



Bogotá, D.C. 17 de junio de 2024

Senador

IVÁN LEÓNIDAS NAME VÁSQUEZ

Presidente del Senado de la República

Senado de la República

Ciudad

Representante

ANDRÉS DAVID CALLE AGUAS

Presidente de la Cámara de Representantes

Cámara de Representantes

Ciudad

Ref. Informe de Conciliación del Proyecto de Ley No. 265 de 2024 Senado, No. 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”.

Respetados Presidentes:

Atendiendo a las designaciones efectuadas por las Presidencias del Senado de la República y de la Cámara de Representantes, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 161 de la Constitución Política y en los artículos 186, 187 y 188 de la Ley 5ª de 1992, nos permitimos enviar, el texto conciliado del proyecto de ley de la referencia para continuar su trámite correspondiente y pueda someterse a consideración de las plenarios del Senado y de la Cámara, a través de su conducto.

Cordialmente,

INTI RAÚL ASPRILLA REYES

Senador de la República

Partido Alianza Verde

Conciliador

OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA

Representante a la Cámara

Partido Liberal

Conciliadora

Informe de Conciliación del Proyecto de Ley No. 265 de 2024 Senado, No. 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”

I. CONSIDERACIONES DE LOS CONCILIADORES

Los congresistas conciliadores dejan constancia de que los textos aprobados en las plenarios de la Cámara de Representantes y del Senado de la República son diferentes, por lo tanto, se procede a presentar la conciliación del texto final para la aprobación de ambas corporaciones.

El proyecto de ley mencionado fue aprobado en segundo debate el 13 de marzo de 2024 en la Plenaria de la Cámara de Representantes, y el 11 de junio de 2024 en la Plenaria del Senado de la República. En vista de lo anterior, es necesaria su conciliación para que, una vez completado el trámite de discusión y votación del presente informe, se proceda a su sanción presidencial y se convierta en Ley de la República. Para facilitar la discusión, a continuación se presenta un cuadro comparativo de los textos aprobados de manera diferente por las respectivas plenarios, evidenciando las diferencias existentes y proponiendo el texto que se sugiere adoptar:

II. CUADRO DE TEXTOS APROBADOS POR LAS PLENARIAS Y TEXTO ACOGIDO

TEXTO APROBADO PLENARIA CÁMARA DE REPRESENTANTES	TEXTO APROBADO PLENARIA SENADO DE LA REPÚBLICA	TEXTO ACOGIDO EN CONCILIACIÓN Y CONSIDERACIONES
TÍTULO	TÍTULO	
por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la política nacional de mercadeo agropecuario y se dictan otras disposiciones	“POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.	Se acoge el texto del Senado.
N/A	Capítulo I Disposiciones Generales	Se acoge el texto del Senado.
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	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,	No hay discrepancias.

<p>comercialización de productos de origen agropecuario.</p>	<p>logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p>	
<p>Artículo Nuevo. Componentes y enfoques 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 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>Los componentes serán desarrollados por medio de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional consagrada en el Capítulo II de la presente ley.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, campesino, mujer campesina, víctimas, población reincorporada, madres o padres cabeza de familia, mujer rural, personas con discapacidad y demás que considere el Gobierno Nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y requiere de acciones afirmativas.</p>	<p>Se acoge el texto de Cámara.</p>

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

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, negras, 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 según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual,

Se acoge el texto del Senado.

explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.

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

identidad de género, pertenencia étnica, reconocimiento campesino, discapacidad, condición de vulnerabilidad, 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

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.

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.

<p>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, 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>Artículo 4. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo máximo 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, siguiendo los lineamientos establecidos en la presente ley.</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>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 4°. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional</p>	<p>Artículo 5. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>

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.

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, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios, 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.

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.

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 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

	<p>implementación de prácticas de manejo sostenible del agua.</p> <p>9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria y de la soberanía alimentaria reconociendo la producción agropecuaria.</p> <p>10. Promover la inclusión y el empoderamiento de la mujer campesina, fomentando su participación activa en todas las etapas de la cadena de valor. Implementando programas de capacitación y acceso a recursos financieros, tecnológicos y de infraestructura específicos para mujeres campesinas, promoviendo políticas de equidad de género que reconozcan y valoren su papel fundamental en la producción agropecuaria.</p> <p>PARÁGRAFO. Todos los lineamientos contemplados en esta ley deberán estar orientados a la producción, distribución y comercialización de cultivos y de insumos, con fines alimentarios, textiles y medicinales. Se entenderán exceptuadas de esta ley los cultivos, insumos, bases o derivados de la coca y el cannabis, salvo que estén dentro de los fines medicinales, abonos, fertilizantes, textiles, cosméticos, producción de fibra textil, plástico, papel, combustibles, tintas, usos veterinarios, fungicidas e insecticidas.</p>	
N/A	Capítulo II	Se acoge el texto de Senado.

	<p>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p>	
<p>Artículo 5°. 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.</p>	<p>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), la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), 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</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</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 Agropecuario, actores de diferentes instancias que en su criterio puedan aportar a la construcción de la política.</p>	<p>mecanismos de interacción regional y con la academia.</p> <p>De esta mesa harán parte dos (2) representantes de organizaciones campesinas, así como dos (2) representantes de agremiaciones del sector agropecuario, para lo cual, en un término máximo de 2 meses posteriores a la entrada en vigencia de la presente ley, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural definirá los mecanismos de elección de estos representantes y propenderá porque en su elección se garantice la paridad de género.</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>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.</p>	<p>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.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</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 específica 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. 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>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>N/A</p>	<p>Capítulo III Ordenamiento de la Producción Agrícola</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 6°. 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:</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>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:</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</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</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, 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</p>	<p>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, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios.</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 su impacto sobre los cultivos.</p> <p>6. Aumentar la competitividad de la producción de la Agricultura</p>
--	---

<p>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 desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>	<p>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.</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 desarrollen mayor resiliencia socioeconómica 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 10. Centros de Investigación. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, articularán y gestionarán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en la cadena de valor, los insumos de producción agropecuaria de pequeña, mediana y gran escala</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>

	<p>a través de las universidades públicas y privadas, entidades acreditadas por el Ministerio de Ciencias para la investigación, entidades privadas de carácter gremial y el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.</p> <p>Se promoverán activamente prácticas de agricultura sostenible y regenerativa como parte integral del proceso. Se impulsará la implementación de técnicas agrícolas que fomenten la conservación del suelo, la biodiversidad y el uso eficiente de los recursos naturales, al tiempo que se busca reducir el impacto ambiental de la producción agropecuaria. Para lograr este fin, se incentivarán programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los productores para que adopten estas prácticas.</p>	
N/A	<p>Capítulo IV Logística Agropecuaria</p>	Se acoge el texto de Senado.
<p>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:</p> <p>1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento,</p>	<p>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:</p> <p>1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación y/o</p>	Se acoge el texto de Senado.

<p>almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</p> <p>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.</p> <p>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.</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 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.</p> <p>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</p>	<p>agregación de valor, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios, además de derivados y/o residuos agroindustriales.</p> <p>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.</p> <p>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.</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</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>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 y formulen mecanismos para compensar riesgos y/o pérdidas derivadas de bloqueos u otros factores que impidan la comercialización.</p> <p>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</p>	
N/A	<p>Capítulo V Comercialización Agropecuaria</p>	Se acoge el texto de Senado.
<p>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:</p>	<p>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</p>	Se acoge el texto de Senado.

<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 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>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 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 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</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.

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 1º. 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

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.

<p>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>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 estipulado en el artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.</p>	
<p>N/A</p>	<p>Capítulo VI Seguimiento, Actualización y Vigencia</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 9°. 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 de su implementación.</p> <p>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 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.</p> <p>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>No hay discrepancias.</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 rendimientos de las metas planteadas en el artículo noveno de la presente ley.</p>	<p>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 quinto de la presente ley.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>N/A</p>	<p>Artículo 15. La mesa técnica intersectorial podrá definir mecanismos que garanticen la definición de precios remunerativos para los productos agropecuarios.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 12. Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de su promulgación.</p>	<p>Artículo 16 Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación</p>	<p>No hay discrepancias.</p>

III. PROPOSICIÓN

Con base en las consideraciones presentadas, los conciliadores del Senado de la República y la Cámara de Representantes rinden informe de conciliación 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”, y solicitamos a la Plenaria de cada corporación que se ponga en consideración y se apruebe el texto conciliado que se presenta a continuación.

De los honorables Congresistas,



INTI RAÚL ASPRILLA REYES
Senador de la República
Partido Alianza Verde
Conciliador



OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA
Representante a la Cámara
Partido Liberal
Conciliadora





IV. TEXTO CONCILIADO 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 enfoques 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, negras, 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 según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, reconocimiento campesino, discapacidad, condición de vulnerabilidad, 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 máximo 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, siguiendo los lineamientos establecidos en la presente ley.

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, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios, 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 y de la soberanía alimentaria reconociendo la producción agropecuaria.
10. Promover la inclusión y el empoderamiento de la mujer campesina, fomentando su participación activa en todas las etapas de la cadena de valor. Implementando programas de capacitación y acceso a recursos financieros, tecnológicos y de infraestructura específicos para mujeres campesinas, promoviendo políticas de equidad de género que reconozcan y valoren su papel fundamental en la producción agropecuaria.

PARÁGRAFO. Todos los lineamientos contemplados en esta ley deberán estar orientados a la producción, distribución y comercialización de cultivos y de insumos, con fines alimentarios, textiles y medicinales. Se entenderán exceptuadas de esta ley los cultivos, insumos, bases o derivados de la coca y el cannabis, salvo que estén dentro de los fines medicinales, abonos, fertilizantes, textiles, cosméticos, producción de fibra textil, plástico, papel, combustibles, tintas, usos veterinarios, fungicidas e insecticidas.

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), la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), 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.

De esta mesa harán parte dos (2) representantes de organizaciones campesinas, así como dos (2) representantes de agremiaciones del sector agropecuario, para lo cual, en un término máximo de 2 meses posteriores a la entrada en vigencia de la presente ley, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural definirá los mecanismos de elección de estos representantes y propenderá porque en su elección se garantice la paridad de género.

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, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios.

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 socioeconómica y climática.

Artículo 10. Centros de Investigación. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, articularán y gestionarán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en la cadena de valor, los insumos de producción agropecuaria de pequeña, mediana y gran escala a través de las universidades públicas y privadas, entidades acreditadas por el Ministerio de Ciencias para la investigación, entidades privadas de carácter gremial y el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.

Se promoverán activamente prácticas de agricultura sostenible y regenerativa como parte integral del proceso. Se impulsará la implementación de técnicas agrícolas que fomenten la conservación del suelo, la biodiversidad y el uso eficiente de los recursos naturales, al tiempo que se busca reducir el impacto ambiental de la producción agropecuaria. Para lograr este fin, se incentivarán programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los productores para que adopten estas prácticas.

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 y/o agregación de valor, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios, además de derivados y/o residuos agroindustriales.
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 y formulen mecanismos para compensar riesgos y/o pérdidas derivadas de bloqueos u otros factores que impidan la comercialización.
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 agropecuario 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 quinto de la presente ley.

Artículo 15. La mesa técnica intersectorial podrá definir mecanismos que garanticen la definición de precios remunerativos para los productos agropecuarios.

Artículo 16 Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación

De los honorables Congresistas,



INTI RAÚL ASPRILLA REYES

Senador de la República
Partido Alianza Verde
Conciliador



OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA

Representante a la Cámara
Partido Liberal
Conciliadora