VICEMINISTERIO DE ASUNTOS AGROPECUARIOS.

DIRECCIÓN DE CADENAS AGRICOLAS Y FORESTALES.
DIRECCIÓN DE CADENAS PECUARIAS, PESQUERAS Y ACUÍCOLAS

ANEXO TÉCNICO

PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL SECTOR AGROPECUARIO COLOMBIANO.

A. OBJETIVO

Realizar la implementación de una estrategia de difusión que de continuidad a la campaña de ***Promoción al Consumo de los Productos del Sector Agropecuario Colombiano***; a través de campañas en diferentes medios de comunicación (Actividades BTL, Estrategia Digital, Televisión, Radio, Impresos entre otros).

B. JUSTIFICACIÓN

Constitución Política de Colombia. El artículo 64 de la Constitución determina que *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 educación, salud, vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos. Adicionalmente, el artículo 65, dispone que la producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado y para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales.*

Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero. La Ley 101 de 1993 desarrolla los citados artículos 64, 65 y 66 de la Constitución Política de Colombia, definiendo las diferentes funciones y competencias del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
Entre otros propósitos de esta ley, su artículo 1 incluye:
Otorgar especial protección a la producción de alimentos; adecuar el sector agropecuario y pesquero a la internacionalización de la economía, sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional; promover el desarrollo del sistema agroalimentario nacional; elevar la eficiencia y la competitividad de los productos agrícolas, pecuarios y pesqueros mediante la creación de condiciones especiales; impulsar la modernización de la comercialización agropecuaria y pesquera; procurar el suministro de un volumen suficiente de recursos crediticios para el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, bajo condiciones financieras adecuadas a los ciclos de las cosechas y de los precios, al igual

que a los riesgos que gravitan sobre la producción rural; crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización rural y a la protección de los recursos naturales; favorecer el desarrollo tecnológico del agro, al igual que la prestación de la asistencia técnica a los pequeños productores, conforme a los procesos de descentralización y participación; determinar las condiciones de funcionamiento de las cuotas y contribuciones parafiscales para el sector agropecuario y pesquero; propender por la ampliación y fortalecimiento de la política social en el sector rural; garantizar la estabilidad y claridad de las políticas agropecuarias y pesqueras en una perspectiva de largo plazo; así como, estimular la participación de los productores agropecuarios y pesqueros, directamente o a través de sus organizaciones representativas, en las decisiones del Estado que los afecten.

Plan Nacional de Desarrollo – Ley 1955 de 2019. En el marco del *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*", el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, asume la responsabilidad, como autoridad sectorial, de dirigir y coordinar la ejecución de las estrategias de desarrollo agropecuario y rural de la línea E. "*Campo con progreso: una alianza para dinamizar el desarrollo y la productividad de la Colombia rural", definidas en el "Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos*".

Uno de los principales objetivos que el Ministerio debe alcanzar en el cuatrienio 2018 – 2022, consiste en lograr un mercado agropecuario más competitivo, promoviendo para ello la transformación productiva agropecuaria, por medio del ordenamiento de la producción, el desarrollo de clústeres y cadenas de valor agroindustriales, que integren la producción industrial con la de pequeños y medianos productores.

En desarrollo de los lineamientos del *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022*, el MADR formuló la política de desarrollo agropecuario y rural "Campo para la Equidad", con el objetivo de "*Impulsar la transformación productiva, la competitividad agropecuaria y el desarrollo rural, promoviendo condiciones que dinamicen la provisión de bienes y servicios, la inversión, el emprendimiento y el desarrollo agroindustrial para mayor equidad rural*", fundamentada esta política en tres pilares:

1. Desarrollo Rural;
2. Productividad + Rentabilidad = Competitividad, y
3. Institucionalidad Moderna y Tecnificada.

CONPES 113 DE 2008. En el marco de la Política de Seguridad Alimentaria y Nutricional la cual tiene como propósito Seguridad alimentaria y nutricional es la 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.

En este sentido, este programa será estructurado en torno a 2 pilares:

1. **Seguridad alimentaria:** A través del cual se busca promover el consumo de alimentos, especialmente los que se encuentan en cosecha, así mismo, se buscará promover los mecanismos de acceso a ellos, reconociendo la necesidad de ajustar el consumo a la nueva realidad de los mercados.

2. **Circuitos Cortos de Comercialización:** A través de lo cual se buscará promover la relación directa entre consumidores y productores y de esta forma impulsar la agricultura especialmente de los pequeños y medianos productores.

C. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA.

Considerando que dentro de las motivaciones para expedir el Decreto 417 del 17 de marzo 2020 se consideró la necesidad de garantizar la suficiencia y accesibilidad de la población a los alimentos necesarios para su subsistencia, así como de adoptar "*las acciones necesarias para garantizar el permanente funcionamiento del sistema de abastecimiento y seguridad alimentaria en todo el territorio nacional*" con este proyecto se busca mitigar el efecto de los cambios en los patrones de consumo de los hogares y los individuos facilitando la dinámica de los mercados.

De esta forma, la Bolsa Mercantil de Colombia a través de la contratación de la central de medios desarrollará una campaña de ***Promoción al Consumo de los Productos del Sector Agropecuario Colombiano,*** a partir del desarrollo de actividades BTL, la implementación de una estrategia digital, radio, impresos entre otros.

Por eso, para la planificación de esta actividad, la Bolsa Mercantil de Colombia contratará una **central de medios** que permitirá desarrollar las actividades de comunicación estipuladas por el MADR a partir de:

i) Un **análisis detallado del consumo** de medios en el grupo objetivo (Hombres y mujeres mayores de 18 años – Nivel Nacional), al que se va a alcanzar.
ii) Considerando las **herramientas de análisis de audiencia y efectividad de campañas** similares, que permitan desarrollar un Plan Estratégico de difusión en diferentes medios de comunicación y
iii) La **formulación de mix de medios** el cual será aprobado por el Ministerio. Este deberá incluir todos los medios de comunicación de mayor audiencia recomendados.

D. ACTIVIDADES A SER REALIZADAS

1. Plan estratégico general de difusión en medios masivos, digitales, redes sociales, no convencionales y BTL, que garantice una táctica de medios óptima, que permita tener

presencia en los medios de mayor audiencia, reforzando las ciudades de mayor población.

2. Presentar un plan de difusión mensual que incluya pauta en los medios y/o acciones de difusión más afines para lograr los objetivos de la campaña**.**
3. Presentar informes parciales sobre la ejecución mensual y un informe final consolidado por cada campaña.
4. Gestionar ante los medios o su comercializador exclusivo de difusión estrategias de Mercadeo Social que permitan optimizar los recursos y así mismo lograr una mayor frecuencia de mensajes a emitir.
5. Pagar oportunamente a cada uno de los medios o su comercializador exclusivo de difusión, los valores correspondientes a la ejecución mensual dentro de un plazo inferior a 30 días, independiente del desembolso de los recursos de este contrato.
6. Contratar o prestar los servicios necesarios para la edición de las piezas (ajustes de logos, entre otros) según se requiera, así como la elaboración de piezas que sean necesarias para poder desarrollar la implementación del plan de difusión. Para esto se solicitará la presentación de cotizaciones de diferentes prestadores, siendo el Comité de Seguimiento quien realice la selección respectiva. Estos costos serán descontados del monto que corresponda a la difusión del tema respectivo.

E. Productos objeto del apoyo.

La estrategia priorizará la promoción al consumo de grupos de productos agropecuarios en cosecha y con sobre oferta, tales como **las cadenas hortofrutícolas y cárnicas**.

Se tendrá especial énfasis en no financiar actividades de promoción al consumo específicas sobre productos que ya tengan promoción al consumo a través de los fondos de fomento agropecuarios.

F. Cantidad y período del apoyo.

La estrategia de promoción al consumo a través de los diferentes medios de comunicación se ejecutará durante entre abril y diciembre 2020, o hasta agotar el monto total de recursos disponibles.

ANDRES SILVA MORA
Director de Cadenas Agrícolas y Forestales

LUIS HUMBERTO GÚZMAN VERGARA
Director de Cadenas Pecuarias Pesqueras y Acuícolas

Proyectó: ASilva
Aprobó: LGuzman