

Iniciativas que acercan el campo a

AGRO. TERPEL, DE NUESTRO CAMPO, BASF, LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN Y LA ALCALDÍA DE BOGOTÁ ESTÁN ENTRE LAS ENTIDADES QUE LE APUESTAN A UN COMERCIO DEL AGRO SIN INTERMEDIARIOS

Desde que se reportó el primer caso positivo para covid-19 en Colombia el 6 de marzo, tanto el sector público como privado empezaron a unir esfuerzos para mitigar el choque económico de la pandemia en distintas poblaciones, como los campesinos, a través de iniciativas que conectan los productos agrícolas con los consumidores sin intermediarios.

Entre las empresas que han anunciado iniciativas de este tipo está *Terpel*, compañía que cuenta con cinco mercados campesinos, los cuales hacen parte de la iniciativa #PorNuestrosCampesinosYo, con la que busca ayudar a los pequeños productores colombianos para que no pierdan sus cosechas en medio de la crisis generada por covid-19, señaló la empresa.

Los mercados campesinos que ha abierto *Terpel* están en Funza - Cundinamarca, en Tenjo y tres en Antioquia. Con esto se tiene como meta que cerca de 26 agricultores de Cundinamarca, 84 productores y 32 floricultores de Antioquia comercialicen flores, frutas, verduras y conservas en las estaciones de servicio de la firma.

Sylvia Escovar, presidente de la *Organización Terpel*, dijo que "con este proyecto quieren ser parte de la solución, por eso invitó a los colombianos a que se sumen a la iniciativa #PorNuestrosCampesinosYo para que juntos impulsemos el agro colombiano y le demos una mano a esas personas que trabajan incansablemente para que tengamos alimento en nuestra mesa".

Mercampesinos Móvil lleva productos del agro a barrios de Medellín

Según información compartida por la *Alcaldía de Medellín*, para continuar con las estrategias de reactivación económica y apoyar a los productores rurales de los cinco corregimientos, se comercializarán los productos en varios camiones. Entre las opciones a las que podrán acceder varios de los ciudadanos de la capital de Antioquia se encuentran frutas, verduras, hortalizas y productos transformados. La compra de estos artículos se podrá efectuar a través de pagos en efectivo o por medio de medios electrónicos.

56%

DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS SE CLASIFICAN COMO UNIDADES DE AGRICULTURA FAMILIAR.

Síganos en:
www.larepublica.co
Con una nota sobre los anuncios del presidente de Bbva, Mario Pardo Bayona.



Con iniciativas como las anunciadas por *Terpel* se busca que los pequeños agricultores locales logren dejar atrás barreras como los intermediarios y pagos inferiores a los costos de producción. Por ello, la multinacional química *Basf*, en alianza con *De Nuestro Campo*, anunció la creación de un canal digital de compra de domicilios que ofrece herramientas a los agricultores para evitar intermediarios en la cadena de abastecimiento.

Dicho canal digital permitirá que alrededor de 300 familias de agricultores pertenecientes a la comunidad de Asobosque, en Pasca, Cundinamarca accedan a una vitrina que les permitirá potenciar la venta de sus

INICIATIVAS QUE ACERCAN LOS PRODUCTOS CAMPESINOS A LOS CONSUMIDORES

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL CULTIVO DE LOS PRODUCTOS

Producto	Principales productores	Participación (%)	Departamentos a los que llegan los productos
Cebolla cabezona	Boyacá, Norte de Santander, Cundinamarca	93	11
Papa	Cundinamarca, Boyacá, Narino	87,9	13
Arroz	Casanare, Tolima, Meta	63,5	25
Tomate	Antioquia, Norte de Santander, Cundinamarca	49,3	25
Frijol	Huila, Tolima, Antioquia	47	25
Yuca	Bolívar, Córdoba, Sucre	39	32
Platano	Arauca, Antioquia, Valle del Cauca	31,7	32

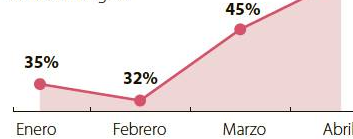
LOS PROBLEMAS DE LA INTERMEDIACIÓN EN LA CADENA AGROPECUARIA

Incremento de los precios al consumidor entre **100%** y hasta **500%** sobre la tarifa base del campesino



AUMENTO DE PEDIDOS ONLINE PARA PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA

Consumo según mes
Uso de plataformas de mercado online en Bogotá



PLATAFORMAS QUE ESTÁN PRESTANDO SERVICIO DE ELIMINACIÓN DE INTERMEDIACIÓN



Fuente: Sondeo LR / Banco de la República / Universidad Nacional de Colombia

Gráfico: LR-GR

PRODUCTOS CON MAYORES INCONVENIENTES EN PRECIOS POR LA INTERMEDIACIÓN

Se detectaron aumentos de precios de más de **200%** por encima del costo de pago en el campo



productos sin necesidad de depender de intermediarios.

La apuesta de *Basf* y *De Nuestro Campo* tiene como objetivo responder a las tendencias de consumo actuales de productos agrícolas, ya que 88,7 % de las personas estaría dispuesto a comprar sus frutas y verduras en una app si el proveedor garantiza la inocuidad en sus productos, según una encuesta realizada por *De Nuestro Campo* en la que también se destacó que esta cifra sube a 91,7% si el usuario sabe que la aplicación apoya a pequeños agricultores.

Las preferencias por parte de los consumidores hacia productos campesinos sin intermediarios también han llevado a la

creación de plataformas que acercan los productos del campo a las grandes ciudades. Entre las opciones que ofrece el canal digital se destacan *Frubana*, *Fruvii*, *Waruwa*, *Tierragro*, *Comproagro*, entre otras.

De acuerdo con *Fabian Gutiérrez*, CEO de *Frubana*, las apuestas por digitalizar el campo y acercar estos productos a las grandes ciudades traen consigo múltiples ventajas, como la formalización de los ingresos de los agricultores, con pagos puntuales que no afecten los flujos de caja de los agricultores y que les permitan acceder a créditos.

Además de este tipo de apuestas que con el paso de los días ganan más terreno entre

los consumidores, no hay que dejar de lado que hay otras entidades que están ayudando al desarrollo del campo a través de créditos especiales, como es el caso de *Bancolombia* y *Fincomercio*, mientras que hay otras como *Postobón* que compran productos directamente.

LAS INICIATIVAS PÚBLICAS

Al igual que las estrategias anunciadas por las empresas privadas y personas naturales, el sector público también está llevando a cabo, tanto a nivel local como nacional, estrategias para conectar las frutas y verduras de los pequeños productores con los ciudadanos de diferentes zonas del país.



Banco de Alimentos de Bogotá

Juan Carlos Buitrago, director del Banco de Alimentos de Colombia, recibió un premio en los premios Latinoamérica Verde.

SAUD. LA ORGANIZACIÓN LLEGÓ A MÁS DE 1,74 MILLONES DE BENEFICIARIOS EN LAS

El Banco de Alimentos dio 30.000

BOGOTÁ
El Banco de Alimentos de Colombia, que brinda apoyo nutricional y busca optimizar la alimentación de las comunidades más vulnerables, anunció que, desde finales de marzo, cuando inició la emergencia sanitaria por la pandemia, hizo efectiva la entrega de 30.000 toneladas de comida.

El director de la entidad, Juan Carlos Buitrago, detalló que estas ayudas en medio de la pandemia han llegado a 1,74 millones de colombianos, cerca de tres veces más que los 650.000 que se atendían antes del covid-19.

"Tenemos 18 bancos de alimentos que trabajamos contra el hambre. Antes de la pandemia, 2,4 millones de personas se acostaban sin comer, ahora son 10,9 millones de colombianos con un consumo insuficiente de alimentos", comentó.

El ejecutivo resaltó que, en todo el país, se desperdician los alimentos suficientes para brindarles comida a ocho millones de personas durante un año y su trabajo es evitar que esos productos que no se puede comercializar no se boten y se aprovechen.

Actualmente, el Banco de Alimentos de Colombia mantiene

6.811

EMPRESAS, ENTIDADES PÚBLICAS Y PERSONAS NATURALES SON DONANTES DE LA ORGANIZACIÓN EN BOGOTÁ.

alianzas con cadenas de almacenes, restaurantes y otras entidades del sector de alimentos que donan la mercancía que está próxima a vencer.

Solo en Bogotá, el Banco de Alimentos de la ciudad entregó 20.158 toneladas entre enero y el primero de septiembre, de las cuales, 16.895 toneladas (83,38%) se adelantaron en me-

las ciudades

¿QUIÉNES LIDERAN
ALGUNAS DE
LAS ESTRATEGIAS?



Alcaldía
de Bogotá
Alcaldía
de Medellín

OTRAS ENTIDADES
QUE ESTÁN AYUDANDO
A LOS CAMPESINOS



CARACTERÍSTICAS
QUE VALORAN
LOS CONSUMIDORES

- Más nutritivos
- Saludables
- Mejor calidad
- Los consumidores con edades entre 26 y 35 años son los que más valoran las características de los productos lácteos de origen campesino

Una muestra de lo anterior es que el **Gobierno Nacional** adaptó la estrategia de Agricultura por Contrato a un modelo de comercio virtual denominado el 'Campo a un clic'. Con esta apuesta se ha logrado que 57.191 productores sellaran acuerdos formales en todo el territorio nacional.

A esto se le suma que en las alcaldías de Bogotá y Medellín se han enfocado en acciones en el sector rural. De acuerdo con información compartida por la **Alcaldía Mayor de Bogotá**, "los mercados campesinos buscan potenciar la economía campesina, la producción agroecológica, el rescate de los productos ancestrales, promoviendo la in-



Fabian
Gutiérrez
CEO
Frubana

"La digitalización contribuye a balancear la oferta y demanda por medio de pronósticos inteligentes, logrando menos desperdicios de alimentos".



Diego Andrés
Peña
Gerente de Alta
Genetics

"La mayoría de procesos no se pueden digitalizar, sino se pueden tecnificar. Por ejemplo, en la ganadería de carne y leche, la tecnificación se está dando".

tegración regional, la asociatividad e intercambio de sabores y saberes culturales, que contribuyen al suministro de alimentos saludables y con precio justo sin intermediarios para garantizar la seguridad alimentaria de los bogotanos".

En esta iniciativa promovida por la Alcaldía de la capital pueden participar personas pertenecientes a etnias, víctimas del conflicto armado, productores campesinos o emprendedores de proyectos agroproductivos ubicados en la Región Central.

Mientras que la apuesta por los mercados campesinos de la **Alcaldía de Medellín** le permite a los productores rurales de los cinco corregimientos de Medellín comercializar sus productos de forma directa y sin intermediarios. Es una vitrina a la ciudad, que les permite ofrecer lo que cosechan y transforman, y obtener ganancias.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co

POBLACIONES VULNERABLES

toneladas en cuarentena

dio de las cuarentenas. La organización local benefició a 1.506 organizaciones, 1,34 millones de colombianos, y ha recibido 6.811 donaciones por parte de empresas del sector privado y público, y personas naturales.

Algunas de las compañías donantes más grandes son el **Canal RCN** y otros grandes medios de comunicación, **ACH**, **Presto**, **Pan Pa' Ya**, **Quala**, **Frisby**, **Monsanto**, **Noel**, **Redeban**, **Santillana**, **P&G**, **Bavaria**, **Corabastos**, **Rappi** y **Home Center**.

Las donaciones se pueden realizar a través de las cuentas de la organización en las siguientes entidades bancarias:

Bancolombia, **Banco de Bogotá**, **AV Villas**, **Davivienda** y **Banco Caja Social**, y en los canales digitales propios. Los números de cada cuenta se encuentran en la página web del Banco.

A parte de alimentos, la organización también recibe y entrega productos de aseo, higiene personal y protección femenina.

"El reto es seguir causando que todas las grandes empresas de alimentos donen su mercancía antes de que se expiren"; concluyó el director del **Banco de Alimentos de Colombia**.

JUAN SEBASTIÁN AMAYA
@sebasamaya



Bloomberg

Uno de los hábitos que se pretende promover con la campaña es el de una vida activa, saludable y de cuidado personal.

CONSUMO. BUSCAN PROMOVER HÁBITOS SALUDABLES

Empresas de consumo masivo y retailers se unen en "Se siente bien"

BOGOTÁ

Cada vez son más las personas que se preocupan por tener hábitos de vida saludables y conscientes, y esta tendencia se ha venido trasladando también a las grandes empresas, a través de espacios como el **Consumer Goods Forum**.

Se trata de una organización mundial que reúne a los principales productores de consumo masivo y minoristas, con el propósito de generar cambios positivos en la industria y sus consumidores, bajo la premisa de "crear mejores vidas a través de mejores negocios".

Ahora, con la idea de promover entre los ciudadanos estilos de vida óptimos y balanceados, las empresas de consumo masivo y retailers de Colombia se unieron para relanzar la iniciativa "Se siente bien", que busca educar a los consumidores sobre la importancia de tener buenos hábitos de vida a nivel de alimentación, higiene, cuidado personal y actividad física.

Las empresas que participan en esta ocasión son **Johnson & Johnson**, **Bimbo**, **Cenco**,

sud, **Clorox**, **Colgate**, **Grupo Éxito**, **Kellogg's**, **Postobón**, **Procter & Gamble** y **Tiendas Ara** (**Jerónimo Martins**).

Al respecto **Érika Rodríguez**, la gerente del **Consumer World Forum** para Latinoamérica, resaltó que la campaña "Se siente bien" brinda herramientas para que las personas tengan hábitos de vida más saludables. A pesar que la iniciativa nació desde 2017 en Colombia, actualmente, bajo las circunstancias actuales del covid y la pandemia, hemos desarrollado diferentes canales, desde las compañías participantes y con canales digitales propios".

Con el foco puesto en la presencia online, la campaña busca multiplicar su alcance de forma exponencial entre los consumidores para amplificar su mensaje. A estos se les brindará información y herramientas prácticas para que implementen en su vida cotidiana hábitos de salud y bienestar, y para que tomen decisiones conscientes en el marco de la situación que ha generado la pandemia. Así, las personas podrán encontrar en todos los canales digitales de las empresas participantes información pedagógica sobre temas como nutrición, vida activa, balance y hábitos saludables.

Las empresas participantes de la campaña, a través de una declaración conjunta, dijeron sobre la iniciativa "Se siente bien" que su propósito es "unirnos con el objetivo de brindar herramientas que ayuden a las personas a tomar decisiones informadas que aporten a su bienestar y al de sus familias. Trabajando juntos podemos contribuir a que más personas adopten estilos de vida activos y saludables, aportando al mejoramiento de estos aspectos en nuestro país".

LAURA VITA MESA
lvita@larepublica.com.co

PARA LEER

HACIENDA

Esta es la economía del clima



Los economistas ambientales Frank Ackerman y Elizabeth A. Stanton han compilado los hallazgos más recientes sobre el cambio climático. Al mejorar los métodos de investigación, los científicos saben más sobre los daños que ya ha sufrido la Tierra y sus especies, y los economistas están empezando a lidiar con la manera de medirlo.

VARIOS AUTORES / ROUTLEDGE / PÁGS. 200

AMBIENTE

Ideas para una economía sostenible



Dietz y O'Neill, defensores de una economía de estado estable, ofrecen una argumentación bien investigada y presentada sobre la economía política y las posiciones hostiles al medio ambiente de los líderes mundiales. Sus perspectivas generan preguntas sobre el máximo valor del materialismo y del crecimiento económico sin restricciones.

VARIOS AUTORES / BERRETT-KOEHLE / PÁGS. 256

ENERGÍA

La recolección del viento en Estados Unidos



El defensor de la energía renovable Philip Warburg ofrece un informe detallado sobre la energía eólica y las contribuciones que puede hacer al futuro energético de EE.UU. getAbstract considera que el autor presenta el caso con hechos y cifras persuasivos y una buena dosis de pasión.

PHILIP WARBURG / BEACON PRESS / PÁGS. 256

45.000

CONSUMIDORES EN COLOMBIA
HAN PARTICIPADO EN
ACTIVIDADES DE LA INICIATIVA
DESDE SU LANZAMIENTO EN 2017.