

TEXTO DEFINITIVO PLENARIA CÁMARA AL PROYECTO DE LEY No. 291 DE 2022 CÁMARA "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".

EL CONGRESO DE COLOMBIA,

DECRETA:

Artículo 1º. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.

Artículo 2º. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:

- 1. Agricultura por Contrato:** Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las agroindustrias y los almacenes de cadena, y los productores agropecuarios, para el cultivo, cosecha y abastecimiento de productos agrícolas con entregas a futuro y características de compra y venta predeterminadas antes de iniciar el cultivo.
- 2. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria:** Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.
- 3. Circuitos Cortos de Comercialización:** Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.
- 4. Encadenamientos Productivos:** Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.

Proyectó: Hasbleidy Suárez 

SECRETARÍA GENERAL

5. **Enfoque Diferencial:** Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares debido a su edad o etapa del ciclo vital, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, discapacidad, condición de vulnerabilidad, etc, y que es usado como instrumento técnico para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.
6. **Logística Agropecuaria:** Proceso funcional a la cadena de valor y de suministro, que involucra elementos, procesos y actores que intervienen y se interrelacionan para permitir el intercambio y adecuación de los bienes agropecuarios desde las zonas de producción hasta las zonas de consumo.
7. **Mercadeo Agropecuario:** Se define como el conjunto de actividades económicas que implican el traslado de productos de origen agropecuario, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco normativo e institucional.
8. **Ordenamiento Productivo:** Proceso de planificación participativo y multisectorial de carácter técnico, administrativo y político, que permite la armonización de los usos agropecuarios y la tenencia de la tierra rural, privilegiando el adecuado equilibrio entre la producción agropecuaria (agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, la adecuación y transformación de la producción) el uso eficiente del suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial.
9. **Sector Agropecuario:** Se entiende por sector agropecuario aquel cuya actividad económica está circunscrita a los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como la adecuación y la transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos.
10. **Mercados campesinos:** Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios y culturales a nivel local caracterizados por: (i) presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de personas productoras y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (ii) ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); (iii) venta de productos frescos, de temporada y de mínimo procesamiento; (iv) promoción de alimentos y productos propios del territorio; (v) búsqueda de un precio justo tanto para el productor como para el consumidor; (vi) fomento de la agricultura limpia o agroecológica. Estos esquemas de comercialización suelen

171

operar en plazas, parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.

Artículo 3°. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo de un (1) año, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en las que se identifiquen y determinen estrategias, prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario.

Parágrafo. Las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional en el diseño e implementación de la Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.

Artículo 4°. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario los siguientes:

1. Contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad del sector agropecuario a través de la articulación y armonización de estrategias nacionales y regionales asociadas al ordenamiento productivo, la logística agropecuaria y la comercialización de productos de origen agropecuario.
2. Promover el ordenamiento productivo del sector agropecuario de manera tal que se optimice el uso sostenible del suelo de acuerdo a su vocación y se aumente la competitividad, manteniendo sostenibilidad social, ambiental y económica.
3. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario.
4. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación.
5. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.
6. Establecer estrategias de reducción de costos en los insumos agropecuarios en su fase de producción e intermediación para el acceso al mercado.

Proyectó: Hasbleidy Suárez

SECRETARÍA GENERAL

7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica, plataformas de comercio electrónico para productos agropecuarios, tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el sector, así como herramientas digitales para la gestión logística y de cadena de frío. El objetivo es mejorar la eficiencia, la trazabilidad, el acceso a mercados y la adaptación a los desafíos globales como el cambio climático.
8. Fomentar prácticas agrícolas sostenibles y resilientes al cambio climático que mejoren la eficiencia en el uso de recursos naturales, conserven la biodiversidad, reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero y aumenten la capacidad de adaptación del sector agropecuario a los cambios climáticos. Esto incluye el apoyo a la innovación tecnológica, la promoción de sistemas de producción agroecológica y la implementación de prácticas de manejo sostenible del suelo y del agua.
9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria reconociendo la producción agropecuaria como parte integral de su recuperación y protección.

Artículo 5º. Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Gobierno Nacional establecerá una mesa técnica intersectorial en la que participarán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural quien liderará y coordinará la misma, la Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia de Desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC y el Departamento Nacional de Planeación, encargada de la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, quienes trabajarán en conjunto con los territorios a través del Consejo Nacional de Secretarios de Agricultura (CONSA), los Consejos Seccionales de Desarrollo Agropecuario (CONSEAS), los Consejos Municipales de Desarrollo Agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas o quienes cumplan las funciones de autoridad ambiental o demás mecanismos de interacción regional y con la academia.

En todo caso El Gobierno Nacional estará facultado para integrar a la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo

SECRETARÍA GENERAL

172

Agropecuario, actores de diferentes instancias que en su criterio puedan aportar a la construcción de la Política.

Artículo 6º. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria y asignará responsable(s), que se encargará(n) de:

1. Realizar análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional, estudios de tendencias del mercado externo y estudios de las oportunidades de la demanda de productos étnicos, artesanales y exóticos, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e identificación de oportunidades de exportación.
2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo.
3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad, autonomía y soberanía alimentaria del país, considerando los efectos en los precios para los consumidores.
4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de siembra y producción de productos de cadenas agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas y forestales de conformidad con los análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios.
5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo climático y cambio climático y tomar mejores decisiones basadas en información de clima y su impacto sobre los cultivos.
6. Aumentar la competitividad de la producción de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria. Entre otros, con la implementación de sellos y mecanismos que promuevan el compromiso social, ambiental y la seguridad alimentaria de los productos, como estrategia para el incremento de sus ventas.

SECRETARÍA GENERAL

7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.
8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.
9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.

Artículo 7º. Componente de Logística Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:

1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.
2. Identificar, priorizar y promover la construcción y/o mejoramientos de vías terciarias y fluviales relevantes que faciliten los procesos de transporte de productos de origen agropecuario para comercialización nacional o para exportación.
3. Formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.
4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.
5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando de productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos de origen agropecuario nacionales.

6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.
7. Articular acciones con las universidades públicas y privadas regionales con el fin de propiciar la investigación dirigida a la reducción de costos de los insumos agropecuarios.
8. Identificar problemáticas de seguridad en las vías que afecten el desarrollo del mercadeo agropecuario y establecer informes dirigidos a los entes territoriales, a la fuerza pública y al gobierno nacional, con el fin de que estos ejecuten los mecanismos necesarios para garantizar la seguridad del transporte.
9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.

Artículo 8°. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:

1. Articular todos los programas, proyectos y/o estrategias de inclusión productiva, generación de ingresos, asociatividad y emprendimiento que tenga el Gobierno Nacional con estrategias de comercialización tales como circuitos cortos de comercialización, encadenamientos productivos, emparejamientos productivos, agricultura por contrato y demás instrumentos que faciliten los canales de comercialización.
2. Realizar propuestas de instrumentos de política que reduzcan la intermediación en los procesos de comercialización de pequeños y medianos productores permitiéndoles mejorar sus ingresos equilibrando de mejor manera la distribución de las utilidades.
3. Realizar análisis de los programas, proyectos y estrategias de comercialización y promover propuestas de unificación para evitar la atomización de recursos y se mejore la funcionalidad e impacto de los instrumentos de intervención.

SECRETARÍA GENERAL

4. Establecer espacios recurrentes de encuentro entre la demanda y la oferta de productos de origen agropecuario a nivel regional y municipal que faciliten los entornos de comercialización y reduzcan la intermediación.
5. Identificar nuevas oportunidades de mercado externo de productos de origen agropecuario.
6. Desarrollar estrategias a nivel territorial para aumentar las compras públicas de alimentos de pequeños productores locales y de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria.
7. Diseñar e implementar estrategias que promuevan la inversión extranjera directa, que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos, el desarrollo de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercialización de productos agropecuarios.
8. Incentivar la ampliación y mejora de la infraestructura de transporte, almacenamiento y procesamiento, en pro de la modernización de la estructura de comercialización de productos agropecuarios.
9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar la eficiencia en la comercialización. Esto podría incluir el desarrollo de plataformas digitales, aplicaciones móviles o sistemas en línea que faciliten la conexión directa entre productores y consumidores, así como la gestión eficiente de la cadena suministro.

Parágrafo primero. La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales y comunitarios, entre otros.

Adicionalmente, la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario realizará una articulación con el Sistema Nacional para la garantía progresiva del Derecho a la alimentación y programa hambre cero, artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.

Artículo 9º. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto con el apoyo del departamento Nacional de Planeación establecerán un mecanismo de seguimiento de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una

8

Proyectó: Hasbleidy Suárez 

SECRETARÍA GENERAL

174

evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años de su implementación.

Dicha evaluación será socializada a la ciudadanía a través de su publicación en la página Web institucional, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Artículo 10°. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. La política de mercadeo agropecuaria será actualizada cada cinco (5) años de conformidad con los resultados de las evaluaciones de avances y rendimientos de las metas planteadas en el artículo noveno de la presente ley.

Artículo 11°. A partir de la entrada en vigencia de la presente Ley el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural como coordinador de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, deberá presentar anualmente ante las Comisiones Quintas Constitucionales Permanentes de cada Cámara, un informe escrito que incluya los resultados, avances y rendimientos de las estrategias planteadas en la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.

Artículo Nuevo. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un componente de producción agrícola y logística específico en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina teniendo en cuenta su ubicación geográfica, sus características fisiográficas, uso de suelo, entre otras.

Artículo Nuevo. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Sostenible y el Ministerio de Educación Nacional articularán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en los insumos de producción agropecuaria de pequeña y mediana escala a través de las universidades públicas regionales y el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.

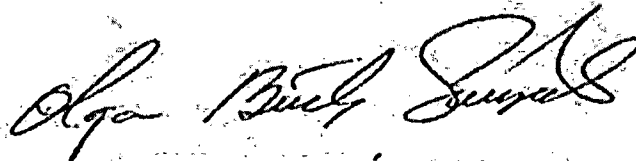
Artículo Nuevo. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:

- i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria,
- ii) Logística Agropecuaria, y
- iii) Comercialización Agropecuaria.

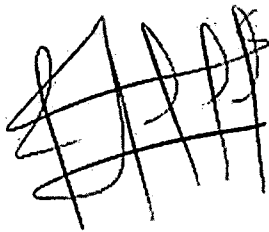
SECRETARÍA GENERAL

La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas, madres cabeza de familia y demás que considere el Gobierno Nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y que requieren de acciones afirmativas.

Artículo 12°. Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de su promulgación.



OLGA BEATRIZ GONZÁLEZ CORREA
Coordinara Ponente



JOSÉ OCTAVIO CARDONA LEÓN
Ponente



JULIO ROBERTO SALAZAR PERDOMO
Ponente

SECRETARÍA GENERAL

175

Bogotá, D.C., marzo 18 de 2024

En Sesión Plenaria Ordinaria del 13 de marzo de 2024, fue aprobado en Segundo Debate, con modificaciones, el Texto Definitivo del Proyecto de Ley No. 291 de 2022 Cámara **"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"**. Esto con el fin, que el citado proyecto siga su curso legal y reglamentario, de conformidad con lo establecido en el artículo 183 de la Ley 5ª de 1992.

Lo anterior, según consta en Acta de Sesión Plenaria Ordinaria No. 122 de marzo 13 de 2024, previo su anuncio en Sesión Plenaria Ordinaria del 12 de marzo de 2024, correspondiente al Acta No. 121.



JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA
Secretario General

Proyectó: Hasbleidy Suárez 

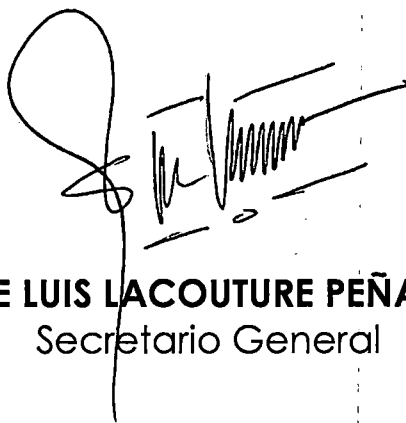
Calle 10 No. 7 - 51
Capitullo Nacional, primer piso
Extensiones: 5144/5368/5138/5146
Bogotá D.C., Colombia

www.camara.gov.co
secretaria.general@camara.gov.co
PBX: 601 390 40 50
Línea Gratuita: 01 8000 122 512

SUSTANCIACIÓN PONENCIA SEGUNDO DEBATE

Bogotá, D.C., marzo 21 de 2024

En Sesión Plenaria Ordinaria del 13 de marzo de 2024, fue aprobado en Segundo Debate, con modificaciones, el Texto Definitivo del Proyecto de Ley N° 291 de 2022 Cámara **“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**. Lo anterior, según consta en Acta de Sesión Plenaria Ordinaria No. 122 de marzo 13 de 2024, previo su anuncio en Sesión Plenaria Ordinaria del 12 de marzo de 2024, correspondiente al Acta No. 121.



JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA
Secretario General

177

SECRETARÍA GENERAL

Bogotá, D.C., marzo 22 de 2024
SG2-0513/2024

Doctor
IVÁN LEONIDAS NAME VÁSQUEZ
Presidente
Senado de la República
Ciudad

ASUNTO: REMISIÓN EXPEDIENTE LEGISLATIVO DEL PROYECTO DE LEY N° 291 DE 2022 CÁMARA "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".

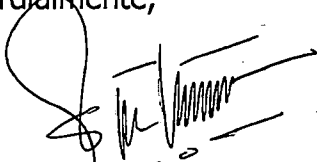
Respetado doctor Name:

Por instrucciones del señor presidente de la Honorable Cámara de Representantes, doctor ANDRÉS DAVID CALLE AGUAS, comedidamente, para su conocimiento y fines pertinentes, y de conformidad con el artículo 183 de la Ley 5ª de 1992, me permito remitirle el expediente del Proyecto de Ley No. 291 de 2022 Cámara **"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"**.

El Proyecto de Ley en mención fue debatido y aprobado por la Cámara de Representantes en las siguientes fechas:

Comisión Quinta: mayo 31 de 2023
Plenaria Cámara de Representantes: marzo 16 de 2024

Cordialmente,



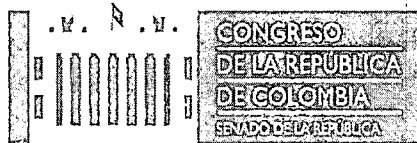
JAIME LUÍS LACOUTURE PEÑALOZA
Secretario General

Anexo: Expediente Legislativo en un tomo: (177) folios

Diana Kios
9:51 Am

2104/2024

177



SECCIÓN DE LEYES

TRÁNSITO DE UN PROYECTO DE LEY DE ORIGEN CÁMARA A SENADO DE LA REPÚBLICA

Bogotá D.C., 02 de Abril de 2024

En la fecha se recibió de la Cámara de Representantes el expediente del Proyecto de Ley No. 291 de 2022 Cámara – 265 de 2024 Senado “POR MEDIO SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.

Este Proyecto de Ley fue repartido por la Presidencia de la Cámara de Representantes a la Comisión Quinta de esa Corporación, el 01 de Diciembre de 2022. Aprobado en Primer Debate el 31 de Mayo de 2023 y en Sesión Plenaria el 16 de Marzo de 2024, tal como consta en el oficio remitido adjunto al Expediente.

En cumplimiento a lo preceptuado en el artículo 183 de la Ley 5ª de 1992, “Aprobado un Proyecto de Ley por una de las Cámaras, su Presidente lo remitirá, con los antecedentes del mismo y con los documentos producidos en su tramitación, al Presidente de la otra Cámara”, y atendiendo instrucciones de la Presidencia de ésta Corporación, envíese el Proyecto de Ley antes mencionado, a la Comisión Quinta Constitucional Permanente del Senado de la República, en consideración al principio de consecutividad, para que continúe su trámite legal y reglamentario.

RUTH M. LUENGAS PEÑA
Jefe Sección de Leyes

AQUÍ VIVE LA DEMOCRACIA

Edificio Capitolio Nacional – Primer Piso Teléfonos 3825381 3825186

R. Luengas
2-04-2024
H: 5:20pm