



Negociación y acuerdos comerciales campesinos

Breve descripción:

Este componente formativo fortalece las capacidades del campesinado para negociar de forma justa, suscribir acuerdos comerciales, conocer políticas que inciden en la comercialización rural y acceder a nuevos mercados. Promueve la organización comunitaria y las alianzas estratégicas, con el fin de garantizar precios justos, autonomía en la producción y sostenibilidad económica para las familias del campo.

Tabla de contenido

Introducción	4
1. Principios de negociación campesina	5
1.1. ¿Qué es negociar en el contexto campesino?	6
1.2. Principios claves de la negociación campesina	7
1.3. Ejercicio	12
2. Políticas comerciales en mercados locales y territoriales campesinos	13
2.1. ¿Qué son las políticas comerciales en el contexto campesino?	14
2.2. Tipos de políticas comerciales que impactan al productor rural	15
2.3. Participación del campesinado en estas políticas	17
2.4. Obstáculos comunes que enfrentan los productores	18
3. Técnicas para suscripción de acuerdos comerciales campesinos	21
3.1. ¿Qué es un acuerdo comercial campesino?	21
3.2. ¿Qué tipos de acuerdos comerciales se usan en el contexto campesino?	24
3.3. Pasos para elaborar un acuerdo comercial campesino (aplicable a cualquier nivel)	25
4. Acceso a mercados nacionales e internacionales	28
4.1. ¿Qué es “acceder a nuevos mercados”?	28
4.2. Mercados nacionales accesibles para el campesinado	29

4.3.	¿Y cómo es eso de exportar como campesino?.....	30
4.4.	Estrategias para prepararse como productor campesino.....	31
5.	Fortalecimiento organizativo y alianzas estratégicas.....	33
5.1.	¿Qué es el fortalecimiento organizativo campesino?.....	33
5.2.	¿Qué son las alianzas estratégicas campesinas?	37
	Síntesis	39
	Material complementario.....	40
	Glosario	41
	Referencias bibliográficas	42
	Créditos	43

Introducción

El trabajo campesino no termina en la cosecha. Una vez que se siembra, se cuida y se recoge, viene una de las partes más importantes: vender lo producido de forma justa. Y ahí es donde muchas veces el campesino pierde. Porque no hay precios claros, porque se depende de un intermediario o porque no se conoce cómo negociar.

Negociar no es gritar ni pelear. Negociar es acordar con respeto, claridad y beneficio mutuo. Y hacer acuerdos comerciales es dejar todo eso por escrito o de palabra, con condiciones justas para todas las partes. En los mercados campesinos, donde se valora el trabajo directo con la tierra, aprender a negociar bien es clave para que el esfuerzo valga lo que realmente cuesta.

Este componente formativo busca que las familias campesinas y sus asociaciones desarrollen habilidades para negociar, reconocer sus derechos comerciales, evitar abusos y fortalecer su presencia en mercados locales, nacionales e incluso internacionales. No se trata de convertir al campesino en abogado o economista, sino de fortalecer su palabra, su autonomía y su capacidad de decidir cómo y a quién venderle.

1. Principios de negociación campesina

Negociar, en el mundo campesino, ha sido durante años una práctica cotidiana: se negocia el jornal, el arriendo de tierras o el intercambio de productos. Sin embargo, estas negociaciones frecuentemente se realizan sin reglas claras, sin conocimiento pleno de los derechos propios y en condiciones desiguales frente a comerciantes o compradores con mayor poder económico.

Negociar bien no significa ser experto en leyes ni utilizar un lenguaje complicado. Significa, más bien, defender con seguridad lo que se produce, buscar acuerdos que beneficien a ambas partes y, sobre todo, mantener la dignidad sin ceder ante abusos. Este enfoque apunta a construir relaciones comerciales más justas y sostenibles.

El aprendizaje sobre negociación campesina se orienta a comprender principios básicos, prepararse adecuadamente para no aceptar precios injustos, y establecer acuerdos duraderos que reconozcan el valor del trabajo campesino.

Condición campesina y regulación de repertorios culturales

La condición campesina no es solo una categoría ocupacional, sino una forma de vida ligada al territorio, al trabajo familiar y comunitario, y a una economía basada en la reciprocidad, la solidaridad y el respeto por los ciclos de la naturaleza. Esta condición implica también autonomía, identidad y conocimientos colectivos, que se expresan en prácticas como:

- La palabra dada
- El trueque
- Los acuerdos entre vecinos
- La organización por veredas o núcleos familiares

Los repertorios culturales que regulan la economía campesina comprenden esos saberes y prácticas tradicionales que organizan cómo se produce, se negocia y se comercializa en el campo. No se trata solo de precios y cantidades, sino de relaciones construidas sobre la base de la confianza, la historia compartida y el respeto mutuo.

Reconocer y fortalecer estos repertorios es esencial para lograr negociaciones más justas. Esto implica valorar las formas propias del campesinado para establecer acuerdos, evitando imponer modelos externos. La formación en negociación, por tanto, debe partir de las prácticas culturales propias, reforzar la dignidad campesina y aportar herramientas útiles sin desarraigar su identidad.

1.1. ¿Qué es negociar en el contexto campesino?

Negociar es llegar a un acuerdo entre dos o más personas sobre algo que se quiere intercambiar: productos, servicios, tiempo o condiciones de trabajo. En el ámbito campesino, esto se traduce en prácticas diarias que incluyen decisiones económicas y sociales esenciales para la vida rural. En este contexto, se negocia comúnmente:

- **Precio de los productos.** Papa, leche, frutas, huevos.
- **Cantidad a entregar.** Por kilos, arrobas, canastas.
- **Forma de pago.** Al contado o a crédito.
- **Transporte y entrega.** ¿Quién paga?, ¿dónde se entrega?
- **Condiciones de empaque o calidad.** Tamaño, madurez, presentación.

Ejemplo práctico

Don José lleva 20 canastas de tomate al pueblo. Un comerciante le ofrece \$1.000 por kilo, pero Don José había calculado que necesitaba al menos \$1.300 para cubrir sus costos y obtener una ganancia. Aquí comienza la negociación.

Si Don José sabe explicar sus razones y conoce el valor de su producto, puede lograr un mejor acuerdo o decidir buscar otro comprador. Este tipo de negociación no solo busca un precio justo, sino también defender con dignidad el esfuerzo invertido en la producción.

1.2. Principios claves de la negociación campesina

Negociar bien en el campo implica más que hablar de precios. Es una práctica que combina conocimiento, respeto y estrategia. A continuación se presentan los cinco principios fundamentales para una negociación campesina justa y efectiva:

Dignidad y respeto

Toda negociación debe partir del respeto mutuo. El productor campesino debe valorar su trabajo y no aceptar tratos injustos por necesidad o presión externa.

“No estoy regalando lo que produzco. Estoy ofreciendo algo de calidad, con esfuerzo, y espero lo justo.”

Preparación e información

Quien negocia sin información está en desventaja. Antes de ofrecer un producto, hay que:

- Conocer los costos reales de producción
- Saber a cuánto venden otros
- Investigar el precio de mercado.

Ejemplo: Si producir un kilo de arracacha cuesta \$800 y en el mercado se vende a \$1.400, puedes negociar entre \$1.300 y \$1.500.

Claridad y acuerdos por escrito

Siempre que se haga un trato, debe quedar por escrito o grabado, para evitar malentendidos. Un acuerdo claro debe incluir:

- Producto.
- Cantidad.
- Precio.
- Fecha y lugar de entrega.
- Forma de pago.

Consejo: Un mensaje de voz por WhatsApp también puede servir como prueba.

No negociar con hambre ni urgencia

Negociar en desesperación lleva a aceptar condiciones injustas. Es mejor planificar la cosecha, buscar alternativas y contar con respaldo de asociaciones o redes.

Negociar con calma da más poder.

Relaciones duraderas, no solo ventas

Una buena negociación construye relaciones de confianza. Si el comprador te valora y vuelve, has ganado más que una venta: has ganado un cliente.

- Cumple lo prometido
- Entrega buena calidad
- Escucha sugerencias

Lo que NO debe pasar en una negociación campesina:

- Aceptar precios sin discutir.
- Dejar que el otro fije todas las condiciones.
- Entregar el producto sin saber cómo ni cuándo se paga.
- Ceder ante amenazas como: “si no me vende a ese precio, le compro a otro”.
- Firmar papeles que no entiendes.

Ante la duda, es mejor no vender. Más vale perder una venta que perder toda la producción o quedar endeudado.

¿Qué significa vincular la condición campesina y los repertorios culturales que regulan su economía?

Vincular la condición campesina con los repertorios culturales que estructuran su economía significa reconocer una forma de vida completa, no solo una ocupación. Esta forma de vida está profundamente relacionada con el territorio, la comunidad, los ciclos naturales y una lógica distinta de producción y comercialización, alejada de los esquemas del mercado convencional.

Ser campesino o campesina implica una identidad cultural, social y económica que se manifiesta en la forma de producir, intercambiar y tomar decisiones. No se trata únicamente de cultivar o vender productos, sino de actuar desde una lógica comunitaria, sustentada en el respeto, la solidaridad y el arraigo territorial.

Los repertorios culturales son el conjunto de conocimientos, costumbres, valores y formas de organización que regulan estas prácticas económicas. Son saberes contruidos históricamente, que permiten sostener una economía basada en la confianza y la cooperación. A continuación, se presentan sus principales expresiones:

- **Acuerdos orales válidos.** La palabra dada como compromiso firme.
- **Relaciones de confianza y reciprocidad.** Intercambios sostenidos sin necesidad de contratos formales.
- **Prácticas económicas propias.** Trueque, ferias locales, precios acordados colectivamente.
- **Organización comunitaria tradicional.** Mingas, familias ampliadas, asociaciones, comités veredales.

¿Por qué es importante hacerlo?

A continuación, se presentan tres razones fundamentales para integrar la condición campesina y sus repertorios.

- **Porque potencia el aprendizaje:** cuando los contenidos formativos se conectan con los saberes y experiencias que el campesinado ya posee, el proceso de aprendizaje se vuelve más efectivo y significativo.

- **Porque evita la exclusión cultural:** muchos intentos de integrar al campesinado al mercado han fracasado por imponer modelos externos que desconocen sus formas organizativas y sus valores colectivos.
- **Porque fortalece la autonomía:** al validar sus prácticas, se dignifica su experiencia y se promueve una economía más justa, sin dependencia de intermediarios ni lógicas empresariales impuestas.

¿Cómo se traduce esto en el contenido del componente formativo?

Adaptar el contenido a la lógica campesina no es simplificarlo, sino enriquecerlo desde la cultura rural. A continuación, se explica cómo hacerlo:

- **Negociación.** Diálogo cara a cara, respeto mutuo, palabra como compromiso.
- **Acuerdos comerciales.** Reconocimiento de acuerdos orales y escritos como válidos.
- **Alianzas y redes.** Fortalecimiento del trabajo colectivo y la colaboración.
- **Acceso a mercados.** Valorización de ferias locales, mercados agroecológicos y compras públicas.

Vincular la condición campesina con sus repertorios culturales es enseñar desde la realidad, respetando y fortaleciendo lo que el campesinado ya sabe, sin imponer modelos descontextualizados. Este enfoque permite potenciar sus prácticas, reforzar su identidad rural y avanzar hacia una economía más justa, sostenible y en armonía con su cultura.

1.3. Ejercicio

Antes de vender un producto, se recomienda realizar un ejercicio sencillo que ayuda a llegar al mercado con claridad y seguridad sobre el valor del trabajo campesino. Este ejercicio puede realizarse en un cuaderno, y consiste en responder las siguientes preguntas:

- **¿Qué se va a vender?** Ejemplo: 100 kilos de papa criolla.
- **¿Cuánto costó producirlo?** Se deben sumar los costos de semillas, abono, mano de obra, transporte, etc.
- **¿Cuál es el precio justo?** Se debe establecer un valor que permita recuperar los costos y obtener una ganancia.
- **¿Quiénes pueden ser los compradores?** Mercado local, vecinos, tienda, plaza, asociación, entre otros.
- **¿Qué se está dispuesto a negociar y qué no?** Ejemplo: se puede bajar \$100, pero no más.

Este ejercicio permite que la persona productora llegue al mercado con conciencia de lo que ofrece y del valor de su esfuerzo. Negociar no es un conflicto, sino una conversación con objetivos claros. Cuando el campesinado se prepara, defiende sus precios y busca acuerdos justos, deja de ser explotado y logra una mayor retribución por su trabajo. La negociación campesina no consiste en enfrentarse al comprador, sino en poner sobre la mesa el conocimiento, el trabajo y la dignidad del productor rural.

Como se dice en el campo:

“El que no sabe lo que vale, se lo pagan por lo que quieran.”

Este ejercicio es un paso para reconocer y defender ese valor.

2. Políticas comerciales en mercados locales y territoriales campesinos

Cuando se habla de políticas comerciales, no se hace referencia únicamente a las normas establecidas desde instancias centrales como Bogotá. También se incluyen aquellas reglas, prácticas y acuerdos que surgen desde los territorios: veredas, pueblos y municipios. Estas políticas locales regulan aspectos clave como:

- La organización de las ventas
- La fijación de precios
- La gestión de los espacios de comercialización
- La relación entre productores y compradores

Estas formas de autorregulación no solo son legítimas, sino que tienen respaldo jurídico. El Artículo 64 de la Constitución Política de Colombia establece que el Estado debe:

“Promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra y a los servicios de apoyo para los trabajadores agrarios, especialmente para la agricultura campesina, familiar y comunitaria”.

Esto significa que organizarse desde lo local es un derecho, no una concesión. Las prácticas comerciales propias del campesinado tienen fundamento constitucional y deben ser fortalecidas como parte del desarrollo rural. Conocer estas políticas permite al campesinado entrar al mercado con conocimiento y estrategia, entendiendo:

- Cómo funciona el entorno comercial.
- Qué oportunidades existen.
- Qué normas se deben cumplir.

- Cómo proteger su producción frente a abusos o prácticas injustas, especialmente de intermediarios.

2.1. ¿Qué son las políticas comerciales en el contexto campesino?

Las políticas comerciales en el contexto campesino son el conjunto de reglas y decisiones que definen cómo se venden los productos del campo dentro de un territorio específico. Estas políticas pueden estar formalmente escritas, como ordenanzas municipales, o acordadas colectivamente entre actores locales, como en el caso de normas internas de mercados campesinos.

Estas políticas no solo regulan el comercio, sino que reflejan las prioridades, valores y dinámicas locales. Con frecuencia, se construyen desde la práctica y la participación directa de las comunidades rurales. Para comprender su alcance, revisa esta tabla con los elementos clave que pueden conformarlas:

- **Acceso a los espacios de venta.** Quién puede vender en la plaza o feria.
- **Organización del espacio comercial.** Distribución y ubicación de los puestos.
- **Fijación de precios.** Establecimiento de precios mínimos acordados.
- **Prioridades de productos.** Promoción de productos locales, agroecológicos y tradicionales.
- **Presencia o control de intermediarios.** Regulación o exclusión de revendedores en ciertos espacios.
- **Apoyo institucional.** Participación de alcaldías, SENA, ICA u otras entidades.

Ejemplo concreto:

En municipios como Nuevo Colón (Boyacá) existen políticas locales que priorizan la compra de productos a asociaciones campesinas para el Programa de Alimentación Escolar (PAE). Este tipo de decisión local es una política comercial favorable al campesinado, ya que garantiza un mercado justo y estable para sus productos.

2.2. Tipos de políticas comerciales que impactan al productor rural

A continuación, se presenta un pódcast que explica los distintos tipos de políticas comerciales que inciden en el productor rural, destacando su origen, alcance y efectos en los procesos de comercialización campesina.

Lo invitamos a escuchar el siguiente Pódcast:

Podcast. Tipos de políticas comerciales que impactan al productor rural
<p>Don Campos:</p> <p>¡Buen día, mi gente trabajadora del campo! Aquí su amigo Don Campos, y hoy les traigo un tema que nos toca a todos: cómo influye el entorno local en el éxito de nuestros mercados campesinos.</p> <p>AzuSENA:</p> <p>¡Hola Don Campos! Qué alegría saludar a todos los oyentes. Justamente, hablar del entorno es clave. No basta con cultivar productos de calidad... también hay que saber leer el mercado y sus factores.</p>

Don Campos:

Así es, AzuSENA. Mire, por ejemplo, el clima. Las lluvias intensas dañan hortalizas y los veranos prolongados traen escasez de maíz. Eso sube los precios y cambia los patrones de compra. ¡Todo eso debemos anticiparlo!

Azucena:

Y ni hablar del estado de las vías, Don Campos. Si los caminos están malos, se pierde la frescura del producto y suben los costos. Eso golpea a los pequeños productores y nos deja en desventaja frente a los supermercados.

Don Campos:

¡Exactamente! Y aunque haya ferias o eventos que atraen compradores, también hay competencia externa que presiona los precios. Por eso es importante resaltar nuestras fortalezas: lo local, lo fresco, lo confiable.

AzuSENA:

Además, la economía local y las políticas de apoyo juegan su papel. Cuando hay crisis, bajan las ventas. Pero los subsidios agrícolas pueden ayudarnos a mantenernos firmes. Y ahí está nuestra oportunidad.

Don Campos:

¡Sí, señora! Los mercados campesinos tienen algo que los hace únicos: calidad, trazabilidad y respaldo a la economía del territorio. Eso es lo que debemos fortalecer para marcar la diferencia.

AzuSENA:

Así que ya saben, queridos oyentes: conocer nuestro entorno no es solo tarea del clima, ¡es estrategia de mercado! Y como siempre decimos...

Don Campos y Azuce AzuSENA na (a dúo):

¡El conocimiento también se siembra!

2.3. Participación del campesinado en estas políticas

Las políticas comerciales no deben imponerse unilateralmente. El campesinado tiene el derecho a participar en su construcción, expresar sus necesidades, hacer propuestas y señalar lo que no está funcionando. La participación activa fortalece la legitimidad de las políticas y garantiza que respondan a la realidad rural.

A continuación, se presentan las principales formas de participación campesina en la construcción y aplicación de políticas comerciales:

- **Asociaciones o redes campesinas.** Organizaciones que representan colectivamente intereses productivos y comerciales.
- **Consejos Municipales de Desarrollo Rural (CMDR).** Espacios de diálogo donde se puede incidir en decisiones locales relacionadas con el campo.
- **Relación directa con gobiernos locales.** Interacción con alcaldías y gobernaciones para proponer o revisar políticas.
- **Propuestas colectivas.** Documentos o iniciativas elaboradas por las comunidades para presentar formalmente.

- **Eventos institucionales.** Ferias, encuentros o programas del SENA, ICA, gobernaciones, entre otros, que permiten visibilizar necesidades y propuestas.

Ejemplo inspirador

En el departamento de Bolívar, mujeres campesinas han participado activamente en la creación de acuerdos para que las ferias rurales sean organizadas por ellas mismas, priorizando la venta directa sin intermediarios. Este tipo de participación transforma las condiciones del comercio rural y empodera a quienes tradicionalmente han sido marginadas.

2.4. Obstáculos comunes que enfrentan los productores

Aunque existen políticas favorables al campo, los productores campesinos continúan enfrentando barreras que dificultan su participación justa en los mercados. Estas dificultades afectan su capacidad de comercializar con autonomía, justicia y sostenibilidad. A continuación, se identifican los principales obstáculos que enfrentan en sus territorios:

- **Falta de información.** Desconocimiento de normas y requisitos básicos para vender.
- **Exigencias técnicas complicadas.** Trámites como facturación electrónica o registros sanitarios.
- **Espacios controlados por externos.** Presencia dominante de comerciantes ajenos a la comunidad.
- **Baja representación en decisiones.** Escasa participación en espacios de formulación de políticas.

- **Desconfianza entre productores.** Competencia interna en lugar de cooperación organizada.

Por eso, es fundamental promover acciones colectivas desde el territorio que permitan transformar estas condiciones.

- **Solicitar mercados campesinos apoyados por la alcaldía.** Garantizar espacios estables para la venta directa.
- **Promover acuerdos de precios y calidad comunitarios.** Evitar competencia desleal y fortalecer la imagen colectiva.
- **Crear o fortalecer asociaciones campesinas.** Tener representación en decisiones públicas.
- **Realizar veeduría a programas como el PAE.** Asegurar transparencia y acceso justo a compras públicas.
- **Pedir formación técnica a instituciones locales.** Cumplir requisitos legales como el INVIMA o la facturación.

Ejemplo:

En municipios de Cundinamarca y Boyacá, productores organizaron ferias dominicales propias en las plazas. Establecieron reglas para evitar la competencia desleal, compartieron transporte y crearon un fondo común para mejorar la presentación de los productos. Así, construyeron su propia política comercial local desde la práctica.

Las políticas comerciales no están lejos: se construyen en la plaza, en la feria, en la escuela, en la alcaldía, en los acuerdos entre vecinos. Conocerlas y participar en su

construcción permite al campesinado decidir cómo, dónde y a qué precio vender. Cuando el campesinado se organiza y actúa, convierte las reglas del mercado en herramientas de justicia, dignidad y sostenibilidad para su territorio.

3. Técnicas para suscripción de acuerdos comerciales campesinos

Cuando un campesino vende su producción ya sea papa, queso, hortalizas, huevos o transformados como dulces o cuajadas, lo ideal no es que todo dependa de un apretón de manos o una promesa verbal. Lo ideal es dejar por escrito lo que se acuerda, con claridad sobre qué, cómo, cuándo y a qué precio se va a entregar el producto.

Eso es lo que llamamos un acuerdo comercial. Puede ser formal (firmado por ambas partes) o informal (anotado y reconocido entre ambas personas). Lo importante es que protege al productor campesino, evita malentendidos y da seguridad a quien compra.

3.1. ¿Qué es un acuerdo comercial campesino?

A continuación, se presenta un video que explica de manera clara y estructurada los elementos fundamentales que debe contener un acuerdo comercial campesino, subrayando su utilidad en diversos contextos de venta, desde pequeños comercios hasta contratos institucionales.

Video 1. ¿Qué es un acuerdo comercial campesino?



Enlace de reproducción del video

Síntesis del video: ¿Qué es un acuerdo comercial campesino?

AzuSENA (con curiosidad):

— Don Campos, ¿qué es eso de un acuerdo comercial campesino?

Don Campos (tranquilo y claro):

— Es un documento donde el productor y el comprador se comprometen con lo que se va a vender o comprar. ¡Sirve para evitar enredos!

AzuSENA:

— ¿Y qué cosas deben escribirse ahí?

Don Campos:

— Lo principal: qué producto es, cuánto se entrega, y cuándo y dónde se entrega.

AzuSENA:

— ¿Y hay que decir cómo debe ir el producto?

Don Campos:

— Claro, AzuSENA. Se escribe si debe estar maduro, limpio, empacado... todo lo que garantiza calidad.

AzuSENA:

— ¿Y la plata?

Don Campos:

— Muy importante: se pone cuánto vale, cómo se paga, si es en efectivo o por banco, y cuándo.

¿Por qué es importante firmar acuerdos comerciales en el campo?

Contar con un acuerdo comercial escrito no solo previene conflictos, sino que mejora la organización y abre puertas a nuevas oportunidades. A continuación, se presentan las razones principales por las que este tipo de herramienta es clave para el productor rural:

- **Para proteger al productor campesino:** muchos entregan su producto "de palabra" y luego enfrentan problemas porque el comprador no paga, paga menos o desaparece. Un acuerdo firmado permite exigir el cumplimiento.
- **Para dar garantías al comprador:** algunos compradores desconfían por temor a que el producto no llegue a tiempo o con la calidad esperada. El acuerdo da tranquilidad y confianza mutua
- **Para planificar mejor la producción:** si se sabe con anticipación qué se va a entregar y a quién, se puede organizar mejor la siembra, cosecha, empaque y transporte.
- **Para acceder a programas del Estado:** iniciativas como Agricultura por Contrato del Ministerio de Agricultura o el Programa de Alimentación Escolar (PAE) requieren acuerdos por escrito como requisito para participar.

3.2. ¿Qué tipos de acuerdos comerciales se usan en el contexto campesino?

En los territorios rurales existen diversas formas de pactar compromisos de venta. La elección de un tipo de acuerdo depende del nivel de confianza, el volumen de la transacción y los requisitos institucionales. A continuación, se presentan los tres tipos más comunes de acuerdos comerciales en el ámbito campesino:

Informales

- Basados en la palabra o una anotación simple.
- Usados entre vecinos o compradores frecuentes.
- No tienen garantía legal.

Ejemplo: “Doña Carmen me entrega 10 libras de queso todos los miércoles. Yo le pago en efectivo a la entrega. Precio fijo: \$7.000/lb.” Puede anotarse en una libreta o confirmarse con un audio en WhatsApp.

Semi-formales

- Anotados y firmados por ambas partes.
- No requieren abogado.
- Ofrecen mayor claridad y seguridad que los acuerdos verbales.

Ejemplo: acuerdo de compra-venta campesina entre Don Álvaro Pérez y Luz Elena Soto:

- Producto: huevo criollo.
- Cantidad: 10 cubetas semanales.
- Precio: \$12.000 por cubeta.

- Entrega: cada viernes.
- Pago: contado al recibir.

Firmado el 12 de abril de 2025.

Formales (legales)

- Requieren documentos oficiales y registro.
- Usados en ventas a entidades o programas estatales.
- Incluyen cláusulas, penalidades y condiciones claras.

Ejemplo: una asociación campesina firma contrato con el PAE para entregar 300 kg semanales de plátano y yuca durante tres meses. El contrato incluye precios, fechas, calidad y condiciones de pago.

Estos tipos de acuerdo permiten al campesinado adaptarse a diferentes contextos de venta sin perder control sobre sus productos ni sobre las condiciones en las que comercia.

3.3. Pasos para elaborar un acuerdo comercial campesino (aplicable a cualquier nivel)

El acuerdo comercial no requiere abogados ni trámites costosos, pero sí claridad, orden y compromiso. A continuación, se presentan los pasos esenciales para elaborarlo de manera adecuada:

Conversar y acordar los términos

Antes de escribir, dialoga con el comprador y definan:

- Qué producto se necesita.
- Cantidad.
- Precio.
- Frecuencia de entrega.
- Forma y fecha de pago.

Anotar todo en limpio

Utiliza hoja blanca o formato prediseñado. Incluye lo acordado, datos de contacto, lugar de entrega y condiciones especiales.

Firmar el documento

Las dos partes deben firmar. Si alguien no sabe escribir, puede usar su huella. También se puede guardar una foto del acuerdo con el celular.

Entregar una copia a cada parte

Una copia es para el campesino y otra para el comprador. Así ambos pueden consultar lo acordado si ocurre algún problema.

Elementos que no deben faltar en un acuerdo comercial

Un acuerdo claro incluye los siguientes datos. La siguiente tabla presenta cada elemento acompañado de un ejemplo:

Tabla 1. Elementos de acuerdo comercial

Elemento	Ejemplo
Datos de las partes	Nombres, cédulas, teléfonos
Descripción del producto	Leche pasteurizada de vaca, en bolsa sellada de 1 litro
Cantidad	100 litros semanales
Precio unitario y total	\$2.000 por litro - total \$200.000 por semana
Forma de entrega	Entrega en puerta del comprador, cada lunes a las 8 a.m.
Forma de pago	Transferencia al finalizar la entrega semanal
Tiempo de duración del acuerdo	Del 10 de mayo al 10 de agosto de 2025
Firmas	Firma o huella de ambas partes

Las recomendaciones para proteger la venta son:

- No entregar productos sin acuerdo claro.
- Conservar todo por escrito, incluso si es en un cuaderno.
- Tomar fotos de la entrega del producto como evidencia.
- En caso de vender en grupo, que todos los productores firmen.
- No firmar documentos que no se entienden: pedir ayuda si es necesario.

El acuerdo comercial es una herramienta que fortalece la palabra del campesino.

No se necesita ser abogado, solo tener claridad en lo acordado y dejarlo por escrito.

Cuando el campesinado firma acuerdos bien hechos, deja de improvisar y toma el control de su producción, su tiempo y su dignidad.

4. Acceso a mercados nacionales e internacionales

Muchos campesinos y campesinas producen con calidad: frutas limpias, quesos artesanales, café orgánico, panela sin químicos, entre otros productos. Sin embargo, la mayoría aún vende en la vereda, en la plaza local o a través de intermediarios que obtienen la mayor ganancia.

¿Y si ese mismo producto pudiera llegar a una tienda en la ciudad, a un restaurante de Bogotá o incluso a otro país?

El acceso a mercados más amplios sí es posible para el campesinado, pero requiere preparación, organización y cumplimiento de ciertos requisitos. No se trata de competir como una multinacional, sino de llegar más lejos sin perder la identidad rural ni renunciar a un precio justo.

4.1. ¿Qué es “acceder a nuevos mercados”?

Acceder a nuevos mercados significa que un productor, su familia o su asociación logra:

- Vender fuera del municipio o región habitual.
- Establecer ventas directas a tiendas, empresas o instituciones.
- Participar en ferias nacionales o ruedas de negocios.
- Exportar formalmente productos al exterior.

Esto permite obtener mejores precios, ampliar los clientes y aumentar la visibilidad del trabajo campesino.

4.2. Mercados nacionales accesibles para el campesinado

Existen diversas formas de comercializar productos campesinos dentro del país. Estos mercados son más accesibles cuando los productores están organizados y cuentan con apoyo técnico básico. A continuación, se presentan los principales canales disponibles:

Compras públicas

- Requieren registro como proveedor.
- Exigen calidad, empaque, legalidad y puntualidad.
- Ofrecen mejores precios que el mercado común.
- Pueden presentar demoras en el pago.

Ejemplo: asofruver (Boyacá) entrega productos al PAE con acuerdos firmados.

Cadenas de supermercados o tiendas

- Buscan productos diferenciados (agroecológicos, sin químicos).
- Exigen empaque adecuado, presentación y código de barras.
- Pagan bien si se garantiza calidad constante.

Recomendación: trabajar en grupo para asegurar volúmenes estables.

Ferias y ruedas de negocios

- Permiten dar a conocer productos a compradores institucionales o urbanos
- Son organizadas por SENA, cámaras de comercio, gobernaciones o cooperación internacional

Consejo: llevar fichas del producto, precios claros y materiales explicativos.

4.3. ¿Y cómo es eso de exportar como campesino?

Exportar no es imposible para el campesinado, pero sí implica cumplir con ciertos requisitos técnicos, organizativos y comerciales. No se trata de enviar grandes cantidades como una empresa multinacional, sino de participar en circuitos solidarios y responsables, que valoran la calidad, el origen y el esfuerzo rural.

Para exportar, se requiere:

- Tener productos con permisos sanitarios (registro Invima, ICA).
- Manejar volúmenes adecuados, normalmente con varios productores organizados.
- Contar con empaque adecuado y transporte confiable.
- Establecer vínculos con empresas exportadoras o participar en programas como Agricultura por Contrato o iniciativas de comercio justo.

Ejemplo inspirador

Productores de café orgánico en Nariño y de panela en Santander han logrado exportar en pequeñas cantidades gracias a alianzas con ONG y cooperativas solidarias que acompañan el proceso y garantizan canales éticos de comercialización.

Requisitos básicos para ingresar a estos mercados

A continuación, se presentan los requisitos más comunes y su propósito específico:

- **Registro en Cámara de Comercio.** Permite facturar y participar en contratos formales.

- **Cuenta bancaria.** Para recibir pagos de forma segura y legal.
- **Certificación sanitaria (ICA, Invima).** Autoriza la venta de productos agropecuarios y transformados, dentro y fuera del país.
- **Empaque y etiquetado adecuados.** Garantizan la calidad en el transporte y generan confianza en el consumidor final.
- **Capacidad de respuesta.** Asegura que el productor o la asociación pueda cumplir con cantidades, fechas y condiciones de calidad.

4.4. Estrategias para prepararse como productor campesino

El acceso a mercados más amplios no es una utopía para el campesinado. Es una oportunidad real cuando se avanza con preparación, organización y sin perder la identidad rural. A continuación, se presentan tres estrategias clave para lograrlo:

Organízate en grupo

- Permite cumplir con grandes pedidos.
- Divide tareas (producción, empaque, distribución).
- Reduce costos logísticos y operativos.

Fortalece la calidad y presentación

- Un producto bien presentado genera mayor valor.
- No se requiere empaque costoso, sino funcional y representativo.
- Contar la historia del producto también es un valor agregado.

Participa en programas institucionales

Entidades como el SENA, el Ministerio de Agricultura, alcaldías y ONG ofrecen:

- Capacitaciones en comercialización.
- Ruedas de negocios.
- Apoyo para registros sanitarios.
- Contacto con compradores formales.

Ejemplo práctico

En Boyacá, según la cartilla de caracterización territorial, se destacan asociaciones campesinas que, con apoyo del SENA, lograron formalizar su producción de mermeladas y entrar a tiendas saludables en Bogotá, fortaleciendo su presencia en el mercado sin dejar de ser rurales.

El acceso a mercados nacionales e internacionales no es un sueño lejano. Es una posibilidad concreta si se avanza con pasos firmes, colectivos y bien orientados. Cuando el productor se organiza, se capacita y se asocia, puede cruzar las fronteras de su vereda y mostrar con orgullo lo que produce en su tierra, con sus manos y con dignidad.

5. Fortalecimiento organizativo y alianzas estratégicas

Un campesino puede sembrar, cosechar e incluso vender por su cuenta. Pero cuando se organiza junto a otros, su capacidad se multiplica. No solo se produce: también se gestiona, se transforma, se accede a proyectos, se participa en decisiones del territorio y se llega a nuevos mercados.

5.1. ¿Qué es el fortalecimiento organizativo campesino?

El fortalecimiento organizativo es un proceso mediante el cual campesinos y campesinas se agrupan, se capacitan y toman decisiones colectivas, con base en sus propios intereses y necesidades. Significa pasar de lo individual a lo colectivo con estructura, visión y proyección.

Fortalecer una organización campesina implica:

- Definir con claridad sus objetivos.
- Mejorar la estructura interna y roles.
- Gestionar bien sus recursos.
- Participar en redes o plataformas más amplias.
- Acceder a apoyos públicos o privados.
- Tener voz ante el Estado y otros actores del territorio.

Ejemplo

Una asociación de mujeres en Bolívar se organizó para procesar productos del campo (harinas, encurtidos, dulces), capacitarse, registrar sus productos ante el Invima y vender a escuelas. Hoy tienen clientes fijos, fondo común y proyectos propios.

Formas de organización campesina más comunes

Existen diversas formas en que los productores rurales pueden agruparse, dependiendo de su contexto, objetivos y nivel de formalidad. La siguiente tabla presenta las más frecuentes y sus principales características:

- **Asociaciones.** Grupo formal con junta directiva, NIT y capacidad de firmar convenios.
- **Cooperativas.** Comparten ganancias y decisiones; modelo fuerte para la comercialización colectiva.
- **Redes o nodos.** Unión de asociaciones o colectivos; facilitan incidencia a nivel nacional.
- **Colectivos informales.** Grupos de hecho; útiles para apoyo mutuo e intercambio comunitario.

Beneficios de estar organizados

Organizarse trae ventajas prácticas, económicas y políticas. Estas son las principales:

- **Acceso a compras públicas y contratos grandes.** PAE, agricultura por contrato, programas de alimentación institucional.
- **Reducción de costos.** Transporte, empaque, insumos, tiempo.
- **Mejor capacidad de negociación.** Exigir precios, condiciones o rechazar lo injusto.
- **Mayor posibilidad de recibir apoyo institucional.** SENA, alcaldías, gobernaciones, ONG.

- **Más visibilidad y voz pública.** Mesas de diálogo, consejos rurales, plataformas de incidencia.

Elementos clave para fortalecer una organización campesina

A continuación, se presenta pódcast que aborda los elementos clave para fortalecer una organización campesina, destacando principios de liderazgo, transparencia, inclusión y formación continua como ejes para lograr una gestión participativa y sostenible.

Podcast. Elementos clave para fortalecer una organización campesina

Don Campos:

¡Buenos días, mi gente del campo! Hoy venimos con un tema bien moderno pero muy útil: las redes sociales para promocionar lo que sembramos con tanto amor.

AzuSENA:

¡Así es, Don Campos! Porque hoy en día no basta con cultivar bien, también hay que saber mostrar lo que tenemos. Y para eso, un celular con buena luz y una foto natural pueden hacer maravillas.

Don Campos:

Claro, AzuSENA. Mire a Doña Carmen, por ejemplo, que ahora sube fotos de sus zanahorias recién cosechadas con un mensajito corto y claro. ¡Y ya no da abasto con los pedidos!

AzuSENA:

Y hablando de mensajes, deben ser breves, amigables, y con lo básico: qué se vende, cuánto cuesta y cómo lo consiguen. Eso facilita que los clientes se animen rapidito.

Don Campos:

También es clave unirse a grupos de WhatsApp o Facebook. En mi vereda, tenemos uno que se llama “Compra Local San Marcos”. ¡Ahí se mueve de todo! Desde yuca hasta panela. Y todo con respeto y confianza.

AzuSENA:

Y no olvidemos algo muy importante: responder a tiempo. Cuando alguien pregunta, ¡hay que contestar rápido y con amabilidad! Eso genera confianza y ayuda a vender más.

Don Campos:

Además, usar fechas especiales como navidad, ferias o celebraciones campesinas también ayuda. ¡Uno se monta en la ola y vende mejor!

AzuSENA:

Al final, lo que queremos es que más campesinos y campesinas usen estas herramientas para integrarse al mundo digital sin dejar de ser lo que somos: ¡auténticos, rurales y con productos de calidad!

Ejemplo

En Antioquia, una red de jóvenes rurales nació dentro de una organización de productores de aguacate. Hoy lideran la parte digital, promoción por redes y relaciones con universidades.

5.2. ¿Qué son las alianzas estratégicas campesinas?

Las alianzas estratégicas campesinas son acuerdos de colaboración entre organizaciones rurales y otros actores públicos, privados o sociales, con el fin de alcanzar objetivos comunes. Estas alianzas permiten ampliar capacidades, compartir recursos y generar impacto colectivo en los territorios.

Pueden enfocarse en:

- Comercializar productos
- Acceder a insumos a menor costo
- Recibir capacitación técnica
- Promover productos en nuevos mercados
- Defender derechos territoriales y culturales

Actores con los que se pueden hacer alianzas

Existen distintos tipos de aliados que pueden fortalecer los procesos organizativos y comerciales del campesinado. La siguiente tabla muestra ejemplos de actores y cómo pueden contribuir:

- **SENA.** Formación técnica, asesoría comercial, ruedas de negocios.

- **Alcaldías / Gobernaciones.** Apoyo a ferias, dotaciones, compras institucionales.
- **Universidades.** Investigación, innovación, prácticas académicas.
- **ONG y fundaciones.** Financiamiento, formación, acompañamiento a proyectos.
- **Empresas responsables.** Compra directa, logística, apoyo financiero.
- **Redes campesinas.** Visibilidad, incidencia política, acompañamiento nacional.

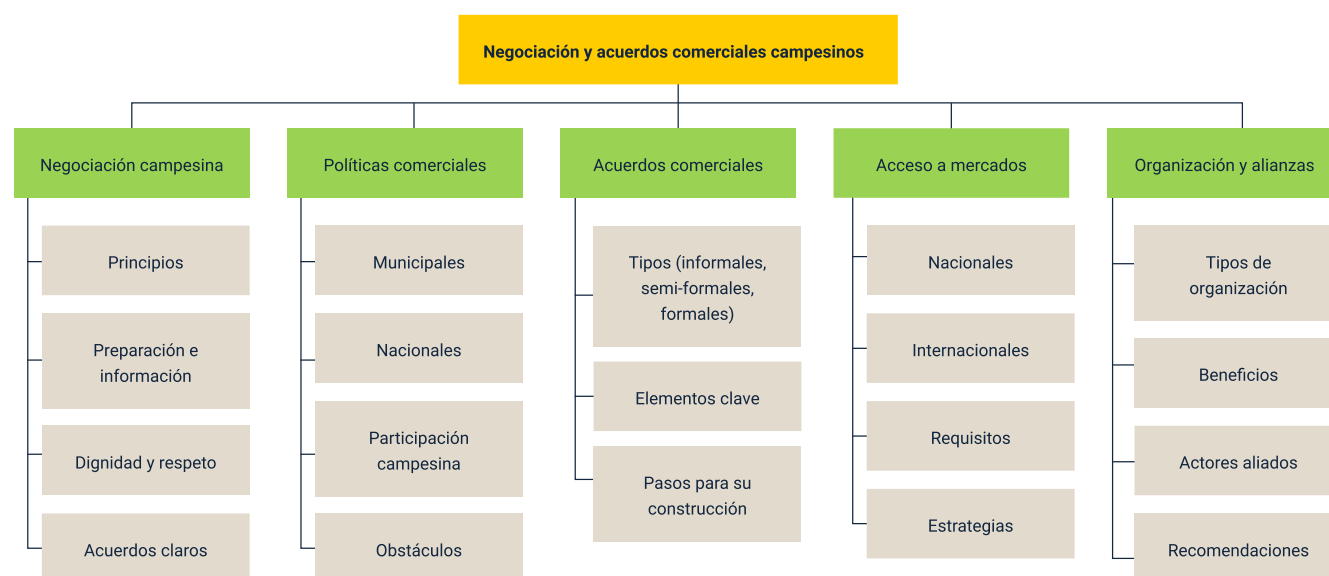
Recomendaciones para crear alianzas efectivas:

- Buscar aliados que respeten la autonomía campesina.
- Definir claramente qué aporta y qué recibe cada parte.
- Formalizar la alianza por escrito, aunque sea de forma sencilla.
- Evaluar periódicamente el avance del trabajo conjunto.
- No depender de un solo aliado: diversificar las relaciones fortalece la independencia.

Fortalecer la organización campesina y tejer alianzas estratégicas es sembrar futuro colectivo. Porque solos se puede avanzar, pero juntos se puede transformar el territorio. Una organización sólida no solo vende más: resiste más, aprende más, exige más y cuida mejor a su gente y su tierra. En tiempos difíciles, una red campesina organizada es más fuerte que cualquier sequía, plaga o amenaza del mercado.

Síntesis

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo:



Material complementario

Tema	Referencia	Tipo de material	Enlace del recurso
Principios de negociación campesina	ONU Colombia- (2021). Circuitos cortos de Comercialización de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria [Video]. YouTube.	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=LKxBNCv5xqQ&t=432s&ab_channel=ONUColombia
Políticas comerciales y casos de éxito	LINKATA CANAL (2021). Conferencia: Agricultura por contrato: políticas de comercialización y casos de éxito. [Video]. YouTube.	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=ddJSAi6-LXY&ab_channel=LINKATACANAL
Técnicas para suscripción de acuerdos comerciales campesinos	Corporacion Colombia Internacional CCI (2021). Webinar #2 ¿Cómo llegar a acuerdos comerciales exitosos? Programa Es Campesino Local [Video]. YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=nROkhNOaq5w&t=561s&ab_channel=CorporacionColombiaInternacionalCCI
Acceso a mercados nacionales e internacionales	Agencia de Desarrollo Rural. (2018). 6 ADR beneficiará al 74% de los productores agrícolas con sello ACFC	Vídeo	https://www.adr.gov.co/6-adr-beneficiara-al-74-de-los-productores-agricolas-con-sello-acfc/

Glosario

Acuerdo comercial: documento con condiciones claras de venta entre productor y comprador.

Alianza estratégica: asociación entre actores para alcanzar objetivos comunes.

Comercialización: proceso de venta o intercambio de productos en un mercado.

Negociación: proceso de diálogo para llegar a acuerdos mutuamente beneficiosos.

Política comercial: conjunto de reglas o decisiones que regulan las actividades de mercado.

Referencias bibliográficas

- FAO. (2019). Guía sobre modelos inclusivos de negocio.
<https://openknowledge.fao.org/items/d4cf56dc-c433-4885-87a5-79eb439892a9>
- Ministerio de Agricultura de Colombia. (2019). Programa Agricultura por Contrato.
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Documentos/1.%20Documento%20de%20Pol%C3%ADtica%20Coseche%20y%20Venta%20a%20la%20Fija%202019.pdf>
- Pérez, R. (2020). Manual de comercialización rural. Editorial AgroLíder.

Créditos

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Líder del ecosistema	Dirección General
Olga Constanza Bermúdez Jaimes	Responsable de línea de producción Huila	Dirección General
Ana Catalina Córdoba Sus	Experto temática	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Paola Alexandra Moya	Evaluable instruccional	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Blanca Flor Tinoco Torres	Diseñador de contenidos digitales	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Leyson Fabián Castaño Pérez	Desarrollador full stack	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Carlos Eduardo Garavito Parada	Animador y productor multimedia	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Jose Eduardo Solano Rivero	Animador y productor multimedia	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Andrés Felipe Guevara Ariza	Locución	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Aixa Natalia Sendoya Fernández	Validador de recursos educativos digitales	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Jaime Hernán Tejada Llano	Validador de recursos educativos digitales	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila
Raúl Mosquera Serrano	Evaluable para contenidos inclusivos y accesibles	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Daniel Ricardo Mutis Gómez	Evaluador para contenidos inclusivos y accesibles	Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila