

Presidente

JAIME DURAN BARRERA

Comisión Quinta

Senado de la República

Ciudad

Secretario

DAVID DE JESUS BETTÍN GÓMEZ

Comisión Quinta

Senado de la República

Ciudad

Referencia: Nota aclaratoria al Informe De Ponencia Presentada Para Primer Debate Del Proyecto De Ley No.265 De 2024 Senado – 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 señor presidente: De manera atenta, nos permitimos solicitar se publique esta Nota aclaratoria al Informe De Ponencia Presentada Para Primer Debate Del Proyecto De Ley No.265 De 2024 Senado – 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”, en razón a que con posterioridad a la radicación del informe de ponencia para primer debate se recibieron comentarios sobre uno de los artículos del proyecto de ley y se agregan las especificaciones correspondientes al conflicto de intereses como lo estipula la Ley 5 de 1992.



INTI RAÚL ASPRILLA REYES
Senador Partido Verde



PABLO CATATUMBO TORRES VICTORIA
Senador de la República

NOTA ACLARATORIA AL INFORME DE PONENCIA PRESENTADA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NO.265 DE 2024 SENADO – 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”.

I. PLIEGO DE MODIFICACIONES

Atendiendo a los comentarios recibidos con posterioridad a la radicación de la ponencia, se pone a consideración de la plenaria el siguiente pliego de modificaciones:

Texto Aprobado en Cámara de Representantes	Texto Propuesto para Primer Debate en Senado	Comentarios
<p>PROYECTO DE LEY NO.265 DE 2024 SENADO – 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”.</p>	<p>PROYECTO DE LEY NO.265 DE 2024 SENADO – 291 DE 2022 CÁMARA “POR MEDIO DEL DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.</p>	
	<p align="center"><u>Capítulo I</u> <u>Disposiciones Generales</u></p>	<p>Se agregan capítulos para mejor comprensión del orden del proyecto de ley.</p>
<p>Artículo 1. 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</p>	<p>Sin cambios</p>	

<p>orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p>		
<p>Artículo Nuevo. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii). Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>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.</p>	<p>Artículo Nuevo. 2. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii). Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>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.</p>	<p>Se considera que por el orden del proyecto el artículo nuevo propuesto en Cámara de Representantes debería ubicarse en el artículo 2 del proyecto de ley, por ser quien describe el contenido mismo de la política.</p>
<p>Artículo 2. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura por Contrato: Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las</p>	<p>Artículo 2—3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura por Contrato: Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las agroindustrias y los almacenes de cadena, y los productores agropecuarios,</p>	<p>Se cambia la numeración y se acoge la recomendación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.</p>

<p>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.</p> <p>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.</p> <p>3. Circuitos Cortos de</p>	<p>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.</p> <p>2. 1. 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.</p> <p>3. 2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo</p>	
--	---	--

<p>Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>5. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y d información sobre grupos poblacionales con características particulares del su edad o etapa del ciclo vital, género, orientación sexual, identidad de g pertenencia étnica, discapacidad, condición de vulnerabilidad, etc, y c usado como instrumento técnico para la formulación de la Política Nacional Mercadeo Agropecuario.</p> <p>6. Logística Agropecuaria: Proceso funcional a la cadena de valor y de</p>	<p>la intermediación.</p> <p>4. 3.Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>5. 4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares de 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 Mercadeo Agropecuario.</p> <p>6. 5. Logística Agropecuaria: Proceso funcional a la cadena de valor y de suministro, que involucra elementos,</p>	
--	---	--

<p>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.</p> <p>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</p> <p>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</p>	<p>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.</p> <p>7. 6. 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</p> <p>8. 7. 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</p>	
---	---	--

<p>adecuación y transformación de la producción) el uso eficiente de suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial.</p> <p>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.</p> <p>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 o organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (1) ausencia o mínima</p>	<p>eficiente de suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial.</p> <p>9. 8. 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.</p> <p>10. 9. 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</p>	
--	---	--

<p>intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); ii) 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 operar en plazas, parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.</p>	<p>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 operar en plazas, parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.</p>	
<p>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,</p>	<p>Artículo 3°4.. 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</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>Parágrafo. Las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional en el diseño e implementación de la Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p>	<p>Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p>	
<p>Artículo 4°. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario los siguientes:</p> <p>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</p>	<p>Artículo 4° 5. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario los siguientes:</p> <p>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.</p> <p>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</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>productivo, la logística agropecuaria y la comercialización de productos de origen agropecuario.</p> <p>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.</p> <p>3. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario.</p> <p>4. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación.</p> <p>5. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.</p> <p>6. Establecer estrategias de reducción de costos en los insumos</p>	<p>aumente la competitividad, manteniendo sostenibilidad social, ambiental y económica.</p> <p>3. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario.</p> <p>4. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación.</p> <p>5. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.</p> <p>6. Establecer estrategias de reducción de costos en los insumos agropecuarios en su fase de producción e intermediación para el acceso al mercado.</p> <p>7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta 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.</p>	
--	---	--

<p>agropecuarios en su fase de producción e intermediación para el acceso al mercado.</p> <p>7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica, plataformas de comercio electrónico para productos agropecuarios, tecnología 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.</p> <p>8. Fomentar prácticas agrícolas sostenibles y resilientes al cambio climático mejoren la eficiencia en el uso de recursos naturales, conserven la</p>	<p>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 agua.</p> <p>9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria reconociendo la producción agropecuaria como parte integral de su recuperación y protección.</p>	
--	--	--

<p>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 y del agua.</p> <p>9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria reconociendo la producción agropecuaria como parte integral de su recuperación y protección.</p>		
	<p><u>Capítulo II</u> <u>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</u></p>	<p>Se incluye la descripción del capítulo para ordenar el proyecto de ley.</p>
<p>Artículo 5°. Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo</p>	<p>Artículo 5°6. 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</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>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 agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecua AGROSAVIA), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC y el Departamento Nacional 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 desarrollo</p>	<p>participarán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural quien liderará y coordinará la misma, la Unidad de Planificación Rural agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecua AGROSAVIA), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC y el Departamento Nacional 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 desarrollo Agropecuario (CONSEAS), los Consejos Municipales de Desarrollo agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas quienes cumplan las funciones de autoridad ambiental o demás mecanismos interacción regional y con la academia.</p> <p>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</p>	
--	---	--

<p>Agropecuario (CONSEAS), los Consejos Municipales de Desarrollo Agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas 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</p>		
<p>Artículo 11°. <u>Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</u> 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</p>	<p>Artículo 11°7. <u>Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</u> 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</p>	<p>Teniendo en cuenta el capítulo se considera pertinente incluir el artículo 11 del proyecto de ley como artículo 7 y se pone un nombre al artículo siguiendo el estilo del proyecto de ley.</p>

<p>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.</p>	<p>planteadas en la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p>	
<p>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.</p>	<p>Artículo 8 Componente Especial para el Archipiélago de San Andres, Providencia y Santa Catalina. 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.</p>	<p>El artículo nuevo aprobado en cámara se incluye como artículo 8, además se pone un nombre al proyecto para conservar el estilo del proyecto de ley.</p>
	<p style="text-align: center;"><u>Capítulo III</u> <u>Ordenamiento de la Producción Agrícola</u></p>	<p>Se incluye un capítulo para la mejor organización del proyecto de ley.</p>
<p>Artículo 6°. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y</p>	<p>Artículo 9. 6°. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo agropecuario</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>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:</p> <p>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</p> <p>2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de</p>	<p>desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria y asignará responsable(s), que se encargará (n) de:</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de siembra y producción de productos de cadenas agrícolas, pecuarias,</p>	
--	--	--

<p>acuerdo con la vocación de uso del suelo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>	<p>pesqueras, acuícolas y forestales de conformidad con los análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</p> <p>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</p> <p>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales</p>	
--	--	--

<p>su impacto sobre los cultivos.</p> <p>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.</p> <p>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</p> <p>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</p> <p>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento</p>	<p>desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>	
--	---	--

<p>productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>		
<p>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</p>	<p>Artículo <u>10. Centros de Investigación. Nuevo.</u> El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Sostenible y el Ministerio de Educación Nacional Ciencia, Tecnología e Innovación 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.</p>	<p>Se incluye el artículo nuevo aprobado en Cámara en este capítulo, se incluye el título del artículo para conservar el estilo del proyecto de ley y se modifica la obligación al Ministerio de Ciencia, conforme a las facultades del mismo.</p>
	<p><u>Capítulo IV</u> <u>Logística Agropecuaria</u></p>	<p>Se incluye un capítulo para la mejor organización del proyecto de ley.</p>
<p>Artículo 7º. Componente de Logística Agropecuaria. La</p>	<p>Artículo <u>11. 7º. Componente de Logística Agropecuaria.</u> La Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario</p> <p>desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<p>de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <u>la</u> 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. 	
---	---	--

<p>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.</p> <p>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</p> <p>5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos origen agropecuario nacionales.</p> <p>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</p>	<p>5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos origen agropecuario nacionales.</p> <p>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</p>	
--	--	--

<p>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.</p> <p>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.</p> <p>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</p>		
	<p><u>Capítulo V</u> <u>Comercialización Agropecuaria</u></p>	<p>Se incluye un capítulo por temas de forma y organización.</p>
<p>Artículo 8°. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y</p>	<p>Artículo 12 8°. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de</p>	<p>Se adecua la numeración. Se elimina el concepto agricultura por contrato pues se eliminó en las</p>

<p>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:</p> <p>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.</p> <p>2. Realizar propuestas de instrumentos de política que reduzcan la intermediación en los procesos de comercialización de pequeños y medianos productores permitiéndoles mejorar</p>	<p>Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>4. Establecer espacios</p>	<p>definiciones. Se incluyen los mercados campesinos como formas de comercialización.</p>
--	--	---

<p>sus ingresos equilibrando de mejor manera la distribución de las utilidades.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>5. Identificar nuevas oportunidades de mercado externo de productos de origen agropecuario.</p> <p>6. Desarrollar estrategias a nivel territorial para aumentar las compras públicas de alimentos de pequeños productores locales y de la Agricultura</p>	<p>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, <u>tales como mercados campesinos y otras formas de comercialización de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.</u></p> <p>5. Identificar nuevas oportunidades de mercado externo de productos de origen agropecuario.</p> <p>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.</p> <p>7. Diseñar e implementar estrategias que promuevan la inversión extranjera que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos, el c infraestructura productiva y de transformación y procesos de comerci productos agropecuarios.</p> <p>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.</p> <p>9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar la eficiencia en la</p>	
--	---	--

<p>Campesina, Familiar y Comunitaria.</p> <p>7. Diseñar e implementar estrategias que promuevan la inversión extranjera que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos, el comercio de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercio de productos agropecuarios.</p> <p>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.</p> <p>9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar 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</p>	<p>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 de suministro.</p> <p>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 <u>hambre cero</u>, <u>estipulado en el</u> artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.</p>	
--	---	--

<p>como la gestión eficiente de la cadena de suministro.</p> <p>Parágrafo primero. La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales y comunitarios, entre otros.</p> <p>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.</p>		
	<p><u>Capítulo VI</u> <u>Seguimiento, Actualización y Vigencia</u></p>	<p>Se incluye un capítulo por temas de forma y organización.</p>
<p>Artículo 9º. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto</p>	<p>Artículo 9º-13. 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</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>con el apoyo del departamento Nacional de Planeación establecerán un mecanismo de seguimiento de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una 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.</p>	<p>la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años <u>desde</u> 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.</p>	
<p>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</p>	<p>Artículo 14 40°. 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 <u>cuarto</u> noveno de la presente ley.</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

rendimientos de las metas planteadas en el artículo noveno de la presente ley.		
Artículo 12. Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación	Artículo 15_42. Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación	Se adecua la numeración.

II. CONFLICTO DE INTERESES

El artículo 183 de la Constitución Política consagra los conflictos de interés como causal de pérdida de investidura. De igual modo, el artículo 286 de la Ley 5 de 1992 establece el régimen de conflicto de interés de los congresistas. De conformidad con la jurisprudencia del Consejo de Estado y la Corte Constitucional, para que se configure el conflicto de intereses como causal de pérdida de investidura deben presentarse las siguientes condiciones o supuestos:

- Que exista un interés directo, particular y actual: moral o económico.
- Que el congresista no manifieste su impedimento a pesar de que exista un interés directo en la decisión que se ha de tomar.
- Que el congresista no haya sido separado del asunto mediante recusación.
- Que el congresista haya participado en los debates y/o haya votado.
- Que la participación del congresista se haya producido en relación con el trámite de leyes o de cualquier otro asunto sometido a su conocimiento.

En cuanto al concepto del interés del congresista que puede entrar en conflicto con el interés público, se ha explicado que el mismo debe ser entendido como “una razón subjetiva que torna parcial al funcionario y que lo inhabilita para aproximarse al proceso de toma de decisiones con la ecuanimidad, la ponderación y el desinterés que la norma moral y la norma legal exigen” y como “el provecho, conveniencia o utilidad que, atendidas sus circunstancias, derivarían el congresista o los suyos de la decisión que pudiera tomarse en el asunto” (Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, Radicado 66001-23-33-002-2016- 00291-01(PI), sentencia del 30 de junio de 2017).

De acuerdo con la Sentencia SU-379 de 2017, no basta con la acreditación del factor objetivo del conflicto de intereses, esto es, que haya una relación de consanguinidad entre el congresista y el pariente que pueda percibir un eventual beneficio. Deben ser dotadas de contenido de acuerdo con las circunstancias específicas del caso concreto. La Sala Plena del Consejo de Estado en sentencia

del 17 de octubre de 2000 afirmó frente a la pérdida de investidura de los Congresistas por violar el régimen de conflicto de intereses:

“El interés consiste en el provecho, conveniencia o utilidad que, atendidas sus circunstancias, derivarían el congresista o los suyos de la decisión que pudiera tomarse en el asunto. Así, no se encuentra en situación de conflicto de intereses el congresista que apoye o patrocine el proyecto que, de alguna manera, redundaría en su perjuicio o haría más gravosa su situación o la de los suyos, o se oponga al proyecto que de algún modo les fuera provechoso. En ese sentido restringido ha de entenderse el artículo 286 de la ley 5.^a de 1991, pues nadie tendría interés en su propio perjuicio, y de lo que trata es de preservar la rectitud de la conducta de los congresistas, que deben actuar siempre consultando la justicia y el bien común, como manda el artículo 133 de la Constitución. Por eso, se repite, la situación de conflicto resulta de la conducta del congresista en cada caso, atendidas la materia de que se trate y las circunstancias del congresista y los suyos. [...]”

Así las cosas, en virtud de lo estipulado en el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019 que modificó la Ley 5 de 1992, se deja establecido que el presente proyecto de ley reúne las condiciones del literal a y b, por lo cual no genera conflicto de interés en tanto no crea beneficios particulares, actuales y directos a los congresistas, toda vez que es un proyecto de Ley de interés general, que puede coincidir y fusionarse con los intereses del electorado. Lo anterior como regla general, lo que no obsta o libra de responsabilidad a cada honorable congresista para presentar el impedimento que considere necesario según su situación particular.

III. PROPOSICIÓN

Por las razones expuestas, propongo a la Comisión Quinta Constitucional Permanente del Senado de la República dar primer debate al Proyecto de Ley No.265 de 2024 Senado – 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”.



INTI RAÚL ASPRILLA REYES
Senador de la República



PABLO CATATUMBO TORRES VICTORIA
Senador de la República

**TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NO.265 DE 2024
SENADO – 291 DE 2022 CÁMARA “POR MEDIO DE LA 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:

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 1. 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 2. 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.

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 3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:

1. 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.

2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.

3. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.

4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares de 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 Mercadeo Agropecuario.

5. 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.

6. 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

7. 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 de suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial.

8. 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.

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

Artículo 4. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo de un (1) año, contado a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en la 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 5. 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.
7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta 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 agua.

9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria reconociendo la producción agropecuaria como parte integral de su recuperación y protección.

Capítulo II

Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.

Artículo 6 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 agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional 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

Artículo 7. Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. 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 8 Componente Especial para el Archipiélago de San Andres, Providencia y Santa Catalina. 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

Capítulo III

Ordenamiento de la Producción Agrícola

Artículo 9. 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, 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.
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 10. Centros de Investigación. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación 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.

Capítulo IV Logística Agropecuaria

Artículo 11. Componente de Logística Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial 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 la 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 productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos 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.

Capítulo V Comercialización Agropecuaria

Artículo 12 . 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 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.
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, tales como mercados campesinos y otras formas de comercialización de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.
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 que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos, el desarrollo de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercio 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 de 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 estipulado en el artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.

Capítulo VI Seguimiento, Actualización y Vigencia

Artículo 13. 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 evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años desde 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 14. 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 cuarto de la presente ley.

Artículo 15_Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación



INTI RAÜL ASPRILLA REYES
Senador de la República



PABLO CATATUMBO TORRES VICTORIA
Senador de la República