

 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Agencia de Desarrollo Rural La semilla del cambio	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 1 de 55	

DOCUMENTO TECNICO PROYECTO DE INVERSIÓN

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO Y APOYO COMERCIAL
PARA ORGANIZACIONES RURALES A NIVEL NACIONAL

AGENCIA DE DESARROLLO RURAL,
VICEPRESIDENCIA DE INTEGRACIÓN PRODUCTIVA,
DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

Bogotá D.C., abril de 2024



**MINISTERIO DE AGRICULTURA
Y DESARROLLO RURAL**

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 2 de 55

Contenido

1. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO.....	3
2. ANTECEDENTES	3
3. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.	5
4. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE PARTICIPANTES	9
5. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y OBJETIVO	11
6. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS	12
7. MARCO NORMATIVO Y CONTRIBUCIÓN A LA POLÍTICA PÚBLICA.....	14
8. JUSTIFICACIÓN	20
9. ANÁLISIS TÉCNICO DE LA ALTERNATIVA	21
10. CADENA DE VALOR	22
11. PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	35
12. IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS.....	38
13. INGRESOS Y BENEFICIOS	41
14. INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y REGIONALIZACIÓN	42
15. FOCALIZACIÓN	51
16. CRONOGRAMA.....	52
17. LÍDER TÉCNICO Y GERENTE DEL PROYECTO.....	55



1. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO

Nombre:	Implementación de estrategias de fortalecimiento y apoyo comercial para organizaciones rurales a nivel nacional
Costo total:	\$336.002.853.523
Horizonte:	2025-2030
Programa:	1702 – INCLUSIÓN PRODUCTIVA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES RURALES
Subprograma:	1100 INTERSUBSECTORIAL AGROPECUARIO
Fecha de Formulación:	abril de 2024
Dependencia que formula:	Dirección de Comercialización
Formulador: (Nombre y cargo)	Patricia Assis – Gestor Dirección de Comercialización. ADR.

2. ANTECEDENTES

La alta informalidad e intermediación en la dinámica comercial sectorial, ocasionan mayor cantidad de flujo de efectivo y mayores costos en las transacciones, estas son de las principales deficiencias de los mercados agropecuarios tradicionales. El canal tradicional de comercialización como es definido por el documento técnico de la “Misión para la Transformación del Campo (MTC)”, contiene un “Alto número de intermediarios, informalidad en las transacciones con pago en efectivo máximo a una semana”. Los procesos de intermediación generan condiciones como el pago de contado y la compra de todo el producto sin importar la calidad de este, que de una u otra manera son adecuadas para el productor, así el precio de venta, obtenido, no sea en muchos casos rentable. Los productores dependen entonces de este tipo de actores que no les generan mayores garantías ni posibilidades de mejoramiento comercial. Por ejemplo, según cifras de DNP, en productos como la cebolla y el tomate el productor solo recibe entre 18,5% y 24% respectivamente del valor total pagado por el consumidor final. (MTC 2014: 44). En la mayoría de los casos el producto pasa por varios intermediarios, pero no tiene ningún proceso de agregación de valor o transformación antes de llegar al consumidor final.

En un contexto de creciente inserción en la economía mundial y de apertura de mercados, son esenciales las escalas de producción eficientes que integren vertical y horizontalmente la producción, la transformación y la comercialización; y que involucren a pequeños productores en esquemas asociativos –para facilitar su incorporación en procesos de empresarización y articulación con inversionistas privados (negocios inclusivos), mejorar su productividad y capacidad de negociación, y de esta manera, facilitar su inserción en los mercados–. Y claro, la cadena de valor de los productos agropecuarios debe cumplir con los requisitos sanitarios y

de calidad, condición básica para acceder a los mercados. Instrumentos de política sectorial deben apoyar temporalmente el proceso de superación de las barreras, promoviendo la investigación, la asistencia técnica integral y la innovación a lo largo del proceso de producción y comercialización. El punto de partida debe ser el uso eficiente de factores de producción como la tierra, el agua y el material reproductivo. En este último caso, la biotecnología es clave en la provisión de insumos más acordes con los sistemas productivos propios de ecosistemas tropicales, como los de Colombia. *No pueden quedar por fuera esquemas de comercialización eficientes y la oferta de infraestructura de transporte, dos condiciones para que los productos agropecuarios lleguen con precios competitivos a los mercados finales.* Dada la naturaleza propia de la actividad agropecuaria, no es posible desentenderse de instrumentos para una mejor gestión del riesgo (climático y de mercado), que permitan atraer y mantener la inversión privada en el campo (DNP Informe Nacional de Desarrollo Humano Colombia 2011).

No puede obviarse que el mejoramiento permanente de la competitividad agropecuaria está atado a la superación significativa de las condiciones de pobreza y desigualdad, que tanto inciden en los pobladores rurales. Es un obstáculo la baja capacidad para aprovechar las oportunidades de crecimiento y para acceder a los mercados, debido a problemas sociales críticos como el despojo de tierras, el desplazamiento y el narcotráfico. En este caso, son pertinentes instrumentos específicos para mejorar el acceso a los activos productivos y una ruta de capacidades para aprovecharlos y generar ingresos suficientes y sostenibles.

En el sector rural confluye buena parte de los desequilibrios regionales. La agudización de la pobreza en algunas regiones y la debilidad institucional relativa en las de menor desarrollo, les impide a los pobladores rurales más pobres aprovechar su potencial productivo y vincularse más eficientemente en los mercados. Para lograrlo, son útiles los instrumentos de ordenamiento y planificación sostenible del territorio y la generación de capacidades locales que permitan identificar potencialidades y aprovechar las oportunidades del crecimiento económico.

En este contexto, el proyecto de inversión denominado “Implementación de estrategias de fortalecimiento y apoyo comercial para organizaciones rurales a nivel nacional”, recoge en buena parte las propuestas señaladas en los proyectos de inversión 2023, denominado Implementación de un modelo de atención y prestación de servicios de apoyo a la comercialización, nivel nacional, BPIN 2018011001172 y el proyecto en ejecución “Implementación de estrategias de inserción de la población rural a procesos colectivos económico sociales que inciden en el desarrollo rural sostenible de los territorios, nivel nacional”, código BPIN 202300000000220; este último, incluye por un lado el componente de participación y asociatividad, y por otro el componente de comercialización, administrados por la Vicepresidencia de Proyectos y la Vicepresidencias de Integración Productiva respectivamente. Parte de las propuestas que se retoman de los proyectos de inversión antecesores hacen referencia al fortalecimiento de capacidades de comercialización de las organizaciones de productores y productoras rurales de la ACFC, así como la implementación de circuitos cortos de comercialización como estrategias de vinculación y fortalecimiento de las organizaciones en escenarios comerciales como mercados campesinos, ferias comerciales y ruedas de negocios.

		Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009		Versión: 5	Página 5 de 55

Importante mencionar los logros obtenidos a través de los proyectos antes mencionados, que por su similitud en la cadena de valor, se registran como avances en la gestión y beneficios para la población objetivo, también considerada para el nuevo proyecto de inversión 2025-2030.

En la siguiente tabla, se reconocen las metas e indicadores ejecutados 2020 a 2023, así como las estimaciones que se tienen para la vigencia 2024 del proyecto en ejecución.

Componente	Ejecutado 2020	Ejecutado 2021	Ejecutado 2022	Ejecutado 2023	Meta 2024 (en proceso)
Servicios de apoyo a la comercialización	100 organizaciones de productores formales apoyadas	56 organizaciones de productores formales apoyadas	258 organizaciones de productores formales apoyadas	206 organizaciones de productores formales apoyadas	350 organizaciones de productores formales apoyadas
Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	29 grupos fortalecidos	18 grupos fortalecidos	30 grupos fortalecidos	243 grupos fortalecidos	200 Grupos fortalecidos
Servicios de educación informal en comercialización	390 productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial atendidos	208 productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial atendidos	260 productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial atendidos	1200 productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial atendidos	500 productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial atendidos
Ejecución financiera a nivel de compromisos presupuestal hasta el 2023	\$2.630.036.480	\$4.116.773.794	\$2.506.056.858	\$15.040.395.592	\$40.000.000.000

Tabla 1 Metas e indicadores ejecutados. Fuente: Elaboración propia. 2024

3. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.

El Estado Colombiano viene realizando inversiones considerables en programas de apoyo a iniciativas productivas agropecuarias dirigidas a la participación y el impulso del desarrollo del sector rural; dichas inversiones han estado orientadas en mayor medida a aspectos relacionados con el incremento de la producción y la productividad a través de la provisión de insumos, activos productivos y asistencia técnica. Si bien se han logrado algunos resultados en relación con el incremento de la producción del sector, estas intervenciones no son del todo efectivas para responder de manera integral a las necesidades y dinámicas cambiantes de los mercados o a las posibilidades reales de los territorios para desarrollar apuestas competitivas.

El desarrollo de proyectos productivos es sin duda una oportunidad para lograr que la población rural dinamice la producción agropecuaria, no obstante, los tiempos del ciclo de proyectos – enfocados esencialmente en la planeación, estructuración y ejecución de la etapa del establecimiento productivo, hacen que se aborde de manera limitada el proceso de consolidación comercial para una participación sostenible en los mercados; desde esta perspectiva se debe considerar que los aspectos productivos y de comercialización no son aislados sino que la comercialización puede diferenciar nichos basados en características logradas en el proceso de cultivo.

La baja concurrencia de las Organizaciones de productores agropecuarios y de la ACFC a mercados más formales se debe a que esas organizaciones no han sido vinculadas a procesos sistemáticos de instalación de las capacidades comerciales, ni a la participación en canales comerciales tales como: mercados, agro ferias, ruedas de negocios y encadenamientos comerciales con demanda pública y privada.

Aun se presenta desarticulación entre los eslabones y actores de la producción, transformación, industrialización, comercialización, distribución, además de informalidad en los mecanismos de encadenamiento comercial aplicados en los territorios. Al no asumir la continuidad entre lo productivo y la comercialización, las organizaciones campesinas tienen una **baja concurrencia en los procesos de comercialización**; pues no logran el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales para responder adecuadamente con las exigencias de la demanda por parte de los mercados. Así mismo las condiciones desfavorables en los canales de comercialización, conllevan a la baja vinculación de las organizaciones de productores agropecuarios y de la ACFC en la comercialización directa de sus productos.

Prueba de lo anterior, se puede observar en el diagnóstico del CONPES 4098 de 2022, en donde mencionan que en el año 2015 se evidenció “una excesiva intermediación en la comercialización de productos agropecuarios, especialmente aquella que no añade valor a la cadena. La intermediación no solo afecta a los productores agropecuarios, sino también al consumidor, como se evidencia en el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá...” (Departamento Nacional de Planeación, 2022)

La necesidad de atención de este problema central muestra coherencia con el énfasis del marco normativo que rige la ADR y a su Dirección de Comercialización, en cuanto a acciones que promuevan la concurrencia en canales de comercialización de la pequeña producción agropecuaria; destacándose las siguientes acciones:

- Diseñar esquemas de comercialización acordes con las necesidades y especificidades de los territorios.
- 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.
- En los acuerdos del posconflicto, establecer apoyos en mercadeo a la producción agropecuaria y a la economía popular, solidaria y cooperativa, y la participación en el desarrollo de un plan nacional para la promoción de la comercialización de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria (ACFC).
- Facilitar la inserción de proveedores colombianos, particularmente de los productores agropecuarios de la ACFC, en cadenas de valor, global, regional o local.
- Fomentar los sistemas productivos sostenibles y los mercados locales (circuitos cortos de comercialización, campesinos y comunitarios).
- Apoyar el fortalecimiento de la orientación a mercados e incorporación a cadenas de valor de los servicios de extensión agropecuaria y de los planes departamentales de extensión agropecuaria.
- Impulsar la agricultura por contrato en los procesos de acompañamiento en el desarrollo de encadenamientos comerciales.

Para facilitar el seguimiento, el control en la operación y ejecución de los recursos, se solicita por parte del liderazgo de la agencia, poder separar los componentes de asociatividad y comercialización en dos proyectos específicos, que para el caso de comercialización, se propone la alternativa que se denomina “Implementación de estrategias de fortalecimiento y

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 7 de 55

apoyo comercial para organizaciones rurales a nivel nacional”, cuyo horizonte va del 2025 a 2030.

La alternativa busca superar la problemática de la baja concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización; causada por las limitadas competencias comerciales y la informalidad de los mecanismos de encadenamiento comercial en los territorios.

Causas del problema:

Una de las causas que ocasiona esta problemática son las limitadas competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, debido a las bajas capacidades técnicas y legales de las organizaciones de productores rurales para responder a las exigencias de la comercialización, así como a la desarticulación entre los eslabones de la cadena en función de la integralidad de la comercialización por parte de las organizaciones rurales.

Según la Encuesta Nacional Agropecuaria (DANE, 2020), en 2019 solo el 5,2% de las UPA incorporó alguna innovación en procesos productivos, de comercialización o administración y sólo el 1,6 % indicó que realizó o inició actividades para algún cambio o mejora. Si bien estas cifras evidencian la baja adopción de la innovación por parte de los productores agropecuarios, lo que limita la posibilidad de alcanzar mayores niveles de productividad, competitividad, también evidencian la baja concurrencia de la producción rural a canales y mercados más formales, para reducir los pasos de intermediación comercial.

Así mismo, prevalece la informalidad de los mecanismos de encadenamiento comercial en los territorios, debido a la desarticulación de los actores que intervienen en la generación de una oferta y demanda sostenida de productos agropecuarios, y por las inestables condiciones en los canales de comercialización (precios, intermediarios, agro logística, especulación, competencia desleal), pues aún se presentan situaciones donde se excluye sistemáticamente a la Agricultura campesina, familiar y comunitaria (ACFC,) con prevalencia de los agro negocios tradicionales.

Tal como lo expresa el diagnóstico del CONPES 4098 de 2022, el estudio realizado por el DNP para el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria para Bogotá en 2015, estimó que “en promedio, había tres intermediarios en la cadena de comercialización que no agregaban valor y generaban un sobrecosto del 21 % sobre el precio final. De esta forma, solo por acercar los consumidores con los productores se podrían obtener ahorros para los primeros y mejoras en los ingresos de los segundos” (Departamento Nacional de Planeación, 2022); condición que sigue vigente en los canales de comercialización a los que aún se siguen vinculando los productores campesinos y de la ACFC trayendo consigo ingresos inequitativos y bajo desarrollo del sector.

Todo esto promueve la exclusión sistemática de la Agricultura campesina, familiar y comunitaria (ACFC), con consecuencias como las siguientes:

- Incremento de los precios al consumidor final

- Prevalencia de la intermediación
- Bajo ingreso de las organizaciones de productores rurales

Y conlleva a un incremento en la informalidad e ineficacia en los procesos de comercialización y, a la desmotivación en las organizaciones para involucrarse activamente en el desarrollo rural territorial, desencadenando en inseguridad alimentaria en los territorios más vulnerables y afectación de las condiciones de calidad de vida de los productores campesinos.

En el siguiente esquema se ilustra la problemática anteriormente explicada:

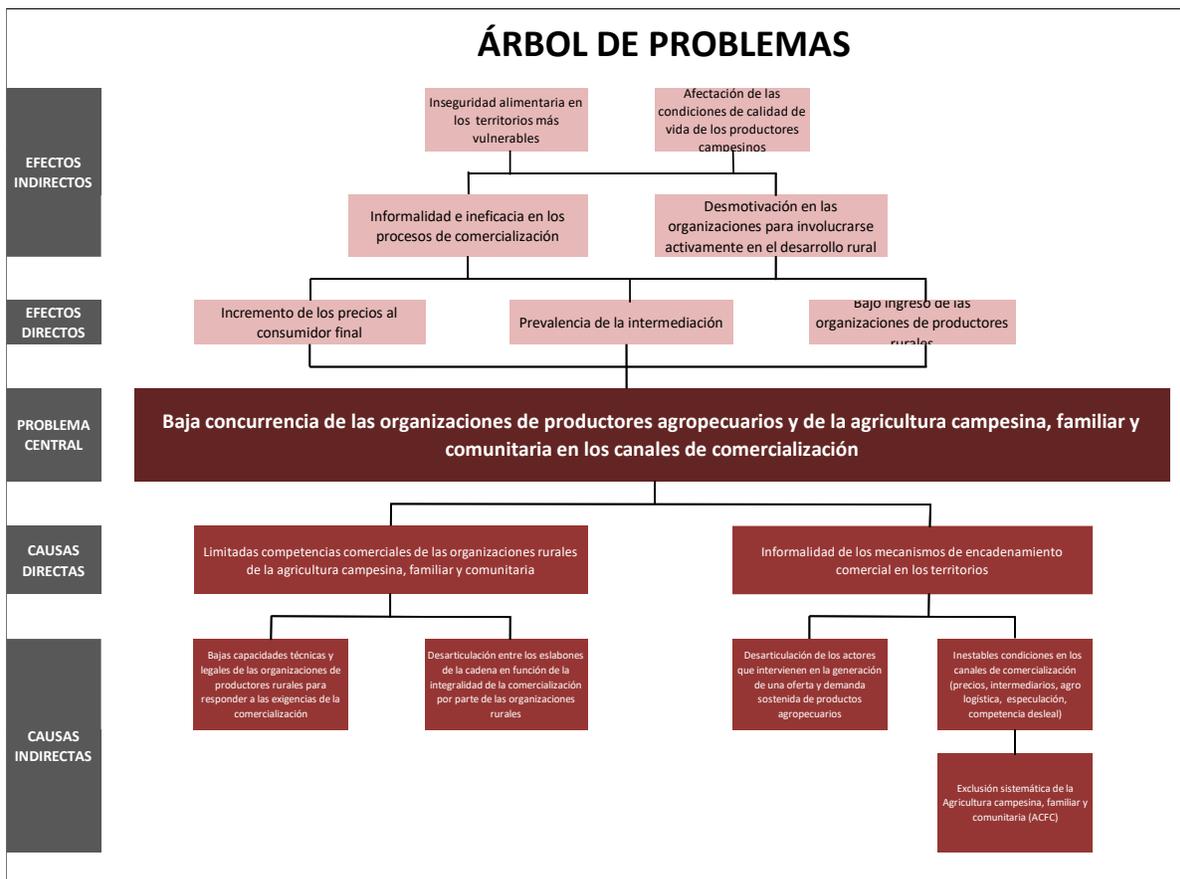


Ilustración 1 Árbol de problemas

Magnitud del problema: La Agencia de Desarrollo Rural en cabeza de la Dirección de Comercialización, viene adelantando desde las vigencias 2020 a 2023 el fortalecimiento comercial de las Organizaciones Rurales de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria, a través de un portafolio de servicios especializados y, con el acompañamiento técnico para la participación y vinculación en circuitos cortos de comercialización (canal público y encadenamientos con privados). Las organizaciones de productores formales apoyadas de las vigencias 2020 a 2023 ascienden a 620 en el periodo de 5 años, quedando por atender 7.203 Organizaciones de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria, de un total de 7.823, las cuales representan junto con sus productores la población afectada (50 personas por organización en promedio).

En términos porcentuales las organizaciones de productores vinculadas en canales de comercialización se encuentran en un 8% aproximadamente respecto al número de organizaciones según la población censada.

$$(620/7.823) * 100 = 7,92\% \approx 8\%$$

Nombre del indicador: Organización de productores rurales de la ACFC fortalecidas y vinculadas en los circuitos cortos y/o encadenamientos comerciales

Unidad de medida: Porcentaje

Cantidad: 8%

Fuente de información: Estadísticas Dirección de Comercialización- ADR

4. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE PARTICIPANTES

Este análisis identifica los participantes que tienen relación directa con la situación analizada y el rol que tiene cada uno (perjudicado, beneficiario o cooperante), así como el tipo de contribución que van a brindar en pro del cumplimiento de los objetivos del proyecto (Financiera, logística, técnica, política, de control social, entre otros).

Para este proyecto los actores involucrados son los que se identifican a continuación:

ACTOR	ENTIDAD	ROL (Cooperante, Oponente, Beneficiado, Perjudicado)	INTERÉS EN LA SOLUCIÓN	CONTRIBUCIÓN
Otro	Productores agropecuarios asociados	Beneficiarios	Fortalecer la capacidad de la organización para representar a los productores asociados en las actividades comerciales colectivas	Puede aportar recursos técnicos, financieros, incluida la valoración de bienes y servicios necesarios para la adecuada prestación de los servicios, así como capacidades administrativas y empresariales para la gestión e implementación de las estrategias y acciones definidas en el marco de las intervenciones realizadas por parte de la ADR. Representación de los productores en la gestión comercial necesaria para la colocación de sus productos y servicios en los mercados.
Otro	Entes territoriales: alcaldías - Gobernaciones	Cooperante	Aumentar sus capacidades e impacto en la región de cobertura	Compromisos de trabajo articulado y cogestión
Nacional	MADR	Cooperante	Promover el desarrollo competitivo, equitativo y sostenible de los procesos agropecuarios forestales, pesqueros y de desarrollo rural, con criterios de descentralización, concertación y participación, que contribuyan a mejorar el	Diseño de política pública y formulación de lineamientos sobre estrategias de intervención e impacto. Emitir concepto de viabilidad de las iniciativas de inversión sectorial.

ACTOR	ENTIDAD	ROL (Cooperante, Oponente, Beneficiado, Perjudicado)	INTERÉS EN LA SOLUCIÓN	CONTRIBUCIÓN
			nivel y la calidad de vida de la población colombiana.	
Nacional	MININTERIOR	Cooperante	Fortalecer la democracia, la convivencia y la participación ciudadana; el disfrute de los derechos y libertades públicas, y el ejercicio pleno del Estado Social de Derecho.	Gestionar las Consultas Previas y diseño de lineamientos sobre estrategias de intervención e impacto con poblaciones específicas (comunidades étnicas, mujer rural, joven rural) y contribución en lineamientos y consultas de política pública para la promoción de la participación.
Nacional	APC-Colombia	Cooperante	Gestionar, orientar y coordinar técnicamente la cooperación internacional pública, privada, técnica y financiera no reembolsable que reciba y otorgue el país	Apoyar la canalización de recursos programas y proyectos de cooperación internacional para fomentar y fortalecer la asociatividad y la participación de los productores rurales
Nacional	PRESIDENCIA	Cooperante	Fortalecer la implementación de las políticas públicas del orden nacional en cuanto al desarrollo agropecuario y rural	Articular la oferta institucional y la gestión de recursos, con soporte en las Altas Consejerías y el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, para la atención a los pobladores rurales.
Nacional	UAEOS	Cooperante	Fomentar emprendimientos asociativos solidarios autos sostenibles orientados al desarrollo integral del ser humano.	Acuerdos de cooperación técnica para articular la oferta para la atención de Organizaciones Solidarias en el ámbito rural
Nacional	UARIV	Cooperante	Atender y reparar integralmente a las víctimas para contribuir a la inclusión social y a la paz.	Acuerdos de cooperación técnica para articular la oferta de atención a las víctimas en el sector rural
Nacional	Otras entidades del orden nacional (DPS - ART - ANT - DNP - Agrosavia – EPSEAS)	Cooperante	Aumentar su cobertura y oferta de servicios a las poblaciones sujeto de atención	Acuerdos de cooperación técnica para articular la oferta
Otro	Intermediarios especuladores	Oponentes	Obtener rentas por la intermediación en el acceso a bienes y servicios	Concertaciones para mantener los precios estables y segmentar el mercado por calidades
Otro	Entidades prestadoras de extensión agropecuaria no EPSEAS (Fundaciones - Corporaciones - Incubadoras de empresas - Gremios – Cooperativas)	Cooperante	Fortalecer el desarrollo rural mediante la prestación del servicio de extensión agropecuaria (que incluye aspectos organizativos y administrativos) a los productores rurales	Concertación y posibles alianzas de servicios complementarios

ACTOR	ENTIDAD	ROL (Cooperante, Oponente, Beneficiado, Perjudicado)	INTERÉS EN LA SOLUCIÓN	CONTRIBUCIÓN
Otro	Entidad o institución aliada	Cooperante	Proveer servicios para la ejecución del proyecto, brindando apoyos logísticos y/o asesorías especializadas	Capacidad técnica, financiera, administrativa y logística para la prestación de servicios de apoyo a la comercialización.
Nacional	Agencia de Desarrollo Rural-ADR	Cooperante	Atención de la demanda de acompañamiento para el desarrollo de capacidades productivas y conexión con mercados	Desarrollo y prestación de servicios de apoyo comercial que contribuyan a la generación de ingresos de la pequeña producción agropecuaria. Acciones de articulación interinstitucional
Nacional	Ministerio De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones – Gestión General	Cooperante	Aumentar cobertura y eficacia en el uso de medios tecnológicos en actividades económicas rurales.	Apoyar la gestión en aspectos logísticos de los procesos de transferencia de competencias en el uso y apropiación de medios tecnológicos de información a los productores agropecuarios
Otro	Empresas productivas o transformadoras con ánimo de lucro	Cooperante	Obtener ingresos por la producción, transformación o comercialización de productos de origen agropecuario	Concertación y posibles alianzas comerciales y socializar los beneficios económicos sectoriales que se pueden derivar del fortalecimiento a los productores de bienes complementarios y sustitutos

Tabla 2 Análisis de participación. Fuente: Elaboración propia, 2024

Para el relacionamiento y la concertación entre los actores, la cooperación y articulación entre el sector público (nacional y local), el sector privado y las organizaciones rurales, pueden aunar esfuerzos con diversos recursos técnicos, financieros, incluida la valoración de bienes y servicios, así como capacidades administrativas y empresariales para la gestión e implementación de las estrategias y acciones definidas en el marco de intervención de la presente alternativa, la cual busca garantizar la calidad en la provisión de bienes públicos y servicios, así como la concurrencia y vinculación de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina familiar y comunitaria a canales de comercialización directos para mejorar sus ingresos y sostenibilidad en los mercados.

5. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y OBJETIVO

Realizando el análisis de la población, esta fue caracterizada, cuantificada y ubicada de la siguiente manera:

Población Afectada:

- Personas → Productores de la agricultura campesina familiar y comunitaria (ACFC) organizados formalmente. Son 360.150 personas en el territorio Nacional.

 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Agencia de Desarrollo Rural La semilla del cambio	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009		Versión: 5	Página 12 de 55

Población Objetivo:

- Personas → Productores de la agricultura campesina familiar y comunitaria (ACFC) organizados formalmente. Son 121.500 personas priorizadas en el territorio Nacional. Estas personas hacen parte de las organizaciones de productores agropecuarios y de la ACFC que se atenderán a través de los servicios prestados por este proyecto en su horizonte. Por tanto, se atenderán 2.430 organizaciones finalizando el horizonte del proyecto.

Las cifras exactas y la caracterización de las poblaciones se encuentran a continuación:

	Población Afectada	Población objetivo
Quienes son	Personas	Personas
Características	Productores de la agricultura campesina familiar y comunitaria (ACFC) organizados formalmente	Productores priorizados de la agricultura campesina familiar y comunitaria (ACFC) organizados formalmente
Cantidad	360.150	121.500
Ubicación	Territorio Nacional	Territorio Nacional

Tabla 3 Población afectada y población objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Tal como se expresa en el cuadro anterior, el proyecto de inversión se llevará a cabo en la zona rural del territorio Nacional.

6. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Teniendo en cuenta la problemática analizada, se identificó el objetivo ***“Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización”***.

Para ello se desarrollarán dos objetivos específicos, a saber:

- Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, incrementando las capacidades técnicas y legales de las organizaciones de productores rurales para responder a las exigencias de la comercialización, y articulando los eslabones de la cadena en función de la integralidad de la comercialización por parte de las organizaciones rurales.
- Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios, a través de la articulación de los actores que intervienen en la generación de una oferta y demanda sostenida de productos agropecuarios, y mejorando las condiciones en los canales de comercialización, mediante la inclusión sistemática de la Agricultura campesina, familiar y comunitaria (ACFC,) y reduciendo los agro negocios tradicionales.

Con el logro de estos objetivos, se podrá contribuir al cumplimiento de los siguientes fines:

- Reducir los precios al consumidor final
- Reducir la intermediación
- Incrementar el ingreso de las organizaciones de productores rurales

Lo anterior, permitirá formalizar y hacer efectivos los procesos de comercialización y, motivar a las organizaciones para involucrarse activamente en el desarrollo rural territorial, para con ello garantizar la seguridad alimentaria en los territorios más vulnerables y, mejorar las condiciones de calidad de vida de los productores campesinos.

En el siguiente esquema se ilustra la situación que se espera alcanzar:

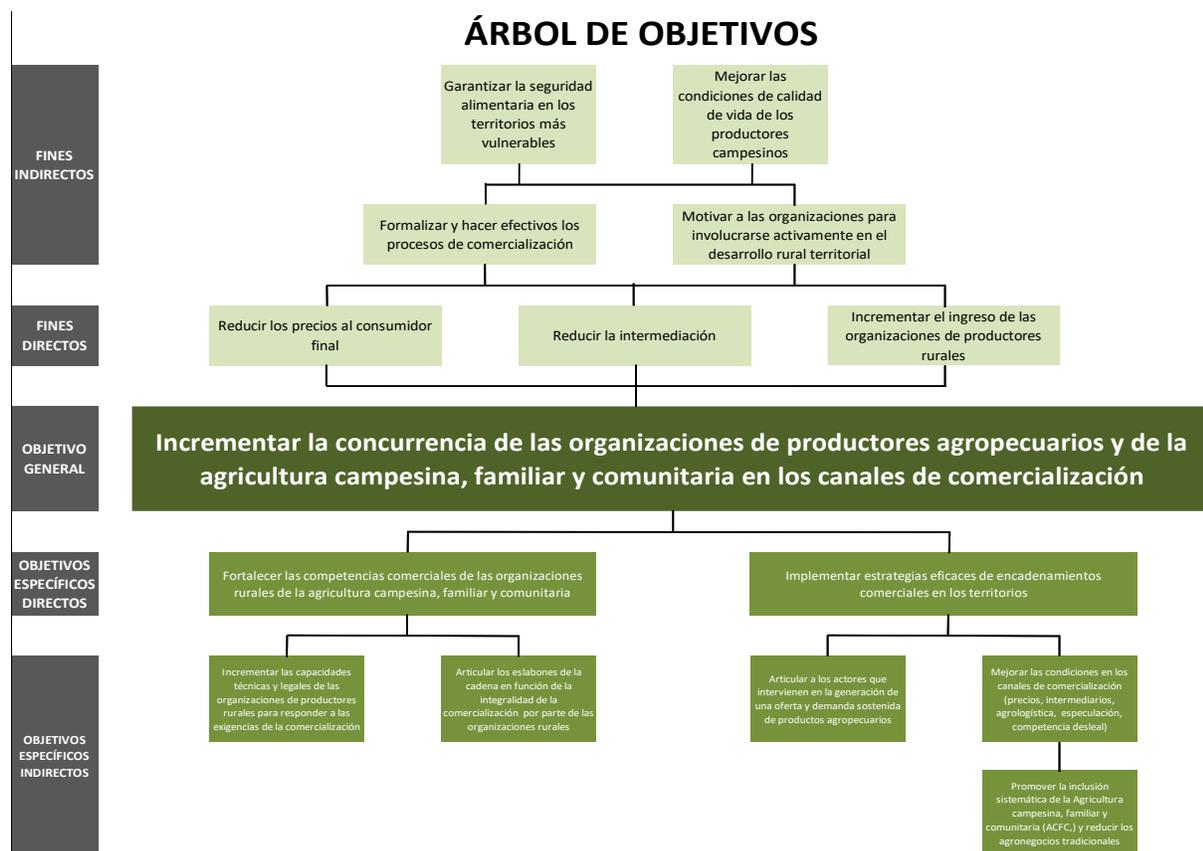


Ilustración 2 Árbol de objetivos

Para poder medir el avance en el cumplimiento del objetivo general se seleccionó un (1) indicador de resultado.

Con corte al horizonte del proyecto se espera incrementar la vinculación de las organizaciones a un 39%, que corresponde a la atención de 3.050 organizaciones, incluyendo a las 620 atendidas en años anteriores. Esta cifra fue estimada a partir de la capacidad instalada que se proyecta para la atención anual para el fortalecimiento de las organizaciones en las vigencias 2025-2030, la cual se estima en 280 organizaciones fortalecidas por año, y la vinculación a circuitos cortos de aproximadamente 125 organizaciones más por año.

Por otro lado, se espera iniciar la medición de la concurrencia de las organizaciones en los canales de comercialización, por ello se toma como supuesto que anualmente 200 organizaciones se mantendrán vinculadas a cualquiera de estos, transitando de acuerdo a su nivel de madurez organizativa.

Nombre del indicador: Organización de productores rurales de la ACFC fortalecidas y vinculadas en los circuitos cortos y/o encadenamientos comerciales.

Unidad de medida: Porcentaje

Cantidad: 39%

Fórmula: (620 organizaciones atendidas en años anteriores + 1.680 organizaciones con planes estratégicos de intervención comercial + 750 organizaciones que participan en circuitos cortos) / 7.823 Total organizaciones ACFC).

Fuente de información: Documento oficial - Archivo de gestión de la Dirección de Comercialización- ADR.

7. MARCO NORMATIVO Y CONTRIBUCIÓN A LA POLÍTICA PÚBLICA

Las normas y disposiciones que respaldan este proyecto de inversión se exponen en la siguiente tabla:

Normatividad	Descripción
Constitución Política 1991: Artículos 64 y 65	Establece: "Es deber del Estado promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios, en forma individual o asociativa, y a los servicios de (...) comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos". Y "La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras (...)".
Ley 101 de 1993 Desarrollo Agropecuario y Pesquero	Capítulo VII. Apoyo a la comercialización de productos de origen agropecuario y pesquero. Se establecen directrices, entre otros, sobre los objetivos de interés público derivados del proceso de comercialización en los mercados mayoristas y los mecanismos especiales de vigilancia sobre las Corporaciones o Centrales de Abastos.
Decreto 2364 del 2015, por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural (ADR)	El Artículo 3 establece como objeto de la ADR. (...) Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural nacionales y de iniciativa territorial y asociativa, así como fortalecer la gestión del desarrollo agropecuario y rural y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales y la competitividad del país. Así mismo el Capítulo II Artículo 21° Entre las funciones de la Dirección de Comercialización, se destaca: 1. 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. 2. 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.

Normatividad	Descripción
Acto Legislativo 002 del 2017	Capítulo 1. Reforma Rural Integral. Entre las acciones para la Transformación estructural del campo plantea: 1.3.3.4 Mercadeo: Plan Nacional para la promoción de la comercialización de agricultura campesina familiar y comunitaria-ACFC, el desarrollo de circuitos cortos de comercialización, promoción de mercados en centros urbanos para productos de la ACFC y de una estrategia de compras públicas.
Ley 1876 del 2017. Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria SNIA	Artículo 3. Numeral 8 Orientación al mercado e incorporación a cadenas de valor. “Las acciones y estrategias adelantadas en el marco del SNIA deberán responder a las necesidades de los productores agropecuarios en función de su vinculación efectiva al mercado (...)”. Planes Departamentales de Extensión Agropecuaria, PDEA. Art. 29 Contenidos, Numeral 6 “Programas y proyectos regionales para la generación de capacidades, acceso a mercados y provisión de bienes, servicios e infraestructura sectorial, con los cuales deba articularse el servicio de extensión agropecuaria”.
Resolución 464 del 2017. Lineamientos Estratégicos de Política Pública para la ACFC.	El artículo 8 establece como ejes estructurales de los lineamientos estratégicos de la política de ACFC: Circuitos cortos de comercialización, mercadeo social, sistemas de información, entre otros.
Resolución 006 de 15 de enero de 2020. Por el cual se adopta el Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la Producción de la Economía Campesina, Familiar y Comunitaria, formulado en cumplimiento de lo establecido en el punto 1.3.3.4 del Acuerdo Final.	El Artículo 3. Ejecución. En lo relacionado con Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria el Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la producción de la ECFC será ejecutado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Agencia de Desarrollo Rural (ADR), con cargo a los recursos de inversión de cada entidad y con ajuste a las proyecciones del marco de gasto de mediano plazo.
Ley 2046 del 2020 por la cual se establecen mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los mercados de compras públicas de alimentos	Artículo 7°. Porcentajes mínimos de compra local a pequeños productores y productores de la agricultura campesina, familiar y comunitaria. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley: a) Las Entidades a que hace referencia el artículo 3° de la presente ley, que contraten con recursos públicos la adquisición, suministro y entrega de alimentos en cualquiera de sus modalidades de atención, están en la obligación de adquirir localmente alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios locales y/o a productores de la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria locales y sus organizaciones en un porcentaje mínimo del 30% del valor total de los recursos del presupuesto de cada entidad destinados a la compra de alimentos.
Decreto 248 de 2021, "Por el cual se adiciona la Parte 20 al Libro 2 del Decreto 1071 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, relacionado con las compras públicas de alimentos"	ARTÍCULO 1. Adiciónese la Parte 20 al Libro 2 del Decreto 1071 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, la cual quedará así: "PARTE 20 COMPRAS PÚBLICAS DE ALIMENTOS TÍTULO 1 COMPRAS PÚBLICAS DE ALIMENTOS AGROPECUARIOSCA PÍTULO 1 MARCO GENERAL,
Decreto 1623 de 2023, "Por medio del cual se modifica y adiciona el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, en lo que hace referencia a la restitución y acceso a tierras, y proyectos productivos"	ARTÍCULO 2.14.24.2. Función de la ADR de realizar compras, comercialización y distribución de productos agropecuarios de pequeños y medianos productores, para garantizar el derecho a la alimentación. La Agencia de Desarrollo Rural adoptará planes de fortalecimiento productivo, agro logística, agro comercialización, agro industrialización y mercadeo formulados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y tendrá la facultad de realizar compra directa de cosechas o productos agropecuarios esencialmente a pequeños y medianos productores con el fin de garantizar el derecho a la alimentación, para comercialización y distribución minorista.

		Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009		Versión: 5	Página 16 de 55

Normatividad	Descripción
Ley 2294 de 2023 (mayo 19) “por el cual se expide el plan nacional de desarrollo 2022- 2026 “Colombia potencia mundial de la vida”.	ARTÍCULO 4. El Sistema se compone de ocho subsistemas, con atribuciones y objetivos propios, debidamente coordinados entre sí (...): 6. De estímulo a la economía campesina, familiar, comunitaria, de las economías propias indígenas y de las economías de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenquearas, comercialización y fomento agroindustrial, coordinado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 4 Marco normativo que respalda el proyecto. Fuente: Elaboración propia 2024.

a. Contribución al Plan Nacional de Desarrollo:

Transformación	Pilar	Catalizador	Componente
Derecho humano a la alimentación	El país contará con una mejor disponibilidad de alimentos a través de una promoción decidida del sector agropecuario y sus productores	Hacia menos intermediación y mayor rentabilidad en la comercialización de la producción agropecuaria	<p>a. Menor intermediación en los vínculos comerciales del sector:</p> <p>Se reducirá la intermediación en la comercialización agropecuaria. En este sentido, se promoverán acuerdos estandarizados para los principales productos agropecuarios, de tal manera que se avance en el acompañamiento y la asistencia técnica por parte de los aliados comerciales hacia los pequeños productores.</p> <p>Se retomarán los elementos consignados en los planes de generación de ingresos y de comercialización rural de la Reforma Rural Integral, pactada en el Acuerdo Final de Paz, fortaleciendo los procesos de generación de ingresos, los circuitos cortos de comercialización, cadenas inclusivas y la agra logística. Uno de los instrumentos es la promoción de la participación de organizaciones de pequeños productores, pescadores artesanales y de mujeres rurales en las compras públicas locales de alimentos.</p>

Tabla 5 Asociación con el Plan Nacional de Desarrollo. Fuente: Elaboración propia 2024.

b. Plan de Desarrollo Sectorial:

El Plan Sectorial define tres transformaciones, las cuales apuntan a desafíos comunes del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 y que representan propuestas para alterar al statu quo en materia económica, social y civilizatoria, en relación con el cambio climático. Así, la primera transformación tiene un énfasis distributivo concebido desde la justicia social; la segunda trata

de la dimensión productiva, procurando superar legados extractivistas y de carencia de reconocimiento de generación de valor en distintas formas productivas; y la tercera pretende hacer compatible las dos anteriores, concibiendo la acción humana y la naturaleza de sus instituciones, poniendo en el centro la protección y defensa de la vida. Para la puesta en marcha de estas transformaciones, se proponen en cada una líneas estratégicas y acción de transformación concretas que son objetos de medición y seguimiento.

En la siguiente imagen (MADR), el plan sectorial muestra estas transformaciones:

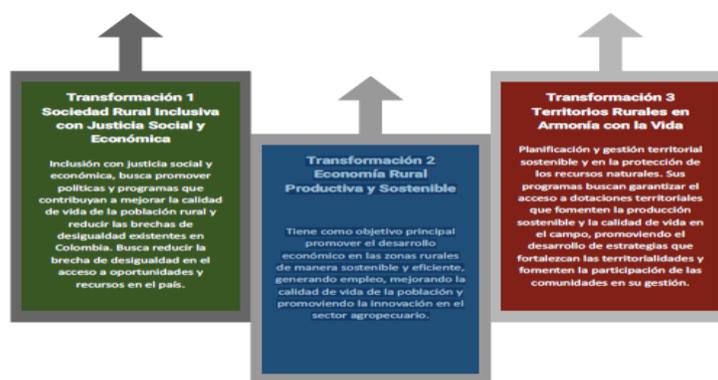


Ilustración 3 Transformaciones PND 2022-2026

El presente proyecto de inversión, se alinea y articula con la transformación 2 “Economía Rural Productiva y Sostenible”, la cual tiene como objetivo principal promover el desarrollo económico en las zonas rurales de manera sostenible y eficiente, generando empleo, mejorando la calidad de vida de la población y promoviendo la innovación en el sector agropecuario.

Línea Estratégica: Comercialización y valor agregado. Crear condiciones técnicas, comerciales, institucionales y financieras para el óptimo funcionamiento de los mercados, bajo criterios de eficiencia, equidad, distribución justa de beneficios, estímulo a la integración de eslabones de la cadena de valor en sistemas territoriales de producción integrales.

Objetivo general:

Fortalecer la competitividad del sector agropecuario a través del desarrollo de infraestructura, tecnologías emergentes para la comercialización, suministro y distribución y políticas de inclusión y sostenibilidad, que permitan la integración de los productores al mercado, la agro industrialización, la diversificación productiva y exportadora, y la promoción de cadenas de valor, tanto a nivel nacional como internacional.

Objetivos específicos:

- Fomentar la participación de los productores en las compras públicas, mediante la implementación de políticas que promuevan su inclusión en los procesos de contratación pública.

 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Agencia de Desarrollo Rural La semilla del cambio	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 18 de 55	

- Utilizar tecnologías emergentes en la comercialización y cadenas logísticas para mejorar la eficiencia de los procesos y la competitividad del sector.

Acción de transformación:

- Agro logística, compras públicas y circuitos cortos
- Fortalecer y desarrollar redes de agra logística eficiente y sostenible, promoviendo la participación activa de los productores en las compras públicas y fomentando circuitos cortos que disminuyan la intermediación en los vínculos comerciales del sector agropecuario. La acción estratégica se enfocará en la implementación de tecnologías emergentes en la comercialización y en las cadenas logísticas, mejorando la infraestructura y los servicios logísticos en todo el territorio. Además, se buscará consolidar y optimizar los sistemas de contratación pública, impulsando la adopción de prácticas eficientes y transparentes en Colombia Compra Eficiente, así como la inclusión de los productores locales y regionales en el abastecimiento de bienes y servicios para el Estado.

Se identifica esta alineación y articulación dado que el proyecto tiene como población objetivo a las organizaciones de pequeños productores agropecuarios y rurales de la agricultura campesina familiar y comunitaria; contribuye con estrategias de fortalecimiento de capacidades locales para que las organizaciones generen capacidades en términos de calidad e inocuidad y buenas prácticas, para el cumplimiento de los requisitos que les exige la comercialización directa sus productos. Así mismo, se apoyan a las organizaciones en la planeación y ejecución de circuitos cortos de comercialización, para lograr acercamientos comerciales directos que permitan mejorar las dinámicas comerciales, el empleo y los ingresos de la pequeña producción y agro negocios rurales.

Complementario a lo anterior, y en cumplimiento de los lineamientos de la cadena de la planeación, la Agencia de Desarrollo Rural, como entidad ejecutora contribuye al cumplimiento de las políticas públicas desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial, definidas por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

c. Políticas transversales:

- Indicadores del Plan Marco de Implementación:

La Agencia de Desarrollo Rural en materia de comercialización tiene responsabilidad, que, en parte se atenderá a través de este proyecto, frente los indicadores PMI:

- A.114 “municipios con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”.
- A.114P “Municipios PDET con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”.
- PNS 7.7 Organizaciones de productores con participación en el desarrollo de circuitos cortos apoyadas.
- PMI A.92 “Estrategia nacional de comercialización con enfoque territorial formulada”. Y como contribución al MADR en el cumplimiento del indicador A.93 “Estrategia nacional e compras públicas en implementación”.



- L4-E1 “Organizaciones ECFC - beneficiadas a través de servicios complementarios de apoyo a la comercialización de productos”

A continuación, se identifican los indicadores en tabla y las actividades del proyecto asociadas al cumplimiento de los mismos.

INDICADORES PMI y PNS 2018-2026		Meta ADR									
Nombre	Unidad de Medida	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Total
A.114 “municipios con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”.	Número	22	30	39	39	39	60	62	64	66	421
Reporte Avance ADR		22	32	71	77	64	88				354
A.114p “Municipios PDET con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”.	Número	5	5	5	5	5	10	12	14	16	77
Reporte Avance ADR		5	6	14	20	11	19				75
PNS 7.7 “Organizaciones de productores con participación en el desarrollo de circuitos cortos de comercialización”	Número	0	0	1949	1762	1500	1500	1600	1700	1800	11811
Reporte Avance ADR		0	0	1949	1762	1904	2333				7948
A.93 “Estrategia nacional de compras públicas en implementación”. (Productores Beneficiados)	Número	214	1920	294	454	605	7600	7600	7600	7600	33887
Reporte Avance ADR		214	1920	389	722	507	4184				7936
L4-E1 “Organizaciones ECFC- beneficiadas a través de servicios complementarios de apoyo a la comercialización de productos”	Número			100	56	80	224	350	280	280	1370
Reporte Avance ADR				108	56	258	206				628

Tabla 6 Indicadores PMI y PNS 2018-2026

Actividades asociadas:

- Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización; tales como mercados campesinos, agro ferias y ruedas de negocios para compras públicas locales y encadenamientos comerciales con privados.
- Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios. Las compras se realizan a las Organizaciones de la ACFC, en el marco de la Ley 2046 de 2020 y normas reglamentarias; los productos agropecuarios adquiridos, se distribuyen a la población vulnerable en los departamentos y municipio identificados previamente, por las entidades nacionales y locales competentes, en materia de seguridad alimentaria.

d. Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Teniendo en cuenta que la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus ODS integran en sus tres dimensiones social, económica y ambiental, importantes retos a nivel global y nacional. Entre ellos se encuentra la necesidad de fortalecer la coordinación interinstitucional para



 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Agencia de Desarrollo Rural La semilla del cambio	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009		Versión: 5	Página 20 de 55

promover acciones transversales, la capacidad del Gobierno para cuantificar los avances de las metas propuestas, la alineación de la agenda con los instrumentos de política territoriales, la coordinación de acciones con diferentes actores sociales, así como la movilización de Recursos en todos los niveles (Fuente: CONPES 3918 estrategia para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS en Colombia).

En este sentido el presente proyecto contribuye de manera transversal con el siguiente ODS y metas trazadoras:

ODS: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible



Indicador nacional: tasa de mortalidad por desnutrición en menores de 5 años (por cada 100.000 niños y niñas menores de 5 años)

Línea base (2015): 6,8

Meta nacional a 2018: 6,5

Meta nacional a 2030: 5,0

Ilustración 4 ODS No.2. Fuente: ODS

e. Instrumentos de planeación grupos étnicos

Si bien en el proyecto no se hacen estimaciones de trazadores presupuestal para grupos étnicos, por su enfoque en servicios e intangibles; la participación para los servicios de fortalecimiento de capacidades locales y, en los servicios de apoyo a la comercialización (circuitos cortos), es abierta e integral de acuerdo con su nivel de desarrollo en capacidades comerciales y oferta productiva. El procedimiento para la participación en las actividades, se realiza a partir de convocatorias y registros previos de los interesados, atendiendo los procedimientos internos y líneas de política, principalmente la referida a compras públicas locales de alimentos.

Señalar el compromiso realizado por la ADR en la mesa permanente de concertación (MPC) con los pueblos Indígenas, en donde se estableció para el cuatrienio (2023-2026), la meta para la atención de 4.500 beneficiados a través del producto “Servicio de apoyo a la comercialización”, específicamente en la actividad de encadenamientos comerciales. Para esto, se propone realizar circuitos cortos de comercialización en las zonas de resguardo indígena al igual que vincular miembros de estas comunidades indígenas en los circuitos cortos que se realicen en municipios de zonas aledañas a los mismos. Se busca, a su vez, mantener y rescatar las costumbres de estas comunidades (como lo son el trueque y otro tipo de actividades).

8. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es necesario e importante, porque atiende la misionalidad de la Agencia de Desarrollo Rural, ejecutora de la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; su contribución en particular se refiere a fortalecer la gestión del desarrollo agropecuario y rural a través de dos



**MINISTERIO DE AGRICULTURA
Y DESARROLLO RURAL**

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 21 de 55

principales productos “Servicio de fortalecimiento de capacidades locales” y “Servicio de apoyo a la comercialización”.

Con estos servicios, el proyecto busca beneficiar en un horizonte de seis años a 2430 organizaciones de pequeños productores agropecuarios y productores de la agricultura campesina familiar y comunitaria, para que superen las limitadas competencias comerciales, causadas por las bajas capacidades técnicas y legales de las organizaciones. En particular con los servicios de fortalecimiento de capacidades locales, se espera superar los cuellos de botella en términos de calidad e inocuidad de los productos agropecuarios, y capacitar a los productores para asumir adecuadamente los retos de negociación directa, reduciendo la intermediación. Los servicios de fortalecimiento de capacidades locales, se complementan adecuadamente con las actividades de identificación y acopio de información de oferta y demanda comercial local que favorece y soporta la toma de decisiones en la Agencia.

Así mismo el proyecto ofrece a las organizaciones los servicios de apoyo a la comercialización, cuyo alcance es la vinculación de las organizaciones agropecuarias y de la agricultura campesina familiar y comunitaria a canales directos apoyados por la Agencia como son los circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales, permitiendo los encadenamientos y acuerdos comerciales que dinamizan positivamente el comercio local en los territorios y la generación de ingresos para dichas organizaciones, entre otros beneficios.

9. ANÁLISIS TÉCNICO DE LA ALTERNATIVA

El proyecto planteado es de orden Nacional, es decir, se desarrolla en las áreas rurales de los 32 departamentos del país; sin embargo, aunque la oportunidad de implementar acciones de comercialización aplica para la totalidad del territorio nacional, la inversión se dirigirá a la atención de requerimientos de las organizaciones de pequeños productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, con posibilidades de generar dinámicas comerciales que aporten al crecimiento y desarrollo del sector agropecuario.

La operación del proyecto “Implementación de estrategias de fortalecimiento y apoyo comercial para organizaciones rurales a nivel nacional”, en sus prioridades, hará énfasis en los servicios de fortalecimiento de capacidades locales para que las organizaciones superen favorablemente una serie de requerimientos que pueden ser tanto de naturaleza legal o normativa, exigidos por los consumidores y las autoridades sanitarias, en relación a que los alimentos que se consumen ofrezcan unos altos niveles de calidad y seguridad a lo largo de toda la cadena productiva hasta su consumo por parte de las personas.

Por ello, existe una amplia normativa al respecto y un gran número de certificaciones de la industria alimentaria que puedan garantizar desde la inocuidad de los alimentos hasta que su consumo es apto para determinados grupos de consumidores. Los certificados alimentarios van desde los generales hasta los más específicos, pasando por aquellos que facilitan la entrada en determinados mercados.

En este sentido, el proyecto brinda los servicios de acompañamiento y asesoría técnica para fortalecer las capacidades comerciales de las organizaciones de productores agropecuarios y

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 22 de 55

de la agricultura campesina, familiar y comunitaria (ACFC), que requieran servicios especializados para comercializar sus productos frescos y transformados (como certificaciones y otros requisitos técnicos de producto).

Igualmente se apoya la participación y concurrencia en circuitos cortos de comercialización tales como mercados campesinos municipales, Agro ferias y ruedas de negocio a través de los canales de compras públicas locales, los encadenamientos comerciales (alianzas público-privadas, alianzas comerciales) y otras herramientas para el fortalecimiento de las relaciones comerciales. Estos servicios se complementan con la formación en el acceso, uso, apropiación y la provisión de información comercial de oferta y demanda.

El proyecto también establece recursos para la compra local de alimentos a productores agropecuarios y productores cuyos sistemas productivos pertenezcan a la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, o de sus organizaciones legalmente constituidas dentro de la zona geográfica para la compra local de alimentos que cumplan con los requisitos sanitarios en materia de calidad e inocuidad, para su posterior distribución a familias vulnerables, contribuyendo a la política de la seguridad alimentaria.

La propuesta, se fundamenta en principios de economía, eficacia, eficiencia y austeridad del gasto, igualmente para las proyecciones de recursos se revisó la trazabilidad en el gasto de vigencias anteriores de proyectos similares; los presupuestos indicativos del marco de gastos de mediano plazo, y la congruencia de análisis con las proyecciones del crecimiento de la economía del país.

Aunado a lo anterior, se debe tener en cuenta que la atención ofrecida en términos de comercialización a través del presente proyecto, no contempla la integralidad de un PIDAR, es decir, desde los PIDAR a través del componente de comercialización se proveen bienes y servicios que mejoran y facilitan el proceso de comercialización, mientras que a través del presente proyecto, el componente de comercialización fortalece las capacidades comerciales de la organización mediante las metodologías de comercialización, intervención especializada y servicios complementarios, lo cual facilita la conexión entre los mercados logrando disminuir la brecha entre productores y compradores.

10. CADENA DE VALOR

La cadena de valor que desarrolla este proyecto está conformada por dos (2) objetivos específicos, cada uno con un (1) solo producto.

A continuación, se describe de una manera resumida el proceso de transformación de las actividades, para la obtención de los productos y, por consiguiente, el cumplimiento del objetivo general con la ejecución del proyecto:

OBJETIVO GENERAL	Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES
Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial
		Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios
		Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones
Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios	Servicio de apoyo a la comercialización	Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización
		Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC.

Tabla 7 Cadena de valor. Fuente: Elaboración propia, 2024

Este proyecto está formulado a nivel de perfil, utilizando información secundaria para su estructuración y el alcance se centra en incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización, el cual se mide a través del porcentaje de organizaciones de productores rurales de la ACFC fortalecidas y vinculadas en los circuitos cortos y/o encadenamientos comerciales.

El proyecto operará durante los próximos 6 años a nivel nacional; para alcanzar este objetivo se pretende fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, mediante el producto **Servicio de fortalecimiento de capacidades locales**, que corresponde al producto principal del proyecto y cuya meta es de 1680 grupos fortalecidos.

También pretende implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios a través de producto **Servicio de apoyo a la comercialización**, con el cual se pretende apoyar a 750 organizaciones de productores formales.

Para mayor comprensión, a continuación, se definen cada uno de los objetivos, productos y sus respectivas actividades:

Objetivo específico 1: Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.

Producto 1.1: Servicio de fortalecimiento de capacidades locales

Este producto consiste en el fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria -ACFC, en

competencias para mejorar sus oportunidades de acceso, vinculación y concurrencia en escenarios comerciales y de negocios de los productos frescos y/o transformados, bajo relaciones más simétricas y justas. Es decir, estos servicios permiten instalar capacidades para lograr cumplir con requisitos técnicos y normativos de producto, cerrando brechas y logrando una mayor participación y competitividad de estas organizaciones.

En particular con los servicios de fortalecimiento de capacidades locales, se espera superar los cuellos de botella en términos de calidad e inocuidad de los productos agropecuarios, para asumir adecuadamente los retos de negociación directa, reduciendo la intermediación.

Las estimaciones de este producto a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$157.643,7 millones, valor que suman 3 actividades articuladas adecuadamente para lograr beneficiar con los servicios de fortalecimiento de capacidades a 1680 organizaciones de pequeños productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, que equivalen aproximadamente a 280 organizaciones por año.

Para el desarrollo de este producto se contemplan las siguientes actividades:

Actividad 1.1.1 Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial.

Para las asociaciones que tienen mayor grado de fortaleza, es decir, aquellas que se encuentran en crecimiento o consolidadas posterior a su categorización, la formulación de los planes estratégicos de intervención comercial deberán incluir el fortalecimiento de capacidades comerciales asociadas a los procesos de agregación de valor en origen mediante transformaciones tanto artesanales como agroindustriales así como el direccionamiento de las organizaciones hacia encadenamientos productivos, en concordancia con la línea de política del Ministerio de Agricultura y el CONPES de Reindustrialización (4129 de 2023).

Este fortalecimiento de capacidades en procesos de transformación representa un valor agregado para los productos en fresco ya que permite reducir su perecibilidad al agregar elementos para su conservación. Es así como, el fortalecimiento de este tipo de capacidades permite a su vez que las organizaciones incrementen su nivel de madurez al contar con mayores opciones y oportunidades de comercializar sus productos incluso en plataformas comerciales más consolidadas o aliados estratégicos reconocidos en los mercados nacionales.

Los planes estratégicos de intervención comercial son el instrumento en donde a partir de un diagnóstico con enfoque comercial, se establecen las necesidades comerciales a suplir para cada una de las organizaciones agropecuarias y rurales. Estos planes son apoyados en su implementación en aquellas necesidades puntuales y estratégicas que requieren las organizaciones para su vinculación y participación eficiente en canales directos de comercialización.

Las estimaciones de la actividad (1.1.1) a todo costo en el horizonte de seis (6) años, es de \$142.326,3 millones, con una participación de 90.28% del valor total asignado al producto. El valor en la primera vigencia es de \$20.491,4 millones, con un incremento para las siguientes

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 25 de 55

vigencias de 3%, atendiendo los lineamientos del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y el Departamento Nacional de Planeación.

Se prevé la formulación e implementación de planes estratégicos de intervención comercial para **1680 organizaciones de la agricultura campesina familiar y comunitaria**, en el horizonte de seis años, equivalente a unas **280 organizaciones beneficiadas por año**. La materialización de la actividad corresponde a los planes estratégicos de intervención comercial elaborados para cada una de las organizaciones seleccionadas. Así mismo dentro del proceso de formulación, se brinda la asesoría especializada para la elaboración e implementación de dichos planes y en el marco de la implementación, se brindan apoyos puntuales en bienes y servicios especializados que se priorizan en cada plan.

La actividad se prevé realizar con un equipo de trabajo conformado por 7 profesionales, encargados de la elaboración de documentos técnicos, precontractuales, la supervisión y seguimiento en la implementación del servicio, para el logro de la meta propuestas.

Así mismo, se requieren los servicios de asesoría comercial especializada para el fortalecimiento de capacidades de 280 organizaciones que se estima realizar a través de una entidad idónea, la cual deberá realizar el diagnóstico con enfoque comercial, elaborar los planes estratégicos de intervención comercial para cada organización y otorgar los bienes y servicios necesarios en la implementación de dichos planes; el valor unitario a todo costo del servicio se estima como mínimo en un SMLV por productor, lo cual representa para una organización que en promedio tenga 50 asociados el valor de \$65.000.000 a precios de 2023, con un incremento anual para los siguientes años del 6%, es decir que el valor unitario a todo costo para el 2025 será de \$68.900.000 por organización; el total en 2025 para las 280 organizaciones será de \$19.292.000.000 a precios corrientes.

En la valoración de los recursos para mano de obra se utilizaron las referencias establecidas por la Agencia de Desarrollo Rural, en la Circular 069 de 2023 “Modificación de la tabla de perfiles y honorarios para la contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión”. Para gastos de viaje, viatico y transporte, las disposiciones de la Resolución 710 de 2023 “por la cual se fijan la escala de gastos de desplazamiento para los contratistas de la ADR”.

La cantidad proyectada de viajes para esta actividad fue estimada bajo el supuesto de que en promedio los 7 profesionales viajan 14 veces al año, acompañando la formulación y seguimiento de los planes de intervención comercial. Estas personas se distribuyen en todo el territorio nacional. Esta cifra se estimó a partir del número de acompañamientos que históricamente se ha brindado a las organizaciones en este tema.

A continuación, se detallan los requerimientos que se tuvieron en cuenta para la cuantificación inicial de la actividad, estos pueden modificarse en cada vigencia, según la necesidad, techo presupuestal asignado, así como de la dinámica de ejecución de la entidad y de las prioridades que surjan con relación a esta actividad:

Valores de las actividades a precios corrientes

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO					
		2025		2026		2027	
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	Mano de obra	6	\$744.458.250	6	\$766.791.998	6	\$789.795.757
	Mano de obra	1	\$226.188.000	1	\$232.973.640	1	\$239.962.849
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	280	\$19.292.000.000	280	\$20.449.520.000	280	\$21.676.491.200
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	98	\$145.494.622	98	\$149.859.461	98	\$154.355.244
	Transporte	98	\$83.300.000	98	\$85.799.000	98	\$88.372.970

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	Mano de obra	6	\$813.489.630	6	\$837.894.319	6	\$863.031.149	\$4.815.461.103
	Mano de obra	1	\$247.161.735	1	\$254.576.587	1	\$262.213.884	\$1.463.076.695
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	280	\$22.977.080.672	280	\$24.355.705.512	280	\$25.817.047.843	\$134.567.845.227
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	98	\$158.985.902	98	\$163.755.479	98	\$168.668.143	\$941.118.851
	Transporte	98	\$91.024.159	98	\$93.754.884	98	\$96.567.530	\$538.818.543

La descripción de cada insumo se encuentra en la hoja de costeo del documento en Excel, utilizado para el levantamiento de información, el cual se adjunta en la MGA.

Actividad 1.1.2 Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios.

Esta actividad contempla formación y acompañamiento en el uso de las herramientas informáticas y emergentes para el desarrollo comercial y de negocios de las organizaciones de productores agropecuarios y rurales de la ACFC, también se realizarán sesiones sobre los contenidos de las metodologías e instrumentos de apoyo a la comercialización, facilitados por la Agencia, a través de su portafolio de servicios complementarios.



Ilustración 5 Portafolio de servicios complementarios de comercialización- ADR. Fuente: Página Web ADR, 2024.

Las estimaciones de la actividad (1.1.2) a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$4.613,4 millones, con una participación (2.93%) del valor total asignado al producto. El valor en la primera vigencia es de \$713,2 millones, con un incremento para las siguientes vigencias de 3%, atendiendo los lineamientos del MHCP y DNP.

La actividad se prevé realizar con un equipo de trabajo conformado por 5 profesionales, encargados de identificar las necesidades de formación y acompañamiento, realizar la convocatoria, elaborar el plan de trabajo, agenda de las sesiones; la articulación interinstitucional, realizar informes y reportes.

Para la valoración de los recursos requeridos, se utilizaron las tablas de honorarios de referencia de la Agencia de Desarrollo Rural, de la Circular 069 de 2023 “Modificación de la tabla de perfiles y honorarios para la contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión” y para gastos de viaje, viáticos y transporte, las disposiciones de la Resolución 710 de 2023 “por la cual se fijan la escala de gastos de desplazamiento para los contratistas de la ADR”.

La cantidad proyectada de viajes para esta actividad fue estimada bajo el supuesto de que en promedio los el líder realiza 3 viajes mensuales por 10 meses y los profesionales en promedio realizarán 9,5 viajes al año para atender las actividades de formación y acompañamiento mencionadas anteriormente. Esta cifra se estimó a partir de la trazabilidad de los viajes que se realizaron en vigencias anteriores y el número de organizaciones que se deberán atender anualmente.

A continuación, se detallan los requerimientos que se tuvieron en cuenta para la cuantificación inicial de la actividad, estos pueden modificarse en cada vigencia, según la necesidad, techo presupuestal asignado, así como de la dinámica de ejecución de la entidad y de las prioridades que surjan con relación a esta actividad:

Valores de las actividades a precios corrientes

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO					
		2025		2026		2027	
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	Mano de obra	1	\$129.110.500	1	\$132.983.815	1	\$136.973.329
	Mano de obra	4	\$476.169.000	4	\$490.454.070	4	\$505.167.692
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	68	\$50.143.200	68	\$51.647.496	68	\$53.196.921
	Transporte	68	\$57.800.000	68	\$59.534.000	68	\$61.320.020

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						
		2028		2029		2030		TOTAL
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	Mano de obra	1	\$141.082.529	1	\$145.315.005	1	\$149.674.455	\$835.139.634
	Mano de obra	4	\$520.322.723	4	\$535.932.405	4	\$552.010.377	\$3.080.056.266
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	68	\$54.792.829	68	\$56.436.613	68	\$58.129.712	\$324.346.771
	Transporte	68	\$63.159.621	68	\$65.054.409	68	\$67.006.041	\$373.874.091

La descripción de cada insumo se encuentra en la hoja de costeo del documento en Excel, utilizado para el levantamiento de información, el cual se adjunta en la MGA.

Actividad 1.1.3 Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones.

Esta actividad busca que la información comercial que se recopila y se genera como soporte de los servicios de oferta y demanda del proyecto, sea actualizada, adaptada y dispuesta de manera continua para el uso en los diferentes ámbitos de apoyo en la gestión de implementación de las estrategias de fortalecimiento y apoyo a la comercialización.

Estos productos incluyen la actualización continua y con el debido rigor técnico de una Base de Agentes Comerciales, la actualización periódica de datos de aspectos logísticos que integran una red de comercialización funcional a los servicios de apoyo de la agencia, la generación de información que permita perfilar productos, mercados, y realizar análisis de precios, proyecciones, y determinación de costos logísticos por escenarios requeridas para adelantar el proceso de comercialización de la Dirección.

Adicionalmente, en este concepto se incluye el levantamiento de requerimientos y los diseños conceptuales para el ajuste adaptativo de las herramientas informáticas de apoyo al modelo de comercialización, para que el área de tecnología de información desarrolle el ajuste a dichas herramientas.

Las estimaciones de la actividad (1.1.3) a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$10.703,9 millones, con una participación (6.79%) del valor total asignado al producto. El valor en la primera vigencia es de \$1.654,8 millones, con un incremento para las siguientes vigencias de 3%, atendiendo los lineamientos del MHCP.

La actividad se prevé realizar con un equipo de trabajo conformado por 12 profesionales, encargados de levantar información a nivel nacional, elaborar el plan de trabajo y realizar el diseño de bases de datos; generar, actualizar y disponer de información requerida por los diferentes instrumentos y herramientas de inteligencia de mercados que genera el área, elaborar modelos de reportes, realizar informes, entre otros.

Para la valoración de los recursos requeridos, se utilizaron las referencias establecidas por la Agencia de Desarrollo Rural, en la Circular 069 de 2023 “Modificación de la tabla de perfiles y honorarios para la contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión” y para gastos de viaje, viatico y transporte, las disposiciones de la Resolución 710 de 2023 “por la cual se fijan la escala de gastos de desplazamiento para los contratistas de la ADR”

La cantidad proyectada de viajes para esta actividad fue estimada bajo el supuesto de que en promedio el líder de acopio de información realiza un viaje mensual durante el año; 5 profesionales que se encuentran ubicados en las UTT viajan al menos 10 veces al año (una vez por 10 meses) y los 6 profesionales restantes del nivel central realizarán aproximadamente 5 viajes al año para el levantamiento de la información.

A continuación, se detallan los requerimientos que se tuvieron en cuenta para la cuantificación inicial de la actividad, estos pueden modificarse en cada vigencia, según la necesidad, techo presupuestal asignado, así como de la dinámica de ejecución de la entidad y de las prioridades que surjan con relación a esta actividad:

Valores de las actividades a precios corrientes

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO					
		2025		2026		2027	
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	Mano de obra	1	\$172.937.000	1	\$178.125.110	1	\$183.468.863
	Mano de obra	11	\$1.255.175.167	11	\$1.292.830.422	11	\$1.331.615.334
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	90	\$150.188.310	90	\$154.693.959	90	\$159.334.778
	Transporte	90	\$76.500.000	90	\$78.795.000	90	\$81.158.850

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	Mano de obra	1	\$188.972.929	1	\$194.642.117	1	\$200.481.381	\$1.118.627.400
	Mano de obra	11	\$1.371.563.794	11	\$1.412.710.708	11	\$1.455.092.029	\$8.118.987.455
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	90	\$164.114.821	90	\$169.038.266	90	\$174.109.414	\$971.479.549
	Transporte	90	\$83.593.616	90	\$86.101.424	90	\$88.684.467	\$494.833.356

La descripción de cada insumo se encuentra en la hoja de costeo del documento en Excel, utilizado para el levantamiento de información, el cual se adjunta en la MGA.

	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 30 de 55

Objetivo específico 2: Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios

Producto 2.1: Servicio de apoyo a la comercialización

Este producto se entiende, por una parte, como el apoyo que se brinda a las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, con insumos para la planeación, organización e implementación de los circuitos cortos de comercialización, tales como mercados campesinos, Agro ferias y ruedas de negocios, entre otros. Con relación a las ruedas de negocios, estas se organizan y desarrollan en cumplimiento de la Ley de Compras públicas locales (Ley 2046 de 2020), y para los encuentros comerciales en articulación con compradores del sector privado. El propósito de los demás circuitos, no necesariamente contendrán un acuerdo comercial formal, sin embargo, son estrategias para dinamizar positivamente la generación de ingresos de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, dinamizando así el comercio local.

Así mismo, este producto contempla las acciones necesarias para llevar a cabo “las compras, comercialización y distribución de productos agropecuarios de pequeños y medianos productores, para garantizar el derecho a la alimentación...”, según lo establecido en el artículo 2.14.24.2 del Decreto 1623 de 2023.

“Artículo 2.14.24.2 La Agencia de Desarrollo Rural adoptará planes de fortalecimiento productivo, agro logística, agro comercialización, agro industrialización y mercadeo formulados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y tendrá la facultad de realizar compra directa de cosechas o productos agropecuarios esencialmente a pequeños y medianos productores con el fin de garantizar el derecho a la alimentación, para comercialización y distribución minorista.”

En este contexto, los servicios de apoyo a la comercialización comprenden recursos para la compra local de alimentos ofrecidos por pequeños productores agropecuarios y productores cuyos sistemas productivos pertenezcan a la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, o de sus organizaciones legalmente constituidas dentro de la zona geográfica para la compra local de alimentos que cumplan con los requisitos sanitarios en materia de calidad e inocuidad. La zona geográfica para la compra pública local de alimentos es la extensión de territorio dentro de la cual son producidos, comercializados y consumidos, alimentos primarios y transformados, provenientes de pequeños productores, agropecuarios y productores cuyos sistemas productivos pertenezcan a la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, o de sus organizaciones (Ley 2046 de 2020).

Las estimaciones de este producto a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$178.359,2 millones, valor que suman 2 actividades articuladas adecuadamente para lograr beneficiar con el servicio de apoyo a la comercialización, la meta de aproximadamente 750 organizaciones de

 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Agencia de Desarrollo Rural La semilla del cambio	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 31 de 55	

pequeños productores agropecuario y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, unas 125 organizaciones por año.

Para el desarrollo de este producto se contemplan las siguientes actividades:

Actividad 2.1.1. Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización.

Mediante esta actividad se realizan las labores necesarias para que las organizaciones participen en los circuitos cortos, programados por la ADR.

Los esfuerzos se concentran en facilitar la vinculación de las organizaciones de pequeños productores rurales y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria a canales directos de comercialización como las compras públicas locales, mercados campesinos municipales, agro ferias, ruedas de negocios, encadenamientos comerciales, entre otros, para dinamizar positivamente la generación de ingresos de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria, dinamizando así el comercio local.

Estas acciones contribuyen al cumplimiento de las responsabilidades y compromisos de la Agencia, en la implementación de lineamientos de la resolución 464 de 2017 (del MADR) como la promoción de circuitos cortos de comercialización (Mercados Campesinos, Agro ferias, Ruedas de Negocio Privadas y de Compras Públicas), así como resultados en indicadores del Plan Marco de Implementación del acuerdo final para la Paz, tales como: A.114 “municipios con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”, A.114p “Municipios PDET con circuitos cortos de comercialización fortalecidos”, y de igual manera, siendo entidad de apoyo del MADR en el cumplimiento del indicador A.93 “Estrategia nacional de compras públicas en implementación”.

Las estimaciones de la actividad (2.1.1) a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$54.415,1 millones, con una participación (30.51%) del valor total asignado al producto. El valor en la primera vigencia es de \$8.412.4 millones, con un incremento para las siguientes vigencias de 3%, atendiendo los lineamientos del MHCP y DNP.

Se prevé un equipo de trabajo conformado por 39 profesionales, del nivel central y territorial, para atender las actividades de planeación, organización, implementación y seguimiento de los circuitos cortos de comercialización a nivel nacional; de este equipo se están estimando al menos 30 personas, dos por cada una de las UTT que se proyectan en 15 sedes administrativas. Las mismas tendrán cobertura para los 32 departamentos. Las 9 personas restantes hacen parte del equipo de trabajo del nivel central, encargados de las labores estratégicas de planeación, implementación y seguimiento de las actividades de circuitos cortos.

Para el desarrollo de los circuitos cortos, la Agencia contempla servicios de logística encargada de brindar los insumos necesarios para la implementación de estos espacios de acercamiento comercial. La estimación de los costos de logística se realizó tomando como referencia de los costos históricos de los circuitos realizados por la Agencia. Esta información se proyectó en el

tiempo a una tasa del 3%, de acuerdo con los lineamientos del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Así mismo el equipo del nivel central estará atendiendo la secretaria técnica de compras públicas locales; socializando los términos de la Ley de compras públicas para su cumplimiento; realizando documentos técnicos y precontractuales para contratar los insumos requeridos para los circuitos cortos de comercialización. Estos equipos realizarán el seguimiento periódico con las organizaciones sobre los acuerdos comerciales suscritos.

Para la valoración de los recursos requeridos, se utilizaron las tablas de honorarios de referencia de la Agencia de Desarrollo Rural, de la Circular 069 de 2023 “Modificación de la tabla de perfiles y honorarios para la contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión” y para gastos de viaje, viáticos y transporte, las disposiciones de la Resolución 710 de 2023 “por la cual se fijan la escala de gastos de desplazamiento para los contratistas de la ADR”.

La cantidad proyectada de viajes para esta actividad fue estimada bajo el supuesto de que los líderes y profesionales viajan aproximadamente 1,877 veces al mes durante 10 meses para acompañar los procesos de circuitos cortos. Esta cantidad de viajes por persona se calculó a partir de la trazabilidad de los acompañamiento que históricamente se han realizado para los circuitos cortos de comercialización.

A continuación, se detallan los requerimientos que se tuvieron en cuenta para la cuantificación inicial de la actividad, estos pueden modificarse en cada vigencia, según la necesidad, techo presupuestal asignado, así como de la dinámica de ejecución de la entidad y de las prioridades que surjan con relación a esta actividad:

Valores de las actividades a precios corrientes

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO					
		2025		2026		2027	
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización	Mano de obra	2	\$307.970.000	2	\$317.209.100	2	\$326.725.373
	Mano de obra	37	\$4.360.736.750	37	\$4.491.558.853	37	\$4.626.305.618
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	1	\$2.266.000.000	1	\$2.333.980.000	1	\$2.403.999.400
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	732	\$1.221.531.588	732	\$1.258.177.536	32	\$1.295.922.862
	Transporte aéreo	132	\$112.200.000	24	\$115.566.000	32	\$119.032.980
	Transporte terrestre	600	\$144.000.000	600	\$148.320.000	600	\$152.769.600

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización	Mano de obra	2	\$336.527.134	2	\$346.622.948	2	\$357.021.637	\$1.992.076.192
	Mano de obra	37	\$4.765.094.787	37	\$4.908.047.630	37	\$5.055.289.059	\$28.207.032.697
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	1	\$2.476.119.382	1	\$2.550.402.963	1	\$2.626.915.052	\$14.657.416.798

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	32	\$1.334.800.548	32	\$1.374.844.564	32	\$1.416.089.901	\$7.901.366.998
	Transporte aéreo	32	\$122.603.969	32	\$126.282.088	32	\$130.070.551	\$725.755.589
	Transporte terrestre	600	\$157.352.688	600	\$162.073.269	600	\$166.935.467	\$931.451.023

La descripción de cada insumo se encuentra en la hoja de costeo del documento en Excel, utilizado para el levantamiento de información, el cual se adjunta en la MGA.

Actividad 2.1.2 Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC.

Atendiendo las disposiciones Decreto 1623 de 2023, por medio del cual se Modifica y adiciona el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural (Decreto 1071 de 2015), en lo que hace referencia a la restitución y acceso a tierras, y proyectos productivos, la Agencia realizará la compra de productos agropecuarios de pequeños y medianos productores, con distribución final de estos productos a población vulnerable para garantizar el derecho a la alimentación de las familias seleccionadas.

La distribución se realizará, atendiendo los procedimientos que señala la Ley de compras públicas locales de alimentos, en el sentido de adecuar minutas alimentarias y menús teniendo en cuenta el enfoque cultural y los hábitos alimentarios de la población de cada zona geográfica para la compra pública local de alimentos, priorizando el abastecimiento con productos locales provenientes de pequeños productores locales y de productores pertenecientes a la Agricultura Campesina, Familiar o Comunitaria y sus organizaciones, con enfoque diferencial y tomando en consideración el concepto que deberá rendir el Comité Departamental de Seguridad Alimentaria y Nutricional respectivo, o a falta de éste, de las Secretarías Departamentales de Agricultura o quien haga sus veces. Todos los menús diseñados deben priorizar en las preparaciones o en los paquetes alimentarios distribuidos, la inclusión de alimentos e insumos producidos en la misma zona geográfica, sin que por ello se afecte la calidad microbiológica y el aporte nutricional de la alimentación entregada a las familias beneficiarias.

Igualmente, esta actividad podrá atender las necesidades, prioridades y requerimientos sectoriales que conlleven a la atención de intervenciones necesarias con miras al desarrollo comercial y generación de ingresos de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.

Las estimaciones de la actividad (2.1.2) a todo costo en el horizonte de 6 años, es de \$123.944,1 millones, con una participación (69.49%) del valor total asignado al producto. El valor en la primera vigencia es de \$19.161,4 millones, con un incremento para las siguientes vigencias de 3%, atendiendo los lineamientos del MHCP y DNP.

La actividad se realizará con un equipo de trabajo conformado por 7 profesionales, del nivel central, encargados de elaborar el plan de trabajo, realizar la articulación interinstitucional;

elaborar los estudios de mercado, documentos técnicos y precontractuales; realizar la supervisión y seguimiento técnico a la implementación de la actividad de compra y distribución.

Para el desarrollo de las compras, la Agencia contempla servicios especializados a través de un operador encargado de gestionar el proceso de compra y distribución. La estimación de los costos del operador se realizó tomando como referencia las compras realizadas en las vigencias 2023 y 2024. Esta información se proyectó en el tiempo a una tasa del 3%, de acuerdo con los lineamientos del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Para la valoración de los recursos requeridos, se utilizaron las tablas de honorarios de referencia de la Agencia de Desarrollo Rural, de la Circular 069 de 2023 “Modificación de la tabla de perfiles y honorarios para la contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión” y para gastos de viaje, viáticos y transporte, las disposiciones de la Resolución 710 de 2023 “por la cual se fijan la escala de gastos de desplazamiento para los contratistas de la ADR”.

Estos profesionales deben hacer presencia en territorio por lo cual deben programarse gastos de viaje. La cantidad proyectada se estima en 18 viajes al año (3 bimestrales) que deben hacer los profesionales y uno de los líderes. Esta estimación se realiza a partir de la experiencia obtenida en la vigencia 2023 con la compra y distribución de cosechas.

A continuación, se detallan los requerimientos que se tuvieron en cuenta para la cuantificación inicial de la actividad, estos pueden modificarse en cada vigencia, según la necesidad, techo presupuestal asignado, así como de la dinámica de ejecución de la entidad y de las prioridades que surjan con relación a esta actividad:

Valores de las actividades a precios corrientes

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO					
		2025		2026		2027	
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC	Mano de obra	2	\$307.970.000	2	\$317.209.100	2	\$326.725.373
	Mano de obra	5	\$617.506.875	5	\$636.032.081	5	\$655.113.044
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	2	\$18.000.000.000	2	\$18.540.000.000	1	\$19.096.200.000
	Servicios de alojamiento comidas y bebidas	108	\$144.169.524	108	\$148.494.610	108	\$152.949.448
	Transporte	108	\$91.800.000	108	\$94.554.000	108	\$97.390.620

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC	Mano de obra	2	\$336.527.134	2	\$346.622.948	2	\$357.021.637	\$1.992.076.192
	Mano de obra	5	\$674.766.435	5	\$695.009.428	5	\$715.859.711	\$3.994.287.574
	Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	1	\$19.669.086.000	1	\$20.259.158.580	1	\$20.866.933.337	\$116.431.377.917
	Servicios de alojamiento	108	\$157.537.931	108	\$162.264.069	108	\$167.131.991	\$932.547.574

ACTIVIDAD	Insumo	PERIODO						TOTAL
		2028		2029		2030		
		CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	
	comidas y bebidas							
	Transporte	108	\$100.312.339	108	\$103.321.709	108	\$106.421.360	\$593.800.027

La descripción de cada insumo se encuentra en la hoja de costeo del documento en Excel, utilizado para el levantamiento de información, el cual se adjunta en la MGA.

11. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

El presupuesto total del proyecto es de \$336.002.853.522 para un horizonte de seis (6) años, el cual se detalla a continuación:

OBJETIVO GENERAL		Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES	AÑO		
			2025	2026	2027
Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	\$ 20.491.440.872	\$ 21.684.944.098	\$ 22.948.978.021
		Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	\$ 713.222.700	\$ 734.619.381	\$ 756.657.962
		Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	\$ 1.654.800.477	\$ 1.704.444.491	\$ 1.755.577.826
	TOTAL PRODUCTO		\$ 22.859.464.049	\$ 24.124.007.970	\$ 25.461.213.809
TOTAL OBJETIVO			\$ 22.859.464.049	\$ 24.124.007.970	\$ 25.461.213.809
Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios	Servicio de apoyo a la comercialización	Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización	\$ 8.412.438.338	\$ 8.664.811.488	\$ 8.924.755.833
		Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC.	\$ 19.161.446.399	\$ 19.736.289.791	\$ 20.328.378.485
	TOTAL PRODUCTO		\$ 27.573.884.737	\$ 28.401.101.279	\$ 29.253.134.318
TOTAL OBJETIVO			\$ 27.573.884.737	\$ 28.401.101.279	\$ 29.253.134.318
TOTAL PROYECTO			\$ 50.433.348.786	\$ 52.525.109.249	\$ 54.714.348.127

OBJETIVO GENERAL		Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES	AÑO			
			2028	2029	2030	TOTAL
Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	\$ 24.287.742.098	\$ 25.705.686.781	\$ 27.207.528.550	\$ 142.326.320.420

OBJETIVO GENERAL	Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES	AÑO			
			2028	2029	2030	TOTAL
la agricultura campesina, familiar y comunitaria		Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	\$ 779.357.701	\$ 802.738.432	\$ 826.820.585	\$ 4.613.416.761
		Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	\$ 1.808.245.160	\$ 1.862.492.515	\$ 1.918.367.291	\$ 10.703.927.760
	TOTAL PRODUCTO		\$ 26.875.344.959	\$ 28.370.917.728	\$ 29.952.716.426	\$ 157.643.664.941
	TOTAL OBJETIVO		\$ 26.875.344.959	\$ 28.370.917.728	\$ 29.952.716.426	\$ 157.643.664.941
Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios	Servicio de apoyo a la comercialización	Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización	\$ 9.192.498.508	\$ 9.468.273.463	\$ 9.752.321.667	\$ 54.415.099.297
		Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC.	\$ 20.938.229.839	\$ 21.566.376.734	\$ 22.213.368.036	\$ 123.944.089.284
	TOTAL PRODUCTO		\$ 30.130.728.347	\$ 31.034.650.197	\$ 31.965.689.703	\$ 178.359.188.581
	TOTAL OBJETIVO		\$ 30.130.728.347	\$ 31.034.650.197	\$ 31.965.689.703	\$ 178.359.188.581
TOTAL PROYECTO		\$ 57.006.073.306	\$ 59.405.567.925	\$ 61.918.406.129	\$ 336.002.853.522	

Tabla 8 Costos del proyecto. Fuente: Elaboración propia, 2024.



	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 38 de 55

La cuantificación de recursos para el año 2025, corresponden a precios de referencia, para la proyección de costos de los siguientes periodos con una tasa de crecimiento inicial del 3%. El incremento frente a 2024 se justifica teniendo en cuenta el incremento en el número de organizaciones que se quieren atender; así mismo fue necesario programar recursos adicionales a los que históricamente se solicitan, para poder cubrir la compra y distribución de cosechas, atendiendo las directrices del Decreto 1623 de 2023, que le da nueva misionalidad a la ADR.

La base de estimación de este presupuesto está soportada en la desagregación de cada una de las actividades programadas y explicadas en el capítulo anterior. Es importante mencionar que las cifras fueron estimadas tomando como referencia la información de procesos similares adelantados en periodos anteriores en la Entidad y por otras entidades, las cuales se encuentran registrados en el Portal de Contratación Pública – SECOP; también se tomó como referencia la tabla de honorarios de la Entidad y precios referencia consultadas en internet.

12. IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

Teniendo claridad de las actividades que se van a desarrollar durante el horizonte del proyecto, los productos que se quieren obtener y el objetivo que se pretende alcanzar, se han identificado los siguientes riesgos para cada uno de los niveles:

NIVEL DE CLASIFICACIÓN	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD/PRODUCTO/OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TIPO DE RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTOS	EFECTO	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
OBJ. GENERAL	Incrementar la concurrencia de las organizaciones de productores agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los canales de comercialización	Incumplimiento de los contratos de proveeduría por la demanda y/o la oferta	De mercado	4. Probable	4. Mayor	Pérdida de confianza y desmotivación de los pequeños productores, y la demanda según el caso, con la consecuente pérdida de recursos	Incorporación de la estrategia de puntos fijos de venta y el seguimiento al cumplimiento de la Ley de compras públicas locales a través de la creación de comités locales de seguimiento.
PRODUCTOS	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Baja respuesta de las organizaciones rurales para la realización de inversiones que permitan el adecuado acampamiento y apoyos para la entrega de certificados de calidad u otro servicio identificado y priorizados en los planes de intervención comercial.	Financieros	4. Probable	3. Moderado	Planes estratégicos de intervención comercial no implementados, organizaciones con baja capacidad para comercializar sus productos	La posibilidad de implementar la estrategia con recursos adicionales de cooperación, de tal forma que se puedan realizar las inversiones de adecuación previas necesarias para el fortalecimiento comercial. También sería posible en otra línea de tiempo, que las organizaciones presenten perfiles para la estructuración de un PIDAR, de tal forma que pueden realizar las inversiones previas necesarias.
	Servicio de apoyo a la comercialización	Baja asistencia de las organizaciones rurales a los circuitos cortos de comercialización, implementados en el territorio	Operacionales	4. Probable	3. Moderado	Pérdida de oportunidades y recursos de los espacios dispuestos para la generación de ingresos de las organizaciones	Incrementar las actividades de socialización y acompañamiento continuo para motivar la participación efectiva en los espacios de circuitos cortos de comercialización
ACTIVIDADES PRINCIPALES	Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	Planes estratégicos de intervención comercial con debilidades en el enfoque comercial y contenidos en general	Administrativos	4. Probable	3. Moderado	Planes estratégicos de intervención comercial elaborados con poco rigor técnico	Conformar equipos de seguimiento y supervisión para la adecuada revisión y retroalimentación de los planes estratégicos de intervención comercial, revisión previa a la aprobación para la implementación

NIVEL DE CLASIFICACIÓN	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD/PRODUCTO/OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TIPO DE RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTOS	EFECTO	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
	Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	Baja participación de las organizaciones rurales a las sesiones de formación	De mercado	4. Probable	3. Moderado	Desaprovechamiento de información útil para el desarrollo comercial	Preparar agendas de capacitación con temas amigables para los productores y a partir de un conocimiento inicial de las necesidades
	Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	Perdida de la información acopiada	Operacionales	4. Probable	3. Moderado	Soportes insuficientes para la toma de decisiones	Articular con la OTI, una estrategia de aseguramiento de la información acopiada de oferta y demanda,
	Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos de comercialización	Baja participación de la demanda a los eventos de circuitos cortos	De mercado	4. Probable	3. Moderado	Baja participación de compradores interesados en las compras directa de productos frescos y transformados	Realizar campañas publicitarias y seleccionar lugares de buen acceso y visibilidad
	Actas y/o informe con compromisos de articulación institucional	Soportes insuficientes de las actividades desarrolladas de los circuitos cortos	Administrativos	4. Probable	3. Moderado	Poca trazabilidad de la gestión de articulación	Establecer y socializar el procedimiento documentado de circuitos cortos de comercialización

Tabla 9 Matriz de Riesgos. Fuente: Elaboración propia, 2024

13. INGRESOS Y BENEFICIOS

El desarrollo de este proyecto de inversión genera, entre otros, los siguientes beneficios:

- **Incremento del ingreso de las organizaciones rurales de la ACFC por la venta de sus productos frescos y transformados:** Se estima que, con la implementación de las estrategias de fortalecimiento y apoyo comercial para las organizaciones de las ACFC, el incremento promedio mensual de cada organización es del 17%. Se estima que el ingreso mensual por organización es de \$65.000,000 (\$1.300,000 X 50 productores/organización).

Para el proyecto, el total de organizaciones atendidas por la ruta de circuitos cortos y fortalecimiento de capacidades comerciales es de 405. El valor corresponde al mayor valor que obtienen las organizaciones una vez se implementan las estrategias de fortalecimiento y apoyo comercial. Se estima que corresponde a \$132.600.000 anuales (\$65.000.000x17%x12) por organización, meta por año que se calcula en 405 organizaciones que participan de la alternativa.

La proyección anual de este beneficio se incrementa tomando como referencia el IPC de la Circular del MHCP vigencia 2024, estimado en un 3%.

BENEFICIO	Unidad de medida	PERIODO								
		2026			2027			2028		
		Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL
Incremento del ingreso de las organizaciones rurales de la ACFC por la venta de sus productos frescos y transformados	Número	405	\$ 132.600.000	\$ 53.703.000.000	405	\$ 136.578.000	\$ 55.314.090.000	405	\$ 140.675.340	\$ 56.973.512.700

BENEFICIO	Unidad de medida	PERIODO						
		2029			2030			TOTAL
		Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL	
Incremento del ingreso de las organizaciones rurales de la ACFC por la venta de sus productos frescos y transformados	Número	405	\$ 144.895.600	\$ 58.682.718.081	405	\$ 149.242.468	\$ 60.443.199.623	\$ 285.116.520.404

- **Ingresos por ventas en el marco de las compras públicas locales:** Se estima que al menos el 90% de la asignación de recursos destinados a las compras públicas locales se deberán invertir en la compra directa a los pequeños productores de la ACFC. Se considera por tanto, que estos recursos serán ingresos adicionales para las organizaciones y sus productores.

El valor unitario corresponde a la cifra equivalente al 90% de la asignación de recursos para las compras anualmente, conforme a la programación y asignación del proyecto.

BENEFICIO	Unidad de medida	PERIODO								
		2026			2027			2028		
		Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL
Ingresos por ventas en el marco de las compras públicas locales	Porcentaje	90%	\$19.161.446.399	\$19.736.289.791	90%	\$20.328.378.485	\$18.295.540.637	90%	\$20.938.229.839	\$18.844.406.855

BENEFICIO	Unidad de medida	PERIODO						
		2029			2030			TOTAL
		Q	PRECIO	TOTAL	Q	PRECIO	TOTAL	
Ingresos por ventas en el marco de las compras públicas locales	Porcentaje	90%	\$21.566.376.734	\$19.409.739.061	90%	\$22.213.368.036	\$19.992.031.232	\$96.278.007.576

14. INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y REGIONALIZACIÓN

Los indicadores que contiene este proyecto se encuentran estructurados por indicadores de resultado y de producto.

- Los indicadores de resultado permiten medir el avance en el cumplimiento del objetivo central.
- Los indicadores de producto miden el cumplimiento de los productos.

A continuación, se presenta la tabla que centraliza dichos indicadores:

TIPO DE INDICADOR	DESCRIPCIÓN					UNIDAD DE MEDIDA	META TOTAL (2030)				
INDICADOR DE RESULTADO	Organización de productores rurales de la ACFC fortalecidas y vinculadas en los circuitos cortos y/o encadenamientos comerciales					Porcentaje	39				
INDICADORES DE PRODUCTO	PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	ES ACUMULATIVO	UNIDAD DE MEDIDA	META TOTAL (2030)	METAS VIGENTES					
						2025	2026	2027	2028	2029	2030
	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Grupos fortalecidos ¹	Si	Número	1680	280	280	280	280	280	280
	Servicio de apoyo a la comercialización	Organizaciones de productores formales apoyadas	Si	Número	750	125	125	125	125	125	125

Tabla 10 Indicadores de seguimiento. Fuente: Elaboración propia, 2024.

• Indicadores de Producto:

El cálculo de los indicadores de producto se explica a continuación:

- **Indicador de producto 1:** Grupos fortalecidos

El Indicador de productos grupos fortalecidos, fue seleccionado del catálogo de productos dispuesto por el Departamento Nacional de Planeación, por su alineación con el alcance del producto.

Se estimó para este indicador una meta por año de 280 organizaciones fortalecidas, conformadas cada una por 50 productores en promedio. Esta meta se estimó con base al histórico de metas de los proyectos antecesores y teniendo en cuenta la capacidad operativa del nivel nacional y local de la agencia. A partir de estos referentes se calcularon los recursos

¹ Este indicador fue tomado del catálogo de productos de la MGA. Conforme a la temática de este proyecto, los "Grupos Fortalecidos" corresponden a las organizaciones de productores agropecuarios y de la ACFC cuya meta total al ser sumada con la meta del otro producto permiten cumplimiento del indicador de resultado del proyecto.

estimado un techo de inversión por organizaciones de aproximadamente 50 SMLV por número de organizaciones identificadas por departamento, con un incremento por año de 6% respectivamente.

Los criterios utilizados para realizar la programación inicial de la regionalización de este producto son:

- Priorización de organizaciones que se ubican en municipios Zomac
- Priorización de organizaciones que se ubican en municipios PDET
- Núcleos de reforma agraria

Teniendo en cuenta la distribución de los municipios que hacen parte de estos programas, en cada departamento, se realizó una asociación proporcional del número de organizaciones ubicadas en esas zonas. A partir de ello, la regionalización del producto se distribuye de la siguiente manera:

Regionalización del indicador:

Regionalización Producto 1- Servicio de fortalecimiento de capacidades locales				
Periodo	Departamento	Municipio	Costo regionalizado	Meta regionalizada (280 Org)
2025	Antioquia		\$ 3.100.500.000	45
	Bolívar		\$ 895.700.000	13
	Boyacá		\$ 344.500.000	5
	Caldas		\$ 482.300.000	7
	Caquetá		\$ 895.700.000	13
	Cauca		\$ 1.240.200.000	18
	Cesar		\$ 826.800.000	12
	Córdoba		\$ 344.500.000	5
	Cundinamarca		\$ 689.000.000	10
	Choco		\$ 964.600.000	14
	Huila		\$ 413.400.000	6
	La Guajira		\$ 482.300.000	7
	Magdalena		\$ 137.800.000	2
	Meta		\$ 1.102.400.000	16
	Nariño		\$ 1.240.200.000	18
	Norte de Santander		\$ 689.000.000	10
	Quindío		\$ 206.700.000	3
	Risaralda		\$ 206.700.000	3
	Santander		\$ 620.100.000	9
	Sucre		\$ 413.400.000	6
	Tolima		\$ 1.171.300.000	17
	Valle del Cauca		\$ 826.800.000	12
	Arauca		\$ 413.400.000	6
	Casanare		\$ 757.900.000	11
	Putumayo		\$ 482.300.000	7
	Guaviare		\$ 206.700.000	3
	Vaupés		\$ 68.900.000	1
Vichada		\$ 68.900.000	1	
Nacional		\$ 3.567.464.049		
2026	Antioquia		\$ 3.286.530.000	45

Regionalización Producto 1- Servicio de fortalecimiento de capacidades locales

	Bolívar	\$ 949.442.000	13
	Boyacá	\$ 365.170.000	5
	Caldas	\$ 511.238.000	7
	Caquetá	\$ 949.442.000	13
	Cauca	\$ 1.314.612.000	18
	Cesar	\$ 876.408.000	12
	Córdoba	\$ 365.170.000	5
	Cundinamarca	\$ 730.340.000	10
	Choco	\$ 1.022.476.000	14
	Huila	\$ 438.204.000	6
	La Guajira	\$ 511.238.000	7
	Magdalena	\$ 146.068.000	2
	Meta	\$ 1.168.544.000	16
	Nariño	\$ 1.314.612.000	18
	Norte de Santander	\$ 730.340.000	10
	Quindío	\$ 219.102.000	3
	Risaralda	\$ 219.102.000	3
	Santander	\$ 657.306.000	9
	Sucre	\$ 438.204.000	6
	Tolima	\$ 1.241.578.000	17
	Valle del Cauca	\$ 876.408.000	12
	Arauca	\$ 438.204.000	6
	Casanare	\$ 803.374.000	11
	Putumayo	\$ 511.238.000	7
	Guaviare	\$ 219.102.000	3
	Vaupés	\$ 73.034.000	1
	Vichada	\$ 73.034.000	1
	Nacional	\$ 3.674.487.970	
2027	Antioquia	\$ 3.483.721.800	45
	Bolívar	\$ 1.006.408.520	13
	Boyacá	\$ 387.080.200	5
	Caldas	\$ 541.912.280	7
	Caquetá	\$ 1.006.408.520	13
	Cauca	\$ 1.393.488.720	18
	Cesar	\$ 928.992.480	12
	Córdoba	\$ 387.080.200	5
	Cundinamarca	\$ 774.160.400	10
	Choco	\$ 1.083.824.560	14
	Huila	\$ 464.496.240	6
	La Guajira	\$ 541.912.280	7
	Magdalena	\$ 154.832.080	2
	Meta	\$ 1.238.656.640	16
	Nariño	\$ 1.393.488.720	18
	Norte de Santander	\$ 774.160.400	10
	Quindío	\$ 232.248.120	3
	Risaralda	\$ 232.248.120	3
	Santander	\$ 696.744.360	9
	Sucre	\$ 464.496.240	6
Tolima	\$ 1.316.072.680	17	
Valle del Cauca	\$ 928.992.480	12	
Arauca	\$ 464.496.240	6	
Casanare	\$ 851.576.440	11	

Regionalización Producto 1- Servicio de fortalecimiento de capacidades locales

	Putumayo	\$ 541.912.280	7
	Guaviare	\$ 232.248.120	3
	Vaupés	\$ 77.416.040	1
	Vichada	\$ 77.416.040	1
	Nacional	\$ 3.784.722.609	
2028	Antioquia	\$ 3.692.745.108	45
	Bolívar	\$ 1.066.793.031	13
	Boyacá	\$ 410.305.012	5
	Caldas	\$ 574.427.017	7
	Caquetá	\$ 1.066.793.031	13
	Cauca	\$ 1.477.098.043	18
	Cesar	\$ 984.732.029	12
	Córdoba	\$ 410.305.012	5
	Cundinamarca	\$ 820.610.024	10
	Choco	\$ 1.148.854.034	14
	Huila	\$ 492.366.014	6
	La Guajira	\$ 574.427.017	7
	Magdalena	\$ 164.122.005	2
	Meta	\$ 1.312.976.038	16
	Nariño	\$ 1.477.098.043	18
	Norte de Santander	\$ 820.610.024	10
	Quindío	\$ 246.183.007	3
	Risaralda	\$ 246.183.007	3
	Santander	\$ 738.549.022	9
	Sucre	\$ 492.366.014	6
	Tolima	\$ 1.395.037.041	17
	Valle del Cauca	\$ 984.732.029	12
	Arauca	\$ 492.366.014	6
	Casanare	\$ 902.671.026	11
	Putumayo	\$ 574.427.017	7
	Guaviare	\$ 246.183.007	3
	Vaupés	\$ 82.061.002	1
	Vichada	\$ 82.061.002	1
Nacional	\$ 3.898.264.289		
2029	Antioquia	\$ 3.914.309.814	45
	Bolívar	\$ 1.130.800.613	13
	Boyacá	\$ 434.923.313	5
	Caldas	\$ 608.892.638	7
	Caquetá	\$ 1.130.800.613	13
	Cauca	\$ 1.565.723.926	18
	Cesar	\$ 1.043.815.951	12
	Córdoba	\$ 434.923.313	5
	Cundinamarca	\$ 869.846.625	10
	Choco	\$ 1.217.785.276	14
	Huila	\$ 521.907.975	6
	La Guajira	\$ 608.892.638	7
	Magdalena	\$ 173.969.325	2
	Meta	\$ 1.391.754.601	16
	Nariño	\$ 1.565.723.926	18
Norte de Santander	\$ 869.846.625	10	
Quindío	\$ 260.953.988	3	
Risaralda	\$ 260.953.988	3	

Regionalización Producto 1 - Servicio de fortalecimiento de capacidades locales				
	Santander		\$ 782.861.963	9
	Sucre		\$ 521.907.975	6
	Tolima		\$ 1.478.739.263	17
	Valle del Cauca		\$ 1.043.815.951	12
	Arauca		\$ 521.907.975	6
	Casanare		\$ 956.831.288	11
	Putumayo		\$ 608.892.638	7
	Guaviare		\$ 260.953.988	3
	Vaupés		\$ 86.984.663	1
	Vichada		\$ 86.984.663	1
	Nacional		\$ 4.015.212.213	
	2030	Antioquia		\$ 4.149.168.403
Bolívar			\$ 1.198.648.650	13
Boyacá			\$ 461.018.711	5
Caldas			\$ 645.426.196	7
Caquetá			\$ 1.198.648.650	13
Cauca			\$ 1.659.667.361	18
Cesar			\$ 1.106.444.908	12
Córdoba			\$ 461.018.711	5
Cundinamarca			\$ 922.037.423	10
Choco			\$ 1.290.852.392	14
Huila			\$ 553.222.454	6
La Guajira			\$ 645.426.196	7
Magdalena			\$ 184.407.485	2
Meta			\$ 1.475.259.877	16
Nariño			\$ 1.659.667.361	18
Norte de Santander			\$ 922.037.423	10
Quindío			\$ 276.611.227	3
Risaralda			\$ 276.611.227	3
Santander			\$ 829.833.681	9
Sucre			\$ 553.222.454	6
Tolima			\$ 1.567.463.619	17
Valle del Cauca			\$ 1.106.444.908	12
Arauca			\$ 553.222.454	6
Casanare			\$ 1.014.241.165	11
Putumayo			\$ 645.426.196	7
Guaviare			\$ 276.611.227	3
Vaupés			\$ 92.203.742	1
Vichada			\$ 92.203.742	1
Nacional			\$ 4.135.668.583	

Tabla 11 Regionalización producto 1. Fuente: Elaboración propia, 2024

Nota: los recursos registrados a nivel nacional son los recursos para la operación, incluyendo las UTT. Esto por cuanto la disponibilidad, el control y seguimiento para esos gastos se realiza por gestión general y centralizada.

- **Indicador de producto 2:** Organizaciones de productores formales apoyadas

El Indicador de producto organizaciones formales apoyadas, fue seleccionado del catálogo de productos dispuesto por el Departamento Nacional de Planeación, por su alineación con el alcance del producto y objetivo específico de la cadena de valor del proyecto.

Se estimó para este indicador una meta por año de 125 organizaciones formales apoyadas, conformadas cada una por 50 productores en promedio. Esta meta se soporta en históricos de ejecución de las actividades de circuitos cortos de comercialización. A partir de estos referentes se calcularon los recursos a todo costo para las actividades de circuitos cortos y compras públicas locales de alimentos, antes mencionadas, con un incremento por año del 3% respectivamente.

Para realizar la programación inicial de la regionalización de este producto, se tuvo como supuesto que al menos participan anualmente 4 organizaciones en actividades de circuitos cortos de comercialización por departamento (en 29 departamentos) y que al menos 3 organizaciones de los departamentos de San Andrés y Providencia, Amazonas y Guainía participan en este tipo de actividades.

A partir de ellos, la regionalización del producto se distribuye de la siguiente manera:

Regionalización del indicador:

Regionalización Producto 1- Servicio de apoyo a la comercialización				
Periodo	Departamento	Municipio	Costo regionalizado	Meta regionalizada (125 Org)
2025	Antioquia		\$ 648.512.000	4
	Bolívar		\$ 648.512.000	4
	Boyacá		\$ 648.512.000	4
	Caldas		\$ 648.512.000	4
	Caquetá		\$ 648.512.000	4
	Cauca		\$ 648.512.000	4
	Cesar		\$ 648.512.000	4
	Córdoba		\$ 648.512.000	4
	Cundinamarca		\$ 648.512.000	4
	Choco		\$ 648.512.000	4
	Huila		\$ 648.512.000	4
	La Guajira		\$ 648.512.000	4
	Magdalena		\$ 648.512.000	4
	Meta		\$ 648.512.000	4
	Nariño		\$ 648.512.000	4
	Norte de Santander		\$ 648.512.000	4
	Quindío		\$ 648.512.000	4
	Risaralda		\$ 648.512.000	4
	Santander		\$ 648.512.000	4
	Sucre		\$ 648.512.000	4
	Tolima		\$ 648.512.000	4
	Valle del Cauca		\$ 648.512.000	4
	Arauca		\$ 648.512.000	4
	Casanare		\$ 648.512.000	4
	Putumayo		\$ 648.512.000	4
	Guaviare		\$ 648.512.000	4
	Vaupés		\$ 648.512.000	4
	Vichada		\$ 648.512.000	4
	Amazonas		\$ 486.384.000	3
Guainía		\$ 486.384.000	3	
Atlántico		\$ 648.512.000	4	

Regionalización Producto 1- Servicio de apoyo a la comercialización			
	San Andrés y Providencia	\$ 486.384.000	3
	Nacional	\$ 7.307.884.737	
2026	Antioquia	\$ 659.178.316	4
	Bolívar	\$ 659.178.316	4
	Boyacá	\$ 659.178.316	4
	Caldas	\$ 659.178.316	4
	Caquetá	\$ 659.178.316	4
	Cauca	\$ 659.178.316	4
	Cesar	\$ 659.178.316	4
	Córdoba	\$ 659.178.316	4
	Cundinamarca	\$ 659.178.316	4
	Choco	\$ 659.178.316	4
	Huila	\$ 659.178.316	4
	La Guajira	\$ 659.178.316	4
	Magdalena	\$ 659.178.316	4
	Meta	\$ 659.178.316	4
	Nariño	\$ 659.178.316	4
	Norte de Santander	\$ 659.178.316	4
	Quindío	\$ 659.178.316	4
	Risaralda	\$ 659.178.316	4
	Santander	\$ 659.178.316	4
	Sucre	\$ 659.178.316	4
	Tolima	\$ 659.178.316	4
	Valle del Cauca	\$ 659.178.316	4
	Arauca	\$ 659.178.316	4
	Casanare	\$ 659.178.316	4
	Putumayo	\$ 659.178.316	4
	Guaviare	\$ 659.178.316	4
Vaupés	\$ 659.178.316	4	
Vichada	\$ 659.178.316	4	
Amazonas	\$ 659.178.316	3	
Guainía	\$ 659.178.316	3	
Atlántico	\$ 659.178.316	4	
San Andrés y Providencia	\$ 659.178.316	3	
Nacional	\$ 7.307.395.167		
2027	Antioquia	\$ 688.006.381	4
	Bolívar	\$ 688.006.381	4
	Boyacá	\$ 688.006.381	4
	Caldas	\$ 688.006.381	4
	Caquetá	\$ 688.006.381	4
	Cauca	\$ 688.006.381	4
	Cesar	\$ 688.006.381	4
	Córdoba	\$ 688.006.381	4
	Cundinamarca	\$ 688.006.381	4
	Choco	\$ 688.006.381	4
	Huila	\$ 688.006.381	4
	La Guajira	\$ 688.006.381	4
	Magdalena	\$ 688.006.381	4
	Meta	\$ 688.006.381	4
Nariño	\$ 688.006.381	4	
Norte de Santander	\$ 688.006.381	4	

Regionalización Producto 1- Servicio de apoyo a la comercialización				
	Quindío		\$ 688.006.381	4
	Risaralda		\$ 688.006.381	4
	Santander		\$ 688.006.381	4
	Sucre		\$ 688.006.381	4
	Tolima		\$ 688.006.381	4
	Valle del Cauca		\$ 688.006.381	4
	Arauca		\$ 688.006.381	4
	Casanare		\$ 688.006.381	4
	Putumayo		\$ 688.006.381	4
	Guaviare		\$ 688.006.381	4
	Vaupés		\$ 688.006.381	4
	Vichada		\$ 688.006.381	4
	Amazonas		\$ 516.004.786	3
	Guainía		\$ 516.004.786	3
	Atlántico		\$ 688.006.381	4
	San Andrés y Providencia		\$ 516.004.786	3
	Nacional		\$ 7.752.934.911	
2028	Antioquia		\$ 708.646.572	4
	Bolívar		\$ 708.646.572	4
	Boyacá		\$ 708.646.572	4
	Caldas		\$ 708.646.572	4
	Caquetá		\$ 708.646.572	4
	Cauca		\$ 708.646.572	4
	Cesar		\$ 708.646.572	4
	Córdoba		\$ 708.646.572	4
	Cundinamarca		\$ 708.646.572	4
	Choco		\$ 708.646.572	4
	Huila		\$ 708.646.572	4
	La Guajira		\$ 708.646.572	4
	Magdalena		\$ 708.646.572	4
	Meta		\$ 708.646.572	4
	Nariño		\$ 708.646.572	4
	Norte de Santander		\$ 708.646.572	4
	Quindío		\$ 708.646.572	4
	Risaralda		\$ 708.646.572	4
	Santander		\$ 708.646.572	4
	Sucre		\$ 708.646.572	4
	Tolima		\$ 708.646.572	4
	Valle del Cauca		\$ 708.646.572	4
	Arauca		\$ 708.646.572	4
	Casanare		\$ 708.646.572	4
	Putumayo		\$ 708.646.572	4
	Guaviare		\$ 708.646.572	4
	Vaupés		\$ 708.646.572	4
	Vichada		\$ 708.646.572	4
	Amazonas		\$ 531.484.929	3
	Guainía		\$ 531.484.929	3
	Atlántico		\$ 708.646.572	4
	San Andrés y Providencia		\$ 531.484.929	3
	Nacional		\$ 7.985.522.972	

Regionalización Producto 1- Servicio de apoyo a la comercialización				
2029	Antioquia		\$ 729.905.969	4
	Bolívar		\$ 729.905.969	4
	Boyacá		\$ 729.905.969	4
	Caldas		\$ 729.905.969	4
	Caquetá		\$ 729.905.969	4
	Cauca		\$ 729.905.969	4
	Cesar		\$ 729.905.969	4
	Córdoba		\$ 729.905.969	4
	Cundinamarca		\$ 729.905.969	4
	Choco		\$ 729.905.969	4
	Huila		\$ 729.905.969	4
	La Guajira		\$ 729.905.969	4
	Magdalena		\$ 729.905.969	4
	Meta		\$ 729.905.969	4
	Nariño		\$ 729.905.969	4
	Norte de Santander		\$ 729.905.969	4
	Quindío		\$ 729.905.969	4
	Risaralda		\$ 729.905.969	4
	Santander		\$ 729.905.969	4
	Sucre		\$ 729.905.969	4
	Tolima		\$ 729.905.969	4
	Valle del Cauca		\$ 729.905.969	4
	Arauca		\$ 729.905.969	4
	Casanare		\$ 729.905.969	4
	Putumayo		\$ 729.905.969	4
	Guaviare		\$ 729.905.969	4
	Vaupés		\$ 729.905.969	4
	Vichada		\$ 729.905.969	4
Amazonas		\$ 547.429.477	3	
Guainía		\$ 547.429.477	3	
Atlántico		\$ 729.905.969	4	
San Andrés y Providencia		\$ 547.429.477	3	
Nacional		\$ 8.225.088.665		
2030	Antioquia		\$ 751.803.148	4
	Bolívar		\$ 751.803.148	4
	Boyacá		\$ 751.803.148	4
	Caldas		\$ 751.803.148	4
	Caquetá		\$ 751.803.148	4
	Cauca		\$ 751.803.148	4
	Cesar		\$ 751.803.148	4
	Córdoba		\$ 751.803.148	4
	Cundinamarca		\$ 751.803.148	4
	Choco		\$ 751.803.148	4
	Huila		\$ 751.803.148	4
	La Guajira		\$ 751.803.148	4
	Magdalena		\$ 751.803.148	4
	Meta		\$ 751.803.148	4
	Nariño		\$ 751.803.148	4
	Norte de Santander		\$ 751.803.148	4
	Quindío		\$ 751.803.148	4
Risaralda		\$ 751.803.148	4	

Regionalización Producto 1- Servicio de apoyo a la comercialización			
Santander		\$ 751.803.148	4
Sucre		\$ 751.803.148	4
Tolima		\$ 751.803.148	4
Valle del Cauca		\$ 751.803.148	4
Arauca		\$ 751.803.148	4
Casanare		\$ 751.803.148	4
Putumayo		\$ 751.803.148	4
Guaviare		\$ 751.803.148	4
Vaupés		\$ 751.803.148	4
Vichada		\$ 751.803.148	4
Amazonas		\$ 563.852.361	3
Guainía		\$ 563.852.361	3
Atlántico		\$ 751.803.148	4
San Andrés y Providencia		\$ 563.852.361	3
Nacional		\$ 8.471.841.328	

Tabla 12 Regionalización de producto 2. Fuente: Elaboración propia, 2024

Nota: los recursos registrados a nivel nacional son los recursos para la operación, incluyendo las UTT. Esto por cuanto la disponibilidad, el control y seguimiento de recursos para esos gastos se realiza por gestión general y centralizada.

15. FOCALIZACIÓN

En cuanto a la focalización del proyecto, éste contribuye a las siguientes políticas transversales:

Resumen de la focalización							
Política	Producto	Periodo	Localización	Categoría	Costos categoría	Meta categoría	Personas categoría (Solo si es una política poblacional)
Construcción de Paz	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	2025	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 9.646.000.000	140 organizaciones fortalecidas	N/A
		2026	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 10.224.760.000	140 organizaciones fortalecidas	N/A
		2027	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 10.838.245.600	140 organizaciones fortalecidas	N/A
		2028	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 11.488.540.336	140 organizaciones fortalecidas	N/A
		2029	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 12.177.852.756	140 organizaciones fortalecidas	N/A
		2030	Nacional	1.6. Producción agropecuaria y Economía solidaria y cooperativa	\$ 12.908.523.922	140 organizaciones fortalecidas	N/A

Resumen de la focalización							
Política	Producto	Periodo	Localización	Categoría	Costos categoría	Meta categoría	Personas categoría (Solo si es una política poblacional)
Construcción de Paz	Servicio de apoyo a la comercialización	2025	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 10.133.000.000	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
		2026	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 10.436.990.000	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
		2027	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 10.750.099.700	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
		2028	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 11.072.602.691	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
		2029	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 11.404.780.772	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
		2030	Nacional	1.7. Garantía progresiva del derecho a la alimentación	\$ 11.746.924.195	63 organizaciones (circuitos cortos de comercialización y compras públicas locales)	N/A
Construcción de Paz	Servicio de apoyo a la comercialización	2025	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.066.500.000	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A
		2026	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.218.495.000	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A
		2027	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.375.049.850	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A
		2028	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.536.301.346	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A
		2029	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.702.390.386	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A
		2030	Nacional	1.8 Planes de acción para la transformación regional	\$ 5.873.462.097	32 organizaciones vinculadas a circuitos cortos en municipios PDET	N/A

Tabla 13 Focalización. Fuente: Elaboración propia, 2024

16. CRONOGRAMA

En la siguiente tabla se presenta el cronograma de trabajo del proyecto durante su horizonte de vida:



OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES	ACCIONES/TAREAS	RESPONSABLE	2025	2026	2027	2028	2029	2030														
					Trimestres				Trimestres				Trimestres				Trimestres				Trimestres			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fortalecer las competencias comerciales de las organizaciones rurales de la agricultura campesina, familiar y comunitaria	Servicio de fortalecimiento de capacidades locales	Formular y hacer seguimiento a la implementación de planes de intervención comercial	Realizar actualizaciones de planeación y programación de la actividad	Dirección de Comercialización	X				X				X				X				X			
			Realizar los procesos precontractuales	Dirección de Comercialización		X				X				X				X				X		
			Ejecutar la actividad	Dirección de Comercialización			X				X				X				X				X	
			Realizar seguimiento/reporte de seguimiento	Dirección de Comercialización				X				X				X				X				X
			Entrega final y cierre	Dirección de Comercialización																				
		Realizar sesiones de formación y acompañamiento con enfoque comercial y de negocios	Realizar actualizaciones de planeación y programación de la actividad	Dirección de Comercialización	X				X				X				X				X			
			Realizar la convocatoria de las organizaciones y productores a participar	Dirección de Comercialización		X				X				X				X				X		
			Ejecutar la actividad	Dirección de Comercialización			X				X				X				X				X	
			Realizar seguimiento/reporte de seguimiento	Dirección de Comercialización				X				X				X				X				X
			Elaborar informe de resultados y cierre	Dirección de Comercialización																				
		Identificar y acopiar información de oferta y demanda comercial local para la toma de decisiones	Realizar actualizaciones de planeación y programación de la actividad	Dirección de Comercialización	X				X				X				X				X			
			Realizar los procesos precontractuales de los equipos de trabajo	Dirección de Comercialización		X				X				X				X				X		
			Ejecutar la actividad	Dirección de Comercialización			X				X				X				X				X	
			Realizar seguimiento/reporte de seguimiento	Dirección de Comercialización				X				X				X				X				X
			Elaborar informe final y de cierre	Dirección de Comercialización																				
Implementar estrategias eficaces de encadenamientos comerciales en los territorios	Servicio de apoyo a la comercialización	Planear y acompañar la implementación de circuitos cortos	Realizar actualizaciones de planeación y programación de la actividad	Dirección de Comercialización	X				X				X				X				X			
		Realizar los procesos precontractuales	Dirección de Comercialización		X				X				X				X				X			
		Ejecutar la actividad	Dirección de Comercialización			X				X				X				X				X		

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTO	ACTIVIDADES	ACCIONES/TAREAS	RESPONSABLE	2025				2026				2027				2028				2029				2030			
					Trimestres				Trimestres				Trimestres				Trimestres				Trimestres				Trimestres			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		de comercialización	Realizar seguimiento/reporte de seguimiento	Dirección de Comercialización																								
			Elaborar informe final y de cierre	Dirección de Comercialización																								
		Realizar compras y distribución de los productos agropecuarios, a las Organizaciones de la ACFC.	Realizar actualizaciones de planeación y programación de la actividad	Dirección de Comercialización																								
			Realizar los procesos precontractuales	Dirección de Comercialización																								
			Ejecutar la actividad	Dirección de Comercialización																								
			Realizar seguimiento/reporte de seguimiento	Dirección de Comercialización																								
			Elaborar informe final y de cierre	Dirección de Comercialización																								

Tabla 14 Cronograma. Fuente: Elaboración propia 2024.

 	Guía operativa para formulación de proyectos de inversión	
Código: F-DER-009	Versión: 5	Página 55 de 55

17. LÍDER TÉCNICO Y GERENTE DEL PROYECTO

- Líder técnico:



Nombre: José Joaquín Cristancho Cuesta
Cargo: Líder de la Dirección de Comercialización
Correo electrónico: jose.cristancho@adr.gov.co

- Gerente del proyecto:



Nombre: Mario Alexander Moreno Ordoñez
Cargo: Vicepresidente de Integración Productiva
Correo electrónico: mario.moreno@adr.gov.co

