mujeres creó un sistema de entrega de canastas campesinas cada sábado, duplicando sus ingresos al eliminar intermediarios. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-frontal-manos-sosteniendo-cesta-verduras_5969411.htm#fromView=search&page=3&position=49&uuid=933d41cb-ea94-4576-943b-5d0eb6c0b9dd&query=+canastas+campesinas+colombia> |
| **Mercados territoriales** | Son espacios que integran economía, cultura y tejido social. Van más allá de la transacción comercial y promueven relaciones solidarias, identidad cultural y desarrollo endógeno del territorio.  **Características**: soberanía alimentaria, diversidad cultural, pedagogía comunitaria, reconocimiento del trabajo campesino.  **Ejemplo.** En San Andrés, el mercado territorial incluye venta de productos, talleres de cocina tradicional, música campesina y exposiciones artesanales. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/gente-disfrutando-barbacoa-mexicana_94956554.htm#fromView=search&page=3&position=17&uuid=eb537d54-907f-4cae-aee6-66afc8d67df5&query=comida+campesinas+colombia> |
| **Abastecimiento local** | Estrategia para garantizar el acceso estable y digno a alimentos frescos en la comunidad. Implica coordinación entre la producción campesina y las necesidades locales mediante planificación participativa.  **Formas de implementación**: compras públicas, redes comunitarias de distribución, sistemas de canastas campesinas.  **Ejemplo.** En Pasto, el programa “Compra Local” abastece comedores escolares directamente desde productores rurales, promoviendo economía solidaria. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/clase-cafeteria-delicioso-comienzo-ano-escolar_293077381.htm#fromView=search&page=3&position=45&uuid=42e02a59-736a-4f4e-89f0-77e0b5aac5e0&query=comedor+escolarcolombia> |

**2. Diseño de la oferta de productos y servicios en el mercado campesino**

Contar con una oferta bien pensada es clave para que el trabajo campesino sea rentable. En este tema se aprenderá a planear, diversificar y agregar valor a los productos y servicios, todo de acuerdo con los requerimientos del mercado y los procedimientos técnicos establecidos. Así, se podrán aprovechar mejor los recursos de la unidad productiva y satisfacer la demanda de manera eficiente y atractiva para el cliente.

**2.1 Planeación de la oferta**

Organizar de forma adecuada la oferta de productos y servicios en el *mercado campesino* es tan importante como cultivarlos o elaborarlos. No se trata de producir al azar, sino de seleccionar de manera inteligente qué ofrecer, basándose en las necesidades reales de la comunidad y en las oportunidades del mercado.

**¿Cómo saber qué productos son los adecuados?**  
El primer paso es observar la demanda: ¿qué compran con mayor frecuencia las familias, comerciantes o instituciones locales? Esta información se puede obtener prestando atención durante las ferias, conversando directamente con los clientes o intercambiando experiencias con otros productores.

A continuación, se presentan los criterios clave para seleccionar productos:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Frecuencia de consumo** | Priorizar productos que las familias compran con regularidad.  *Ejemplo.* papa, plátano, cebolla y arroz son alimentos básicos en la dieta rural. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/granjero-patatas-organicas_10757028.htm#fromView=search&page=1&position=5&uuid=149aa5c0-6045-4de1-a5d6-d9a84dd1f68c&query=papa+cultivo> |
| **Temporada y estacionalidad** | Aprovechar productos que se dan en ciertas épocas del año.  *Ejemplo.* En época de lluvias, conviene sembrar frijol en regiones donde su producción aumenta en ese periodo. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/mandarinas-rama_1473908.htm#fromView=search&page=1&position=3&uuid=e5a860be-c5be-49ae-85cf-84d56e4f3a34&query=cultivo+mandarina> |
| **Preferencias culturales y gastronómicas** | Adaptarse a los gustos locales.  *Ejemplo.* En unas zonas prefieren el maíz amarillo, en otras el blanco; algunas comunidades valoran más las hierbas aromáticas. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/tazas-te-manzanilla-planas_11512799.htm#fromView=search&page=1&position=18&uuid=e15af083-d658-450d-bf77-aa6faf325686&query=cultivo+manzanilla> |
| **Tendencias nuevas** | Observar cambios en el consumo, como el interés en productos saludables.  *Ejemplo.* En algunas regiones ha crecido la demanda por quinua, miel pura o cacao artesanal. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/apicultor-trabajando-granja-abejas_186555908.htm#fromView=search&page=1&position=8&uuid=be0078d5-c456-4b43-a092-f5e927b0ce6e&query=miel+venta+colombia> |
| **Rentabilidad y facilidad de producción** | Equilibrar demanda con condiciones reales de la finca.  *Ejemplo.* Don Esteban dejó de sembrar zanahoria (suelo poco apto) y amplió cultivos de lechuga y acelga, más rentables. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/close-up-hermosa-ensalada-cultivada-jardin_5969241.htm#fromView=search&page=1&position=8&uuid=7f99a0d2-b8dd-48b0-8d95-a593115b616a&query=lechuga++cultivo> |

Además de productos alimenticios, también es importante considerar **la oferta de servicios rurales** que respondan a otras necesidades de la comunidad:

**Herramientas para planificar mejor la oferta**

Una estrategia práctica es llevar una pequeña libreta de observaciones, registrando después de cada feria:

Este ejercicio, sencillo pero efectivo, permite afinar la producción, evitar pérdidas y concentrar los esfuerzos en lo que realmente tiene demanda.

**Ejemplo práctico**  
En la Asociación Nueva Vida, los productores aplicaron una encuesta sencilla entre los clientes. Descubrieron una alta demanda de hierbas medicinales como menta, ruda y toronjil. Algunos productores comenzaron a cultivarlas, ampliando la oferta y generando mayores ingresos.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/conjunto-hierbas-homeopaticas-frescas-secas-plantas-medicina-herbaria_20615952.htm#fromView=search&page=2&position=16&uuid=05077b03-0d48-4036-9d8d-abde337f7116&query=hierba+medicinal> | La planeación de la oferta basada en la demanda es una siembra que no solo ocurre en la tierra, sino también en el corazón de quienes consumen. Así se asegura una producción con salida estable, mayor satisfacción del cliente y mejores ingresos para el productor. |

**Organización de servicios adicionales**

En el *mercado campesino*, no solo se comercializan productos físicos. También pueden ofrecerse servicios complementarios que agregan valor, fortalecen la relación con los clientes y diferencian al productor como alguien que responde a necesidades reales de su comunidad.

|  |  |
| --- | --- |
| **Acordeón** | |
| **Entregas a domicilio** | Muy valoradas por familias con personas mayores o niños pequeños. Permiten fidelizar clientes mediante la comodidad.  **Ejemplo.** Don Manuel ofrece entregas gratuitas dentro del casco urbano por compras superiores a cierto monto. |
| **Pedidos anticipados** | Clientes que no desean hacer filas o perder tiempo pueden encargar su compra por adelantado. Esto facilita la organización y garantiza ventas.  **Ejemplo.** Se pueden usar listas, cuadernos o mensajes por celular para organizar pedidos. |
| **Arreglo y empaque especial** | Mejorar la presentación de los productos o crear *combos* listos para usar aumenta las ventas.  **Ejemplo.** Doña Flor arma paquetes de ensalada con lechugas, tomates, zanahorias ralladas y cilantro, todo listo para preparar. |
| **Capacitación o asesoría básica** | Talleres breves sobre plantas medicinales, elaboración de conservas o siembra casera generan prestigio y pueden representar una fuente adicional de ingresos. |
| **Eventos especiales** | Cuando varios productores se organizan, pueden crear ferias temáticas, jornadas de trueque o celebraciones comunitarias que dinamizan el mercado.  **Ejemplo.** “Feria de frutas de temporada” para atraer más compradores. |

Los elementos clave para organizar servicios exitosamente son:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/greengrocer-que-vende-productos-agricolas-frescos-organicos-mercado-granjero_2844742.htm#fromView=search&page=2&position=48&uuid=b9ada7d9-2e98-46b9-93fe-1a8cef2a7b49&query=mercado+campesino+precios> | * **Definir con claridad lo que se ofrece**: especificar condiciones, precios (si los hay), horarios y zonas de cobertura. *Ejemplo.* “Entregas a domicilio solo los sábados en la mañana dentro del corregimiento.” * **Prepararse adecuadamente**: si se promete un servicio, debe cumplirse con calidad y puntualidad. La confianza se construye con responsabilidad. * **Coordinar recursos humanos y logísticos**: puede requerirse apoyo de familiares, vecinos o aliados para responder con eficacia. |

**Ejemplo destacado**  
La *Cooperativa Semillas del Futuro* no solo vende hortalizas. Algunos de sus miembros también ofrecen la instalación de huertas caseras. Esto les permite vender plántulas y semillas, y además cobrar por el servicio de siembra, generando ingresos dobles y promoviendo la alimentación sana.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/estudiantes-involucrados-proyecto-agricultura-sostenible_254318241.htm#fromView=search&page=3&position=12&uuid=b4438718-2f5b-49fd-a457-22b99986299a&query=huertas+caseras+colombia> | Ofrecer servicios adicionales no representa una carga, sino una **oportunidad para ampliar el impacto del mercado campesino**, demostrar compromiso y construir relaciones duraderas con la comunidad, basadas en la atención a necesidades concretas. |

**Programación de producción y entrega**

En el *mercado campesino*, la improvisación puede resultar costosa. Para satisfacer a los clientes y evitar pérdidas, es fundamental planificar tanto la producción como las entregas. Esta programación permite garantizar disponibilidad, calidad y continuidad en la oferta, adaptándose a la demanda real del mercado.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Conocer los ciclos de cultivo o producción** | Cada producto tiene su tiempo natural de crecimiento.  **Ejemplo.** La lechuga puede estar lista en 60 días, mientras que el maíz necesita entre 90 y 120 días. Esto permite sembrar con antelación para tener productos listos en temporada alta. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/palmera-platanos-verdes_9046433.htm#fromView=search&page=1&position=7&uuid=e8255242-cb48-4b8d-8b6c-21d8ee66b2e9&query=cosecha+platano+colombia> |
| **Planificación escalonada** | Sembrar en pequeños lotes y en distintos momentos para asegurar producción continua.  **Ejemplo.** Sembrar una parcela de cilantro cada quince días garantiza disponibilidad semanal y evita pérdidas por excedentes no vendidos. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/vista-trasera-mujer-mirando-granjero-trabajando-toro-campo_118950219.htm#fromView=search&page=7&position=25&uuid=77c4f6c0-19a5-41e1-a5db-7231445576ca&query=planificaci%C3%B3n+de+siembra+colombia> |
| **Ajuste según demanda estacional** | Adaptar la producción a las épocas del año.  **Ejemplo.** En Semana Santa aumenta la demanda de pescado y hierbas; en diciembre, la de frutas y dulces típicos. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/pasta-guayaba-dulce-tipico-elaborado-guayaba-tambien-conocido-como-goiabada_20618579.htm#fromView=search&page=1&position=38&uuid=d09dd88b-a6f8-42f8-91a9-2ea9935f96a0&query=+bocadillo+de+guayaba> |
| **Coordinación con ferias y eventos** | Planificar la producción con base en el calendario de ferias.  **Ejemplo.** Si se aproxima una feria importante, sembrar productos que estén listos justo para esa fecha. | <https://www.freepik.es/psd-gratis/diseno-plano-plantilla-20-julio-diseno_44588787.htm#fromView=search&page=3&position=1&uuid=3114ba68-bdce-43c7-86d1-d5505af6b502&query=calendario+carnavales+en+colombia> |

**¿Qué implica programar las entregas?**

Además de producir con orden, es necesario asegurar que los productos lleguen al mercado en condiciones óptimas. Para ello se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

**Ejemplo de éxito en programación**  
La señora Rosalía, productora de hortalizas, solía llevar al mercado sin saber cuánto vendería, generando muchas pérdidas. Luego, programó siembras semanales de lechuga y rábano, e implementó pedidos telefónicos. Solo cosechaba lo que ya tenía encargado o sabía que vendería, reduciendo pérdidas casi a cero.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/vision-mujer-que-trabaja-sector-agricola-celebrar-dia-trabajo-mujeres_138704153.htm#fromView=search&page=3&position=38&uuid=89bedf16-ccad-4231-8d59-34c2fe5461a3&query=cosechas+colombia> | Beneficios de la programación:   * Se optimizan los recursos de la finca o parcela. * Se garantiza disponibilidad constante de productos frescos. * Se fortalecen relaciones con los clientes gracias a la puntualidad y calidad. |

En el mundo campesino, como en la naturaleza, todo lo que se siembra con orden florece con más fuerza. Programar la producción y la entrega no solo mejora las ventas, sino que también **siembra confianza** en quienes compran y fortalecen el vínculo con el productor.

**2.2 Valor agregado de nuestros productos**

En el *mercado campesino*, el **valor agregado** se refiere a todo aquello que puede mejorar un producto sin cambiar su esencia, haciéndolo más atractivo, útil o valioso para quien lo compra. Esto permite vender mejor y, en muchos casos, a un mejor precio.

**¿Por qué es importante agregar valor a nuestros productos?**

* **Diferencia** frente a productos similares.
* **Genera mayores ingresos**, al poder venderse a un precio superior.
* **Abre nuevos mercados**, especialmente con productos listos para el consumo o con presentaciones llamativas.

A continuación, se presentan algunas estrategias sencillas que ayudan a agregar valor a lo que se produce.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Mejorando la presentación** | Un empaque limpio y llamativo atrae más compradores.  **Ejemplo.** Don Guillermo empaca su café molido en bolsitas de tela artesanal, lo que llama la atención de turistas y compradores interesados en productos locales. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/tres-bolsas-embalaje-cafe-bolsas-papel-cafe-sacos-llenos-granos-cafe_31128386.htm#fromView=search&page=3&position=11&uuid=47bd0f84-e5bc-43ec-aa95-4856f40274f9&query=cafe+colombiano+empacado+artesanal> |
| **Transformando la materia prima** | Convertir un producto básico en uno procesado.  **Ejemplo.** Doña Teresa transforma guayabas en bocadillos caseros listos para consumir. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/cocadas-peruanas-postre-coco-tradicional-sobre-fondo-madera_11448365.htm#fromView=search&page=1&position=16&uuid=48112d73-7c61-4d48-89d5-401401910a1d&query=cocada> |
| **Ofreciendo productos listos para el consumo** | Facilitarle la vida al cliente con productos cortados, lavados o combinados.  **Ejemplo.** Bolsas de ensalada listas para servir, frutas peladas y combos de verduras para sancocho. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/verduras-congeladas-bolsas-plastico-aisladas-blanco_138146211.htm#fromView=search&page=2&position=17&uuid=83d0ea50-32a9-4a99-be60-55e46a8a43c6&query=verduras+picadas+en+bolsa> |
| **Destacando características especiales** | Informar si el producto es orgánico, tradicional o sin químicos.  **Ejemplo.** Don Luis coloca un letrero: "Plátanos orgánicos, criados sin venenos", generando más confianza. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/manos-mujer-mostrando-tres-huevos_1735364.htm#fromView=search&page=2&position=19&uuid=5a01a1b8-65a4-4292-a9af-085da0a45603&query=productos+organicos> |
| **Contando la historia del producto** | Compartir el origen y proceso del producto, creando conexión emocional.  **Ejemplo.** “Esta miel proviene de nuestras abejas criadas en el bosque de la vereda La Montaña, donde no se usan pesticidas.” | <https://www.freepik.es/fotos-premium/seccion-media-hombre-vertiendo-miel_116926165.htm#fromView=search&page=1&position=6&uuid=728b269d-e0e9-4d85-b1d2-d4b47b38b655&query=miel+proceso> |

El **valor agregado también puede ser emocional**. Cuando el cliente percibe que al comprar está apoyando a una familia campesina, preservando una tradición o protegiendo el ambiente, el producto adquiere más valor ante sus ojos.

**Ejemplo inspirador.** La *Asociación Raíces de Mi Tierra* comenzó vendiendo hierbas frescas, pero al deshidratarlas y empacarlas en frascos pequeños, lograron venderlas en tiendas naturales de la ciudad a un precio tres veces mayor. El cultivo no cambió, pero sí lo hizo el formato y la presentación.

|  |  |
| --- | --- |
| El valor agregado es como un fertilizante especial: no se trata de producir más cantidad, sino de **ofrecer mejor calidad, presentación y conexión**. Es una forma de hacer que el trabajo de siempre rinda más frutos y genere mayores oportunidades. | [**https://www.freepik.es/fotos-premium/conjunto-varias-especias-sobre-fondo-blanco\_28466396.htm#fromView=search&page=2&position=44&uuid=0eb66b2b-e504-4bf0-8b94-66f65fa86489&query=especias+molido+bolsa**](https://www.freepik.es/fotos-premium/conjunto-varias-especias-sobre-fondo-blanco_28466396.htm#fromView=search&page=2&position=44&uuid=0eb66b2b-e504-4bf0-8b94-66f65fa86489&query=especias+molido+bolsa) |

**Cómo embellecer la presentación de nuestros productos**

La presentación de un producto en el *mercado campesino* es como una carta de presentación: puede abrir puertas en segundos. Incluso los productos sencillos, si están bien presentados, pueden atraer más miradas, generar interés y aumentar las ventas.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/gran-seleccion-especias-envasadas-bolsas-nombres-especias-estan-listados-turco_4943654.htm#fromView=search&page=2&position=14&uuid=0eb66b2b-e504-4bf0-8b94-66f65fa86489&query=especias+molido+bolsa> | **¿Por qué es importante embellecer la presentación?**   * Transmite cuidado, respeto y profesionalismo. * Facilita que el cliente valore más el producto. * Permite diferenciarse de otros vendedores. * Genera una primera impresión positiva que influye en la decisión de compra. |

A continuación, se comparten estrategias prácticas para lograrlo.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Limpieza y orden** | El primer paso es que el producto esté limpio y bien clasificado.  **Ejemplo.** Don Fabio separa sus cebollas por tamaño y las agrupa de forma ordenada. Su puesto siempre luce atractivo y organizado. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/zucchini-recipiente-plastico-puesto-mercado_119683251.htm#fromView=search&page=2&position=5&uuid=9ed77679-a6b8-47b0-b9bd-98305973a732&query=venta+de+pepino>+ |
| **Empaque sencillo pero llamativo** | No hace falta gastar mucho: bolsas de papel, tela o plástico transparente; etiquetas hechas a mano; amarrar con cabuya natural.  **Ejemplo.** Doña Luz empaca sus limones en bolsas de tela reutilizable, transmitiendo respeto al ambiente. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/primer-plano-fruta-naranja-contra-fondo-blanco_108279332.htm#fromView=search&page=1&position=18&uuid=44afade1-dbb5-4f7d-984b-e557e1514765&query=limones+en+malla> |
| **Uso de colores naturales** | Aprovechar la viveza de los colores de frutas y verduras, organizándolos de manera armoniosa.  **Ejemplo.** Un puesto con zanahorias, rábanos y acelgas bien ordenados atrae miradas desde lejos. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/fotografia-archivo-verduras-verduras-frescas-venden-mercado-local-produccion-agricultores-locales-mercado_16580153.htm#fromView=search&page=5&position=26&uuid=d3932b69-2dc0-443f-84ea-fb2e5fb64336&query=mercados+campesinos> |
| **Carteles informativos** | Un letrero que indique el nombre del producto, su precio y algún dato relevante genera confianza.  **Ejemplo.** “Miel pura de la montaña, sin químicos” puede ser decisivo para una venta. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/primer-plano-frutas-venta-puesto-mercado_109401858.htm#fromView=search&page=5&position=14&uuid=75acfb24-c83d-422a-9433-41ab57c57792&query=fruta+con+nombre+y+precio+colombia> |
| **Cestas y soportes rústicos** | Utilizar canastos, cajas de madera y manteles coloridos crea un ambiente cálido y tradicional que resalta el producto. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/pinas-listas-venta_199626046.htm#fromView=search&page=1&position=3&uuid=ab4ce209-8509-448c-9edf-80c374f19c68&query=fruta+encanastos+y+guacales+colombia> |
| **Cuidado personal del vendedor** | La presentación también incluye a quien atiende.  Un vendedor sonriente, con ropa limpia y actitud cordial, mejora la experiencia de compra y embellece el puesto. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/escena-mercado-brasileno-productos-locales_396840090.htm#fromView=search&page=3&position=29&uuid=0d5d3c98-d039-4f44-b3ae-38c69f83136f&query=vendedor+colombia> |

**Ejemplo inspirador**  
La familia Rodríguez vendía fríjol criollo en bolsas transparentes. Comenzaron a colocar una cinta roja en cada bolsa y una etiqueta sencilla que decía: “Fríjol de nuestras montañas, cosechado con amor”. Este pequeño detalle hizo que sus ventas aumentaran notablemente en la feria mensual.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/hombre-esta-pie-frente-puesto-frutas-letrero-que-dice-cita-fresca_259711838.htm#fromView=search&page=3&position=24&uuid=6fbeb625-2b9a-4636-91c5-0481dee0797b&query=mercado+campesino> | Embellecer la presentación no es disfrazar el producto, sino **resaltar su valor natural y cultural**, mostrando el esfuerzo y la honestidad del productor. Un mercado campesino que cuida sus productos no solo mejora sus ingresos, sino que también **fortalece el orgullo comunitario y conquista a quienes valoran lo auténtico**. |

**2.3 Diversificación de la oferta**

Diversificar la oferta en el *mercado campesino* significa no depender de un solo producto, sino ofrecer una variedad que atraiga a diferentes tipos de compradores, aproveche mejor los recursos disponibles y reduzca los riesgos económicos. Esta estrategia fortalece la economía familiar y comunitaria, al igual que la diversidad fortalece a los ecosistemas.

**¿Por qué es importante diversificar?**

Ofrecer una variedad de productos no solo mejora las oportunidades de venta, también protege frente a riesgos como las pérdidas por clima o cambios en la demanda. A continuación, se explican los beneficios principales de diversificar y cómo aplicarlos.

|  |  |
| --- | --- |
| **Acordeón** | |
| **Mayor atracción para los clientes** | Un puesto variado satisface varias necesidades y capta más atención.  **Ejemplo.** Don Ernesto, que vendía solo plátanos, incluyó miel casera y café. Así, sus clientes terminaron comprando más de un producto. |
| **Protección ante pérdidas** | Si una cosecha falla, otros productos pueden sostener los ingresos.  **Ejemplo.** Si el tomate se pierde por exceso de lluvia, aún pueden vender lechuga, yuca o habichuelas. |
| **Aprovechamiento de recursos naturales** | Las fincas pueden adaptarse a diferentes cultivos en distintos espacios.  **Ejemplo.** La familia Pardo cultiva cebolla y, en espacios pequeños, también siembra albahaca, hierbabuena y orégano que venden en paquetes combinados. |
| **Respuesta a demandas variadas** | No todos los clientes buscan lo mismo; una oferta variada atiende más perfiles.  Esto permite llegar a familias, comerciantes, turistas o instituciones. |
| **Inclusión de productos y servicios** | Diversificar también puede significar ofrecer servicios complementarios.  **Ejemplos**: Entrega a domicilio, asesoría para huertas, venta de abonos naturales. |

**¿Qué combinaciones de productos funcionan bien?**

Diversificar también implica pensar en combinaciones inteligentes. Algunos productos se complementan naturalmente y, al ofrecidos juntos, generan más valor. Aquí algunos ejemplos de combinaciones útiles para el mercado campesino.

**Caso destacado**  
En el *Mercado Campesino La Unión*, varios productores ampliaron su oferta para incluir huevos criollos, miel, arequipe y plantas medicinales, además de hortalizas. Esta diversificación convirtió su espacio en un punto de encuentro más atractivo, incrementando sus ingresos y el interés de la comunidad.

|  |  |
| --- | --- |
| Diversificar no significa hacer de todo al mismo tiempo, sino **planear con inteligencia**, elegir productos y servicios que se complementen, que puedan producirse con los recursos disponibles y que respondan a lo que realmente necesita el mercado. Así, la diversidad se convierte en una fortaleza económica y cultural para el campesinado. | [**https://www.freepik.es/fotos-premium/bullicioso-mercado-frutas-verduras-funchal\_16894089.htm#fromView=search&page=4&position=11&uuid=6fbeb625-2b9a-4636-91c5-0481dee0797b&query=mercado+campesino**](https://www.freepik.es/fotos-premium/bullicioso-mercado-frutas-verduras-funchal_16894089.htm#fromView=search&page=4&position=11&uuid=6fbeb625-2b9a-4636-91c5-0481dee0797b&query=mercado+campesino) |

**Estrategias para innovar en el campo**

Innovar no significa dejar de ser campesino ni abandonar las tradiciones. Significa **buscar nuevas formas de hacer mejor lo que ya se hace**, con más eficiencia, atractivo y sostenibilidad. En un mundo donde los mercados y los gustos cambian rápidamente, el campo también debe adaptarse para seguir siendo competitivo, rentable y profundamente valioso.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Acordeón** | | |
| **Transformar lo tradicional en algo nuevo** | Dar un giro a productos conocidos para adaptarlos a nuevas formas de consumo.  **Ejemplo.** Doña Isabel, en vez de vender solo mazorcas, empezó a ofrecer arepas de maíz pelao listas para calentar, atrayendo a clientes jóvenes y ocupados. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/persona-comiendo-guacamole-verduras-tostadas-maiz-chile_9922442.htm#fromView=search&page=2&position=33&uuid=66717cb0-5de4-4a32-96bd-90754b9a0607&query=guacamole> |
| **Agregar valor cultural al producto** | Incorporar historias, técnicas ancestrales o recetas tradicionales que conecten emocionalmente al cliente.  **Ejemplo.** Don Pascual acompaña su miel con una tarjeta que explica cómo sus abejas viven libres y sin químicos en los bosques locales. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/frascos-miel-vidrio-estan-cubiertos-tapas-pano-lino-miel-abeja-fresca-envasada-frascos-vidrio_20484124.htm#fromView=search&page=11&position=16&uuid=ca39fda7-5436-4352-abb2-77a313ba678c&query=miel+campesinos> |
| **Aprovechar nuevas tendencias de consumo** | Responder a la demanda creciente de productos saludables, naturales y sostenibles.  **Ideas prácticas**: - Cultivos orgánicos sin agroquímicos. - Bolsitas de hierbas para infusión. - Canastas ecológicas de frutas y verduras locales. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-lateral-frutas-como-coco-platano-uva-pera-melocoton-canasta-hojas-sobre-fondo-verde_10427583.htm#fromView=search&page=3&position=41&uuid=e5f88064-2cbc-4961-bb9f-38bb85651a33&query=canasta+de+frutas> |
| **Diversificar presentaciones** | Adaptar los formatos de venta a distintos tipos de cliente.  **Ejemplo.** Ofrecer combos pequeños de verduras para comidas rápidas y canastas grandes para familias. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/frutas-verduras-diversas_137870948.htm#fromView=search&page=3&position=32&uuid=34345b6d-0b27-4983-8632-b6cf97e34abb&query=+frutas> |
| **Aprovechar redes locales** | Organizarse entre productores para ofrecer productos variados, distribuir en conjunto o asistir a ferias regionales.  **Ejemplo.** En La Primavera, varios campesinos ofrecen “canastas del mercado” con frutas, verduras, huevos y miel a domicilio. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/mujer-indigena-feliz-verduras-frescas-su-camion-zona-rural-guatemala_223241406.htm#fromView=search&page=3&position=20&uuid=a05eb231-159c-4aec-8086-640c66827c4f&query=+domicilio+campesinos+colombia> |
| **Incorporar tecnologías sencillas** | Utilizar herramientas básicas para mejorar la comunicación y promoción.  **Ejemplos**: - Crear un grupo de WhatsApp con clientes. - Usar afiches y carteles caseros. - Anunciar en radios comunitarias las ofertas semanales. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/dia-mundial-fotografia-celebrado-hombre-mediana-edad-tomando-fotos-dispositivo-camara_236179827.htm#fromView=search&page=1&position=9&uuid=ad36d967-89bc-4f1c-a407-ecbe9b936026&query=mercado+campesino> |

**Ejemplo destacado.**  
El grupo *Sabores del Terruño* presentó sus productos en canastos tejidos a mano y ofreció degustaciones gratuitas en ferias rurales. Esta fusión de tradición e innovación **aumentó sus ventas y su reconocimiento en municipios cercanos**.

|  |  |
| --- | --- |
| [**https://www.freepik.es/fotos-premium/dos-mujeres-que-eligen-frutas-exoticas-mercado-callejero-tropical-jovenes-mujeres-turistas-bazar-asiatico\_4234754.htm#fromView=search&page=2&position=12&uuid=1da8b6c3-5cf9-43a8-848c-4851626589e3&query=mercado+campesino**](https://www.freepik.es/fotos-premium/dos-mujeres-que-eligen-frutas-exoticas-mercado-callejero-tropical-jovenes-mujeres-turistas-bazar-asiatico_4234754.htm#fromView=search&page=2&position=12&uuid=1da8b6c3-5cf9-43a8-848c-4851626589e3&query=mercado+campesino) | Innovar en el campo es **respetar lo propio mientras se mejora lo posible**. Así como la naturaleza se adapta a cada estación, el campesinado puede renovar sus prácticas, abrir nuevos caminos y florecer con cada oportunidad. Pensar en el cliente, cuidar la identidad y buscar mejorar son los pilares de una innovación auténtica y efectiva. |

**3. Estrategias de promoción y divulgación en el mercado campesino**

Tener buenos productos no basta: también es necesario darlos a conocer. Este tema se enfoca en las estrategias más efectivas y accesibles para divulgar la oferta de productos y servicios, considerando las características propias del mercado campesino. Se explorarán formas tradicionales como el voz a voz y las ferias, así como nuevas herramientas como el uso básico de redes sociales para ampliar el alcance de la oferta.

**3.1 Herramientas sencillas de promoción**

Tener buenos productos es fundamental, pero igual de importante es que la comunidad sepa que esos productos están disponibles. Muchas veces, el éxito en el mercado campesino no depende solo de lo que se vende, sino de cómo se da a conocer. Una de las formas más efectivas y económicas de promocionar la oferta en el campo es utilizando herramientas sencillas como carteles, volantes y anuncios en los espacios comunes.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/vector-gratis/bienvenido-diseno-plano-plantilla-pagina-destino_5217333.htm#fromView=search&page=1&position=1&uuid=d0f9b4d2-eb34-47df-864a-4afeba163829&query=Colombia+mercados>+ | ¿Por qué usar carteles, volantes y anuncios?   * **Son económicos**: no requieren grandes inversiones. * **Llegan directamente a la comunidad**: se colocan o reparten en lugares estratégicos. * **Son fáciles de hacer**: con materiales básicos y creatividad, se pueden elaborar mensajes atractivos |

**¿Cómo crear y utilizar carteles y volantes efectivos?**

Los carteles y volantes son herramientas útiles para promocionar productos o servicios en comunidades locales. Para que cumplan su función, deben ser visualmente atractivos y transmitir la información de forma clara y directa. A continuación, se presentan los elementos esenciales para elaborar materiales efectivos:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pestañas** | | |
| **Mensaje claro y corto** | El cartel debe comunicar *qué se ofrece, dónde, cuándo* y *a qué precio*. Evita los textos extensos.  Ejemplo: "¡Frutas frescas y miel pura! Visítanos todos los sábados en la plaza de mercado. ¡Precios justos y calidad campesina!" | <https://www.freepik.es/vector-gratis/coleccion-plana-historias-instagram-afrocolombianidad_25001705.htm#fromView=search&page=2&position=2&uuid=22857b68-947e-400e-8de2-8f5d83734901&query=Colombia+carteles+mercado> |
| **Letras grandes y legibles** | Utiliza colores contrastantes, como fondo blanco y letras negras, para mejorar la visibilidad desde lejos. Si se hace a mano, opta por letras gruesas y bien definidas. | <https://www.freepik.es/vector-gratis/calendario-verduras-frutas-estacionales_4143290.htm#fromView=search&page=1&position=33&uuid=4fe052b1-a278-4a5c-8c0f-bd639f6af18e&query=Colombia+carteles+verduras> |
| **Imágenes sencillas y llamativas** | Incluye dibujos claros y relacionados con el producto (como mazorcas, plátanos o cestas de verduras). Esto es especialmente útil en comunidades con baja alfabetización. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/primer-plano-mujer-frutas_121311549.htm#fromView=search&page=1&position=9&uuid=0f3dd715-d22c-4a96-aa55-a5d4cda3069b&query=Colombia+carteles+frutas> |
| **Información de contacto** | Añadir un número de celular o una dirección facilita que los clientes soliciten más detalles o realicen pedidos con anticipación. | <https://www.freepik.es/vector-gratis/moderno-nos-llame-ahora-encabezado-icono-publicacion-redes-sociales_153686164.htm#fromView=search&page=3&position=1&uuid=8729220a-3c35-41ff-8be2-eb01cf4a0daa&query=Colombia+carteles+numero+de+celular> |

**¿Dónde colocar los carteles y anuncios?**

|  |  |
| --- | --- |
| * En tiendas de barrio. * En la entrada de la iglesia o del salón comunal. * En la escuela rural. * En postes de luz cerca de caminos principales. * En estaciones de transporte local (terminalitos o paraderos de bus). * En la plaza del mercado o en zonas de alto tránsito peatonal. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/vista-iglesia-contra-cielo_124770358.htm#fromView=search&page=1&position=28&uuid=af1e41da-64cb-49be-9718-01a8c15b981e&query=iglesia+peque%C3%B1a> |

**¿Y cómo usar los volantes?**

Los volantes son pequeñas hojas que contienen el mismo mensaje que los carteles, pero que se entregan directamente a las personas:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/turista-mapa-mano-buscando-direcciones-ciudad-colorida_410277693.htm#fromView=search&page=1&position=10&uuid=8d71d3d0-153e-42e7-b3a7-9f1800e30fbe&query=entregar+papel+colombia>+ | * Se pueden repartir en el mercado mismo, en ferias, en reuniones comunitarias o de casa en casa. * Pueden ir acompañados de una breve conversación: **Ejemplo.** “Buenos días, aquí le dejo información de nuestras verduras frescas que llevamos a la feria del domingo”. |

**¿Qué más se puede hacer para reforzar estos anuncios?**

Un caso exitoso se dio en la vereda El Palmar, donde un grupo de campesinos elaboró carteles coloridos y simples, anunciando su mercado campesino de los sábados. Colocaron los carteles en las tiendas, la iglesia y la escuela. En pocas semanas, la cantidad de compradores aumentó notablemente, especialmente de veredas vecinas que antes no sabían de la existencia del mercado.

|  |  |
| --- | --- |
| **Promocionar de forma sencilla pero efectiva es como sembrar semillas de conocimiento en la comunidad:** cuanta más gente sepa de nuestra oferta, más posibilidades habrá de vender, crecer y fortalecer el mercado campesino. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/retrato-personas-mercado_309436511.htm#fromView=search&page=1&position=34&uuid=3114ec15-5eb5-4e8c-8ca6-7f1a269c1e20&query=grupo+de+personas+mercado>+ |

**El voz a voz: la mejor publicidad rural**

A continuación, se presenta un video que explora el valor del voz a voz como estrategia de promoción en el ámbito rural, destacando su eficacia, su carácter comunitario y las claves para potenciarlo dentro del mercado campesino.

|  |
| --- |
| VIDEO |

**Ejemplo.**  
En la vereda Santa Bárbara, don Enrique, que vendía café tostado, nunca gastó dinero en publicidad. Cada cliente que quedaba satisfecho les recomendaba a tres o cuatro vecinos. En menos de seis meses, tenía pedidos no solo de su vereda, sino también de corregimientos vecinos, gracias únicamente al voz a voz.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/hombre-empacando-cafe_10055947.htm#fromView=search&page=1&position=31&uuid=d9ff2b88-732e-45bb-9018-d7ee5ee27366&query=cafe+artesanal+de+calidad>**+** | **Recomendaciones prácticas para aprovechar el voz a voz:**   * Ser constante en la calidad del producto. * Ser honesto en lo que se promete. * Cumplir siempre con las entregas o compromisos adquiridos. * Estar disponible y atento para responder dudas o comentarios. |

El voz a voz es como una semilla que se planta en el corazón de las personas: **si se cuida con respeto y calidad, crece y da frutos que alimentan la confianza y fortalecen el mercado campesino**.

**Aprovechando las redes sociales de forma básica**

En el mundo actual, las redes sociales se han convertido en un canal poderoso para promocionar productos y servicios, incluso en el campo. Sin necesidad de ser expertos en tecnología, aprender a usarlas de forma sencilla puede abrir nuevas oportunidades para el mercado campesino.

**¿Por qué usar redes sociales?**

* Permiten llegar a más personas sin grandes inversiones.
* Facilitan la comunicación rápida con clientes antiguos y nuevos.
* Son un espacio para mostrar productos de manera atractiva, con fotos o mensajes breves.

**Redes sociales útiles para el mercado campesino**

Para saber por dónde empezar, es importante conocer qué redes sociales se adaptan mejor al trabajo campesino y cómo pueden aprovecharse de manera sencilla:

**Cómo usarlas de forma básica y efectiva**

A continuación, se presenta un pódcast que explica de manera clara y estructurada cómo utilizar las redes sociales de forma básica y efectiva para promover productos del campo, mediante recomendaciones prácticas adaptadas a pequeños productores rurales.

|  |
| --- |
| **PÓDCAST 2** |

**Consejos prácticos**

Antes de cerrar, es útil tener presentes algunas pautas básicas de comportamiento en redes sociales para cuidar la imagen del productor y fortalecer la relación con los clientes:

**Ejemplo inspirador**:  
En el corregimiento La Palma, un grupo de mujeres productoras de conservas comenzó a publicar semanalmente fotos de sus mermeladas artesanales en un grupo de Facebook. En seis meses, duplicaron sus ventas gracias a pedidos provenientes de pueblos vecinos a través de WhatsApp.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/retrato-agricultor-comprobando-estado-sus-naranjas-senalo-telefono-movil-campo-naranjos_11716540.htm#fromView=search&page=1&position=24&uuid=a8b73d87-4913-44f7-8d6d-a355e51681b5&query=campesino+chateando+colombia> | Las redes sociales, bien utilizadas, son un camino adicional para llevar la cosecha al hogar de quienes valoran el trabajo campesino. No reemplazan la feria ni el mercado tradicional, pero sí abren nuevas puertas para crecer, innovar y fortalecer las raíces rurales. |

**3.2 Eventos comunitarios y alianzas**

Los eventos comunitarios son **una excelente oportunidad** para dar a conocer los productos campesinos, crear vínculos más estrechos con los compradores y fortalecer el mercado local. Un evento bien organizado puede convertirse en una fiesta de la producción rural, donde se celebra el trabajo, la identidad y la calidad de lo que nace en el campo.

**¿Qué es un evento de muestra de productos?**

Se trata de un encuentro en el que los productores campesinos presentan sus productos a la comunidad. Este tipo de evento permite:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/fotos-premium/queso-mercado-plato-probar-producto-gratis_10454099.htm#fromView=search&page=2&position=6&uuid=3548b354-0e3b-40cb-8b93-e8cd477daadc&query=mercado+queso+colombia> | * Conocer la variedad de lo que se ofrece. * Probar, degustar o ver demostraciones de los productos. * Comprar directamente del productor. * Establecer relaciones de confianza a largo plazo. |

**¿Por qué organizar este tipo de eventos?**

A continuación, se presentan las principales razones para impulsar estos espacios de encuentro y comercialización local:

**¿Cómo organizar un evento de muestra de manera sencilla?**

Para lograr un evento exitoso, se recomienda seguir estos pasos básicos, adecuados a contextos rurales:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tarjetas** | | |
| **Planificación anticipada** | Definir fecha, lugar y horario. Preferir domingos o días de feria. | <https://www.freepik.es/icono/cita_18595044#fromView=search&page=1&position=1&uuid=267eb575-5d24-44ce-837f-19fedefc0d01> |
| **Lugar adecuado** | Espacios como plazas, salones comunales o parques cerca de iglesias o escuelas. | <https://www.freepik.es/icono/parque_7667990#fromView=search&page=1&position=22&uuid=754d947f-f52d-42cd-bdc1-942a969dd67a> |
| **Trabajo conjunto** | Invitar a varios productores: agrícolas, artesanales, alimentos procesados, etc. | <https://www.freepik.es/icono/ventas_15421374#fromView=search&page=1&position=18&uuid=baa6df82-d34b-4d61-a0fa-06c71afa0bb6> |
| **Difusión comunitaria** | Usar carteles, volantes, redes sociales y voz a voz para convocar. | <https://www.freepik.es/icono/tablero_8888866#fromView=search&page=1&position=17&uuid=581e0c56-2e45-4623-a4c1-ad8651f07a79> |
| **Preparar muestras** | Ofrecer *degustaciones* (frutas, quesos, miel) y *demostraciones* (elaboración o empaque). | <https://www.freepik.es/icono/queso_2014626#fromView=search&page=1&position=3&uuid=b0dc17db-2a68-4204-a2cf-a834e2db40c3> |
| **Ambiente festivo** | Música tradicional, decoraciones con flores o telas, puestos bien organizados. | <https://www.freepik.es/icono/musica_15244880#fromView=search&page=1&position=31&uuid=e88b512b-d0b4-4434-b848-58c08784ae75> |
| **Incentivos simples** | Sorteos entre compradores o premios simbólicos a la mejor presentación. | <https://www.freepik.es/icono/loteria_5247425#fromView=search&page=1&position=93&uuid=9d4a4b84-8b18-45c0-8925-2a7359f7df29> |

**Ejemplo inspirador**:  
En la vereda La Montañita, se organizó la “Muestra del Sabor Rural”, donde los productores ofrecieron degustaciones gratuitas y concursos de recetas típicas. El evento fortaleció los lazos vecinales y atrajo visitantes de otras veredas, aumentando las ventas.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/retrato-hombre-trabajando-como-vendedor-mercado_138377999.htm#fromView=search&page=12&position=10&uuid=3548b354-0e3b-40cb-8b93-e8cd477daadc&query=mercado+queso+colombia> | Recomendaciones clave para el evento   * Mantener una actitud amigable y abierta. * Tener precios claros y accesibles. * Asegurar limpieza y orden en cada puesto. * Agradecer a los visitantes por su apoyo. |

Un evento bien hecho siembra en el corazón de la comunidad el aprecio por el trabajo campesino y motiva a los compradores a preferir siempre lo local, fortaleciendo el mercado territorial campesino.

**Creación de alianzas con otras organizaciones**

En el mundo campesino, trabajar de manera unida y establecer alianzas estratégicas puede abrir puertas que serían difíciles de alcanzar individualmente. Estas alianzas ayudan a:

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/vista-dulces-deliciosas-uvas-rojas_201642739.htm#fromView=search&page=3&position=3&uuid=b4ca0eab-9bac-44b7-96bf-c1d134deda3c&query=vegetales+en+supermercado> | * Fortalecer la producción. * Ampliar los mercados. * Acceder a mejores oportunidades de capacitación, financiación y comercialización. |

**Creación de alianzas en el mercado campesino**

Formar alianzas es una estrategia fundamental para fortalecer la producción, ampliar los mercados y mejorar las condiciones del trabajo rural. Una alianza bien llevada permite unir esfuerzos, compartir recursos y alcanzar metas que serían difíciles de lograr individualmente.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/dialogo-corporativo-colaboracion-equipos-negocios-modernos_187198434.htm#fromView=search&page=2&position=13&uuid=9c240202-ff31-441b-b56e-a80c3c1d779a&query=acuerdo+entre+campesinos+y+empresario> | **¿Qué es una alianza?**  Es un acuerdo voluntario de colaboración entre dos o más personas, grupos u organizaciones que trabajan juntos por un beneficio común, respetando siempre la autonomía de cada parte. |

**¿Por qué es importante crear alianzas en el mercado campesino?**

A continuación, se resumen los principales beneficios de establecer alianzas:

**¿Con quién se pueden hacer alianzas?**

Para lograr un impacto positivo, es clave elegir aliados con intereses comunes y complementariedades:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tarjetas** | | |
| **Otros productores locales** | Crear mercados conjuntos, compartir transporte, coordinar promociones. | <https://www.freepik.es/icono/entrega_869653#fromView=search&page=1&position=64&uuid=7ce63bfe-2421-4986-a27e-9897b0a7d4c3> |
| **Asociaciones campesinas o cooperativas** | Fortalecer la negociación colectiva y acceder a programas de apoyo. | <https://www.freepik.es/icono/familia_4856675#fromView=search&page=1&position=0&uuid=89de70d0-2549-4296-8cb4-14a364994e18> |
| **Instituciones educativas** | Recibir apoyo en capacitación, investigación y promoción. | <https://www.freepik.es/icono/entrenador-personal_17973675#fromView=search&page=1&position=20&uuid=149baaab-3a65-4bd6-8586-ab2ab698343d> |
| **Organizaciones no gubernamentales (ONGs)** | Obtener acompañamiento técnico, formación y apoyo comercial. | <https://www.freepik.es/icono/acuerdo_3375149#fromView=search&page=2&position=14&uuid=04c717ef-8455-403e-ba37-d361dc217c50> |
| **Gobiernos locales** | Participar en programas rurales, ferias, proyectos de compras públicas. | <https://www.freepik.es/icono/analisis-ambiental_18132675#fromView=search&page=1&position=66&uuid=5d2d39e8-ce22-4790-80b4-62a744c951ac> |

**¿Cómo iniciar una alianza?**

Formar una alianza no requiere trámites complejos. Basta con voluntad, claridad y comunicación. Aquí algunas recomendaciones:

**Ejemplos inspiradores**

A continuación, se presentan dos experiencias concretas que muestran cómo la colaboración estratégica puede transformar la realidad del mercado campesino:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pestañas | | |
| **Región de La Vega** | Un grupo de productores de hortalizas se alió con el colegio rural. Los estudiantes aprendían técnicas agrícolas y el colegio compraba parte de la cosecha para su comedor escolar. Esto aseguró ventas estables y alimentos frescos para los niños. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-gratis/nino-aprendiendo-hacer-jardin_187134756.htm#fromView=search&page=1&position=23&uuid=84475297-7269-45a1-ac56-3785b75fe432&query=ni%C3%B1os+cosechando> |
| **Vereda Los Arrayanes** | La Asociación de Mujeres Productoras se unió con una ONG que las capacitó en transformación de alimentos. Pasaron de vender frutas frescas a ofrecer mermeladas y conservas, logrando acceso a nuevos mercados urbanos. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/mermelada-fresa-vierte-frasco_9783861.htm#fromView=search&page=1&position=37&uuid=92aff72e-b220-4236-8ae7-8a3068aed526&query=mermelada> |

**3.3 Comunicación efectiva**

En el mercado campesino, saber hablar de los productos es casi tan importante como producirlos bien. Muchas veces, un cliente no decide comprar solo por lo que ve, sino también por lo que escucha y por lo que siente a través de las palabras del productor. La comunicación efectiva fortalece la confianza, resalta el valor del producto y construye relaciones duraderas.

**¿Por qué es importante saber comunicar?**

Antes de aprender cómo hablar sobre los productos, es clave entender por qué una buena comunicación puede marcar la diferencia en las ventas campesinas:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tarjetas** | | |
| **Genera confianza** | Explicar el origen, el proceso de cultivo y los beneficios del producto ayuda a que el cliente se sienta seguro al comprar. | <https://www.freepik.es/icono/agricultor_7067380#fromView=search&page=2&position=26&uuid=db4a9a9f-2808-4a05-9f31-6a9cc59f6c9f> |
| **Diferencia el producto** | Una historia o una cualidad especial puede hacer que un producto destaque entre muchos similares. | <https://www.freepik.es/icono/fresa_433694#fromView=search&page=1&position=81&uuid=413bb0b9-fe11-4a01-8b7b-fca46982a790> |
| **Fortalece la relación productor-cliente** | Escuchar, responder bien y conversar con honestidad crea lazos de fidelidad. | <https://www.freepik.es/icono/interpersonal_5201809> |

**¿Cómo hablar de nuestros productos de manera efectiva y sencilla?**

Las siguientes estrategias ayudan a comunicar de forma cercana y persuasiva sin necesidad de palabras complicadas:

|  |  |
| --- | --- |
| **Acordeón** | |
| **Usar palabras claras y sencillas** | Hablar como en el campo, con respeto y naturalidad.  **Ejemplo**: “Esta miel viene de abejas criadas en flores silvestres de la vereda Santa Elena, sin químicos.” |
| **Contar la historia del producto** | Relatar de forma breve cómo se cultivó o quién lo hizo.  **Ejemplo**: “Estas papas las sembramos en familia en abril, aprovechando las lluvias.” |
| **Destacar cualidades principales** | Resaltar lo mejor del producto con sinceridad:  – *Frescura*: “Cosechado ayer”  – *Producción natural*: “Sin químicos”  – *Tradición*: “Receta de abuelitas”  – *Apoyo local*: “Apoya a las familias de la vereda” |
| **Responder con seguridad y amabilidad** | Estar listo para responder con honestidad preguntas como:  – ¿De dónde es este producto?  – ¿Cuánto tiempo dura?  – ¿Cómo se puede consumir? |
| **No hablar mal de otros productores** | En lugar de criticar, enfocar la conversación en las virtudes del propio producto. |

**Ejemplo inspirador**  
Don Álvaro vende plátanos en el mercado de La Unión. A cada cliente le explica:  
“Este plátano es criollo, creció sin químicos y maduró en la mata, por eso tiene ese sabor dulcecito tan especial.”  
Este simple gesto ha fidelizado a sus clientes, quienes además recomiendan su producto.

|  |  |
| --- | --- |
| <https://www.freepik.es/foto-gratis/mujer-sonriente-tenencia-olla-barro-tiro-medio_13757820.htm#fromView=search&page=1&position=14&uuid=cec1bf38-2a1b-4932-8b46-dc7807ad99e2&query=mermelada+vendedora> | Recomendaciones adicionales para una buena comunicación   * Mantener una sonrisa y actitud positiva. * Escuchar atentamente al cliente para adaptar la oferta si es necesario. * Ofrecer pequeñas muestras cuando sea posible, para reforzar lo que se dice con lo que se prueba. |

Hablar bien de nuestros productos no es presumir, es compartir el orgullo y el amor con que trabajamos la tierra. Cuando comunicamos con verdad y calidez, nuestros productos también hablan: con su sabor, su frescura y su calidad.

**4. Elementos clave en la atención al cliente rural**

La atención al cliente es tan importante como la calidad del producto. Una buena atención genera confianza, fidelidad y recomendación, aspectos esenciales en el mercado campesino. Este tema enseñará los principios de una atención amable y respetuosa, cómo manejar quejas y sugerencias, y cómo fortalecer la relación con los clientes a través de acciones sencillas y sinceras.

**4.1 Conceptos básicos de atención al cliente**

En el contexto rural, atender bien no se limita a vender un producto. Implica ofrecer una experiencia cercana que haga sentir al cliente valorado desde el primer saludo hasta la despedida. Esto puede marcar la diferencia entre un comprador que vuelve cada semana y uno que no regresa.

**¿Qué significa atender bien al cliente en el contexto rural?**

A continuación, se presentan los elementos esenciales de una buena atención, que pueden aplicarse fácilmente en mercados campesinos:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Saludo cordial** | Recibir con una sonrisa y frases sencillas como “Buenos días” o “Bienvenido”. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/mujer-sonriente-vibrante-mercado-agricultores-rodeada-productos-frescos-dia-soleado_386165724.htm#fromView=search&page=1&position=13&uuid=46cae8e6-e99a-47c3-ad80-a87cb2f8cfb7&query=mercado+sonriente> |
| **Escucha activa** | Prestar atención sin interrumpir. Escuchar demuestra interés genuino. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/joven-granjera-exhibe-verduras-organicas-jardin-ecologico_138831989.htm#fromView=search&page=1&position=26&uuid=22141fca-f23c-43dd-bad9-6b5f43694866&query=vendedor+y+comprador+hablando+mercado+campesino> |
| **Paciencia y respeto** | Dar tiempo a los clientes para decidir. La paciencia fortalece la relación. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/joven-cliente-sosteniendo-coliflor-mientras-compra-verduras-organicas-frescas-cultivadas-localmente-mercado-local-agricultores-vendedor-masculino-maduro-que-atiende-consumidora-mientras-vende-sus-productos-cosecha-propia_39374756.htm#fromView=search&page=1&position=31&uuid=22141fca-f23c-43dd-bad9-6b5f43694866&query=vendedor+y+comprador+hablando+mercado+campesino> |
| **Claridad en la información** | Explicar precios, ofertas y condiciones sin confusión. Un cliente bien informado se siente más seguro. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/hombre-propietario-tienda-productos-organicos-frescos_3269135.htm#fromView=search&page=1&position=33&uuid=22141fca-f23c-43dd-bad9-6b5f43694866&query=vendedor+y+comprador+hablando+mercado+campesino> |
| **Cumplimiento de promesas** | Si se acuerda una entrega o un precio, es clave cumplir. La confianza se construye con hechos. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/persona-que-ayuda-sus-vecinos-comida_21079997.htm#fromView=search&page=3&position=9&uuid=22141fca-f23c-43dd-bad9-6b5f43694866&query=vendedor+y+comprador+hablando+mercado+campesino> |
| **Despedida amable** | Agradecer la visita, aunque no haya compra. Ejemplo: “Gracias por venir, que tenga un buen día.” | <https://www.freepik.es/fotos-premium/hombre-maduro-sonriente-bolsa-verduras-frescas-mercado-agricultores_267289855.htm#fromView=search&page=1&position=46&uuid=bf6aa7f6-1b69-4804-85bc-98227e0897ea&query=+mercado+campesino> |

**¿Por qué es importante atender bien en el mercado campesino?**

|  |  |
| --- | --- |
| [**https://www.freepik.es/fotos-premium/greengrocer-que-vende-productos-agricolas-frescos-organicos-mercado-granjero\_2811654.htm#fromView=search&page=8&position=13&uuid=bf6aa7f6-1b69-4804-85bc-98227e0897ea&query=+mercado+campesino**](https://www.freepik.es/fotos-premium/greengrocer-que-vende-productos-agricolas-frescos-organicos-mercado-granjero_2811654.htm#fromView=search&page=8&position=13&uuid=bf6aa7f6-1b69-4804-85bc-98227e0897ea&query=+mercado+campesino) | * Porque la competencia ha crecido, y los clientes valoran un trato respetuoso. * Porque un cliente bien atendido vuelve y recomienda el puesto. * Porque en las comunidades rurales, la buena atención se difunde rápidamente y se convierte en la mejor publicidad. |

**Ejemplo inspirador**  
En la vereda El Paraíso, doña Marta vendía hortalizas y decidió dar un trato especial a cada visitante: los saludaba por su nombre, preguntaba por sus familias y ofrecía probar los tomates antes de comprar. Su amabilidad convirtió su puesto en uno de los más concurridos, aumentando sus ventas, incluso frente a otros con productos de igual calidad.

|  |  |
| --- | --- |
| **Recomendaciones prácticas para una atención excelente**   * Mantener siempre una actitud positiva, incluso en días difíciles. * Evitar discutir o hablar mal de otros vendedores frente a los clientes. * Resolver de forma tranquila cualquier reclamo o queja. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/puesto-mercado-verduras-organicas-lleno-pepinos-frescos-pimientos-tomates-verduras-hojas-verdes-agricultores-que-organizan-productos_393531850.htm#fromView=search&page=8&position=30&uuid=bf6aa7f6-1b69-4804-85bc-98227e0897ea&query=+mercado+campesino> |

Atender bien es sembrar confianza, y la confianza es el terreno fértil donde crecen las mejores relaciones comerciales. Cada sonrisa, cada gesto amable, es una semilla que, con el tiempo, da frutos de lealtad, recomendación y crecimiento para el mercado campesino.

**5. Satisfacción del cliente y mejora continua en el mercado campesino**

En el mercado campesino, satisfacer al cliente no es un lujo, es una necesidad vital. Cada persona que se acerca al puesto, que pregunta por un producto o confía en el productor, representa una oportunidad de crecimiento, de fortalecimiento económico y de construcción de relaciones duraderas.

**¿Qué es la satisfacción del cliente?**

La satisfacción del cliente es el grado de conformidad que siente una persona cuando el producto o servicio que recibe cumple o supera sus expectativas. En el contexto rural, esta satisfacción se convierte en fidelidad y recomendación, dos motores esenciales del mercado local.

**¿Cómo asegurar la satisfacción del cliente?**

Estas acciones sencillas pueden marcar la diferencia en la experiencia de compra:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide** | | |
| **Ofrecer productos de calidad** | Mostrar siempre lo mejor: frescura, limpieza, buena presentación. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/retrato-mujer-joven-hermosa-que-elige-verduras-hoja-verde-mercado-verde-concepto-compras-alimentos-saludables-joven-comprar-verduras-mercado-verde_1192376.htm#fromView=search&page=8&position=41&uuid=bf6aa7f6-1b69-4804-85bc-98227e0897ea&query=+mercado+campesino> |
| **Atender con amabilidad y respeto** | Sonreír, saludar, escuchar y resolver dudas con disposición. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/comerciante-ofrece-productos-ecologicos-al-consumidor_233185282.htm#fromView=search&page=7&position=36&uuid=927fd99b-08bd-481c-aa9e-7ad7eae6e531&query=vendedor+amable+mercado+campesino> |
| **Cumplir con lo prometido** | Respetar precios, cantidades, entregas. La palabra dada tiene valor. | <https://www.freepik.es/imagen-ia-premium/vendedor-sonriente-vibrante-mercado-agricultores-bolsa-papel-marron-llena-productos-frescos_298731700.htm#fromView=search&page=11&position=35&uuid=927fd99b-08bd-481c-aa9e-7ad7eae6e531&query=vendedor+amable+mercado+campesino> |
| **Estar dispuesto a escuchar** | Preguntar por la experiencia del cliente y aceptar sugerencias con humildad. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/mujeres-tiro-medio-comprando-juntas_19925229.htm#fromView=search&page=4&position=0&uuid=1171a723-5f44-4b67-9120-ff77cc89ea41&query=vendedor+interactuando++co+compradormercado+campesino> |

**¿Qué hacer si un cliente no queda satisfecho?**

A continuación, algunas formas adecuadas de manejar quejas o reclamos sin perder la relación:

**¿Qué es la mejora continua?**

Es el proceso de mejorar día a día en todos los aspectos del trabajo campesino: productos, atención, organización y servicio. Implica actitud abierta al cambio, escucha constante y voluntad de aprender.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tarjetas** | | |
| **Observar y aprender** | Escuchar a los clientes y observar lo que valoran. | <https://www.freepik.es/icono/escuchando_10946630#fromView=search&page=1&position=7&uuid=7fb1cedc-8e9c-457d-8d0f-8c84152f4eff> |
| **Innovar con sencillez** | Pequeños cambios: mejor empaque, promociones, nuevos productos. | <https://www.freepik.es/icono/descuento_6944251#fromView=search&page=1&position=10&uuid=ca6b5c6b-d9de-47a0-a114-7629796cf865> |
| **Capacitarse y compartir** | Asistir a talleres, ferias o encuentros entre productores. | <https://www.freepik.es/icono/formacion_9631355#fromView=search&page=1&position=1&uuid=8a60d035-1e81-432d-93d8-ad36cb41fc2b> |
| **Involucrar al grupo familiar o de trabajo** | Que todos comprendan y apliquen mejoras en su área. | <https://www.freepik.es/icono/induccion_3321734> |

**Lograr la satisfacción del cliente y apostar por la mejora continua es sembrar futuro.**  
Cada cliente contento es una semilla de confianza, recomendación y crecimiento para la familia, la comunidad y el mercado campesino. Escuchar, adaptarse, mejorar y servir con amor al trabajo rural es la fórmula más segura para hacer florecer los sueños y las cosechas.

1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo.

A chart with text and images

AI-generated content may be incorrect.

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS *(Se debe incorporar mínimo 1, máximo 2)***

|  |  |
| --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA** | |
| **Nombre de la Actividad** | Estrategias de venta y atención en mercados campesinos territoriales |
| **Objetivo de la actividad** | Identificar los conceptos clave sobre la organización de la oferta, la atención al cliente y las estrategias de promoción en mercados campesinos territoriales. |
| **Tipo de actividad sugerida** | **Según catálogo de recursos educativos.**  **Para consultarlo, puede hacer clic** [**AQUÍ**](https://ecored-sena.github.io/ECOREDSENA_CATALOGO_WEB/#/curso/tema5) |
| **Archivo de la actividad**  **(Anexo donde se describe la actividad propuesta)** | **El ejercicio siempre debe tener realimentación positiva sobre las respuestas que seleccione el aprendiz…si queda mal o bien** |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Caracterización del mercado territorial campesino | Colombia Sí es Solidaria. (). Así funcionan los mercados campesinos. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=DcRMpi4CibA&ab_channel=ColombiaS%C3%ADesSolidaria> |
| Diseño de la oferta de productos y servicios en el mercado campesino | TvAgro. (2025). Gran Mercado Campesino: FAO Apoya Comercialización Directa - TvAgro por Juan Gonzalo Angel. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=qlpZE_ZGyE0&ab_channel=TvAgro> |
| Estrategias de promoción y divulgación en el mercado campesino | Pachón-Romero, Jenny Paola, & Pachón-Ariza, Fabio Alberto. (2020). Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca). *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, *11*(1), 35-48. | Artículo | <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062020000200035> |
| Elementos clave en la atención al cliente rural | Madrid, M. (2020). Mercados campesinos: propuestas colectivas para retos comunes. | Página web | <https://www.dejusticia.org/mercados-campesinos-propuestas-colectivas-para-retos-comunes/> |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Alianza: | acuerdo voluntario entre personas u organizaciones para trabajar juntas con el fin de alcanzar un beneficio común. |
| Diversificación: | estrategia que consiste en ofrecer varios productos o servicios para atraer a diferentes tipos de clientes y reducir riesgos económicos. |
| Mercado territorial campesino: | espacio donde los productores rurales venden directamente sus productos, promoviendo la cultura, sostenibilidad y economía local. |
| Oferta: | conjunto de productos y servicios que un productor pone a disposición del mercado para satisfacer las necesidades de los clientes. |
| Planeación de la oferta: | proceso de organizar qué productos o servicios se van a ofrecer, cuándo y en qué cantidades, basándose en la demanda del mercado y los recursos disponibles. |
| Promoción: | acciones encaminadas a dar a conocer los productos o servicios a potenciales compradores para aumentar su visibilidad y ventas. |
| Satisfacción del cliente: | grado en que un producto o servicio cumple o supera las expectativas del comprador, generando confianza y fidelidad. |
| Servicios adicionales: | actividades complementarias a la venta de productos, como entregas a domicilio o asesorías, que aumentan el valor ofrecido al cliente. |
| Valor agregado: | mejoras en presentación, calidad o transformación de un producto que lo hacen más atractivo y valioso para el cliente. |
| Voz a voz: | método de promoción basado en recomendaciones personales de los clientes satisfechos, muy efectivo en comunidades rurales. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Azevedo da Silva, C. (2009). La configuración de los circuitos “de proximidad” en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 54, 11–32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3093071>

FAO Colombia. (2018). *Estudio: Sistemas de abastecimiento agroalimentario en la subregión Alto Putumayo*. <https://www.fao.org.co/PublicacionesFAOCO/AP4/Estudios%20Abastecimiento%20Agroalimentarios/PUTUMATO_ALTO.pdf>

Food and Agriculture Organization (FAO). (2018). *Sistemas territoriales de abastecimiento alimentario: propuesta metodológica*. CGIAR. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/c54dd65e-af5d-47fc-9d10-7ad25919d058/content>

Martínez Salvador, Laura, Hernández, Loarry Gabriel, & Alvarado Ramírez, David. (2021). Cadenas Cortas de Comercialización y seguridad alimentaria: el caso de El mercado el 100. *Problemas del desarrollo*, *52*(206), 197-220. <https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362021000300197>

Santacoloma, P., & FAO. (2016). *Cadenas cortas agroalimentarias: elementos para una definición*. Territorios Inteligentes – FAO.

Téllez Silva, J. M., et al. (2024). Propuesta metodológica con enfoque territorial para analizar la participación social en programas de abastecimiento alimentario. *Agroalimentaria*, 20(38), 15–33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9563701>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| Autor (es) |  |  |  |  |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |