1. OBJETIVO

Facilitar la vinculación de las organizaciones de pequeños productores rurales y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria – ACFC, a canales directos de comercialización como las compras públicas locales, mercados campesinos municipales, agro ferias, ruedas de negocios, encadenamientos comerciales, entre otros

2. ALCANCE

Inicia con la elaboración del plan de trabajo y cronograma para los circuitos cortos de comercialización y finaliza con la consolidación de la información de los acuerdos comerciales suscritos, en el marco las compras públicas locales, y los encadenamientos comerciales con privados.

3. MARCO NORMATIVO APLICABLE

Decreto 1071 de 2015: Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural.

Decreto 2364 de 2015: Por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural - ADR, ARTICULO 21°.Funciones de la Dirección de Comercialización.

Ley 1876 del 2017: Creación y puesta en marcha del Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA).

Acto legislativo 002 de 2017: Estabilidad y seguridad jurídica al acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una Paz.

Ley 2046 de 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.

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”

Resolución 464 de 2017: Lineamientos estratégicos de política pública para la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC).

Resolución 08 de 2023: Por la cual se reglamenta el destino del crédito agropecuario y rural, se definen sus usuarios, condiciones financieras y se adoptan otras disposiciones.

Resolución 00132 de 2022 “Por la cual se adopta el Plan Nacional de Asistencia Integral Técnica, Tecnológica y de Impulso a la Investigación, formulado en cumplimiento del punto 1.3.3.2 del Acuerdo Final”

Resolución 000209 de 2020:"Por el cual se adopta el plan nacional para apoyar y consolidar la generación de ingresos de la economía campesina, familiar, y comunitaria, formulado en cumplimiento de lo establecido en el punto 1.3.3.3. del acuerdo final de paz"

Ley No. 2294 de 2022: Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia potencia mundial para la vida”

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

4. DEFINICIONES

Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC): Sistema de producción y organización gestionado y operado por mujeres, hombres, familias, y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palanqueras que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas; que suelen complementarse con actividades no agropecuarias. Esta diversificación de actividades y medios de vida se realiza predominantemente a través de la gestión y el trabajo familiar, asociativo o comunitario, aunque también puede emplearse mano de obra contratada. El territorio y los actores que gestionan este sistema están estrechamente vinculados y co-evolucionan combinando funciones económicas, sociales, ecológicas, políticas y culturales. El fortalecimiento, promoción y protección de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria incorpora 10 ejes estratégicos que contienen 19 lineamientos que permitirán fortalecer las capacidades sociales, económicas y culturales de las familias, comunidades y organizaciones. (Fuente: Resolución 464 de 2017 por la cual se adoptan los lineamientos estratégicos de política pública para la agricultura campesina, familiar y comunitaria).

Agroecología: Conjunto de prácticas basadas en interacciones ecológicas de los diferentes componentes del agro ecosistema, busca sistemas alimentarios sostenibles que optimicen y estabilicen la producción, que se fundamenta en los conocimientos locales y tradicionales, impulsa la multifuncionalidad y sostenibilidad de la agricultura y promueve la justicia social; busca resaltar la identidad y la cultura de las economías locales.

Agro ferias: Corresponden a un canal que se orienta a propiciar acercamientos y alianzas entre productores y compradores para la comercialización de productos agropecuarios de la agricultura campesina, familiar y comunitaria. Incluyen el fortalecimiento de las capacidades comerciales de las organizaciones, para que sus productos puedan cumplir con las exigencias de la demanda y así facilitar su inclusión en los mercados.

Canales de Comercialización: Un canal de comercialización o distribución es el sistema de relaciones establecidas para guiar el desplazamiento de un producto, entendido como el conjunto de circuitos, a través de los cuales se establece la relación entre producción **(oferta y demanda)** y consumo, a efectos de hacer disponibles los bienes para los consumidores, mediante la articulación de los distintos flujos (DNP, 2014).

Circuitos Cortos de Comercialización: Los circuitos cortos de comercialización, también denominados circuitos de proximidad son esquemas de comercio basados en la venta directa a los consumidores, de productos frescos o de temporada y transformados, sin intermediarios o reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores.

Compras Públicas Locales: Consiste en establecer condiciones e instrumentos de abastecimiento alimentario para que todos los programas públicos de suministro y distribución de alimentos garanticen la participación de pequeños productores locales y productores locales-agropecuarios cuyos sistemas productivos pertenezcan a la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, o de sus organizaciones legalmente constituidas.

Mercados Campesinos municipales: Los mercados campesinos son un canal dinamizador de las economías locales de los productores y sus organizaciones de la agricultura campesina, familiar y comunitaria; fomentan la producción y consumo local de alimentos.

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

4. DEFINICIONES

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades.

Organizaciones y/o asociaciones campesinas: Son aquellas personas jurídicas y organizaciones de derecho privado, en las que los pequeños productores vinculados pretenden la mutua colaboración para el desarrollo de las actividades agropecuarias, agroindustriales, piscícolas y pesqueras que conforman su objeto, y pueden adoptar la forma de asociaciones agropecuarias y campesinas, y formas asociativas solidarias.

Pequeño productor de ingresos bajos. Aquellos que tengan ingresos brutos anuales hasta de cinco mil trescientas dos Unidades de Valor Básico (5.302 UVB); y que además sus activos totales no superen a cuarenta y siete mil setecientas catorce Unidades de Valor Básico (47.714 UVB). Definición tomada de la Resolución 08 de 2023, por la cual se reglamenta sectorialmente la definición de pequeño productor de ingresos bajos.

Pequeño productor. Aquellos con ingresos brutos anuales mayores a cinco mil trescientas dos Unidades de Valor Básico (5.302 UVB) y hasta catorce mil ochocientas cuarenta y cuatro Unidades de Valor Básico (14.844 UVB); y cuyos activos totales no superen cuarenta y siete mil setecientas catorce Unidades de Valor Básico (47.714 UVB). Definición tomada de la Resolución 08 de 2023, por la cual se reglamenta sectorialmente la definición de pequeño productor.

Ruedas de negocios públicas: En el marco de la estrategia nacional de Compras Públicas Locales, esta corresponde a una estrategia de acercamiento comercial entre los pequeños productores y sus organizaciones especialmente las pertenecientes a la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria (ACFC), de una parte, y los compradores/operadores de los programas de alimentación de entidades como el Ministerio de Educación Nacional PAE – MEN, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF, la Unidad de Servicios Carcelarios y Penitenciarios USPEC, las Fuerzas Militares y las demás entidades del orden territorial, entre otros. Con esta estrategia se busca que a partir de las obligaciones contractuales que tienen estos operadores, se suscriban acuerdos comerciales de proveeduría de productos frescos y transformados y, a la vez, se promueva que las minutas alimentarias definidas por dichas entidades incluyan los productos de consumo y producción tradicional de cada región o territorio, favoreciendo así la compra local, el acceso de la ACFC a este mercado de manera más directa y el desarrollo territorial.

Ruedas de negocios privadas: Las ruedas de negocios con el sector privado son encuentros comerciales entre organizaciones de pequeños productores con la demanda en donde se realizan acercamientos con compradores como grandes superficies, supermercados, restaurantes, hoteles, entre otros, los requerimientos en temas como trazabilidad, especificaciones, presentación, empaque y logística, suelen ser más exigentes, por tal razón se trata de un espacio de relacionamiento comercial al que se recomienda que accedan productores u organizaciones con capacidades suficientes para su cumplimiento. Se requiere entonces validar adecuadamente la pertinencia de agendamiento de citas entre empresas compradoras y organizaciones de productores en función de los requerimientos de los primeros y las capacidades de los segundos. A la vez, es un espacio

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

4. DEFINICIONES

importante para identificar potenciales alianzas comerciales, agroindustriales y de exportación.

Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN): Disponibilidad suficiente y estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa (DNP, 2007). La SAN define cinco ejes como son: la disponibilidad, acceso, consumo, calidad e innocuidad y aprovechamiento, cuya coordinada planeación y ejecución "garantiza el ejercicio de los derechos y deberes", alrededor de los cuales se "precisa la acción del Estado, la sociedad civil y la familia y define las condiciones necesarias y suficientes para lograr la seguridad alimentaria y nutricional.

5. CONDICIONES GENERALES PARA EL DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

La estrategia de circuitos de comercialización, se fundamenta en el trabajo articulado con las organizaciones de productores agropecuarios y de la economía campesina familiar y comunitaria, promoviendo los acercamientos de los productores a canales directos de comercialización; buscando acortar la intermediación. Estos se podrán desarrollar en alianza y articulación con otras entidades públicas del nivel nacional y territorial, y su implementación tendrá énfasis en la participación de jóvenes rurales, mujeres rurales, víctimas del conflicto y etnias.

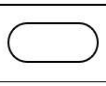
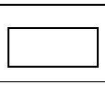
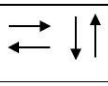
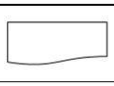
Para tales efectos, se promoverá la gestión, planeación y ejecución de los siguientes circuitos cortos:

- Compras públicas locales a través de ruedas de negocios con operadores contratados por las entidades públicas
- Mercados campesinos municipales
- Agro ferias
- Encadenamiento y ruedas de negocios con privados, responsables de grandes plataformas y otros interesados

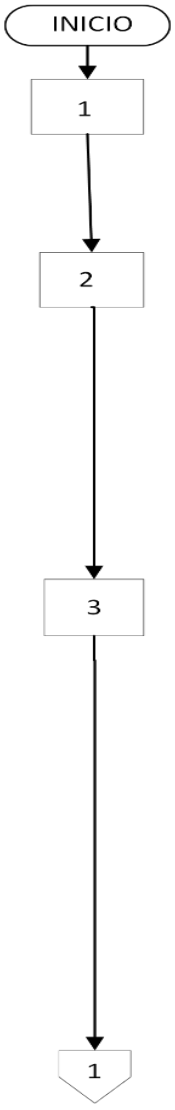
Una condición importante para la implementación eficiente de la estrategia de circuitos cortos de comercialización por parte de las organizaciones de productores; las alcaldías y secretarías de agricultura, es mejorar la productividad y escalonamiento de cosechas.

Es responsabilidad de la Dirección de Comercialización fortalecer las capacidades para la negociación, y de esta manera, facilitar su inserción en los mercados. Y por supuesto, la cadena de valor de los productos agropecuarios debe cumplir con los requisitos sanitarios y de calidad, condición básica para acceder a los canales directos de comercialización en los circuitos cortos.

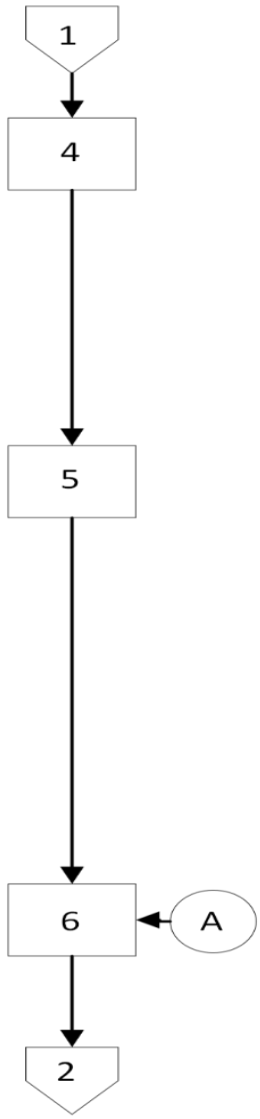
6. DESARROLLO

SIMBOLO							
SIGNIFICADO	Terminador (Inicio o Fin de un proceso)	Etapa de proceso	Decisión (si o no)	Conector (Conector con otros procesos)	Línea de flujo (Dirección y sentido del plujo del proceso)	Documento	Símbolo de comentario o nota

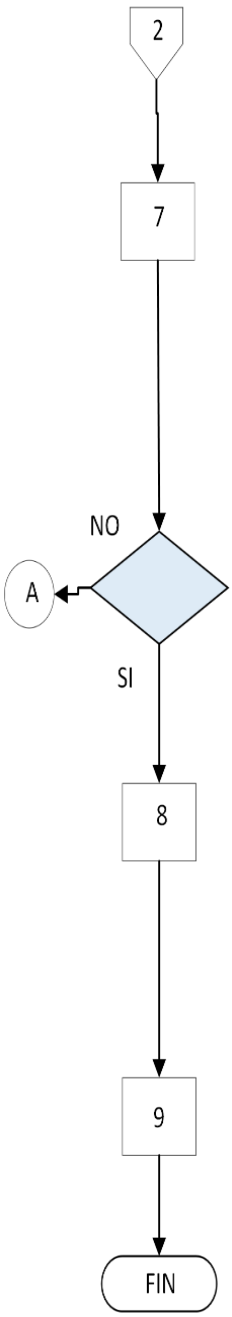
Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

DIAGRAMA DE FLUJO	No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
	1	**Elaborar el plan de trabajo y cronograma para los circuitos cortos de comercialización** A partir del Plan de Acción Institucional y los planes operativos en el componente de comercialización, se elabora el plan de trabajo y cronograma como propuesta para las UTT.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado	Plan de trabajo y cronograma circuitos cortos de comercializaci ón F-FCC-010
	2	**Socializar y complementar el Plan de Trabajo y Cronograma** El Plan de trabajo y cronograma se presenta a los directores territoriales y los equipos de comercialización de la UTT, para complementar acciones, fechas, articulación local y la asignación del responsable.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado	Plan de trabajo y cronograma circuitos cortos de comercializaci ón F-FCC-010
	3	**Conformar grupo gestor de apoyo interinstitucional** Se identificará y convocará a los actores territoriales públicos o privados para conformar el grupo gestor de apoyo interinstitucional por cada circuito corto de comercialización, el cual estará conformado de acuerdo con lo establecido en la metodología denominada “Planeación, Implementación y Evaluación de Mercados Campesinos” publicada en la página web de la entidad. El grupo gestor de apoyo interinstitucional quedará constituido en el marco de la metodología denominada “Planeación, Implementación y Evaluación de Mercados Campesinos” publicada en la página WEB de la Agencia. Este grupo, podrá acompañar la planeación, organización e implementación de cada Circuito Corto de Comercialización a desarrollarse en el territorio y hacer seguimiento a los mismos. Para el caso de mercados campesinos, el grupo gestor interinstitucional podrá ser de carácter permanente.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Director(a) UTT, Profesional de enlace Comercial UTT	Comunicado de Invitación Oficial Listado de Asistencia a reuniones F-DER-002 y/o Listado de asistencia virtual Acta Interna y Externa F-DER-001

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

DIAGRAMA DE FLUJO	No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
	4	**Convocar y seleccionar a las Organizaciones** Mediante el enlace electrónico oficial establecido por la Agencia, las Organizaciones rurales, deberán realizar la inscripción para participar del circuito corto de comercialización. El grupo gestor de apoyo y los enlaces de comercialización de las UTT, podrán promocionar y acompañar a las organizaciones para el registro y participación del circuito corto de comercialización. Nota: Si la Dirección de Comercialización cuenta con una base de datos de organizaciones no atendidas, se podrán seleccionar de allí, las organizaciones rurales para participar en el circuito.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Director(a) UTT Profesional de enlace Comercial UTT	Reporte del enlace de inscripción y/o base de datos
	5	**Coordinar las capacitaciones a las Organizaciones Rurales Seleccionadas** Teniendo en cuenta las organizaciones rurales seleccionadas, se organiza y desarrolla una jornada de capacitación con la participación de las entidades competentes para la exposición de los temas de pos cosecha, calidad e inocuidad para alimentos frescos, bebidas o productos transformados. El fortalecimiento será coordinado en articulación Interinstitucional, involucrando principalmente a las organizaciones que participan por primera vez en el circuito. Este fortalecimiento se podrá realizar en jornadas previas con todas las organizaciones registradas y seleccionadas.	Profesional de la Dirección de Comercialización Profesionales de enlace UTT.	Listado de Asistencia a reuniones F-DER-002 y/o Listado de asistencia virtual
	6	**Determinar la necesidad de logística, montaje y operación del circuito corto de comercialización** Se identifican los actores participantes, las necesidades para el montaje y operación del circuito corto, y se propone el apoyo institucional (acompañamiento, bienes y servicios). La Agencia a través de sus Unidades Técnicas Territoriales (UTT), participarán en la implementación de los Circuitos Cortos de Comercialización, y diligenciarán el requerimiento logístico consolidado necesario para la ejecución de estos. En el caso de la Agro feria, las organizaciones y productores podrán contar con el apoyo y facilitación de espacios y un mínimo de infraestructura, contribución proveniente de entidades públicas o privadas del nivel nacional o local que quieran contribuir.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Grupo gestor de apoyo. Organizaciones rurales seleccionadas	Registro de Asistencia a reuniones F-DER-002 y/o listado de asistencia virtual

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

DIAGRAMA DE FLUJO	No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
	7	**Revisar y aprobar los requerimientos para el circuito corto de comercialización** El requerimiento de logística para los circuitos cortos de comercialización, provenientes de las direcciones de las UTT, serán revisados y firmados por el supervisor de apoyo de la Dirección de Comercialización asignado para el operador logístico contratado por la Agencia. El supervisor remite el requerimiento al Colaborador líder de la Dirección de Comercialización, para su visto bueno. Si se presentan observaciones de ajuste por parte del supervisor de apoyo y/o el Colaborador líder de la Dirección, el requerimiento logístico, se devuelve por la misma vía a la UTT, retomando la actividad No. 6 Determinar la necesidad de logística, montaje y operación del circuito corto de comercialización, para los respectivos ajustes y nuevo trámite.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Apoyo a la supervisión de logística	Requerimiento logístico comercialización F-FCC 013
		¿Cumple con los requerimientos para el circuito corto de comercialización? **SI:** Continúa con la actividad No. 8 **NO:** Se regresa a la actividad No. 6		
	8	**Implementar el circuito corto de comercialización** Se implementa el plan de trabajo, se consolidan y analizan los resultados; se identifican las oportunidades de mejora y se retroalimentan las bases de datos e información y los archivos de gestión de la Dirección de Comercialización.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Unidades Técnicas Territoriales.	Informe de actividades de Comercialización F-FCC-004
	9	**Consolidar y hacer seguimiento a los acuerdos comerciales suscritos, en el marco las compras públicas locales, y los encadenamientos comerciales con privados** Se realiza el seguimiento periódico a los acuerdos comerciales suscritos por las organizaciones de productores, en el marco de las compras públicas locales de alimentos, y los acuerdos comerciales que se realicen en el desarrollo de encuentros o encadenamientos comerciales con privados.	Colaborador que lidera la Dirección de Comercialización o Profesional designado Unidades Técnicas Territoriales.	Matriz fases y acuerdos comerciales suscritos, compras públicas locales F-FCC-012 Matriz de registro de encadenamientos comerciales privados F-FCC-011

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.

7. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Metodología Planeación, implementación y evaluación de mercados campesinos https://www.adr.gov.co/atencion-y-servicios-a-la-ciudadania/comercializacion/
- Metodología Encuentros comerciales territoriales a través de rueda de negocios agroalimentarias https://www.adr.gov.co/atencion-y-servicios-a-la-ciudadania/comercializacion/Metodología Desarrollo de agro ferias comerciales regionales https://www.adr.gov.co/atencion-y-servicios-a-la-ciudadania/comercializacion/
- Plan de trabajo y cronograma circuitos cortos de comercialización F-FCC-010.
- Comunicado de Invitación Oficial.
- Listado de Asistencia a reuniones F-DER-002.
- Acta Interna y Externa F-DER-001
- Reporte del enlace de inscripción y/o base de datos
- Informe de actividad de Comercialización F-FCC-004.
- Matriz de registro de encadenamientos comerciales privados F-FCC-011.
- Matriz fases y acuerdos comerciales suscritos, compras públicas locales F-FCC-012.
- Requerimiento logístico comercialización F-FCC 013.

8. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	17/04/2024	Creación del procedimiento

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Patricia Assis Cargo: Gestor T1, Grado 13 Dependencia: Dirección de Comercialización	Nombre: Claudia Marcela Martínez Narváez Cargo: Gestor Dependencia: Oficina de Planeación Nombre: Karen León Hernández Cargo: Contratista Dependencia: Oficina de Planeación Nombre: José Joaquín Cristancho Cuesta Cargo: Contratista colaborador que lidera la dirección Dependencia: Dirección de Comercialización	Nombre: Mario Alexander Moreno Ordoñez Cargo: Vicepresidente de Integración Productiva Dependencia: Vicepresidencia de Integración Productiva

Este documento es fiel copia del original que reposa en el sistema de información de la Agencia de Desarrollo Rural. Su impresión se considera copia no controlada.