

# **HACIA UNA COMERCIALIZACIÓN OPORTUNA, JUSTA Y EQUITATIVA**

**LECCIONES APRENDIDAS EN EL SECTOR  
AGROPECUARIO COLOMBIANO.**

**Humberto Guzmán Vergara**  
**Asesor, FENALCE**

**ASAMBLEA ANUAL DE FEDEAGRO**  
**Carora 20 – 21 de Abril de 2023**

# DIFERENTES ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR MERCADOS A LA PRODUCCIÓN PRIMARIA

1. Organización de las Cadenas Productivas. (Ley 811 del 2003 y Resolución 186 de 2008).
2. Alianzas Productivas. (Programa Banco Mundial- Gobierno. 2001).
3. Compras públicas. (Ley 2046 del 6 de agosto de 2020).
4. Agricultura por Contrato. (Programa Gobierno diciembre 2018).

# **1. ORGANIZACION DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS**

# INSTITUCIONALIDAD DE LAS CADENAS

- ❖ CONSEJOS NACIONALES DE CADENA (Máximo órgano de la Cadena, asesor de política, integrado por la representatividad gremial de los diferentes eslabones y Gobierno).
- ❖ CONSEJOS REGIONALES ( Los núcleos productivos mas importantes con la participación departamental de los eslabones de la Cadena).
- ❖ SECRETARIA TECNICA NACIONAL (Gerencia de Consejo, encargado de coordinar el diagnostico, elaboración de acuerdos de competitividad, plan de acción, reuniones , agenda, seguimiento actividades).
- ❖ INSCRIPCIÓN DE LA CADENA: Ante el Ministerio de Agricultura anexando acta de constitución, acreditación de representatividad, reglamento, acuerdo de competitividad y plan de acción. ( Se protocoliza con una resolución).

# ORGANIZACIONES DE CADENA

## ► QUÉ ES UNA CADENA PRODUCTIVA?.

Conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario hasta su comercialización final.

## ► QUÉ ES UNA ORGANIZACIÓN DE CADENA?.

Instancia compuesta por los agentes que participan en la producción, transformación, comercialización y distribución de un producto agropecuario, forestal y pesquero y que están organizados alrededor de una Cadena Productiva.

## ACUERDOS DE COMPETITIVIDAD

- ❖ Se asegura que la identificación de la problemática sea abordada de manera integral, no sesgada.
- ❖ La visión y la misión de la cadena es el resultado del consenso entre sus integrantes, no impuesta.
- ❖ Se promueve la productividad y por ende la competitividad del producto en todos los eslabones de la cadena.
- ❖ Garantía de calidad, disponibilidad y oportunidad del producto para el mercado.

## ACUERDOS DE COMPETITIVIDAD

- ❖ Las estrategias, los planes, los programas y los proyectos se priorizan de acuerdo a una agenda concertada para el corto, mediano y largo plazo, no para la coyuntura.
- ❖ Las agendas de investigación, de transferencia de tecnología, de seguridad sanitaria, de mercados, está definida en términos de competitividad de la cadena como un todo, no en función de uno de sus eslabones.
- ❖ En el marco del Consejo nacional de la cadena como órgano asesor del gobierno se definen los parámetros para la comercialización de las respectivas cosechas.

## **2. ALIANZAS PRODUCTIVAS.**

## **ALIANZAS PRODUCTIVAS: Productividad + Rentabilidad = Competitividad**

- ❖ Alianzas estratégicas a nivel empresarial garantizadas a través de un integrador.
- ❖ Agroindustriales del sector que quieran crecer en la producción primaria.
- ❖ Pequeños y medianos productores con conocimiento en la actividad productiva.
- ❖ Acuerdos entre empresarios y gobierno para apoyos puntuales al sector primario.

## **ALIANZAS PRODUCTIVAS:**

### **Productividad + Rentabilidad = Competitividad**

- ❖ Programa de gobierno que busca a apoyar a las asociaciones de pequeños productores garantizándoles la compra de sus cosecha directamente con agroindustriales.
- ❖ Trabajo conjunto entre ministerio de agricultura, las Secretarías de Agricultura Departamental, asociaciones y un aliado comercial que hará parte de la Alianza que adelanta el proyecto.
- ❖ Promueven el fortalecimiento organizacional de las asociaciones, mejoramiento de la productividad y sostenibilidad del proyecto.

## **3. COMPRAS PÚBLICAS**

# COMPRAS PÚBLICAS

- ❖ Política de estado para promover y garantizar la comercialización de productos.
- ❖ Las grandes entidades del sector deberán comprar a través de sus operadores como mínimo el 30% de la producción regional (ejercito, policía, bienestar familiar, programas alimentarios del gobierno).
- ❖ Las entidades publicas u operadores de programas deberán priorizar la compra de producción nacional y reducir importaciones.
- ❖ Eficiencia en la logística por parte de los operadores de compras que garantice los pagos oportunos y justos a las asociaciones de productores.

# COMPRAS PÚBLICAS

- ❖ Los operadores de compras deben solicitar las bases de datos de las asociaciones de productores, a las secretarías de agricultura o a los gremios que conforman su zona geográfica para la compra local de alimentos.
- ❖ Las zonas geográficas para las compras públicas locales de alimentos son la extensión de territorio dentro de la cual son producidos y comercializados, provenientes de asociaciones de pequeños y medianos productores.
- ❖ Los lineamientos aplican para las entidades públicas del nivel nacional, departamental, municipal, y entidades privadas que manejen recursos públicos.

## **4. AGRICULTURA POR CONTRATO**

## **AGRICULTURA POR CONTRATO: “COSECHE Y VENDA A LA FIJA”**

- ❖ Estrategia sectorial de comercialización agropecuaria que compromete a todas las entidades nacionales, territoriales y gremios con la venta segura de los productores del campo.
- ❖ Nace como respuesta a la política de gobierno 2018 – 2022, el cual pretende darle equidad al campo colombiano.
- ❖ Principal programa de gobierno para el sector agro.

## **AGRICULTURA POR CONTRATO: “COSECHE Y VENDA A LA FIJA”**

- ❖ Aseguramiento de la comercialización desde antes de la producción.
- ❖ Líneas especiales de crédito con las tasas de interés más bajas del mercado y estímulos a la formalización.
- ❖ Contrato de suministro de garantía para la comercialización del producto (objeto, cantidad, plazo, precio, lugar de entrega, autorización para pago a bancos cuando hay anticipos, etc).
- ❖ En un mismo escenario se cuenta con la presencia de productores (pequeños, medianos, grandes), industria , agroindustria, estado y sector financiero.

# ESQUEMA DEL PROCESO PARA GARANTIZAR Y MINIMIZAR RIESGOS DE LA COMERCIALIZACION AGROPECUARIA



# AGRICULTURA POR CONTRATO

## INSTRUMENTOS OPERATIVOS :

- ❖ RUEDAS DE NEGOCIOS: A lo largo de la geografía nacional se definen epicentros de producción para organizar los eventos que promueve el Ministerio y sus entidades.
- ❖ ACUERDOS CON LAS GRANDES SUPERFICIES: Básicamente apunta a fortalecer negociaciones con asociaciones de productores especialmente en perecederos como frutas, hortalizas y tubérculos.
- ❖ RED DE CENTRALES DE ABASTOS. A nivel nacional se hace acuerdo con las administraciones para convocar grandes compradores para que realicen acuerdos con asociaciones o agricultores independientes.
- ❖ BOLSAMERCANTIL DE COLOMBIA: Estímulos económicos del Ministerio a los productores que logren la venta de su producción con compradores de manera formal.
- ❖ EL CAMPO A UN CLICK : Plataforma virtual diseñada y atendida directamente por el Ministerio de Agricultura para garantizar el encuentro comercial entre demanda y oferta.

## ASPECTOS RELEVANTES

- ❖ Condiciones acordadas previamente compradores y vendedores.
- ❖ Relación contractual legal y vinculante que garantiza los negocios.
- ❖ Construcción de confianza entre las partes.
- ❖ El sector público como promotor y facilitador de los encuentros entre la oferta y la demanda.
- ❖ Mejoramiento del recaudo parafiscal, vía formalización de operaciones

# ELEMENTOS PARA OPERAR EL ESQUEMA DE COMERCIALIZACION.

## OFERTA (ASOCIACION DE PRODUCTORES)

### ▶ SERVICIOS DE ACOMPAÑAMIENTO:

- ✓ Asociatividad.
- ✓ Asistencia técnica integral.
- ✓ Formalización empresarial.
- ✓ Legalización de asociaciones.
- ✓ Mercadeo y comercialización.
- ✓ Buenas prácticas agropecuarias.



## RUEDAS DE NEGOCIOS

### ▶ SERVICIOS FINANCIEROS:

- ✓ Crédito capital de trabajo.
- ✓ Garantías crediticias
- ✓ Seguro cosechas.
- ✓ Mercado bursátil.



## DEMANDA (INDUSTRIA)

### ▶ DESARROLLO DE PROVEEDURIA RURAL:

- ✓ Optimización en la selección de nuevos proveedores.
- ✓ Formalización y estabilización en proveeduría y suministro.

# PROTOCOLO PARA LA PARTICIPACIÓN DE PRODUCTORES

## ASOCIACION DE PRODUCTORES

Acceso

ENTIDADES SECTORIALES  
COMPROMETIDAS CON  
PROMOVER EL PROGRAMA:

- ✓ Ministerio de Agricultura
- ✓ Secretarías de Agricultura Departamentales
- ✓ Gremios de la producción
- ✓ Entidades del sector

OFERTA

## REQUISITOS PARA PARTICIPAR EN LA EJECUCION DEL PROGRAMA

LEGALIZACION DE  
ACUERDO

- ❖ Producto
- ❖ Cantidades
- ❖ Fechas de entrega
- ❖ Precio
- ❖ Garantías

DEMANDA

INDUSTRIA

SERVICIOS  
FINANCIEROS

Servicios de acompañamiento integral

Caracterización oferta

# REFLEXIONES FINALES

- ❖ Fundamental definir una política pública para promover la compra-venta anticipada de la producción rural.
- ❖ Liderazgo privado con instrumentos de apoyo por parte del gobierno.
- ❖ Gremios de la producción y la industria comprometidos con la estrategia.
- ❖ Promoción de escenarios regionales para protocolizar negocios.
- ❖ Fomento la organización de los pequeños productores a partir de la formalización y la asociatividad.