


 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Versión: 10
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

Fecha de Presentación	Código de radicación
2025 12 22	

I. IDENTIFICACION GENERAL DEL PROYECTO



Nombre del Proyecto: FORTALECIMIENTO A LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMINOSAS
Objetivo principal: Impulsar, durante la vigencia del proyecto, la comercialización directa de leguminosas entre productores y asociaciones con compradores formales (comercializadores y transformadores), mediante la gestión de acuerdos comerciales y el acceso a información de mercado, con el fin de reducir la intermediación informal y fortalecer el mercado nacional de leguminosas.
Duración: 12 Meses - Vigencia 2026 Fecha de inicio: 02 / 01 / 2026 Fecha de finalización: 31 / 12 / 2026
Valor total del proyecto: \$95.187.724 NOVENTA Y CINCO MILLONES CIENTO OCHENTA Y SIETE MIL SETECIENTOS VEINTICUATRO PESOS
Cofinanciación: Cuota de fomento: \$95.187.724 NOVENTA Y CINCO MILLONES CIENTO OCHENTA Y SIETE MIL SETECIENTOS VEINTICUATRO PESOS Otras fuentes: \$0 CERO PESOS
Localización: El proyecto se ejecutará a nivel nacional, debido a la amplia presencia de zonas productoras de leguminosas en distintos departamentos del país y a la dinámica de abastecimiento que se presenta en diferentes épocas del año. Desde el punto de vista territorial, la red vial primaria y secundaria facilita la movilización del producto hacia los principales centros urbanos y nodos comerciales. La gestión comercial del proyecto se focaliza en nodos estratégicos de comercialización y redistribución, principalmente Corabastos (Bogotá) y la Central Mayorista de Antioquia (Medellín), así como en centros de acopio regionales y plazas de mercado intermedias que cumplen funciones de agregación, clasificación y distribución. Desde estos puntos se fortalece el relacionamiento con compradores formales y se facilita la conexión con productores de diferentes regiones del país, promoviendo acuerdos transparentes y el fortalecimiento de canales formales de comercialización.
Producto con el que se relaciona el proyecto: Frijol, arveja, haba.
Fecha preparación proyecto: 15/09/2025

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Versión: 10
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

<p>Describa brevemente en que consiste el proyecto: El proyecto vincula un profesional para realizar acciones de gestión de comercialización de leguminosas a nivel nacional, con énfasis en Antioquia (Central Mayorista) y Bogotá (Corabastos), principales nodos de comercialización de leguminosas, especialmente fríjol. Su labor consiste en identificar la demanda de leguminosas por parte de compradores formales, entre ellos recaudadores de cuota parafiscal, y conectarlos con productores de diferentes regiones del país. El proyecto busca reducir la intermediación innecesaria e informal, promoviendo acuerdos comerciales transparentes y fortaleciendo los canales formales de comercialización.</p>
<p>Proponente: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE</p>
<p>Ejecutor: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE</p>
<p>Elaborado por: Departamento Económico y de Apoyo a la Comercialización de FENALCE</p>

II. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE

<p>Nombre o razón social: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE</p>	
<p>Documento de identidad o NIT: 860 011 105-2</p>	
<p>Naturaleza Jurídica: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE</p>	
<p>Departamento: Cundinamarca Ciudad: Cota Dirección: Kilómetro 1, vía Cota Siberia, Vereda El Abra</p>	<p>Email: fenalce@fenalce.co Teléfono: 601 742 8755 Celular: -</p>
<p>Nombre representante legal: Arnulfo Trujillo Díaz</p>	<p>Documento de identificación: 83 225 775</p>
<p>Objeto social de la entidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agremiar a los cultivadores de cereales, leguminosas de grano y fríjol soya. - Representar y proteger los intereses de los cultivadores de cereales, leguminosas de grano y fríjol soya ante el Gobierno Nacional y demás entidades públicas y privadas, en todo aquello que se relacione con la producción, importación, exportación, precios, mercados, tarifas, transporte, insumos, seguros de cosecha, multiplicación y clasificación de semillas, provisión y beneficio de aguas, supervenciones oficiales o particulares a la industria de cereales y de leguminosas de grano o se relacione con ellas. 	
<p>Describa su experiencia en proyectos similares: La Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas – FENALCE tiene más de 60 años de experiencia en la formulación de proyectos orientados hacia el desarrollo rural colombiano, haciendo presencia en las regiones y llevando la transferencia tecnológica a todos los rincones de la frontera agrícola nacional, por medio de la administración del Fondo Nacional de Leguminosas FNL.</p>	

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Versión: 10</p>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

III. INFORMACIÓN DEL EJECUTOR

Nombre o razón social: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE	
Documento de identidad o NIT: 860 011 105-2	
Naturaleza Jurídica: Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Leguminosas y Soya - FENALCE	
Departamento: Cundinamarca Ciudad: Cota Dirección: Kilómetro 1, vía Cota Siberia, Vereda El Abra	Email: fenalce@fenalce.co Teléfono: 601 742 8755 Celular: -
Nombre representante legal: Arnulfo Trujillo Díaz	Documento de identificación: 83 25 775
Objeto social de la entidad: <ul style="list-style-type: none"> - Agremiar a los cultivadores de cereales, leguminosas de grano y fríjol soya. - Representar y proteger los intereses de los cultivadores de cereales, leguminosas de grano y fríjol soya ante el Gobierno Nacional y demás entidades públicas y privadas, en todo aquello que se relacione con la producción, importación, exportación, precios, mercados, tarifas, transporte, insumos, seguros de cosecha, multiplicación y clasificación de semillas, provisión y beneficio de aguas, supervenciones oficiales o particulares a la industria de cereales y de leguminosas de grano o se relacione con ellas. 	
Experiencia acreditada en la ejecución de proyectos similares: La Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas – FENALCE tiene más de 60 años de experiencia en la formulación de proyectos orientados hacia el desarrollo rural colombiano, haciendo presencia en las regiones y llevando la transferencia tecnológica a todos los rincones de la frontera agrícola nacional, por medio de la administración del Fondo Nacional de Leguminosas FNL.	

IV. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

<p>4.1 Características de la región en donde se ejecutará el proyecto:</p> <p>El proyecto se ejecutará a nivel nacional, debido a la amplia presencia de zonas productoras de leguminosas en departamentos como Antioquia, Nariño, Tolima, Cundinamarca, Boyacá, Córdoba, Santander, entre otros. Estas regiones presentan una combinación diversa de condiciones agroclimáticas y estructuras productivas que permiten la siembra de fríjol y otras leguminosas durante varias épocas del año. Desde el punto de vista territorial, la infraestructura vial primaria y secundaria facilita la movilización del producto hacia los principales centros urbanos y nodos comerciales. No obstante, persisten brechas en la conectividad de vías terciarias y en la logística rural, que generan heterogeneidad en los tiempos y costos de transporte, especialmente para pequeños y medianos productores ubicados en zonas dispersas.</p> <p>La comercialización de las cosechas se articula, principalmente, a través de centrales mayoristas como Corabastos (Bogotá), la Central Mayorista de Antioquia (Medellín), así como centros de acopio regionales y plazas de mercado intermedias que cumplen funciones de agregación, clasificación y redistribución. Estos espacios son utilizados de manera constante por asociaciones de productores, empresas emparadoras, comercializadoras y compradores institucionales, convirtiéndolos en puntos estratégicos dentro de las dinámicas del mercado nacional. Sin embargo, la limitada organización comercial en algunas zonas y la falta de acceso a información de precios, calidades y requerimientos de compra dificultan el aprovechamiento pleno de estas oportunidades.</p>
--

4.2 Situación actual:

En Colombia, las leguminosas representan un componente relevante para la seguridad alimentaria, la generación de ingresos y la diversificación productiva. Durante 2024, la producción nacional de frijol alcanzó 96.989 toneladas, mientras que las importaciones llegaron a 41.183 toneladas, lo que evidencia una brecha estructural entre la oferta interna y la demanda del mercado. La producción se concentra principalmente en Santander, Nariño, Huila, Antioquia, sur del Cesar, Tolima y Cundinamarca, zonas donde la estacionalidad, las condiciones climáticas y las prácticas de manejo influyen tanto en los volúmenes como en la calidad del grano disponible para la comercialización. En cuanto a las otras leguminosas: en 2024, la producción de haba fue de 4.094 toneladas, destacándose Nariño y Cundinamarca como los principales productores; por su parte, la arveja registró 50.175 toneladas, con Nariño, Cundinamarca y Boyacá como departamentos líderes.

El destino principal de estas leguminosas son los centros mayoristas del país, particularmente Corabastos en Bogotá y la Central Mayorista de Antioquia en Medellín, además de centrales regionales que articulan la distribución hacia diferentes zonas consumidoras. En 2024 se observaron precios mayoristas que reflejan las variaciones estacionales de la oferta y la influencia del producto importado en el mercado interno. Entre estos valores se registraron aproximadamente \$7.343/kg para frijol bola roja, \$4.542/kg para cabecita negra, \$9.836/kg para cargamanto blanco, \$8.019/kg para cargamanto rojo, \$5.898/kg para Nima Calima, \$5.924/kg para frijol radical, \$6.151/kg para frijol rosado, \$6.295/kg para frijol variedad, \$3.143/kg para frijol verde, \$1.496/kg para haba y \$4.381/kg para arveja.

En cuanto al comportamiento de la demanda, el comprador actual se encuentra distribuido principalmente entre los grandes centros mayoristas, que concentran el mayor volumen transado; los supermercados y el retail moderno, que requieren mayor estandarización en limpieza, clasificación y presentación; y la industria alimentaria, conformada por empresas empacadoras y procesadoras que trabajan con especificaciones técnicas definidas para la recepción del producto. Aunque muchos productores han venido fortaleciendo sus procesos de poscosecha y manejo del grano, aún existen oportunidades para avanzar en prácticas que faciliten el acceso a mercados que operan con parámetros más estrictos de calidad. Por su parte, la participación en mercados externos continúa siendo limitada debido a factores como la disponibilidad de volúmenes constantes y la necesidad de cumplir con requisitos técnicos adicionales.

Dado este contexto, los desafíos se asocian a la agregación de oferta, la estandarización de calidad, las capacidades de poscosecha y la articulación con compradores que demandan información comercial y especificaciones técnicas más rigurosas. Estas limitaciones y oportunidades justifican la importancia de fortalecer el sector, para permitir mejorar la articulación entre la producción y la demanda, optimizar los procesos de comercialización y ampliar el acceso de los productores a canales formales y mercados con mejores condiciones de compra.

4.3 Definición del problema u oportunidad:

En Colombia, la cadena de valor de las leguminosas enfrenta múltiples limitaciones que afectan su eficiencia comercial. La producción se caracteriza por estar fragmentada, con pequeños volúmenes, baja articulación entre actores, falta de estandarización en la calidad del grano y escasas condiciones de mercado. Esta situación reduce la capacidad de negociación de los productores y restringe su acceso a mercados más estables y formales, como los institucionales o industriales. Además, los procesos de comercialización siguen siendo dominados por intermediarios, con márgenes desiguales lo que genera desconfianza y limita relaciones comerciales sostenibles.

Oportunidad:

Existe una oportunidad clara para continuar fortaleciendo la comercialización de leguminosas en Colombia mediante el desarrollo de esquemas que mejoren la conexión entre productores, comercializadores e industrias transformadoras. Avanzar en la caracterización de la oferta y la demanda, facilitar el acceso a información de mercado confiable y promover modelos de negocio asociativos permitiría reducir los costos de transacción, mejorar los precios al productor y aumentar la participación de las leguminosas en los mercados institucionales y especializados. Todo esto contribuiría al desarrollo del subsector, la seguridad alimentaria nacional y la dinamización de economías rurales.

Causas:

1. Producción: Colombia es un productor importante de leguminosas en América Latina.
2. Consumo y Comercio: Las leguminosas son una parte importante de la dieta colombiana, siendo una fuente vital de proteínas y otros nutrientes. Colombia también exporta leguminosas, especialmente frijol, a países vecinos y más allá.
3. Factores Climáticos: Las variaciones climáticas, como sequías o inundaciones, pueden afectar la producción de leguminosas. Cambios impredecibles en el clima pueden llevar a pérdidas de cultivos y dificultades en la planificación de la siembra.
4. Enfermedades y Plagas: Las leguminosas están sujetas a enfermedades y plagas que pueden afectar los cultivos. La falta de control adecuado puede llevar a disminuciones en la producción y calidad de las cosechas.
5. Infraestructura y Acceso al Mercado: Algunas regiones pueden enfrentar desafíos en términos de infraestructura para transportar los cultivos al mercado. La falta de acceso a mercados eficientes puede limitar las oportunidades de venta y los precios justos para los agricultores.

Efectos:

1. Seguridad Alimentaria: Las fluctuaciones en la producción de leguminosas pueden afectar la disponibilidad y los precios de estos alimentos básicos. Esto, a su vez, puede tener un impacto directo en la seguridad alimentaria de las comunidades locales y nacionales.
2. Económicos: Los agricultores pueden experimentar pérdidas económicas debido a una producción reducida o precios bajos. La falta de acceso a mercados competitivos puede limitar el potencial de ingresos de los agricultores.
3. Nutricionales: Una disminución en la producción de leguminosas podría tener consecuencias para la nutrición de la población, especialmente para aquellos que dependen de estos cultivos como fuente principal de proteínas.

4.4 Justificación del proyecto:

Durante las últimas décadas, el mercado agrícola ha experimentado transformaciones profundas tanto a nivel global como local. Estos cambios están relacionados con la liberalización del comercio, la reducción del apoyo estatal, el aumento en las exigencias de los consumidores, la concentración de actores en la cadena y la creciente volatilidad de los precios. En este nuevo contexto, los pequeños y medianos productores enfrentan mayores desafíos para insertarse de forma competitiva y sostenible en los mercados.

En Colombia, los productores de leguminosas presentan debilidades estructurales en los procesos de comercialización. La cadena de valor se encuentra altamente intermediada, con baja articulación entre la oferta y la demanda, lo que impide establecer relaciones comerciales estables y limita el acceso a mejores precios. Esta situación reduce los márgenes de ganancia para los productores y los expone a condiciones de negociación desfavorables.

Adicionalmente, la mayoría de los procesos de venta se realizan de manera individual y sin información suficiente sobre precios, volúmenes requeridos o condiciones logísticas. Esta fragmentación dificulta el acceso a mercados, donde se requiere cumplir con volúmenes mínimos, continuidad en las entregas y estándares básicos de calidad.

Frente a este escenario, resulta indispensable implementar estrategias que permitan fortalecer la comercialización de leguminosas mediante la generación de información útil para la toma de decisiones, la identificación de actores clave en la demanda, la promoción de esquemas de encadenamiento comercial y la divulgación de estándares de calidad. Estas acciones contribuirán no solo a mejorar la rentabilidad del productor, sino también a dinamizar el mercado interno y a promover la inclusión productiva en zonas rurales.

4.5 Objetivo principal:

Impulsar, durante la vigencia del proyecto, la comercialización directa de leguminosas entre productores y asociaciones con compradores formales (comercializadores y transformadores), mediante la gestión de acuerdos comerciales y el acceso a información de mercado, con el fin de reducir la intermediación informal y fortalecer el mercado nacional de leguminosas.

4.6 Objetivos secundarios:

1. Caracterizar, durante la vigencia del proyecto, la demanda de leguminosas por parte de comercializadores y transformadores, identificando requisitos de compra (condiciones comerciales y de calidad) y oportunidades de encadenamiento comercial.
2. Identificar y actualizar, durante la vigencia del proyecto, la oferta de leguminosas disponible en regiones productoras, considerando periodos de cosecha y condiciones logísticas relevantes para su comercialización.
3. Gestionar e implementar, durante la vigencia del proyecto, acciones de articulación comercial que faciliten la conexión directa entre productores/asociaciones y compradores formales, promoviendo acuerdos comerciales transparentes.
4. Facilitar, durante la vigencia del proyecto, espacios de inmersión comercial (visitas) en Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, orientados a acercar productores/asociaciones a compradores y mejorar su comprensión de requisitos y condiciones de compra.

FORTALECIMIENTO A LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMINOSAS	Resumen Narrativo	Indicador	Verificación	Supuestos
<p>1. Caracterizar, durante la vigencia del proyecto, la demanda de leguminosas por parte de comercializadores y transformadores, identificando requisitos de compra (condiciones comerciales y de calidad) y oportunidades de encadenamiento comercial.</p>	<p>Se recopila y consolida información de demanda de leguminosas por parte de compradores formales (comercializadores y transformadores) mediante visitas y seguimiento, registrando requisitos de compra (condiciones comerciales y de calidad), volúmenes de referencia y oportunidades de encadenamiento. La información se sistematiza en una base nacional para orientar la gestión comercial y la conexión con productores.</p>	<p>Número de las toneladas demandadas por producto de los demandantes priorizados.</p>	<p>Bases de datos de demanda; fichas de caracterización; actas/minutas de visitas; registros en aplicativo o repositorio.</p>	<p>Los compradores formales brindan información mínima verificable; existe acceso a centrales/plataformas y canales de contacto; el equipo logra realizar visitas/seguimiento según agenda del mercado.</p>
<p>2. Identificar y actualizar, durante la vigencia del proyecto, la oferta de leguminosas disponible en regiones productoras, considerando periodos de cosecha y condiciones logísticas relevantes para su comercialización.</p>	<p>Se identifica y actualiza información de oferta de leguminosas en regiones productoras, considerando periodos de cosecha, condiciones logísticas y variables comerciales relevantes. Se mantiene una base de productores/asociaciones con un estándar mínimo de completitud para facilitar la articulación con compradores y el análisis de oportunidades.</p>	<p>Caracterizar la oferta de cosecha a partir de productores ofertantes en las zonas priorizadas. Volumen de producto comercializado con y sin acciones del gremio</p>	<p>Base de datos de oferta; formatos/listados de caracterización; reportes de actualización; registros de contacto con productores/asociaciones.</p>	<p>Productores/asociaciones comparten información básica de disponibilidad; la oferta presenta variaciones manejables para su registro; se dispone de canales de comunicación y acceso a información regional.</p>

<p>3. Gestionar e implementar, durante la vigencia del proyecto, acciones de articulación comercial que faciliten la conexión directa entre productores/asociaciones y compradores formales, promoviendo acuerdos comerciales transparentes.</p>	<p>Se gestionan acciones de articulación comercial para facilitar el contacto directo entre productores/asociaciones y compradores formales, promoviendo encadenamientos y relacionamiento comercial. Paralelamente, se consolida y actualiza semanalmente una base de seguimiento con precios y condiciones de comercialización (mayoristas y plazas priorizadas) como insumo para análisis y gestión comercial.</p>	<p>N.º de oportunidades comerciales enlazadas (enlaces efectuados y documentados).</p> <p><small>Nota: Una "oportunidad enlazada" corresponde a un caso en el que el proyecto facilita y documenta el contacto entre un comprador formal y un productor/asociación (o zona proveedora), con registro mínimo de producto y requisitos de compra. No implica cierre de negociación ni volumen vendido.</small></p>	<p>Evidencias del enlace (correo de presentación, chat institucional, acta/minuta de reunión, agenda/listado de asistentes); base semanal de precios/condiciones como insumo.</p>	<p>Los compradores formales comparten requisitos mínimos y aceptan canales de contacto; productores/asociaciones mantienen disponibilidad para atender contactos; se dispone de fuentes regulares para consolidar precios/condiciones en plazas priorizadas.</p>
<p>4. Facilitar, durante la vigencia del proyecto, espacios de inmersión comercial (visitas) en Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, orientados a acercar productores/asociaciones a compradores y mejorar su comprensión de requisitos y condiciones de compra.</p>	<p>Se facilitan espacios de inmersión comercial mediante visitas y reuniones en Corabastos (Bogotá) y/o la Central Mayorista de Antioquia (Medellín), para acercar productores/asociaciones a compradores, comprender dinámicas de comercialización y fortalecer capacidades prácticas de negociación y cumplimiento de requisitos de compra.</p>	<p>Cumplimiento de visitas realizadas (%) = (# visitas realizadas / 2) × 100.</p>	<p>Actas/memorias de visita; agendas; listados de asistencia; evidencias fotográficas; contactos/reuniones registradas.</p>	<p>Existe disponibilidad logística y de seguridad para desplazamientos; productores/asociaciones confirman participación; las centrales y compradores permiten la realización de reuniones en las fechas programadas.</p>

4.7 Estado del arte:

A nivel internacional, diversas experiencias han demostrado que el fortalecimiento de la asociatividad y la agregación de oferta es una de las estrategias más efectivas para mejorar la comercialización de leguminosas y otros productos agrícolas. La FAO (2021), ha documentado que los circuitos cortos de comercialización, basados en acuerdos directos entre productores organizados y compradores, contribuyen a reducir la intermediación innecesaria, mejorar los ingresos y estabilizar la inserción de pequeños agricultores en los mercados. Estos mecanismos se han implementado con éxito en América Latina mediante acuerdos comerciales, mercados locales y ruedas de negocio territoriales.

En países como México, Perú y Brasil, se han desarrollado esquemas donde asociaciones de productores de leguminosas se vinculan directamente con compras públicas, programas sociales, agroindustrias y centrales mayoristas. Estos mecanismos fortalecen la capacidad de negociación de los pequeños productores, organizan la oferta y reducen la dependencia de intermediarios informales, además, han permitido consolidar cadenas de abastecimiento más estables y con precios más competitivos (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2016).

En Colombia, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), junto con la FAO y gobiernos locales, ha impulsado iniciativas enfocadas en la articulación comercial, la agregación de oferta y la vinculación de productores a mercados formales. Entre estas acciones se destacan las compras locales, los mercados campesinos, las ruedas de negocio y los procesos de estandarización de calidad. Estas experiencias han demostrado ser herramientas efectivas para conectar asociaciones de productores con agroindustrias, programas de abastecimiento institucional y mercados mayoristas (FAO, s.f.).

La comercialización de cultivos como el frijol enfrenta retos relacionados con la dispersión de la producción, la variabilidad climática y la dificultad para cumplir con volúmenes regulares. Mecanismos como la formalización comercial, los acuerdos de abastecimiento, la agregación de oferta y la estandarización de calidad permiten mejorar la estabilidad del flujo comercial y aumentar la presencia de pequeños productores en mercados formales.

Para ello, se han establecido programas como El Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la Producción Campesina, Familiar y Comunitaria (MADR, 2022) los cuales establecen que la agregación de oferta, la articulación con compradores institucionales, la formalización de procesos comerciales y la asistencia técnica en negociación son pilares para mejorar la inserción de pequeños productores en los mercados. Los lineamientos coinciden con la necesidad de reducir la intermediación innecesaria y aumentar la participación directa de productores organizados en la comercialización.

Fuentes consultadas:

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2016). Las compras públicas en América Latina y el Caribe y en los proyectos financiados por el BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Las-compras-p%C3%BAblicas-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-y-en-los-proyectos-financiados-por-el-BID-Un-estudio-normativo-comparado.pdf>

FAO. (2021). Obtenido de <https://sembrandocapacidades.fao.org.co/wp-content/uploads/2021/11/V-FINAL-CARTILLA-CCC-ESPAN%CC%83OL-V-DIGITAL-WEB.pdf>

FAO. (s.f.). Sembrando capacidades. Obtenido de <https://sembrandocapacidades.fao.org.co/>

MADR. (2022). Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la Producción de la Economía Campesina, Familiar y Comunitaria. Obtenido de https://portalparalapaz.gov.co/wp-content/uploads/2022/07/Archivo-Digital-11-Plan-Nacional-para-la-Promocion.pdf?utm_source

4.8 Metodología:

Para el objetivo 1, Se realizará un levantamiento y actualización continua de información con compradores formales y actores comerciales (incluidos recaudadores de cuota parafiscal), mediante visitas, llamadas y seguimiento. Se registrarán variables clave como: productos requeridos (frijol/arveja/haba), requisitos de compra (presentación, calidad, empaque), condiciones comerciales y periodicidad de abastecimiento. Esta información se consolidará en una base nacional de demanda y se actualizará periódicamente para identificar oportunidades vigentes de encadenamiento.

Para el objetivo 2, se identificarán productores y asociaciones oferentes en diferentes regiones mediante articulación con regionales, contactos institucionales y seguimiento en territorio. Se recopilará y organizará información sobre disponibilidad estimada, calendarios de cosecha, condiciones logísticas y características comerciales básicas del producto. La oferta se consolidará en una base de datos segmentada por región y tipo de actor, con actualización periódica para facilitar su conexión con la demanda.

En cuanto al objetivo 3, con base en la caracterización de oferta y demanda, se gestionarán enlaces comerciales entre productores/asociaciones y compradores formales, facilitando el contacto y el intercambio inicial de requisitos y condiciones. Paralelamente, se consolidará una base de seguimiento con información de mercado (precios y condiciones en plazas mayoristas priorizadas), como insumo para orientar decisiones y acompañar procesos de articulación, sin que esto implique cierre de negociaciones.

Para el objetivo 4, se desarrollarán espacios de inmersión comercial de carácter estratégico mediante acompañamientos presenciales puntuales en la Central de Abastos de Bogotá (Corabastos) y/o la Central Mayorista de Antioquia, orientados a vincular directamente a productores y/o asociaciones en escenarios reales de negociación con compradores mayoristas; estos acompañamientos no corresponden a visitas de rutina, sino a intervenciones técnicas y comerciales de alta complejidad que requieren identificación previa de oferta disponible, definición de condiciones comerciales, coordinación anticipada con compradores, validación de agendas y requerimientos, así como planeación logística para el traslado de los actores desde las zonas de producción, durante las cuales el proyecto facilita el relacionamiento, apoya la negociación y registra aprendizajes, oportunidades y contactos estratégicos como insumo para gestiones comerciales posteriores, estableciendo como meta la realización de dos acompañamientos presenciales en el año (uno por semestre), en coherencia con la naturaleza de la actividad, la demanda efectiva del mercado y la logística requerida, sin que ello implique una limitación en las demás acciones continuas de articulación comercial desarrolladas por el equipo del proyecto.

Componente 1. FORTALECIMIENTO A LA COMERCIALIZACIÓN DE LA SOYA	
Objetivo Secundario	Actividades
1. Caracterizar, durante la vigencia del proyecto, la demanda de leguminosas por parte de comercializadores y transformadores, identificando requisitos de compra (condiciones comerciales y de calidad) y oportunidades de encadenamiento comercial.	1.1. Determinar la demanda de comercializadores y transformadores a través de visitas periódicas de reconocimiento y seguimiento, identificando sus necesidades, calidades buscadas y hábitos de compra, ayudando a fortalecer el proceso de comercialización.
	1.2. Realizar seguimiento al comportamiento comercial de los demandantes, incluyendo aspectos como condiciones de pago, frecuencia de compra, liquidez, variedad requerida y volumen promedio.
	1.3. Mantener una base de datos nacional, actualizada, con segmentación por departamento y tipo de demandante, que permita registrar y consultar información clave sobre frecuencia, volumen, variedad, condiciones de compra y características de calidad requeridas.
2. Identificar y actualizar, durante la vigencia del proyecto, la oferta de leguminosas disponible en regiones productoras, considerando periodos de cosecha y condiciones logísticas relevantes para su comercialización.	2.1. Estimar las ofertas de las cosechas por región a fin de buscar alternativas de comercialización, de acuerdo con las visitas realizadas a los comercializadores y transformadores.
	2.2. Mantener una base de caracterización de productores y asociaciones actualizada, con segmentación regional, volumen estimado de producción, tipo de grano, condiciones de calidad, periodos de cosecha y modalidad de venta, contribuyendo al proceso institucional de caracterización de los miembros y organizaciones productoras de leguminosas y orientando sobre instrumentos financieros y seguros agropecuarios específicos para las líneas productivas de leguminosas derivados de la instauración de mesa técnica de trabajo permanente MADR - FINAGRO - Aseguradoras
	2.3. Identificar el volumen de producto comercializado con y sin acciones del gremio.
3. Gestionar e implementar, durante la vigencia del proyecto, acciones de articulación comercial que faciliten la conexión directa entre productores/asociaciones y compradores formales, promoviendo acuerdos comerciales transparentes.	3.1. Establecer relaciones comerciales entre productores, asociaciones y compradores de acuerdo con las características del producto y los requerimientos específicos de los demandantes, promoviendo así encadenamientos efectivos.
	3.2. Consolidar y actualizar en una base de seguimiento la información de precios y condiciones de comercialización de leguminosas (mayoristas y plazas priorizadas), como insumo para análisis y gestión comercial.
4. Facilitar, durante la vigencia del proyecto, espacios de inmersión comercial (visitas) en Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, orientados a acercar productores/asociaciones a compradores y mejorar su comprensión de requisitos y condiciones de compra.	4.1. Realizar acompañamientos presenciales estratégicos a productores y/o asociaciones en centrales mayoristas como Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, con el fin de facilitar el intercambio directo de información y la negociación de términos comerciales con compradores mayoristas, apoyando la presentación de la oferta y las capacidades productivas, fortaleciendo las estrategias de comunicación y promoción del gremio.

V. MARCO LÓGICO



5.1. Componente 1. FORTALECIMIENTO A LA COMERCIALIZACIÓN

Objetivo específico No 1

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
1.1. Determinar la demanda de comercializadores y transformadores a través de visitas periódicas de reconocimiento y seguimiento, identificando sus necesidades, calidades buscadas y hábitos de compra, ayudando a fortalecer el proceso de comercialización.	Metas: Caracterizar 50 - 60 demandantes durante el año, con presencia en los principales centros de distribución a nivel nacional.	Volumen demandado identificado/estimado (t): toneladas demandadas identificadas por producto (corte anual).		
1.2. Realizar seguimiento al comportamiento comercial de los demandantes, incluyendo aspectos como condiciones de pago, frecuencia de compra, liquidez, variedad requerida y volumen promedio.	Identificar el número de las toneladas demandadas por producto de los demandantes priorizados (corte anual).	Acciones de gestión comercial registradas (N.º): número de registros/reportes de acciones de comercialización en el aplicativo de seguimiento (corte mensual/anual).	Base de datos.	Entornos Político y Económico Estables
1.3. Mantener una base de datos nacional, actualizada, con segmentación por departamento y tipo de demandante, que permita registrar y consultar información clave sobre frecuencia, volumen, variedad, condiciones de compra y características de calidad requeridas.	Mantener la base actualizada y con completitud > 80% de los registros.	Registros actualizados y completos (%): (# demandantes con información completa / # demandantes en base) × 100. Meta ≥80%.		

Objetivo específico No 2

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
2.1. Estimar las ofertas de las cosechas por región a fin de buscar alternativas de comercialización, de acuerdo con las visitas realizadas a los comercializadores y transformadores.				
2.2. Mantener una base de caracterización de productores y asociaciones actualizada, con segmentación regional, volumen estimado de producción, tipo de grano, condiciones de calidad, periodos de cosecha y modalidad de venta, contribuyendo al proceso institucional de caracterización de los miembros y organizaciones productoras de leguminosas y orientando sobre instrumentos financieros y seguros agropecuarios específicos para las líneas productivas de leguminosas derivados de la instauración de mesa técnica de trabajo permanente MADR - FINAGRO - Aseguradoras	<p>Metas:</p> <p>Caracterizar la oferta de cosecha a partir de productores ofertantes en las zonas priorizadas.</p> <p>Mantener una base de datos de productores actualizada, con un nivel de completitud superior al 80% de los registros.</p> <p>Identificar el volumen de producto comercializado con y sin acciones del gremio.</p>	<p>Oferta de cosecha identificada/estimada (t): -Toneladas de oferta identificadas por producto</p> <p>Registros actualizados y completos (%): -(# registros con información completa / # registros totales en la base) X 100 Meta $\geq 80\%$.</p> <p>Volumen comercializado identificado/documentado (t): -Toneladas comercializadas identificadas con y sin acciones del gremio</p>	Base de datos.	Entornos Político y Económico Estables
2.3. Identificar el volumen de producto comercializado con y sin acciones del gremio.				

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Versión: 10</p>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

Objetivo específico No 3

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
3.1. Establecer relaciones comerciales entre productores, asociaciones y compradores de acuerdo con las características del producto y los requerimientos específicos de los demandantes, promoviendo así encadenamientos efectivos.	Metas: Participar en al menos 4 espacios/eventos orientados a articulación con compradores durante la vigencia.	Participación en eventos - (# eventos con participación / # eventos programados) × 100. -N.º de participantes en eventos.	Informes de eventos con listados de asistencia y/o encuestas de satisfacción.	Entornos Político y Económico Estables
3.2. Consolidar y actualizar en una base de seguimiento la información de precios y condiciones de comercialización de leguminosas (mayoristas y plazas priorizadas), como insumo para análisis y gestión comercial.	Registrar en la base la información de precios con la periodicidad definida (semanal; 48 reportes), con un cumplimiento ≥80%.	Cumplimiento de actualización de la base precios (%): (# actualizaciones realizadas / # actualizaciones programadas) × 100. Meta ≥80%.	Informes digitales publicados	



Objetivo específico No 4

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
4.1. Realizar acompañamientos presenciales estratégicos a productores y/o asociaciones en centrales mayoristas como Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, con el fin de facilitar el intercambio directo de información y la negociación de términos comerciales con compradores mayoristas, apoyando la presentación de la oferta y las capacidades productivas, fortaleciendo las estrategias de comunicación y promoción del gremio.	Meta: Realizar al menos dos (2) acompañamientos presenciales estratégicos de carácter no rutinario a productores y/o asociaciones en nodos mayoristas durante la vigencia del proyecto, sujetos a la disponibilidad de oferta y a la demanda efectiva del mercado.	<u>Acompañamiento a productores</u> - Cumplimiento de acompañamientos estratégicos ejecutados (%) - Número de compradores mayoristas contactados y/o reuniones comerciales facilitadas (Nº) - Número de oportunidades comerciales identificadas o procesos de negociación iniciados (Nº)	Informes de eventos con listados de asistencia y/o encuestas de satisfacción.	Entornos Político y Económico Estables

5.2. Cronograma

Actividades	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1.1. Determinar la demanda de comercializadores y transformadores a través de visitas periódicas de reconocimiento y seguimiento, identificando sus necesidades, calidades buscadas y hábitos de compra, ayudando a fortalecer el proceso de comercialización.												
1.2. Realizar seguimiento al comportamiento comercial de los demandantes, incluyendo aspectos como condiciones de pago, frecuencia de compra, liquidez, variedad requerida y volumen promedio.												
1.3. Mantener una base de datos nacional, actualizada, con segmentación por departamento y tipo de demandante, que permita registrar y consultar información clave sobre frecuencia, volumen, variedad, condiciones de compra y características de calidad requeridas.												
2.1. Estimar las ofertas de las cosechas por región a fin de buscar alternativas de comercialización, de acuerdo con las visitas realizadas a los comercializadores y transformadores.												
2.2. Mantener una base de caracterización de productores y asociaciones actualizada, con segmentación regional, volumen estimado de producción, tipo de grano, condiciones de calidad, periodos de cosecha y modalidad de venta, contribuyendo al proceso institucional de caracterización de los miembros y organizaciones productoras de leguminosas y orientando sobre instrumentos financieros y seguros agropecuarios específicos para las líneas productivas de leguminosas derivados de la instauración de mesa técnica de trabajo permanente MADR - FINAGRO - Aseguradoras												

2.3. Identificar el volumen de producto comercializado con y sin acciones del gremio.												
3.1. Establecer relaciones comerciales entre productores, asociaciones y compradores de acuerdo con las características del producto y los requerimientos específicos de los demandantes, promoviendo así encadenamientos efectivos.												
3.2. Consolidar y actualizar en una base de seguimiento la información de precios y condiciones de comercialización de leguminosas (mayoristas y plazas priorizadas), como insumo para análisis y gestión comercial.												
4.1. Realizar acompañamientos presenciales estratégicos a productores y/o asociaciones en centrales mayoristas como Corabastos y/o la Central Mayorista de Antioquia, con el fin de facilitar el intercambio directo de información y la negociación de términos comerciales con compradores mayoristas, apoyando la presentación de la oferta y las capacidades productivas, fortaleciendo las estrategias de comunicación y promoción del gremio.												

 Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 Versión: 10
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

5.3. Costos detallados por actividad

1. PROFESIONALES	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Pago Profesional Gestor comercialización nacional	\$6.598.977	12	\$ 79.187.724
Total			\$ 79.187.724

2. VIÁTICOS Y TRANSPORTE	Costo Promedio Unitario (\$)	Unidades	Costo Total (\$)
Salidas a campo – visitas a regiones	\$2.000.000	8*	\$ 16.000.000
Total			\$ 16.000.000

TOTAL PROYECTO	\$ 95.187.724
-----------------------	----------------------

La estructura presupuestal del proyecto se presenta de forma concentrada en los rubros de honorarios y viajes, dado que la ejecución del proyecto recae principalmente en una profesional especializada responsable del desarrollo integral de las actividades, debido a que no se contemplan costos operativos adicionales, ya que las actividades se desarrollan principalmente en espacios ya existentes y organizados por terceros (ferias, eventos sectoriales, ruedas de negocio y centrales mayoristas) u otros fondos, optimizando el uso de recursos.

*El presupuesto de viajes corresponde exclusivamente a desplazamientos específicos de carácter nacional asociados a actividades puntuales del proyecto, sin incluir visitas periódicas a Corabastos, las cuales se realizan de manera regular (una vez por semana) desde la sede operativa, sin generar costos adicionales de transporte o viáticos. Adicionalmente, gran parte de la gestión comercial, articulación con compradores y seguimiento de oportunidades se ejecuta mediante medios virtuales y telefónicos, reduciendo la necesidad de desplazamientos constantes, y algunos recorridos intermunicipales se realizan por vía terrestre, ampliando el alcance efectivo del rubro de viajes sin incrementar el presupuesto asignado.



5.4. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Actividad	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total actividad
1. Profesionales	\$19.796.931	\$19.796.931	\$19.796.931	\$19.796.931	\$79.187.724
2. Viáticos y transporte	\$4.000.000	\$4.000.000	\$4.000.000	\$4.000.000	\$16.000.000

VI. POBLACIÓN BENEFICIADA

La estimación de la población beneficiada se realiza con base en la información consolidada del último año, durante el cual el proyecto vinculó a 129 actores (productores, comercializadores, compradores y/o transformadores).

Estas cifras corresponden al alcance más reciente del programa y pueden variar dependiendo de la dinámica de siembra, la rotación de cultivos y la permanencia de los actores en la cadena productiva.

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Agricultura</p> <p>Versión: 10</p>
Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.		

VII. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Impactos sociales

- Mejor relacionamiento y confianza entre actores: La articulación entre productores/asociaciones y compradores formales fortalece relaciones comerciales más estables, mejora la comunicación en la cadena y promueve transacciones más transparentes.
- Fortalecimiento de capacidades comerciales: El acceso a requisitos de compra, información de mercado y espacios de interacción mejora la comprensión del funcionamiento de centrales mayoristas y canales formales, fortaleciendo habilidades para presentar oferta y gestionar contactos.
- Mejor organización y cohesión comercial: Los encuentros y espacios de inmersión comercial incentivan la coordinación entre productores/asociaciones, favoreciendo procesos colectivos de comercialización y una mayor participación en circuitos formales.

7.2. Impactos económicos



- Mejor acceso a demanda formal: La identificación de compradores y el enlace comercial amplían las oportunidades de venta y reducen barreras de entrada a canales formales.
- Reducción de costos de transacción e intermediación innecesaria: Al facilitar contactos directos y transparentes, se reducen fricciones asociadas a búsqueda de compradores, negociación inicial y dispersión de información.
- Mayor estabilidad y previsibilidad comercial: La disponibilidad de información consolidada (precios y condiciones) y el relacionamiento sostenido con compradores mejora la planificación comercial y puede contribuir a mayor regularidad de transacciones.

7.3. Impactos ambientales positivos o negativos sobre el suelo, el agua, el aire, la fauna o la flora.

- Impactos positivos:
 - Uso más eficiente de recursos (impacto indirecto): Al mejorar la coordinación comercial, puede reducirse el desperdicio por sobreoferta local o tiempos prolongados de almacenamiento/transporte innecesario.
 - Mejor manejo de producto en la cadena (impacto indirecto): Una mejor comprensión de requisitos de empaque/selección puede reducir daños y pérdidas en la manipulación y logística.
- Impactos negativos:
 - Una mejor comprensión de requisitos de empaque/selección puede reducir daños y pérdidas en la manipulación y logística: Las visitas a nodos mayoristas y reuniones presenciales pueden aumentar consumo de combustible y emisiones asociadas a transporte.
 - Mayor uso de materiales de empaque: Las visitas a nodos mayoristas y reuniones presenciales pueden aumentar consumo de combustible y emisiones asociadas a transporte.

7.4. Contribución al subsector

- Fortalecimiento del mercado formal de leguminosas: La caracterización de oferta y demanda, junto con la articulación comercial en nodos mayoristas, facilita encadenamientos y transparencia en condiciones de compra.
- Mejor información para decisiones comerciales: La consolidación de precios y condiciones de comercialización aporta insumos prácticos para productores/asociaciones y fortalece capacidades de gestión comercial.



 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Agricultura</p> <p>Versión: 10</p>
Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.		

VIII. IMPACTOS DEL PROYECTO

<p>8.1. Sostenibilidad económica</p> <p>El proyecto se financia con recursos del Fondo Nacional de Leguminosas (FNL) durante su vigencia. La continuidad de las acciones depende de la priorización anual del programa y de la disponibilidad de recursos del Fondo para sostener la gestión comercial y el acompañamiento a los actores de la cadena.</p>
<p>8.2. Sostenibilidad técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento de capacidades comerciales: La transferencia de conocimientos en negociación, lectura de demanda, presentación de oferta y estandarización comercial fortalece habilidades que los productores y asociaciones pueden mantener y aplicar en el tiempo. - Continuidad de vínculos comerciales: Los contactos formales generados con centrales mayoristas, comercializadores, empaques y compradores institucionales consolidan una red comercial que puede sostenerse y reactivarse en nuevas temporadas de cosecha. - Aprovechamiento de redes y espacios existentes: La participación en ferias, eventos del gremio y visitas a nodos de comercialización facilita la continuidad sin requerir nuevas estructuras, al apoyarse en circuitos ya operativos del mercado. - Acompañamiento institucional: La Federación, como entidad administradora del Fondo, puede dar continuidad a la orientación técnica y comercial, manteniendo canales de comunicación y gestión de enlaces con compradores.
<p>8.3. Sostenibilidad social</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento asociativo: El proyecto promueve la coordinación entre productores y asociaciones, facilitando agregación de oferta y mejor posicionamiento frente a compradores formales. - Autonomía comercial: El relacionamiento directo con compradores y el acceso a información comercial reduce dependencia de intermediación innecesaria y mejora la capacidad de gestión del productor/asociación. - Continuidad institucional y de la información: El respaldo del FNL y la Federación contribuye a mantener activos los canales de contacto y la circulación de información comercial hacia los territorios, favoreciendo relaciones más estables y transparentes.



IX. IMPACTOS AMBIENTALES

<p>9.1. Indicar las acciones que se desarrollarán para prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos ambientales negativos que se causen por el desarrollo del proyecto:</p> <p>Aunque el proyecto no contempla intervenciones productivas ni obras físicas, se aplicarán medidas básicas de manejo ambiental durante su ejecución, orientadas al uso eficiente de recursos en actividades operativas (papelería, energía y agua), la gestión adecuada de residuos generados en visitas y reuniones (separación y disposición en puntos autorizados) y la reducción de desplazamientos innecesarios mediante coordinación de agendas y uso de encuentros virtuales cuando aplique. En actividades de articulación en centrales mayoristas, se promoverán prácticas responsables de manejo de materiales (empaques y residuos) para minimizar impactos indirectos asociados a la operación logística.</p>
<p>9.2. Porcentaje del valor total del proyecto se va a utilizar en los aspectos ambientales: 0,00%</p>

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Versión: 10</p>
	Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.	

X. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS EN LA EJECUCION DEL PROYECTO

<p>10.1. Dirección del proyecto</p> <p>El proyecto será dirigido por el Departamento Económico y de Apoyo a la Comercialización de FENALCE, responsable de coordinar las acciones nacionales de articulación comercial, velar por el cumplimiento del cronograma y asegurar la adecuada administración técnica y financiera de los recursos del Fondo Nacional de Leguminosas (FNL). Esta dependencia lidera la planeación y supervisa la ejecución de las actividades programadas.</p>																				
<p>10.2. Esquema operativo para el proyecto</p> <p>El proyecto se ejecutará mediante un esquema operativo basado en la asignación clara de responsabilidades dentro del equipo técnico, manteniendo coordinación permanente con regionales de FENALCE y con actores de la cadena. Las actividades se articularán con espacios gremiales existentes (ferias, días de campo, reuniones regionales), optimizando recursos y fortaleciendo la presencia territorial. El gestor nacional de comercialización concentrará acciones de enlace entre productores y compradores, documentación de oportunidades comerciales y acompañamiento a los territorios priorizados.</p>																				
<p>10.3. Divulgación de la información del proyecto</p> <p>La información generada se divulgará de manera oportuna y accesible a productores y actores de la cadena mediante:</p> <p>Comunidades de WhatsApp administradas por FENALCE para compartir oportunidades comerciales, convocatorias, precios y material técnico. Piezas gráficas e informativas difundidas en redes sociales institucionales. Material físico entregado en ferias, eventos y visitas a territorio. Estos mecanismos contribuyen a la transparencia, al acceso a la información comercial y a la continuidad del flujo informativo.</p>																				
<p>10.4. Perfil del equipo técnico para la ejecución del proyecto</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">RELACIÓN DEL PERSONAL</th> </tr> <tr> <th style="width: 45%;">Perfil profesional</th> <th style="width: 15%;">Experiencia</th> <th style="width: 15%;">Horas por semana</th> <th style="width: 25%;">Número de semanas mensuales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Profesional especializado - director del Departamento económico y de apoyo a la comercialización</td> <td style="text-align: center;">8 años</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Profesional I Departamento económico y de apoyo a la comercialización</td> <td style="text-align: center;">8 años</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Profesional gestión nacional de comercialización Departamento económico y de apoyo a la comercialización</td> <td style="text-align: center;">8 años</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> </tbody> </table>	RELACIÓN DEL PERSONAL				Perfil profesional	Experiencia	Horas por semana	Número de semanas mensuales	Profesional especializado - director del Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4	Profesional I Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4	Profesional gestión nacional de comercialización Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4
RELACIÓN DEL PERSONAL																				
Perfil profesional	Experiencia	Horas por semana	Número de semanas mensuales																	
Profesional especializado - director del Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4																	
Profesional I Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4																	
Profesional gestión nacional de comercialización Departamento económico y de apoyo a la comercialización	8 años	40	4																	

 <p>Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Dirección de Cadenas Pecuarias.</p>	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	 <p>Agricultura</p> <p>Versión: 10</p>
Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.		

XI. ASPECTOS INSTITUCIONALES

<p>11.1. Relación del proyecto con políticas sectoriales nacionales</p> <p>El proyecto se articula de manera general con los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo “Potencia Mundial de la Vida”, especialmente en lo relacionado con seguridad alimentaria, productividad agropecuaria, comercialización y fortalecimiento de cadenas productivas, al promover canales formales, transparencia y mejor funcionamiento del mercado de leguminosas.</p> <p>11.2. Asociación del proyecto con los programas presupuestales sectoriales agropecuario</p> <p>El proyecto no se encuentra vinculado de forma directa a un programa presupuestal sectorial específico del Ministerio de Agricultura o entidades adscritas. No obstante, sus acciones son complementarias a iniciativas públicas y privadas orientadas a la comercialización, la formalización del mercado y el fortalecimiento de organizaciones productoras, mediante articulación técnica e institucional cuando aplique.</p>
<p>11.3. Relación del Subsector con políticas del Departamento</p> <p>No se identifican políticas departamentales específicas de alcance transversal para leguminosas que se relacionen de manera directa con el proyecto. La articulación territorial se realiza principalmente a través de actores locales del mercado (productores, asociaciones, comercializadores y centrales mayoristas) y mediante coordinación operativa en los territorios donde se origina y comercializa el producto.</p>
<p>11.4. Relación con Planes de Desarrollo (Nacional, Departamental y / o Municipal)</p> <p>El Plan Nacional de Desarrollo “Potencia Mundial de la Vida” promueve el desarrollo sostenible, la equidad social y el crecimiento económico inclusivo. En este contexto, el proyecto contribuye principalmente a:</p> <p>Mayor transparencia y formalización en la comercialización agropecuaria, al facilitar enlaces comerciales directos, reducir intermediación innecesaria y mejorar el acceso a información de mercado.</p> <p>Garantía de abastecimiento y seguridad alimentaria, al fortalecer el funcionamiento del mercado y la articulación entre oferta nacional y demanda formal de leguminosas.</p>
<p>11.5. Relación del proyecto con la cadena productiva</p> <p>El proyecto actúa sobre el eslabón de comercialización de leguminosas, mediante caracterización de oferta y demanda, gestión de oportunidades comerciales y articulación con compradores formales, con énfasis en los principales nodos de distribución como Corabastos (Bogotá) y la Central Mayorista de Antioquia (Medellín).</p>
<p>11.6. Participación de otras entidades (Públicas o privadas) en el proyecto</p> <p>Compradores formales y operadores del mercado en centrales mayoristas (p. ej., Corabastos y Central Mayorista de Antioquia), comercializadores y empaques; y, cuando corresponda, entidades públicas como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, además de otras organizaciones del sector.</p>



Dirección de Cadenas
Agrícolas y Forestales.
Dirección de Cadenas
Pecuarias.

FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN



Agricultura

Versión: 10

Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de
Estabilización de Precios.

Firma Proponente
Arnulfo Trujillo Díaz
Representante Legal

Firma Proponente
Arnulfo Trujillo Díaz
Representante Legal

ANEXO 1. ANÁLISIS DE RIESGOS

Nivel	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Efectos	Medidas de mitigación
Objetivos específicos 1 - 2	Información	Información incompleta o desactualizada de oferta/demanda (contactos y requisitos).	Probable	Mayor	Enlaces poco efectivos y pérdida de oportunidades.	Campos mínimos obligatorios, actualización periódica, validación con fuentes y control de versiones.
Objetivo específico 1	Relacional	Compradores formales limitan entrega de información o disponibilidad para reuniones.	Posible	Mayor	Menor caracterización y menos enlaces.	Gestión de relacionamiento, agenda anticipada, propuesta de valor clara y reportes agregados.
Objetivo específico 2	Logístico	Dificultad para contactar oferta en regiones (conectividad, tiempos, dispersión).	Probable	Moderado	Retrasos en respuesta a oportunidades.	Apoyo con regionales, priorización por épocas, canales remotos y ventanas de actualización.
Objetivo específico 3	Comercial	Desajustes entre requisitos de compra y oferta (presentación, empaque, continuidad, pago).	Probable	Mayor	Alta tasa de enlaces sin avance.	Prevalidación básica antes del enlace, ficha estándar de requisitos, clasificación de oferta.
	Reputacional	Expectativas de que el proyecto "cierra" negocios o garantiza ventas/precios.	Posible	Mayor	Inconformidad y pérdida de confianza en el programa.	Aclarar alcance (enlace, no cierre), actas/minutas y criterios transparentes de priorización.
Objetivo específico 4	Operacional	Limitaciones para ejecutar visitas a centrales mayoristas (agenda, costos, permisos).	Posible	Moderado	Cancelaciones o baja asistencia.	Planeación con antelación, agenda confirmada, grupos pequeños y alternativa virtual si aplica.



Dirección de Cadenas
Agrícolas y Forestales.
Dirección de Cadenas
Pecuarias.

FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN



Versión: 10

Fondos de Fomento Agropecuarios y de los Fondos de Estabilización de Precios.

Actividades transversales	Mercado.	Volatilidad de precios y presión de informalidad desincentivan formalización.	Probable	Moderado	Menor uso de canales formales en el corto plazo.	Información oportuna, enfoque en compradores formales y relaciones recurrentes.
	Recursos humanos	Capacidad operativa limitada (1 profesional) para cobertura y seguimiento.	Probable	Mayor	Menos enlaces documentados y baja continuidad.	Priorización de casos, apoyo de regionales, formatos estándar y herramientas simples de seguimiento.