

**PROGRAMA INTEGRAL DE MERCADEO AGROPECUARIO  
GERENCIA GENERAL**

2021-11-15  
GG-482-21

Señor  
Luis Renato Alvarado Rivera  
Ministro  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

**ASUNTO: NECESIDAD DE UNA POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN**

Estimado Señor Ministro:

Reciba un cordial saludo.

En el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario, PIMA, se han identificado algunas necesidades y oportunidades para el Sector Agroalimentario, dentro de las cuales está la necesidad específica de una normativa legal con respecto a comercialización agropecuaria.

El Consejo Directivo de PIMA halló en el año 2017 dicha necesidad, a raíz del I Congreso de Comercialización Mayorista y propuso una reglamentación que permita a los mercados mayoristas generar innovaciones creativas a la comercialización de productos perecederos, buscar nuevas formas de operar para facilitar la democratización del proceso y la incorporación significativa de las organizaciones de productores agrícolas en el proceso de comercialización de los centros regionales mayoristas, así como los mecanismos para acompañar a esas organizaciones en el proceso de incorporación al accionar del mercado mayorista.

La comercialización conlleva una serie de elementos que se realizan para hacer llegar el producto al consumidor, en esa cadena con una cantidad de diferentes actores y situaciones; actualmente la comercialización se rige por el Código de Comercio, con leyes como la Ley N° 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, dentro de la libertad que permite dicha Ley, se pueden sugerir precios, el Sistema de Información de Mercados (SIMM), que sirve al CENADA y sugiere los precios diariamente, sin embargo son normalmente confundidos con precios nacionales y/o obligados de pagar, lo cual no es correcto.

El marco legal para realizar una política de comercialización puede apoyarse del artículo 29 de la Ley FODEA:

*ARTICULO 29.- Con el objeto de crear una instancia institucional idónea para la dirección, planificación, coordinación, ejecución, control y evaluación de*

*las actividades públicas, como apoyo al desarrollo agropecuario nacional, se establece el Sector Agropecuario. Este será un medio para fortalecer y agilizar el sistema de dirección y planificación nacional, así como para coadyuvar a la coordinación de las actividades del Gobierno y de sus instituciones autónomas. El Sector Agropecuario estará dirigido y coordinado por el Ministro de Agricultura y Ganadería. (Así reformado por el artículo 16 de la Ley N° 7152 de 5 de junio de 1990).*

Además existe un desconocimiento generalizado de la dinámica de los procesos de la comercialización con sus actores y las funciones que cada uno tiene, aunado a una carencia de formación técnica y profesional en el país, en el tema de la comercialización agropecuaria.

Es necesario plantearse emprender el trabajo de la construcción de una **política pública**, muy necesaria, que ordene y regule los esfuerzos coordinados del Estado, el papel de las diferentes instituciones públicas, la participación de personas y organizaciones productoras y demás actores de la agrocadena.

Como parte de nuestras responsabilidades, está sumar mejoras en el sector, es por ello que respetuosamente le propongo valorar la necesidad de construcción de una política de comercialización agropecuaria, para ser incorporada en la próxima Política Agropecuaria, Rural y Pesquera 2022 - 2028.

Adjunto le remito el acuerdo 7 de la Sesión Ordinaria No. 011-2021, del Consejo Directivo de PIMA, relacionado al tema.

Agradeciéndole su atención, se suscribe.

Atentamente,

  
**Gabriela Brenes Mendieta**  
**Gerente General**



C. Sra. Lissa Villalobos G. Secretaría de Actas  
Archivo