

NUEVOS RETOS COMERCIALES DEL SECTOR AGRÍCOLA A PARTIR DEL COVID 19  
EN EL MUNICIPIO DE LA CEJA \*\*

Pilar Idárraga Carvajal\*\*

Mónica María Carmona Henao\*\*

Nuevos retos comerciales en el sector agrícola a partir del COVID 19 en el municipio de La Ceja – artículo realizado para optar el título de abogadas

Autoras: Pilar Idarraga Carvajal, correo electrónico: [pilar.idarraga3218@uco.net.co](mailto:pilar.idarraga3218@uco.net.co). Mónica María Carmona Henao, correo electrónico: [monica.carmona1268@uco.net.co](mailto:monica.carmona1268@uco.net.co).

Asesora temática: Lucero Ocampo Henao, correo electrónico: [locampo@uco.edu.co](mailto:locampo@uco.edu.co)

## RESUMEN

Este artículo titulado “nuevos retos comerciales en el sector agrícola a partir de la pandemia en el municipio de la Ceja” pretende principalmente, esquematizarle a la comunidad del oriente antioqueño, la identificación de las nuevas prácticas que se han generado por las relaciones comerciales del sector agrícola generadas por la pandemia en el municipio partiendo de una contextualización del significado del derecho mercantil teniendo en cuenta como elemento predominante dentro de su desarrollo; la costumbre. Se formula una línea del tiempo de dicha figura jurídica hasta su internacionalización, y se define el sector agrícola y como el entender su importancia es punto clave para el desarrollo de este proyecto.

Se exponen las entrevistas y los códigos que estas arrojaron como columna vertebral de esta investigación, concluyendo que, la costumbre es elemento fundamental para el desarrollo del derecho mercantil, el sector agrícola es impulsor de la economía del municipio, los empresarios se vieron en la necesidad de acoplarse al comercio electrónico y que con la emergencia sanitaria generada por el Coronavirus, más que retos, se presentaron beneficios para las empresas pertenecientes al sector agrícola del municipio de la Ceja.

**Palabras claves:** Relaciones comerciales, Sector agrícola, Comerciante, Actos mercantiles, COVID 19, La Ceja.

## ABSTRACT

This article titled "new challenges in the agricultural area from the pandemic in the municipality of la Ceja", tends mainly to outline to the Antioquia's west community, the identification of the new practices that had been generated by the commercial relationships of the agricultural area generated by the pandemic in the municipality starting from a contextualization of the commercial

right meaning keeping in mind the predominant element in the development: the custom. A timeline is formulated of the previous legal figure until its internationalization, which is defined in the agricultural area and how to understand its importance as a key point in the development of this project. Interviews are exposed and the codes took from them as the spine of this investigation, concluding that the custom is a fundamental element for the commercial right development, the agricultural area is the prime mover of the municipality economy, the entrepreneurs saw themselves in the necessity of connect to electronic commerce and sanitary emergency due to the Coronavirus, benefits were than challenges for the agricultural companies in the municipality of la Ceja.

**Key words:** Commercial relations, Agricultural sector, Merchant, Commercial acts, COVID 19, La Ceja.

## INTRODUCCIÓN

En el año 2020 con la pandemia generada por el COVID 19 se tuvieron que implementar una serie de cambios en todos los aspectos de la civilización como las costumbres y actividades de ocio, las relaciones personales, jurídicas, comerciales, laborales; y en general todo tipo de relaciones.

Los años 2020 y 2021 se han caracterizado por los retos que han traído al curso de la vida cotidiana, por lo que es importante tener en cuenta que esto ha incluido nuevas perspectivas para la rama judicial, y en el caso concreto en la virtualización de las relaciones jurídico-comerciales por lo que se pretende con esta investigación es identificar las nuevas prácticas en de las mismas a partir del COVID 19 en el municipio de la Ceja.

Teniendo en cuenta que, pese al rastreo de información documental previo, esta no es una realidad identificada, por lo que el referente clave para el inicio de esta investigación será el Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) que, con su interpretación, dará luces para el estudio de la

aplicación de este en las nuevas realidades y prácticas que se han ido adoptando en las relaciones jurídico-comerciales a partir de la pandemia en el municipio de la Ceja, Antioquia.

Este artículo de reflexión se enfocará en las relaciones comerciales y cómo se evidenciaron los cambios que se debieron haber implementado al momento de inicio de la pandemia, y es que las relaciones comerciales se han caracterizado por ser verbales y más en el sector agrícola en donde lo más importante para los campesinos y comerciantes de este sector es poder vender sus productos y la estrategia para ello es la voz y el intercambio de artículos, es por esto; que el hecho de que llegara una situación tan trascendental, obligó a dichos sujetos a implementar nuevos métodos que les ayudara con la mercantilización de sus productos, como por ejemplo; el comercio electrónico. Y es que los comerciantes pertenecientes al sector agrícola no encontraban de mucha utilidad el modelo de venta de productos a través del internet, hasta que lo vieron como una necesidad.

Este trabajo de investigación surge por la necesidad de dar a conocer los nuevos y diferentes modos que se empezaron a desarrollar en la contratación mercantil en el sector agrícola debido a la pandemia desatada por el COVID 19 en el Municipio de la Ceja. Este municipio es escogido por varias razones; la primera es el alto nivel de reconocimiento que ha tenido en los últimos años, y directamente proporcional a ello, que dentro del sector agrícola han crecido las relaciones mercantiles con el pasar del tiempo. Por otro lado, es un municipio en donde el agro es un impulso característico de la economía local, principalmente por el sector floricultor seguido por la comercialización de leche y también otros productos de primera necesidad como son los huevos, café, productos cárnicos, frutas verduras y hortalizas.

Esta situación en particular ha llevado a que todos los contratos mercantiles se deben desarrollar por medio de la virtualidad lo cual trae un reto muy grande consigo pues de las diferentes formas de contratación mercantil la más común en el sector agrícola ha sido la contratación de manera

consensual. Por esta razón, desde la emergencia sanitaria se han presentado unos retos para la comercialización de productos no solo para los empresarios, sino también para los pequeños comerciantes.

Se pretende mostrar entonces cómo eran las relaciones comerciales en el sector agrícola antes y después de la pandemia y cuáles son los retos y métodos que se debieron implementar, esto con el fin de identificarlos y exponerlos, pues de acuerdo a las declaraciones de la Organización Mundial de la Salud (2021) “Esta pandemia está lejos de su final”; lo que implica que las estrategias que ya fueron implementadas por algunos, seguirán siendo utilizadas, adoptada por otros; y hasta se podrían convertir en la forma convencional de las relaciones comerciales en el sector agrícola, pudiéndose analizar como costumbre mercantil por su reiteración en el tiempo y espacio.

Además de que el artículo pueda interesar a los comerciantes, se aspira a que un sector tan importante como lo es el agro impacte en la visión de la comunidad de cómo se puede ver a través del cambio y se creen un esquema de los nuevos retos comerciales en el mismo a partir de la pandemia en el municipio de la Ceja, Antioquia.

### **Capítulo primero: Conceptos básicos**

Es preciso exponer algunos conceptos jurídicos para el debido entendimiento de este proyecto:

#### **Derecho mercantil**

El derecho comercial como figura jurídica, es un negocio celebrado por dos o más personas que tiene naturaleza jurídico mercantil. Y para que este sea considerado mercantil debe referirse sobre actos de comercio.

En Colombia, este se rige por la Carta Política y por el Código de Comercio, entendiéndolo entonces como un conjunto de normas reguladoras que se imponen a las personas que se dediquen al libre oficio del comercio. Como indica Vergara (2018):

El comercio hay que entenderlo como actividad dirigida a la producción de bienes o servicios para el mercado. Entra, por tanto, en la noción de comercio así entendida no solo el comercio en sentido estricto, sino también la industria o la prestación de servicios, todo ello de acuerdo con la evolución histórica del derecho mercantil. (p.03)

### **Comerciante en Colombia**

Según lo expuesto en el artículo 10 del Código de Comercio, se entienden por comerciantes todas aquellas personas que realicen de manera profesional y habitual actividades que la misma norma considere mercantiles. Aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de otra persona (apoderado, intermediario, interpuesta persona); la calidad de comerciante se adquiere.

### **Actos que se consideran y no se consideran mercantiles**

El Decreto 410 de 1971, trae en su artículo 20 todos aquellos actos considerados mercantiles por cuanto generan todos los efectos legales. Para llevar a cabo esta investigación, se trae a colación su numeral (1) primero, que expone específicamente “La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos”, en específico, el mencionado; es el pertinente abordar para el desarrollo de esta investigación, puesto que describe de manera general el acto mercantil.

### **Costumbre mercantil**

La costumbre mercantil se define como “La repetición de una determinada conducta, realizada por la generalidad de los miembros de un grupo social, de manera constante y uniforme; es pues, una

conducta implantada en una colectividad y considerada por esta como jurídicamente obligatoria”  
(Atshan Rubiano 2009, p. 11)

### **Capítulo segundo: evolución del derecho mercantil**

Para entender el comercio y las relaciones contractuales que con este se han desarrollado es preciso remontarse en un recuento histórico del mismo.

**Época Antigua:** En esta época fue muy importante el trueque pues es acá donde surge el derecho mercantil y como indica Dávalos (2010):

En un principio, el intercambio tenía por objeto el consumo, pero con el paso del tiempo, el trueque se hizo más complejo de tal forma que el intercambio ya no sólo tenía por objeto satisfacer una necesidad básica de alimento o vestido, sino que además se podía realizar con el propósito de obtener una ganancia.

**Edad Media:** Para referirse a la Edad media se vuelve a citar a Dávalos (2010):

El comercio en este período se convirtió en una actividad pujante que rebasó al derecho romano. El derecho romano era formalista y regulaba actos aislados, y por esta razón fue insuficiente para dar solución a los problemas que surgieron en el comercio medieval, pues la actividad comercial alcanzó tal desarrollo que en un mismo día se realizaban múltiples operaciones entre personas provenientes de distintos lugares.

**Edad moderna:** En esta época y como ya se tenía un poder centralizado por el monarca la costumbre mercantil perdió peso con respecto a la ley “No obstante, es necesario tener en mente que las leyes expedidas por los monarcas fueron resultado de las prácticas comerciales que se habían desarrollado con anterioridad” (Dávalos 2010, p. 15)

El derecho mercantil en Colombia surge con las ordenanzas de Bilbao esto debido a la colonización de los españoles y estas fueron las primeras normas adoptadas en materia mercantil al país. Expone Wiesner (2020):

En Colombia las ordenanzas de Bilbao, herencia del pasado colonial y, más lejos aún, del pasado feudal español, rigieron hasta la expedición del Código de Comercio de 1853. Se trata de dos cortes o quiebres entre una legislación feudal— corporativa y una nueva manera de interpretar el derecho comercial.

Posterior al recuento sobre la evolución del derecho mercantil hasta el nacimiento en Colombia, es importante resaltar cuando fue creado el primer código de comercio y cuáles fueron los subsiguientes:

**Códigos de comercio:** El primer código se expide mediante la Ley 2193 del 1 de junio de 1853, que es una copia del Código de Comercio de España de 1829 este código se compone de los siguientes libros:

- Libro 1 De los comerciantes y agentes del comercio
- Libro 2 De los contratos de comercio en general, sus formas y sus efectos.
- Libro 3 Del comercio marítimo.
- Libro 4 De las quiebras

El segundo código de comercio se reglamenta mediante la Ley 57 de 1887 cuando se abolió el feudalismo y se constituye Colombia como República unitaria, adoptando códigos y la unificación de la legislación laboral “Este segundo código fue adicionado y complementado por una legislación



muy nutrida sobre diversos aspectos específicos de la materia comercial; pero no pudo acompañarse al desarrollo vertiginoso de las actividades mercantiles” (Gómez 2012, p. 8)

El tercer y actual código de Código de comercio es expedido mediante el Decreto 410 de 1971, este a su vez se clasifica en (6) seis libros:

- Libro primero: De los comerciantes y asuntos de comercio
- Libro segundo: Sociedades comerciales.
- Libro tercero: Regulación de los bienes mercantiles
- Libro cuarto: Contrato y obligaciones mercantiles.
- Libro quinto: La navegación
- Libro sexto: Procedimientos mercantiles

### **Internacionalización del derecho mercantil**

Cuando hablamos de impulso de la economía nacional debemos hacer referencia también a la internacionalización del derecho comercial en la actualidad este tiende a la uniformidad de los diferentes países en cuanto a sus conceptos y prácticas; y como fuente para llegar a este medio, hay instituciones (internacionales) que desarrollan instrumentos jurídicos de la tendencia internacionalista:

- UNIDROIT: Instituto para la unificación del derecho privado. “Su objetivo es estudiar las necesidades y métodos para modernizar, armonizar y coordinar el derecho internacional privado y el derecho comercial, en particular entre los Estados” (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2022)

- NACIONES UNIDAS: Las Naciones Unidas trajeron “La Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados fue suscrita en Viena (Austria) el 23 de mayo de 1969; consta de 85 artículos; y, entró en vigencia el 27 de enero de 1980” (Villacís, 2008 p.1)
- CAMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL DE PARIS: indica la CDC de Bogotá (2008):

La Cámara de Comercio Internacional ha formulado trece términos que expresan las responsabilidades del exportador y el importador en todo el proceso de distribución de las mercancías, desde que estas salen de la fábrica del exportador hasta su entrega al comprador en el país de destino. De esta forma, la Cámara de Comercio Internacional (CCI) ha buscado facilitar la venta de productos a través de un lenguaje común con términos de negociación universal, más conocidos como INCOTERMS o International Comercial Terms.

Es entonces de anotar que tanto con los anteriores decretos como el que rige en la actualidad, se implementaron las regulaciones de las relaciones mercantiles de las personas que se dediquen al libre oficio del comercio con el fin de regular las mismas.

A medida que la sociedad ha evolucionado y se ha ido capitalizando, lo hace también la agricultura, que a través de las reglas que determinan las instituciones u organizaciones jurídicas e internacionales mencionadas con anterioridad, que surgen por la necesidad de llevar a cabo las relaciones jurídico comerciales de manera formal, por lo que estos actos comerciales llevados a cabo por los grandes y pequeños comerciantes, se ven en la necesidad de ser regulados por una nueva figura como lo es la costumbre, entendida como elemento predominante del derecho.

El derecho como institución jurídica y social hace acompañamiento a las relaciones humanas, o para ser más específicos, ayuda a dirimir cualquier conflicto que surja de la celebración de estas. Gracias a los avances del derecho a través de los años, estas relaciones traídas a colación en este texto se pueden denominar negocios. Estos logros jurídicos comienzan a regular relaciones jurídicas, y concomitante a esto, empieza a evidenciarse la necesidad de que se adapten ajustes a las normas, reglas y requisitos para el desarrollo del comercio. Aquí se da el surgimiento al derecho mercantil que, aunque haciendo parte del derecho en general, el hecho de que parta de la costumbre y de las relaciones jurídico-comerciales, lo hace dinámico.

En cuanto a las empresas objeto de entrevista, son aquellas pertenecientes a un sector que en su mayoría crean y comercializan productos de primera necesidad de manera muy variada; por lo que se podría hablar del comercio no solo en un sector si no también, basado en diferentes productos.

### **Capítulo tercero: COVID 19 y el sector agrícola en Colombia**

Cuando hablamos del sector agrícola y por qué es importante para la economía del país es necesario mencionar el ministerio de agricultura que con el pasar de los años y con el inicio de la pandemia desatada por el virus COVID 19, se ha fortalecido y ha reconocido que “El campo colombiano se consolidó como el motor de la economía nacional y volvió a confirmar que la vocación del país está en el sector agropecuario” Zuluaga (2020).

El sector agrícola ha sido característico de la economía colombiana porque la ha impulsado con cada uno de los diferentes productos que ofrecen sus maravillosas tierras.

Es que no solo es el proveedor de los hogares colombianos, sino también la gran variedad de productos y la calidad de estos ha hecho que el interés de otros países sea notable y por ende las

exportaciones se hayan convertido en herramienta indispensable para la mercantilización de dicha materia prima.

Para abordar un poco más sobre los productos agrícolas que se exportan es de importante mencionar uno de los más antiguos que es la flor, considerado de los primeros productos agrícolas que se empezaron a exportar, siendo tanta la demanda de los países, que se evidencian varios picos en el año y se podría indicar que son estas exportaciones punto clave no solo para la economía de la empresa, sino también; para la internacionalización del sector.

Después de la internacionalización de la flor se evidencian muchos productos que son reconocidos a nivel mundial como el café y es que ¿quién en el mundo no conoce a Juan Valdez y su delicioso café colombiano con su carriel al hombro y su poncho? Este importante ícono ha hecho a los colombianos famosos en el exterior por el propio café colombiano cultivado en las montañas de municipios antioqueños como Jardín o Andes y también en todo el eje cafetero (Quindío Risaralda y Caldas). En los últimos años, en el campo colombiano se está cultivando un producto que en el exterior se ha vuelto una total experiencia por su sabor. Pero que para radicados en el país podría ser una fruta muy normal; y es el delicioso aguacate, que acompañado de cualquier cosa; es un manjar de los dioses. Estos son solo algunos de los productos por los cuales somos reconocidos a nivel internacional pero realmente si se analiza detenidamente, se podría hablar bastante de cada producto cultivado por miles de colombianos con la mayor calidad y al mejor precio.

Posterior a haber hablado acerca del sector agrícola y los productos más significativos al momento de exportar adentrarse en como impacto tanto en el sector agrícola como la economía nacional al momento de la llegada de la pandemia generada por la pandemia, que no solo cambió la vida de millones de personas, sino también la economía, la forma de comunicación, la forma de comercializar nuestros productos y las relaciones sociales en general.

Al principio de este fenómeno científico y social y sabiendo lo que estaba pasando con el mundo en general surgió el interrogante de que es el Coronavirus y el por qué causo tanto impacto a nivel mundial, “El COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto el nuevo virus como la enfermedad eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019” Organización Mundial de la Salud, (2020).

Al momento de la llegada de la emergencia sanitaria generada por el SARS-CoV-2 fue casi un año en que las exportaciones se limitaron enormemente por no decir que se cancelaron totalmente. Personas que tenían ya toda la producción lista para enviar a sus diferentes destinos tuvieron que pausarla y en algunos casos perder mucho del producido para exportación pues todo fue cerrado totalmente por una enfermedad absolutamente nueva para todas las personas del mundo.

El patógeno se convirtió en un hecho que fue capaz de paralizar la economía mundial dejando como resultado bajas en la economía tan impresionantes que llevaron a muchas empresas a cerrar o suspender su operaciones, y el sector agrícola no fue la excepción, pues al no ser como los sectores industriales o de la manufactura que podían suspender sus operaciones de manera coordinada y no perder tanta producción, el producido de este sector por ser alimento o producto perecedero, tiene unos tiempos, unos momentos donde es más viable cultivar que en otros por ende hubo muchas personas y empresas que toda la cosecha que tenían de sus productos debió ser vendida a precios irrisorios o debió ser donada con el fin de que no se perdiera y por lo menos pudiera llegar a personas que lo necesitaban.

**Capítulo cuarto: identificación de los nuevos retos comerciales en el municipio de la Ceja a partir del COVID 19**

Antes de exponer los nuevos retos que trajo la pandemia para el sector agrícola, es importante reiterar el por qué fue escogido este municipio, haciendo referencia a lo que manifiesta la alcaldía de la Ceja (2022) “Municipio ubicado específicamente a 41km de la ciudad de Medellín, con una temperatura de 18 grados centígrados, una población que puede tener alrededor de 70 mil habitantes.”

Es escogido por otras varias razones, la primera es el alto nivel de crecimiento que ha tenido en los últimos años en el sector agrícola, lo que quiere decir que las relaciones mercantiles han crecido de la misma manera con el pasar del tiempo. Por otro lado, es un municipio en donde el agro es característico impulso de la economía local principalmente por las flores seguido por la comercialización de leche y también otros productos de primera necesidad pertenecientes a dicho sector (huevos, café, ganadería). Esta situación en particular ha llevado a que la comercialización de dichos productos se replantee, trayendo consigo cambios y retos en las relaciones jurídico-comerciales, llevándose a cabo por medio de manera virtual lo cual trae un desafío muy grande consigo, pues de las diferentes formas de vender, la más común ha sido la contratación de manera consensual, que se diferencia de la virtual por existir un contacto directo entre comerciante y adquirente. Por esta razón la virtualidad se ha convertido en un reto para este tipo de contratos, pero indispensable para salvar la economía y continuar el desarrollo tanto económico como social del municipio este municipio. En la actual administración La Ceja tienen como un objetivo de desarrollo del municipio, el fortalecimiento del sector agrícola. Y claro que los nuevos retos que presenta actualmente el sector agrícola para su contratación es un impulso para este desarrollo, por eso traerlos a colación, desde esta investigación causaría no solo un impacto en el desarrollo de esta, sino también para llevar a cabo el desarrollo de dicho objetivo del municipio.

**Entrevistas a las empresas pertenecientes al sector agrícola en el municipio de la Ceja**

Para responder a la pregunta de investigación ¿Cuáles son los nuevos retos comerciales en el sector agrícola a partir del COVID 19 en el municipio de la Ceja?, se aplicaron siete (7) entrevistas.

Las empresas que participaron en el desarrollo de estas son empresas dedicadas 100% al sector agrícola en el municipio de la Ceja; y las preguntas planteadas en las entrevistas fueron dirigidas en torno a los retos a los que se vieron enfrentadas las empresas ya mencionadas durante la pandemia para seguir con la comercialización de sus productos con un análisis de cómo lo hacían antes del comentado fenómeno social. Si bien podría considerarse que son pocas las generadoras de empleo entrevistadas, fueron aquellas que tuvieron total disposición y todas ellas se dedican a la producción de una materia prima diferente, por lo que podrían representar bien a cada subsector con su amplia información.

A las siete (7) entrevistas se les realizó una codificación abierta, y se arrojaron en total siete (7) códigos. Por lo tanto, se hablará de cada una de las entrevistas realizadas de acuerdo con las respuestas suministradas.

### **Relevancia del sector agrícola en la Ceja**

Formulada de la siguiente manera:

¿Considera que el sector agrícola es importante para el desarrollo del municipio de la Ceja?

Por unanimidad, de las siete (7) entrevistas, la respuesta a este interrogante fue que el sector agrícola tiene un gran significado y bastante importancia en el desarrollo de este territorio del oriente antioqueño.

Nosotros vivimos en un país lleno de productores agrícolas y si nos vamos a mirar cuánto vale un mango o un aguacate en suiza se dan cuenta que el negocio no es vender petróleo si no producir estos productos que tiene nuestro país, lo que le falta a Colombia son

personas que tengan sentido de patria, toda la economía de los pequeños agricultores de este país está en manos de personas especuladoras pues son personas que no conocen si estuviera en las manos correctas sería mucho más productiva que el petróleo. (A VR, entrevista (1) 27/10/2021)

Considero que es importante, hablando pues del sector floricultor que es mi foco de trabajo. Ayuda al desarrollo incluso social, ya que los floricultivos ofrecen empleo a más de 150.000 personas en Colombia y la Ceja, el Oriente antioqueño en general es una potencia en agricultura, entonces una gran fuente de empleo. (J AH, entrevista (7) 01/04/2022)

### **Afectaciones en el desarrollo de las empresas**

Este interrogante se planteó de la siguiente manera:

¿La pandemia afectó el desarrollo de la empresa? ¿Cómo?

De las siete (7) empresas entrevistadas tres (3) respondieron no haber sido afectas en un 100% por el COVID 19, pues en el principio manifestaron incertidumbre y zozobra, pero al final todo resultó en mejoras para la empresa, dos (2) respondieron haber sido afectadas negativamente y las otras dos (2) no se vieron afectadas en lo absoluto.

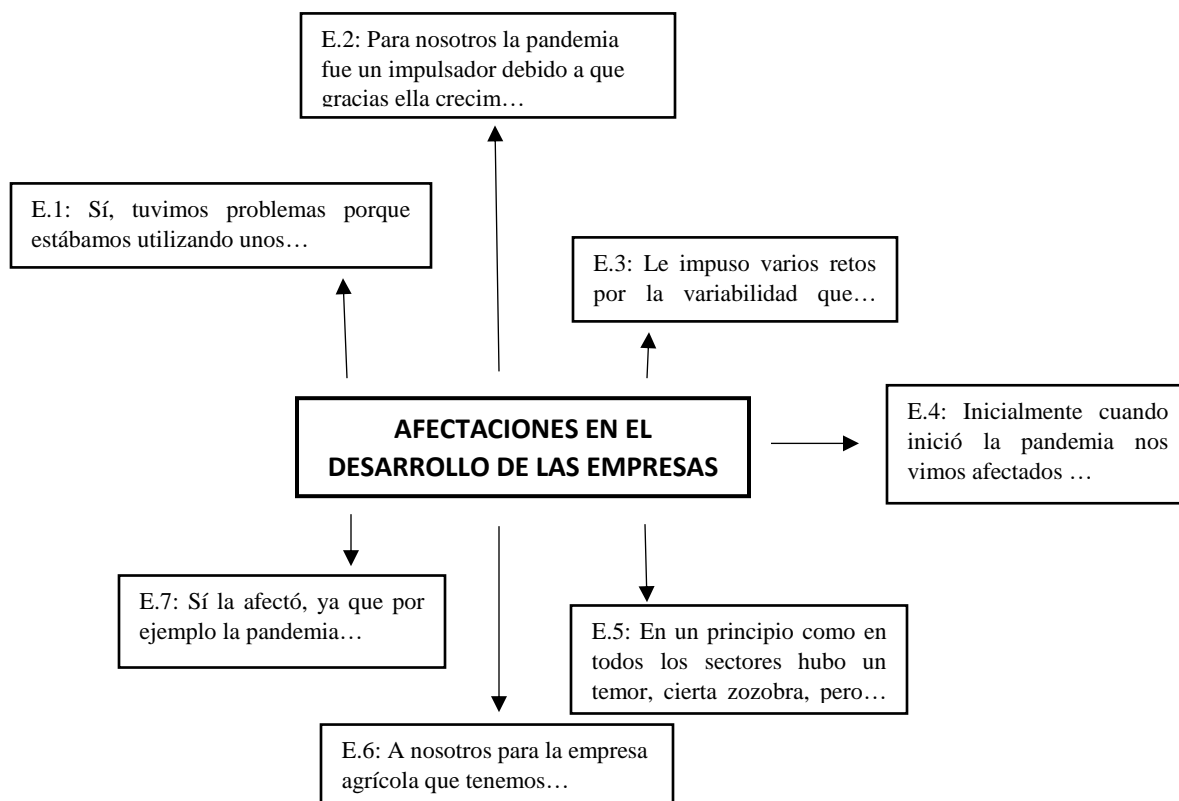
En un principio como en todos los sectores hubo un temor, cierta zozobra, pero en el campo no afectó prácticamente nada porque el campo siguió activo. Los campesinos en sus cultivos, el campo fue el sector que menos golpes sufrió a nivel de aislamientos. (F CL, entrevista (5) 25/03/2022)

Si tuvimos problemas porque estábamos utilizando unos insumos importados que dejaron de llegar y también tuvimos dificultades para que el personal se pudiera desplazar hacia el cultivo por que al principio de la pandemia el transporte era muy complicado pues nos



debimos ajustar a los permisos y esperar que el gobierno autorizara el permiso de movilización. (A VR, entrevista (1) 27/10/2021)

A nosotros para la empresa agrícola que tenemos la pandemia no nos afectó, ¿por qué? Porque seguimos, no tuvimos tanto aislamiento y seguimos en la misma producción y como la producción que tenemos es para exportación se siguió enviando normal. No nos afectó porque la mayoría de los envíos se realizan por vía marítima y esta funcionó con normalidad en cuarentena. (A JO, entrevista (6) 23/02/2022)



Fuente: Construcción propia de las autoras a partir de la codificación de las entrevistas.

## Ingresos

Se plantea así:

Durante la pandemia, ¿a qué porcentaje descendieron los ingresos de la compañía? En caso de haberse presentado.

Seis (6) empresas de las entrevistadas respondieron no haber sufrido descensos en los ingresos, al contrario, aumentaron gracias a esta y una (1) manifiesta descensos en los ingresos.

No, al contrario, se vio que el sector que más creció fue el sector agrícola, este fue el que más estuvo abasteciendo las grandes ciudades que no faltaban sus alimentos y productos de primera necesidad, estuvo más activo todo. (F CL, entrevista (5) 25/03/2022)

Sí descendieron, la cifra exacta no la puedo dar, pero sí se perdieron miles de dólares, ya que todos los puertos y aeropuertos estaban cerrados, entonces básicamente había egresos y nada de ingresos. (J AH, entrevista (7) 01/04/2022)

## **Retos**

La duda se expone así:

¿Cuáles fueron los retos más significativos que le trajo la pandemia a la empresa?

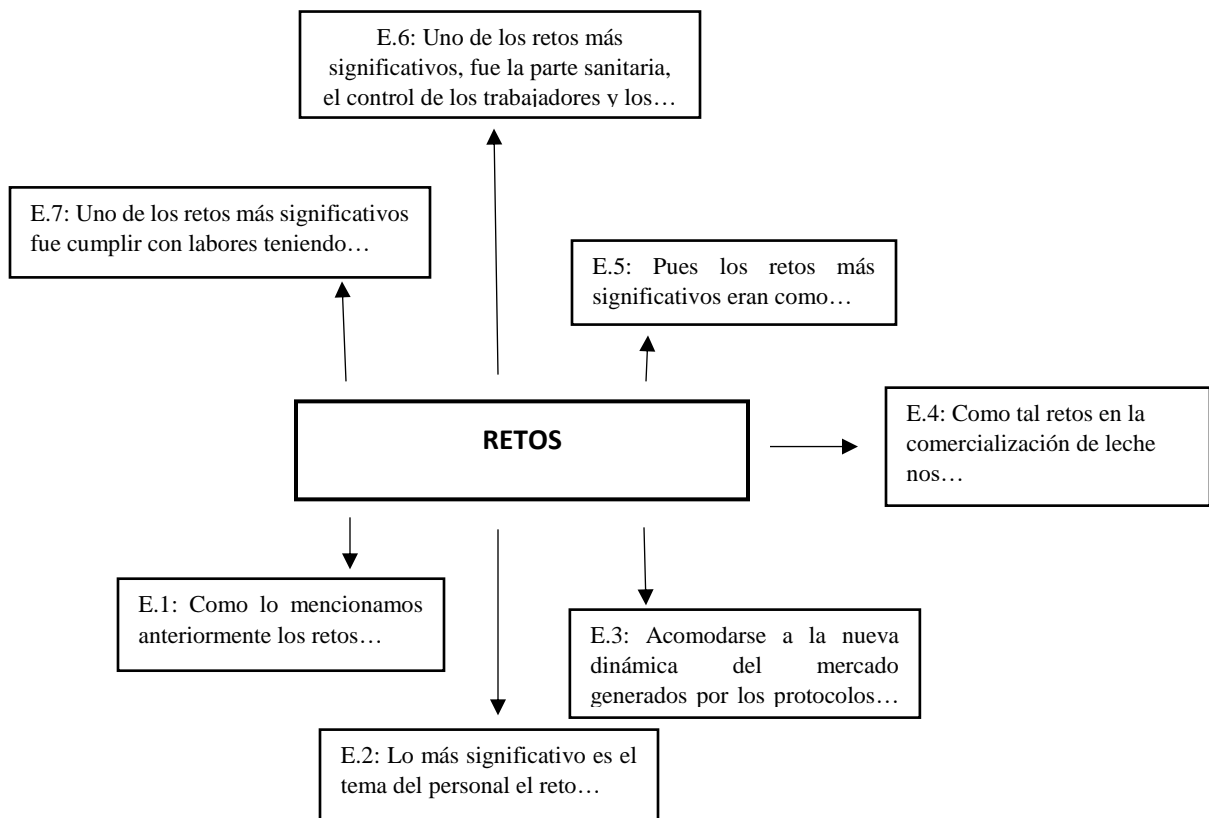
Las siete (7) respuestas se diversifican de la siguiente forma: cinco (5) manifiestan que el reto más significativo que le trajo la pandemia a la empresa fue el poder cumplir con los protocolos de bioseguridad manteniendo un control de los trabajadores bajo el mismo, una (1) dijo que sostener el personal económicamente hablando y otra (1) habla de la virtualización como su mayor reto.

Como tal, retos en la comercialización de leche no nos vimos afectados, las ventas se mantuvieron. De pronto pues las operaciones bancarias fueron muy tediosas y cuando había que pagarles a los proveedores de ganado se dificultaba mucho y el riesgo de andar con

dinero en efectivo, pero en cuanto al proceso de venta de leche, en la actividad comercial que tenemos no presentamos mayores novedades. Como tal la, la virtualización para la promoción de los productos y lo anteriormente mencionado. (A QP, entrevista (4) 18/03/2022)

Lo más significativo es el tema del personal el reto de sostener la gente aun trabajando a media jornada y eso que por ser un sector primario nunca paramos. (M JV, entrevista (2) 27/10/2022)

Acomodarse a la nueva dinámica del mercado generada por los protocolos de bioseguridad y sanidad; y asimilar los nuevos costos generados por el desabastecimiento mundial de materias primas y transporte marítimo. (W CR, entrevista (3) 28/10/2022)



Fuente: Construcción propia de las autoras a partir de la codificación de las entrevistas.

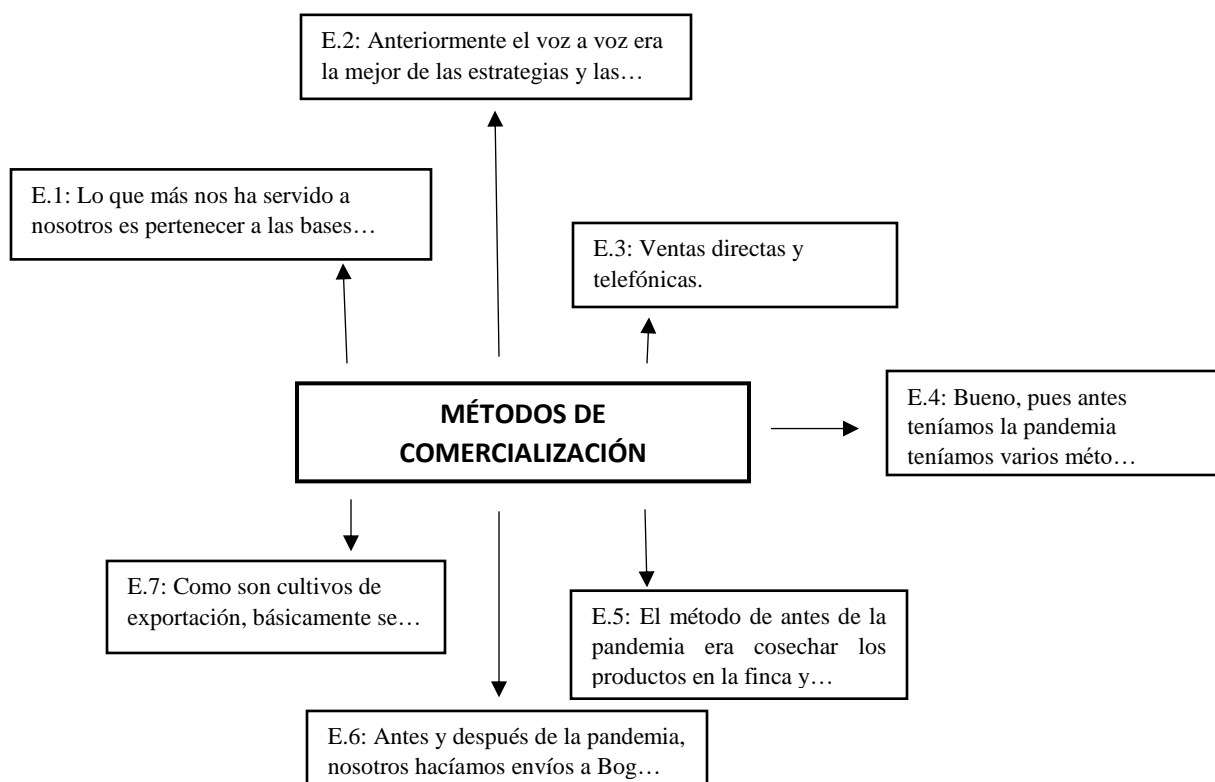
## Métodos de comercialización

Planteada de la siguiente manera:

¿Cuáles eran los métodos utilizados para la comercialización de sus productos antes de la pandemia?

En la respuesta a este interrogante, hubo unanimidad por parte de las siete (7) empresas al manifestar que su método para comercialización de los productos eran las ventas directas tales como el voz a voz, la exportación y las ventas por mostrador.

Anteriormente el voz a voz era la mejor de las estrategias y las visitas a las veredas (compradores) eran lo que más nos ayudaba a vender. (M JV, entrevista (2) 27/10/2021)



Fuente: Construcción propia de las autoras a partir de la codificación de las entrevistas.

### **Estrategias de mercado**

Formulada así:

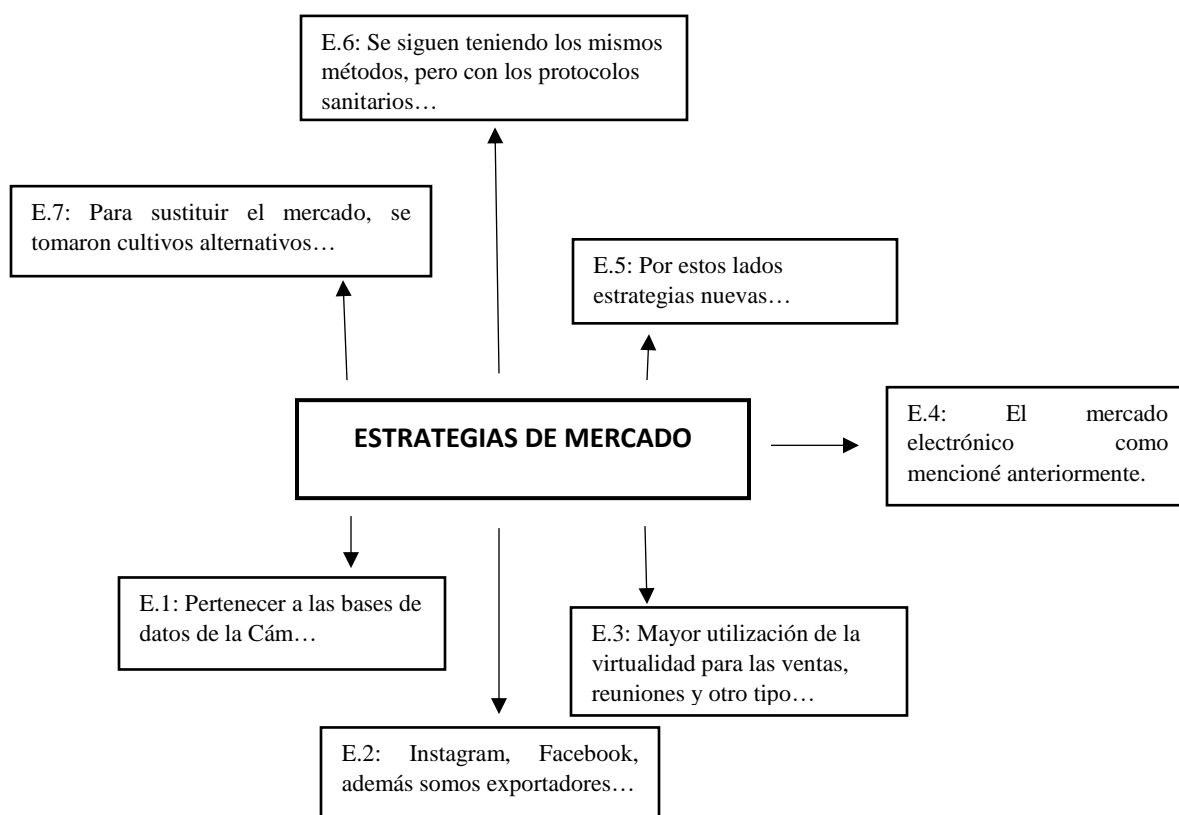
¿Cuáles fueron las estrategias que se debieron implementar para subsistir en el mercado cuando inicio la pandemia?

Las estrategias anteriormente mencionadas ¿Son utilizadas aún en la empresa?

De las siete (7) empresas entrevistadas tres (3) respondieron no haber implementado estrategias nuevas para la venta de sus productos, tres (3) afirmaron haber recurrido al comercio electrónico para subsistir en el mercado y seguir usando esta estrategia en la actualidad y una (1) empresa expuso haber adoptado como estrategia los cultivos alternativos.

Para sustituir el mercado, se tomaron cultivos alternativos de alimentos y no compensó en lo que se paga la flor, pero al menos se pudo sostener un poco el personal y se le pudo dar un aprovechamiento al suelo, porque si no se trabaja, se llena de maleza. (J AH, entrevista (7) 01/04/2022)

Mayor utilización de la virtualidad para las ventas, reuniones y otro tipo de comunicaciones y aún las usamos. Son estrategias que llegaron para quedarse. (M JV, entrevista (2) 27/10/2021)



Fuente: Construcción propia de las autoras a partir de la codificación de las entrevistas.

### Comercio electrónico

Este interrogante se formula de la siguiente forma:

¿Conoce el comercio electrónico? Si la respuesta es afirmativa, responder a las siguientes preguntas:

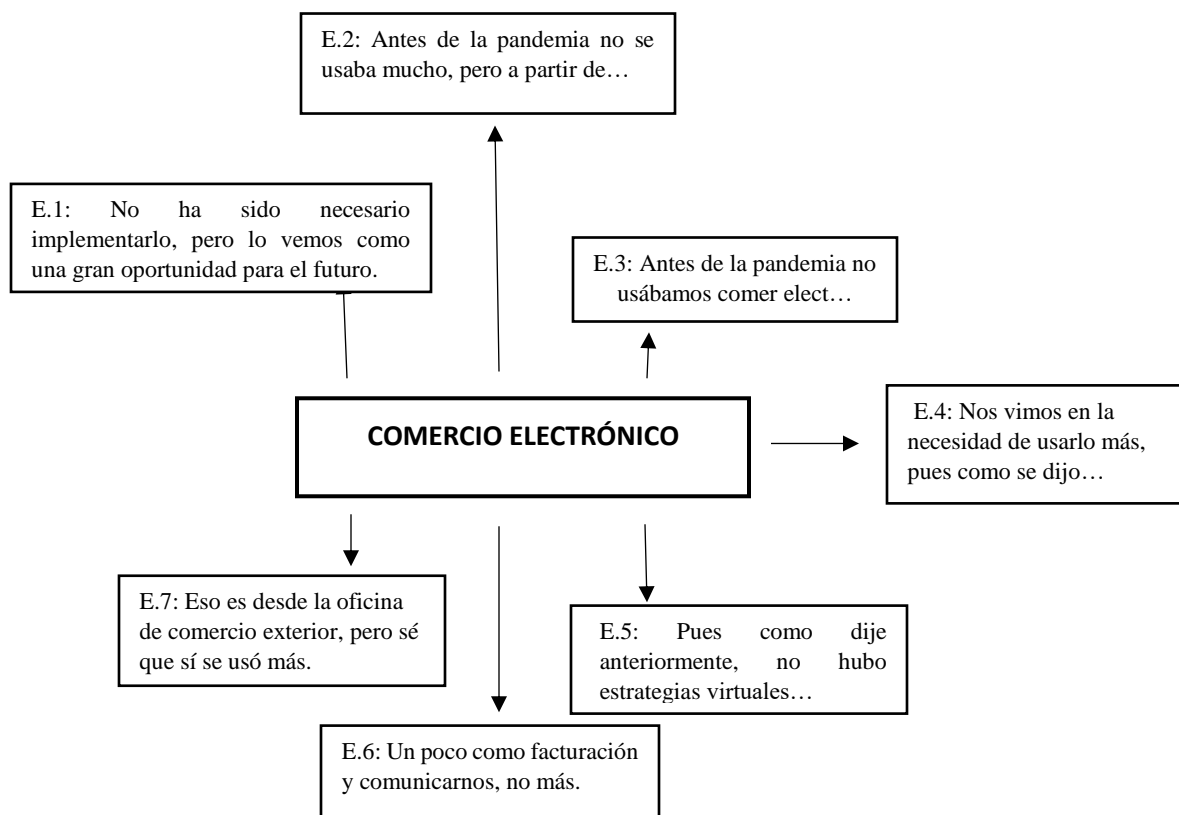
- ¿Antes de la pandemia lo usaba?
- Al momento de iniciar el COVID 19, ¿se vio en la necesidad de implementarlo?
- ¿Cómo implementó el comercio electrónico? (Redes sociales, páginas web...)

Las respuestas de las siete (7) empresas que se entrevistaron fueron: tres (3) afirmaron conocer el comercio electrónico, usarlo antes de la pandemia y seguirlo haciendo, dos (2) lo conocían, pero no se han visto en la necesidad de implementarlo, y las últimas dos (2) aseguraron conocerlo y no servirse de este antes del COVID 19 pero haberse visto en la necesidad de adoptarlo como estrategia a partir del curso del fenómeno científico y social.

No ha sido necesario implementarlo, pero lo vemos como una gran oportunidad para el futuro. (A VR, entrevista (1) 27/10/2021)

Antes de la pandemia no se usaba mucho, pero a partir de la pandemia si se implementó hasta estuvimos en capacitaciones que nos ayudaron en este tema electrónico. (M JV, entrevista (2) 27/10/2021)

He oído hablar, pero no sé, creo que sería muy interesante para el campo abrir nuevos sistemas de mercadeo que en definitiva volvemos a lo mismo, el campesino, el productores es el que menos se lucra de sus productos que como se dice vulgarmente el que lleva del arrume. (F CL, entrevista (5) 25/03/2022)



Fuente: Construcción propia de las autoras a partir de la codificación de las entrevistas.

## Capítulo quinto: conclusiones

1. Si bien el derecho es un conjunto de normas jurídicas, y en la mayoría de sus ramas predomina la ley, este artículo de reflexión evidencia que el derecho mercantil más que regirse por la ley; es la costumbre su elemento predominante. Y es que el sector agrícola y la forma de comercialización de sus productos desde sus inicios se ha caracterizado por ser informal, lo que hace que la mayoría de la población considere que no hace parte del



derecho, pero es precisamente este presupuesto; el que ha aportado al desarrollo de la costumbre como elemento del derecho mercantil.

2. El municipio de la Ceja ha sido reconocido los últimos años por sus grandes avances como comunidad, sin embargo, se desconoce que en su mayoría es gracias al sector agrícola que se ha ido posicionando como impulsor clave para la economía de este. Es entonces frente a este desconocimiento que se debe una concientización de la relevancia que tiene y seguirá teniendo la labor de los campesinos y productores agrícolas en este municipio.
3. Con la emergencia sanitaria generada por el COVID 19, el mundo entero vivió una ola de virtualización, donde se observó que todos los productos están a un click de distancia. Siendo así, no sólo los grandes empresarios, sino también los pequeños productores de materia prima de primera necesidad como lo son los campesinos y agricultores se vieron en la necesidad de acoplarse a las nuevas tecnologías para la comercialización de sus productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, cabe señalar que no solo es importante que dichos productores tengan la potestad de recurrir al comercio electrónico, sino que tengan la capacidad y educación para un correcto y estratégico uso, así; en caso de un fenómeno social que imposibilite el contacto directo, no se vea atropellada su economía.

4. Con la identificación de los nuevos retos comerciales del sector agrícola a partir del COVID 19 en el municipio de la Ceja se evidenció que las empresas entrevistadas, a pesar de haberse visto en la necesidad de adoptar ciertas estrategias para seguir con la comercialización de sus productos, fue el sector agrícola de este municipio del oriente antioqueño uno de los menos afectados por la pandemia, puesto que la mercantilización de productos de primera necesidad aumentó a gran escala. Es por lo anterior, que se puede

afirmar que en lugar de disminuir los ingresos de los empresarios objeto de estudio para este proyecto, al contrario, aumentaron; incluso para algunos significó su mejor momento.

## Referencias bibliográficas

Presidente de la República de Colombia. (1971). Por el cual se reglamenta el decreto 410 de 1971.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

Universidad de Pamplona. (2014). Legislación comercial

[https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIig/home\\_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre3/11092015/legiscomercial.pdf](https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIig/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre3/11092015/legiscomercial.pdf)

Atshan-Rubiano. (2015). La costumbre mercantil nacional. Bogotá: d.c. cámara de comercio de Bogotá.

Dávalos, S. (2010). Manual de introducción al derecho mercantil. Nostra Ediciones S.A. de C.V.

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/1.pdf>

RTVENOTICIAS. (2021). La OMS dice que la PANDEMIA "está LEJOS DE SU FINAL" pese a los descensos de casos. [Archivo de Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=93nictjhmmo>

Wiesner, L. (1990) Los códigos mercantiles en la Colombia decimonónica: ¿la migración de un ideal igualitario. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/47246/codigos-mercantiles.pdf?sequence=1>

Soler, A. (2014). ¿Hacia dónde va el comercio electrónico en Colombia?

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1371/1331>

Gómez, J, (2012) Historia del derecho comercial

[https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/leg\\_comercial/contenido\\_u1.pdf](https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/leg_comercial/contenido_u1.pdf)

Zuluaga, J, (2018). El agro colombiano se consolidó como el motor de la economía nacional.

Ministerio de Agricultura. <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-agro-colombiano-se-consolid%C3%B3-como-el-motor-de-la-econom%C3%ADa-nacional.aspx>

Presidente de la República de Colombia. (1953). Por el cual se reglamenta la ley 2193 de 1953.

<https://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/leycontable/contadores/1853-ley-2193.pdf>

Cancillería de Colombia. Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT). <https://www.cancilleria.gov.co/instituto-internacional-unificacion-derecho-privado-unidroit>

Villacis, B. (2008) La convención de Viena sobre derecho de los tratados.

<https://www.afese.com/img/revistas/revista49/convencionviena.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2008). Los incoterms y su uso en el comercio internacional.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/3138>

Coronavirus Colombia. (2021). Preguntas frecuentes. Generalidades del COVID 19.

<https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid19/preguntasfrecuentes.html#:~:text=El%20COVID%2D19%20es,ha%20descubierto%20m%C3%A1s%20recientemente.>

Alcaldía de la Ceja. Información del municipio. [https://www.laceja-](https://www.laceja-antioquia.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx)

[antioquia.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx](https://www.laceja-antioquia.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx)