	PROCEDIMIENTO	Código: PR-FCC-001
	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	Versión: 1
		Fecha: 31/Oct/2019

1. OBJETIVO

Describir las actividades para realizar la caracterización, valoración, asesoría y acompañamiento para el fortalecimiento de las capacidades comerciales de las organizaciones formales de pequeños productores agropecuarios, dentro de la ruta de atención del modelo de prestación de servicios de apoyo a la comercialización.

2. ALCANCE

Desde la identificación de las organizaciones agropecuarias, su caracterización, la valoración de sus capacidades comerciales, el desarrollo del perfil comercial, la determinación de necesidades de asesoría y acompañamiento en la ruta de atención, prestación de servicios de apoyo a la comercialización hasta el seguimiento al plan de atención.

3. BASE LEGAL

Ley 101 de 1993: Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero.

Ley 1448 de 2011: Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.

Ley 1876 del 2017 por medio de la cual se crea el sistema nacional de Innovación agropecuaria y se dictan otras disposiciones. La presente ley tiene por objeto la creación y puesta en marcha del Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA), compuesto por subsistemas, planes estratégicos, instrumentos de planificación y participación, plataformas de gestión, procedimientos para su implementación, así como mecanismos para su financiación, seguimiento y evaluación.

Ley 594 de 2000: Por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones.

Decretos - Ley 77 de 1987: Por el cual se expide el Estatuto de Descentralización en beneficio de los municipios.

Decreto 2379 de 1991: Por el cual se reglamenta los Decretos - Ley 77 de 1987 y 501 de 1989 en lo relativo a la prestación del servicio de asistencia técnica agropecuario a pequeños productores y se modifica parcialmente el Decreto 1946 de 1989.

Decreto 1071 de 2015: Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural.

Decreto 2364 de 2015: Por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural - ADR, se determinan su objeto y su estructura orgánica. ARTICULO 21°.Funciones de la Dirección de Comercialización. Numeral 3. Diseñar esquemas de comercialización acordes con las necesidades y diferencias de los territorios en los que se ejecuten proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural. Numeral 4. Aplicar los instrumentos a través de los cuales se ofrecen los servicios de comercialización, así como el modelo de operación y ejecución, en cumplimiento de las políticas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Decreto 902 de 2017: Por el cual se adoptan medidas para facilitar la implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el Acuerdo Final en materia de tierras, específicamente el procedimiento para el acceso y formalización y el Fondo de Tierras.

Acto legislativo 002 de 2017: Por medio del cual se adiciona un artículo transitorio a la Constitución con el propósito de dar estabilidad y seguridad jurídica al acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una Paz Estable y Duradera.

Resolución 464 de 2017: Con la cual se establecen los Lineamientos estratégicos de política pública para la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC)

4. DEFINICIONES

ACFC-Agricultura Campesina Familiar Comunitaria: se entiende la economía campesina familiar y comunitaria como el sistema de producción, transformación, distribución, comercialización y consuno de bienes y servicios; organizado y gestionado por los hombres, mujeres, familias, y comunidades (campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palanqueras) que conviven en los territorios rurales del país.

Beneficiarios: pequeños y medianos productores que conforman las Organizaciones Sociales, Comunitarias y Productivas Rurales, entendidas como aquellas figuras jurídicas sin ánimo de lucro legalmente constituidas, las cuales desarrollan actividades de producción agrícola, pecuaria, acuícolas y/o pesqueras, forestales, u otra actividad productiva o comercial relacionada con el sector rural. También serán beneficiarias, las Entidades Territoriales o Esquemas Asociativos Territoriales que cumplan con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

Caracterización: Identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa cada una de las entidades de la administración pública, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares (Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés)

Fortalecimiento a la comercialización: Estrategia orientada a resolver los problemas que en materia de comercialización enfrentan a diario las organizaciones de productores agropecuarios a través del Modelo de Atención y de Prestación de Servicios de Apoyo a la comercialización, mejorando las capacidades y fortalezas de las organizaciones.

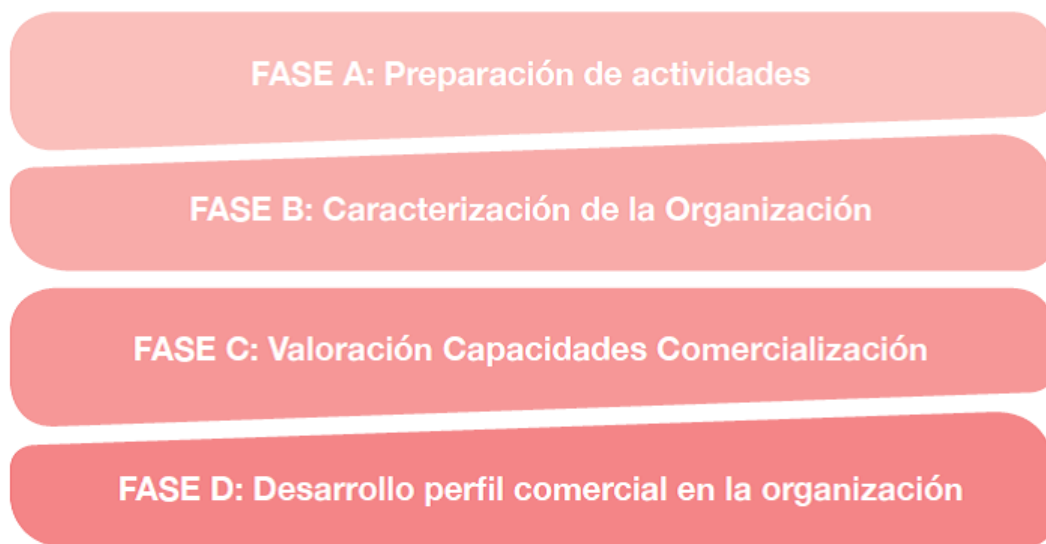
Pequeño Productor: Se entenderá por pequeño productor la persona natural que posea activos totales no superiores a los doscientos ochenta y cuatro (284) SMMLV, en el momento de la respectiva operación de crédito. Deberá demostrarse que estos activos, conjuntamente con los del cónyuge o compañero permanente, no exceden de ese valor, según balance comercial aceptado por el intermediario financiero cuya antigüedad no sea superior a 90 días a la solicitud del crédito (Decreto 2179 de 2017, "Por medio del cual se modifica el Decreto 1071 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, en lo relacionado con la definición de Pequeño Productor para los fines de la Ley 16 de 1990"

Valoración: Técnica cuantitativa y cualitativa a través de la cual se califica cada aspecto organizacional, productivo, comercial, financiero, contemplados en la caracterización, con el fin de obtener un puntaje que lo va ubicar en una de las tres categorías (iniciación, crecimiento y consolidación) e incluirlos en la ruta y enrutarlos a los servicios que requieren las organizaciones o grupos de interés.

5. CONDICIONES ESPECIALES

Cada UTT cuenta con un profesional encargado de las labores de la Dirección de Comercialización quien realiza el primer acercamiento con las asociaciones de pequeños y/o Medianos productores para aplicar la metodología en mención, realizando un cronograma para ejecutar las fases que a continuación se describen.

Fases. Con el propósito, de caracterizar a una organización en todos sus aspectos se creó la metodología de Caracterización y Valoración de organizaciones para la comercialización con las siguientes fases.



"CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACION", el cual contienen los siguientes puntos: 1. Información De Diligenciamiento; 2. Información General de la Organización; 3. Información Organizacional; 4. Información Productiva Primaria; 5. Información Transformación Colectiva; 6. Información Comercialización Colectiva y Logística; 7. Manejo logístico e infraestructura. .

Categorías de valoración en este aspecto se califican 4 componentes (Organizacional, Productivo, Comercial y Financiero)

Asignar la calificación a cada uno de los indicadores de acuerdo con los escenarios planteados para cada nivel, (iniciación = 0, crecimiento = 1 o consolidación = 2) identificando el que mejor explique la situación de la organización con respecto al indicador valorado.

Aspecto	Nivel (escalas de puntaje)		
	Iniciación	Crecimiento	Consolidación
Organizacional	0 a 5	6 a 9	10 a 12
Productivo	0 a 8	9 a 13	14 a 18
Comercial	0 a 7	8 a 12	13 a 16
Financiero	0 a 7	8 a 12	13 a 16

Se Verificar la valoración total obtenida en términos porcentuales, que corresponden a la sumatoria de las calificaciones de los cuatro aspectos dividida entre 62 el cual es el puntaje máximo posible. El formato en Excel está formulado y hace los

cálculos automáticos, en caso de hacerlo manualmente el nivel se calcula de acuerdo a la siguiente tabla:

VALORACIÓN TOTAL	Iniciación	Crecimiento	Consolidación
	0 a 44%	45% a 75%	76% a 100%

Para mayor ampliación de las condiciones especiales se puede consultar la "Metodología de caracterización y valoración de capacidades de organizaciones para la comercialización" (<https://www.adr.gov.co/servicios/comercializacion/Paginas/caracterizacion-y-valoracion-de-capacidades-de-organizaciones-para-la-comercializacion.aspx>)

6. DESARROLLO

Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	Identificar y priorizar organizaciones de productores y de ACFC	Se consolida la información de las organizaciones conformadas por pequeños productores agropecuarios, incluidas la ACFC, reportadas por parte de las Direcciones Territoriales, y las solicitudes allegadas a la UTT, a nivel central y los beneficiarios de los proyectos de la ADR, o bien solicitudes de entidades públicas y privadas del orden territorial, regional o nacional; que identifiquen necesidades puntuales de prestación de servicios de apoyo a la comercialización. Luego de tener identificadas las organizaciones a caracterizar se priorizan aquellas que estén ejerciendo la comercialización de sus productos.	Dirección de Comercialización (Gestores).	Base de datos en Excel con Relación de organizaciones identificadas
2	Programación de taller para la caracterización y valoración de la organización	Se realiza la propuesta de cronograma y requerimientos logísticos para el taller con las organizaciones a caracterizar, de manera concertada con las mismas. Por lo anterior, se contacta directamente al representante de la organización, en aras de coordinar las condiciones de realización de la jornada de caracterización y valoración de capacidades y a su vez construye una base de datos de confirmación de asistencia	Profesionales de la Dirección de Comercialización Profesional de la UTT	Formato F-DER-001-Actas Internas y Externas Formato F-DER-001-Listado de asistencia a reuniones
3	Realizar la caracterización de las organizaciones	Se asignan las organizaciones al profesional de la Dirección	Profesionales de la Dirección de Comercialización	Formato F-FCC-001- Caracterización de Organización

		<p>de Comercialización que sirve de enlace a la UTT. El profesional de enlace de la sede central, el profesional de la UTT y la junta directiva de la organización de productores, darán respuesta al formulario de Caracterización de Oferta, con el fin de desarrollar el análisis a las organizaciones.</p> <p>El diligenciamiento del formulario, se realiza con base a la Metodología de caracterización y valoración de capacidades de organizaciones para la comercialización.</p>	<p>Profesional de la UTT- Unidades técnicas territoriales.(Gestores) Dirección de Comercialización (Gestores)</p>	
4	<p>Efectuar la valoración de las capacidades comerciales de la organización</p>	<p>La organización de productores con el acompañamiento del profesional de enlace de la sede central junto con el equipo de la UTT, dará respuesta de manera participativa a las preguntas orientadoras para la Valoración organizacional de Capacidades para la comercialización (ver metodología: caracterización y valoración de capacidades de organizaciones para la comercialización).</p> <p>Después de la actividad con la organización, el profesional de enlace de la sede central junto con el equipo de la UTT, analizará las respuestas frente a los criterios definidos y registrados en el formato de valoración, los cuales se desarrollan para cada uno de los aspectos revisados (organizacionales, productivos, comerciales y financieros).</p> <p>Finalmente, se otorga la calificación y justificación de la misma en los espacios definidos en el formato.</p>	<p>Profesionales de la Dirección de Comercialización Profesional de la UTT.</p>	<p>Registro de Participantes de la Organización y equipo UTT.</p> <p>Formato: Valoración organizacional de capacidades para la comercialización - F-CC-002.</p>
5	<p>Realizar el resumen y conclusión de la valoración.</p>	<p>De acuerdo a la calificación obtenida por cada uno de los aspectos analizados que se encuentran detallados en la Metodología caracterización y valoración de capacidades de organizaciones para la</p>	<p>Profesionales de la Dirección de Comercialización Profesional de la UTT</p>	<p>Formato F-FCC-002- Valoración Organizacional de capacidades para la comercialización.</p>

		<p>comercialización, se realiza un resumen de las debilidades y fortalezas encontradas por cada aspecto y se registrarán las conclusiones frente a cada uno.</p> <p>Finalmente se emite un concepto general de la situación y las competencias y capacidades comerciales de la organización clasificándolas en fase de inicio, crecimiento y consolidación, según corresponda la calificación obtenida.</p>		
6	Revisar, consolidar y determinar las necesidades de asesoría y acompañamiento.	<p>Se revisa la caracterización y valoración realizada, se consolida la información, y se elabora el requerimiento para la inclusión de la organización en el plan de trabajo concertado por la Dirección, para la asesoría y acompañamiento puntual en la prestación de servicios de apoyo a la comercialización.</p> <p>El plan de trabajo determina la ruta de atención más adecuada para la organización determinando el tipo de acompañamiento requerido en el marco del modelo, ya sea la aplicación de las metodologías o las asesorías especializadas.</p>	Profesionales de la Dirección de Comercialización	<p>Informe consolidado</p> <p>Requerimiento de servicios de asesoría y acompañamiento para la prestación de servicios de apoyo a la comercialización.</p> <p>Metodologías y guías técnicas del Modelo de Atención y Prestación de Servicios de Apoyo a la Comercialización</p>
7	Socializar con la organización los planes de atención.	<p>Se realiza la socialización con la organización del plan de atención elaborado de acuerdo a sus necesidades.</p> <p>En el acta suscrita quedan descritos los compromisos del plan de atención.</p>	Profesionales de la Dirección de Comercialización Profesional de la UTT	<p>Formato F-DER-001-Actas Internas y Externas</p> <p>Formato F-DER-001-Listado de asistencia a reuniones</p>
8	Ejecutar el plan de servicios de asesoría y acompañamiento	La Dirección de aprueba el plan de atención, con los prestadores de los servicios de apoyo a la comercialización y establecerá las condiciones para el seguimiento y la supervisión de la ejecución del plan de atención.	Dirección de Comercialización. Director Gestor	Plan de atención aprobado. Asignación para el seguimiento y supervisión
9	Realizar el seguimiento a la ejecución del plan de atención.	La Dirección de Comercialización realizará periódicamente el seguimiento a la ejecución del plan de atención aprobado; se realiza el análisis a la ejecución de	Dirección de Comercialización: Gestor-Seguimiento. Gestor designado supervisión. (Componente administrativo en las cargas)	Informes de Seguimiento. Informes periódicos de supervisión.

		los planes y se propondrá acciones de mejoramiento cuando corresponda.	
--	--	--	--

7. DOCUMENTOS ASOCIADOS

Formato F-FCC-001- Caracterización de Organización.

Formato F-FCC-002- Valoración Organizacional de capacidades para la comercialización

Formato F-DER-001- Actas Internas y Externas

Formato F-DER-001- Listado de asistencia a reuniones

Metodologías y guías técnicas del Modelo de Atención y Prestación de Servicios de Apoyo a la Comercialización:

1. Caracterización y valoración de capacidades de organizaciones para la comercialización
2. Conformación de alianzas público privadas (APP)
3. Alianzas comerciales, agroindustriales y de exportación
4. Celebración de contratos de compraventa y suministros
5. Constitución y operación de fondos rotatorios de comercialización
6. Planeación, implementación y evaluación de mercados campesinos
7. Encuentros comerciales territoriales a través de las ruedas de negocio agroalimentarias
8. Alfabetización digital con énfasis comercial
9. Red de comercialización
10. Base de agentes comerciales
11. Análisis de precios de productos de origen agropecuario
12. Vinculación de productores beneficiarios de restitución de tierras a una alianza público privada
13. Desarrollo de misiones comerciales nacionales para impulsar Agronegocios
14. Desarrollo de Agroferias comerciales regionales
15. Incorporación del enfoque comercial y de mercados en la estructuración de proyectos agropecuarios
16. Guía técnica requisitos para acceso a mercados agroalimentarios

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN	
		ELABORÓ	REVISÓ
		<p>Nombre: Henry Bernal Cocunubo</p> <p>Cargo: 3.4. Dirección de Comercialización</p> <p>Fecha: 08/Nov/2019</p>	<p>Nombre: LUIS ALEJANDRO TOVAR - VIP</p> <p>Cargo: 3. Vicepresidencia de Integración Productiva</p> <p>Fecha: 12/Nov/2019</p> <p>Nombre: Diana Marcela Rendon Murillo</p> <p>Cargo: VICEPRESIDENCIA DE INTEGRACIÓN PRODUCTIVA</p> <p>Fecha: 12/Nov/2019</p>
			APROBÓ
			<p>Nombre: CLAUDIA RODRÍGUEZ ORTÍZ</p> <p>Cargo: 2. Presidencia</p> <p>Fecha: 15/Nov/2019</p>