



# PONENCIAS

## INFORME DE PONENCIA POSITIVA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NÚMERO 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>Bogotá D.C., mayo de 2024</p> <p>Presidente <b>JAIME DURAN BARRERA</b> Comisión Quinta Senado de la República Ciudad</p> <p>Secretario <b>DAVID DE JESUS BETTÍN GÓMEZ</b> Comisión Quinta Senado de la República Ciudad</p> <p style="text-align: center;"><b>Asunto:</b> Informe de ponencia 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".</p> <p>Respetado Señor Secretario:</p> <p>Atendiendo la designación de la Mesa Directiva de la Comisión Quinta Constitucional Permanente del Senado de la República, de conformidad con lo dispuesto en la Constitución Política y en la Ley 5ª de 1992, nos permitimos rendir Informe de Ponencia Positiva 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".</p> <p>Cordialmente,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">   <b>INTI RAÚL ASPRILLA REYES</b>                  Senador de la República             </div> <div style="text-align: center;">   <b>PABLO CATATUMBO TORRES VICTORIA</b>                  Senador de la República             </div> </div>	<p style="text-align: center;"><b>INFORME DE PONENCIA 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".</b></p> <p><b>1. OBJETO</b> La presente ley busca establecer 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.</p> <p><b>2. TRÁMITE</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Origen</th> <th>Congresional</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Autores</b></td> <td>H.R.Wilmer Yair Castellanos Hernández, H.S.Ana carolina Espitia Jerez, H.S.Edwing Fabián Díaz Plata, H.R.Juan Diego Muñoz Cabrera, H.R.Elkin Rodolfo Ospina Ospina, H.R.Floria Perdomo Andrade, H.R.Jaime Rodríguez Contreras, H.R.Olga Lucia Velásquez Nieto, H.R.Wilder Iberson Escobar Ortiz, H.R.Julio Roberto Salazar Pérdomo, H.R.Karen Astrith Manrique Olate</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Proyecto Publicado</b></td> <td>Gaceta 1551 de 2022</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Ponentes Primer Debate en Cámara de Representantes</b></td> <td>H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Ponencia Primer Debate en Cámara de Representantes</b></td> <td>Gaceta 308 de 2023</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Ponentes Segundo Debate en Cámara</b></td> <td>H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Ponencia Segundo Debate en Cámara</b></td> <td>Gaceta 726 de 2023</td> </tr> </tbody> </table>	Origen	Congresional	<b>Autores</b>	H.R.Wilmer Yair Castellanos Hernández, H.S.Ana carolina Espitia Jerez, H.S.Edwing Fabián Díaz Plata, H.R.Juan Diego Muñoz Cabrera, H.R.Elkin Rodolfo Ospina Ospina, H.R.Floria Perdomo Andrade, H.R.Jaime Rodríguez Contreras, H.R.Olga Lucia Velásquez Nieto, H.R.Wilder Iberson Escobar Ortiz, H.R.Julio Roberto Salazar Pérdomo, H.R.Karen Astrith Manrique Olate	<b>Proyecto Publicado</b>	Gaceta 1551 de 2022	<b>Ponentes Primer Debate en Cámara de Representantes</b>	H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo	<b>Ponencia Primer Debate en Cámara de Representantes</b>	Gaceta 308 de 2023	<b>Ponentes Segundo Debate en Cámara</b>	H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo	<b>Ponencia Segundo Debate en Cámara</b>	Gaceta 726 de 2023																		
Origen	Congresional																																
<b>Autores</b>	H.R.Wilmer Yair Castellanos Hernández, H.S.Ana carolina Espitia Jerez, H.S.Edwing Fabián Díaz Plata, H.R.Juan Diego Muñoz Cabrera, H.R.Elkin Rodolfo Ospina Ospina, H.R.Floria Perdomo Andrade, H.R.Jaime Rodríguez Contreras, H.R.Olga Lucia Velásquez Nieto, H.R.Wilder Iberson Escobar Ortiz, H.R.Julio Roberto Salazar Pérdomo, H.R.Karen Astrith Manrique Olate																																
<b>Proyecto Publicado</b>	Gaceta 1551 de 2022																																
<b>Ponentes Primer Debate en Cámara de Representantes</b>	H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo																																
<b>Ponencia Primer Debate en Cámara de Representantes</b>	Gaceta 308 de 2023																																
<b>Ponentes Segundo Debate en Cámara</b>	H.R. Olga Beatriz González Correa H.R. José Octavio Cardona León H.R. Julio Roberto Salazar Pérdomo																																
<b>Ponencia Segundo Debate en Cámara</b>	Gaceta 726 de 2023																																
<p><b>3. CONTENIDO DEL PROYECTO</b></p> <p>Se describen los artículos y el texto aprobado en la plenaria de Cámara de Representantes, adoptando nombres para los artículos nuevos (subrayados)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Artículo</th> <th>Objeto de la ley</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Artículo 1.</td> <td>Objeto de la ley</td> </tr> <tr> <td>Artículo 2.</td> <td>Definiciones</td> </tr> <tr> <td>Artículo 3.</td> <td>Política Nacional de Mercadeo Agropecuario</td> </tr> <tr> <td>Artículo 4.</td> <td>Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 5.</td> <td>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 6.</td> <td>Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 7.</td> <td>Componente de Logística Agropecuaria.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 8.</td> <td>Componente de Comercialización Agropecuaria.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 9.</td> <td>Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 10.</td> <td>Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario</td> </tr> <tr> <td>Artículo 11.</td> <td>Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</td> </tr> <tr> <td><u>Artículo 12</u></td> <td>Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.</td> </tr> <tr> <td><u>Artículo 13</u></td> <td>Centros de Investigación.</td> </tr> <tr> <td><u>Artículo 14</u></td> <td>Componentes y Enfoque de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario</td> </tr> <tr> <td>Artículo 15.</td> <td>Vigencia.</td> </tr> </tbody> </table>	Artículo	Objeto de la ley	Artículo 1.	Objeto de la ley	Artículo 2.	Definiciones	Artículo 3.	Política Nacional de Mercadeo Agropecuario	Artículo 4.	Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.	Artículo 5.	Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.	Artículo 6.	Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria.	Artículo 7.	Componente de Logística Agropecuaria.	Artículo 8.	Componente de Comercialización Agropecuaria.	Artículo 9.	Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.	Artículo 10.	Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario	Artículo 11.	Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.	<u>Artículo 12</u>	Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.	<u>Artículo 13</u>	Centros de Investigación.	<u>Artículo 14</u>	Componentes y Enfoque de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario	Artículo 15.	Vigencia.	<p><b>4. CONSIDERACIONES SOBRE EL PROYECTO DE LEY</b></p> <p><b>4.1. La producción agropecuaria en el país</b> El proyecto de ley busca reconocer y fortalecer el sector agropecuario del país que representa "entre el 6% y 8% del PIB nacional, y cuenta con una participación del 15% en el empleo del país" (Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria, 2023). Este reconocimiento lo hace desde la comprensión de las dificultades del sector, unas históricas y otras que se han exacerbado desde la pandemia.</p> <p>En medio de los problemas por los que transita la producción agropecuaria vale la pena mencionar la volatilidad de los precios y los intermediarios, tal y como lo describen los expertos:</p> <p style="margin-left: 20px;"><i>"La covid-19 no impidió a los agricultores colombianos la producción de alimentos, sin embargo, la disminución de ingresos de algunos ciudadanos afectó significativamente su demanda, lo que provocó además de una reducción en la ingesta de alimentos desde julio de 2020 en los hogares — según la Encuesta Pulso Social del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE—. Además, del estancamiento de los productos como ha ocurrido con los agricultores de papa en Boyacá, la yuca y el plátano en Córdoba y la guayaba en el Meta, sumado a la reducción de precios ofertados por los intermediarios. Este último, sería uno de los problemas que más perjudica las condiciones de producción y comercialización de los agricultores en Colombia, pues impide que los productores accedan a precios justos para que justifique su inversión y mano de obra" (Cruz, 2021)</i></p> <p>La comercialización de los productos agropecuarios se ha convertido en uno de los mayores problemas en el sector, problema que busca atacar este proyecto de ley a través de mecanismos certeros para reducir la intermediación e incluir políticas de planificación agropecuaria.</p> <p>A pesar de las múltiples dificultades por las que transita el sector agropecuario, se observa con esperanza el potencial que tiene para continuar sembrando y produciendo, Colombia tiene un potencial de 40 millones de hectáreas para cultivar (Pastrán, 2021) y según informes del 2021 los productos que se presentan a continuación son los que más potencial tienen:</p>
Artículo	Objeto de la ley																																
Artículo 1.	Objeto de la ley																																
Artículo 2.	Definiciones																																
Artículo 3.	Política Nacional de Mercadeo Agropecuario																																
Artículo 4.	Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.																																
Artículo 5.	Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.																																
Artículo 6.	Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria.																																
Artículo 7.	Componente de Logística Agropecuaria.																																
Artículo 8.	Componente de Comercialización Agropecuaria.																																
Artículo 9.	Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.																																
Artículo 10.	Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario																																
Artículo 11.	Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.																																
<u>Artículo 12</u>	Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.																																
<u>Artículo 13</u>	Centros de Investigación.																																
<u>Artículo 14</u>	Componentes y Enfoque de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario																																
Artículo 15.	Vigencia.																																



Fuente: (Pastrán, 2021)

De acuerdo con esta información se puede deducir lo ya expuesto por el autor del proyecto de ley Wilmer Castellanos: "que el país tiene oportunidad de identificar las principales cadenas productivas con mayores rendimientos según la vocación del suelo y las mejores oportunidades de comercialización a nivel nacional, con el fin de optimizar todo el proceso de mercado de productos de origen agropecuario" (Castellanos, 2022)

4.2. La necesidad de un indicador de vías para la producción agraria

La capacidad de comercialización de los productos agropecuarios depende de múltiples factores entre estos la infraestructura, la posibilidad de tener vías que faciliten la salida de los productos de su lugar de origen es una necesidad que tiene en cuenta este proyecto de ley incluyendo un indicador que pueda complementarse con medidas acordes. Esta preocupación ha sido manifestada por los expertos de la siguiente forma:

*El bienestar de la población vinculada a la agricultura dependerá primordialmente de las mejoras en la productividad del sector, a su vez, esta se encuentra estrechamente relacionada con factores como la*

*infraestructura, el acceso a la tierra, el buen funcionamiento de los mercados, la calidad de las instituciones, el acceso apropiado a la tecnología y al crédito. La experiencia internacional ofrece amplia evidencia sobre el papel que desempeña cada uno de ellos; sin embargo entre los factores que impulsan la productividad y el rendimiento de los cultivos, la infraestructura ejerce una función central. (Lozano & Restrepo, 2016)*

La red vial en Colombia tiene rezagos como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 2  
Cobertura de la red vial nacional, 2012 (kilómetros de carreteras por cada 100 km<sup>2</sup>)

	Vías primarias						Total	Suelos de vocación agrícola (porcentaje) <sup>1</sup>	Suelos de uso agrícola
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
Total nacional	4,38	0,58	1,85	7,88	12,28	21,34	48,31	46,0	33,7
Participación porcentual	9,1	1,2	3,8	16,3	25,4	44,2	100,0		
<b>Departamentos</b>									
Antioquia	4,50	0,59	0,88	9,71	8,66	19,74	44,09	83,0	52,1
Atlántico	15,69	0,79	8,09	8,07	19,97	45,53	98,14	76,4	51,4
Bolívar	1,03	0,13	1,22	4,23	7,58	20,94	36,02	60,6	43,5
Bolívar	5,13	0,50	1,58	10,82	22,99	30,44	71,47	56,7	47,4
Caldas	9,49	0,76	2,25	18,48	18,23	16,59	65,80	70,5	43,6
Cauca	0,32	0,00	0,01	0,97	2,10	7,30	10,70	21,6	21,6
Cauca	1,96	1,13	0,27	7,24	9,94	17,60	38,14	40,7	70,3
Cesar	3,41	0,67	1,10	3,57	14,04	25,83	48,62	59,3	31,6
Córdoba	2,79	0,43	0,93	4,40	17,06	26,36	53,87	63,6	29,0
Córdoba	10,15	2,73	4,10	17,75	21,47	24,22	82,42	56,1	55,5
Cúcuta	0,22	0,04	0,08	0,90	0,48	0,96	2,67	31,8	68,5
Huila	4,65	0,32	0,66	9,38	16,26	27,86	59,13	61,7	51,7
La Guajira	2,38	0,38	0,86	3,28	6,91	48,29	62,09	45,5	31,5
Magdalena	2,25	0,56	0,93	4,77	11,09	41,16	60,76	83,2	27,5
Mérida	0,05	0,27	0,12	1,72	7,58	17,61	28,25	39,2	19,3
Nariño	1,97	0,39	0,59	4,82	6,80	9,12	23,70	53,2	73,0
N. Santander	4,03	1,15	0,56	7,18	9,78	21,42	44,12	62,3	65,9
Quindío	13,30	0,00	12,37	16,22	24,24	6,16	72,29	91,8	79,2
Risaralda	6,48	0,45	5,38	19,34	12,42	9,52	53,58	59,3	68,4
Santander	3,42	1,01	1,17	13,66	14,89	27,38	60,92	47,6	50,3
Sucre	3,36	0,40	1,99	6,33	17,70	39,79	69,59	64,1	28,1
Tolima	4,51	1,63	1,22	7,96	16,50	21,95	53,77	73,0	52,5
Valle Cauca	7,64	0,34	1,32	15,02	12,97	9,73	47,03	63,1	62,4
Zamora	2,02	0,28	0,07	3,37	6,76	17,50	30,00	6,7	4,9
Zamora	1,31	0,25	0,29	3,37	9,99	19,14	34,35	13,7	7,3
Zona	0,07	0,00	0,04	0,40	1,29	2,73	4,53	20,9	11,9

Nota: Véase el anexo 2 (tablas) para el detalle de los datos de la 1994.

De acuerdo con los autores del informe:

*El cuadro evidencia las altas discrepancias regionales en materia de cobertura y calidad de la red de carreteras, especialmente entre las regiones cuyos suelos tienen vocación agrícola dominante, es decir, por encima del 50%. Así, los departamentos con mayor cobertura en carreteras de la costa Caribe son Atlántico (98 km/100 km<sup>2</sup>) y Sucre (70 km), mientras que en el interior son Cundinamarca (82 km) y Boyacá (72 km). En la zona occidental sobresalen Quindío (72 km) y Caldas (66 km). La mayor cobertura de la red vial en estas regiones es explicada por las carreteras rurales tipo 6. Los departamentos con vocación agrícola dominante, pero que registran coberturas críticas en su malla vial, son Nariño (24 km/100 km<sup>2</sup>), Bolívar (36*

km), Valle del Cauca (47 km), Cesar (48 km), Córdoba (53 km) y Tolima (54 km). En estos departamentos la ausencia de vías o su mal estado constituyen una restricción importante para ampliar su frontera agrícola. (Lozano & Restrepo, 2016, #)

El proyecto de ley atendiendo a esta necesidad considera la articulación institucional y el impulso a políticas que promuevan el desarrollo vial de la mano de la planeación agropecuaria.

4.3. Comercialización Directa

El proyecto de ley comprende que los intermediarios<sup>1</sup> en la comercialización agropecuaria comprenden un problema dentro de la cadena, es por eso que se proponen medidas para la comercialización directa, una de dichas formas son los mercados campesinos definidos como:

*"Los mercados campesinos son estrategias que posicionan la economía campesina en los sectores urbanos, pues acortan el trayecto recorrido por los alimentos para llegar a la mesa de los consumidores. Allí no hay productos vendidos por intermediarios ni alimentos importados. Es la comida local para la gente local con precios justos para los consumidores y ganancias razonables para los pequeños cultivadores"* (Rojas, 2019)

Estos mercados buscan implementarse en aras de disminuir los intermediarios y lograr impulsar la comercialización de los productos agropecuarios.

<sup>1</sup> Por ejemplo, en el caso de Bogotá, se pudo evidenciar que "en promedio, había tres intermediarios en la cadena de comercialización que no agregaban valor y generaban un sobrecosto del 21 % sobre el precio final." (DNP, CONPES Competitividad Agropecuaria, 2022, pág. 52) y que "por cada peso que paga el consumidor urbano por sus alimentos, algo menos del 40 % se queda en el campo y el restante 60 % remunera los procesos de intermediación" (DNP, CONPES Competitividad Agropecuaria, 2022, pág. 53).

5. PLIEGO DE MODIFICACIONES

Texto Aprobado en Cámara de Representantes	Texto Propuesto para Primer Debate en Senado	Comentarios
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 MERCADERO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".	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 MERCADERO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".	
	<b>Capítulo I</b> <b>Disposiciones Generales</b>	Se agregan capítulos para mejor comprensión del orden del proyecto de ley.
<b>Artículo 1. Objeto de la Ley.</b> La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercado Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.	Sin cambios	
<b>Artículo Nuevo. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario.</b> La Política Nacional de Mercado Agropecuario estará integrada por	<b>Artículo Nuevo. 2. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario.</b> La Política Nacional de Mercado Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes: i) Ordenamiento de la Producción	Se considera que por el orden del proyecto el artículo nuevo propuesto en Cámara de Representantes debería ubicarse en el artículo 2 del proyecto

<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>de ley, por ser quien describe el contenido mismo de la política.</p>	<p>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. <b>Circuitos Cortos de Comercialización:</b> Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. <b>Encadenamientos Productivos:</b> Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de</p>	<p>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. <b>2. Circuitos Cortos de Comercialización:</b> Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. <b>3. Encadenamientos Productivos:</b> Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>5. <b>4. Enfoque Diferencial:</b> 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. <b>5. Logística Agropecuaria:</b> Proceso funcional a la cadena de valor y de suministro, que involucra elementos,</p>	
<p><b>Artículo 2. Definiciones.</b> Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones: 1. <b>Agricultura por Contrato:</b> 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. <b>Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria:</b></p>	<p><b>Artículo 2—3. Definiciones.</b> Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones: <del>4. <b>Agricultura por Contrato:</b> 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.</del> 2. <b>1. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria:</b> Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes,</p>	<p>Se cambia la numeración y se acoge la recomendación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.</p>	<p>3. <b>Circuitos Cortos de Comercialización:</b> Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. <b>Encadenamientos Productivos:</b> Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de</p>	<p>6. <b>5. Logística Agropecuaria:</b> Proceso funcional a la cadena de valor y de suministro, que involucra elementos,</p>	
<p>materia. 5. <b>Enfoque Diferencial:</b> 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. 6. <b>Logística Agropecuaria:</b> 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. <b>Mercadeo Agropecuario:</b> Se define como el conjunto de actividades económicas que implican el traslado de</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. 7. <b>6. Mercadeo Agropecuario:</b> 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. <b>7. Ordenamiento Productivo:</b> 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. 9. <b>8. Sector Agropecuario:</b> 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</p>		<p>productos de origen agropecuario, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco normativo e institucional 8. <b>Ordenamiento Productivo:</b> 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. 9. <b>Sector Agropecuario:</b> 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</p>	<p>transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos. 10. <b>9. Mercados campesinos:</b> 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 organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (1) ausencia o mínima 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>transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos.</p> <p><b>10. Mercados campesinos:</b> 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 organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (1) ausencia o mínima 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,</p>			<p>escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.</p>		
			<p><b>Artículo 3°. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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. <b>Parágrafo.</b> Las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional en el diseño e implementación de la Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p>	<p><b>Artículo 3°4. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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. <b>Parágrafo.</b> 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 adecua la numeración.</p>
			<p><b>Artículo 4°. Objetivos de la Política Nacional de</b></p>	<p><b>Artículo 4° 5. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b></p>	<p>Se adecua la numeración.</p>
<p><b>Mercadeo Agropecuario.</b> 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.</p>	<p>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.</p>		<p>4. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productos 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 etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica para productos agropecuarios, la 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</p>	<p>de tecnologías digitales y avanzadas en todas etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica 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</p> <p>de tecnologías digitales y avanzadas en todas etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica 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</p> <p>de tecnologías digitales y avanzadas en todas etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica 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</p> <p>de tecnologías digitales y avanzadas en todas etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica 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</p>	

<p>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 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 y del agua. 9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria reconociendo la producción agropecuaria como parte integral de su recuperación y protección.</p>			<p><b>Artículo 5°. Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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</p>	<p><b>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b></p> <p><b>Artículo 5°. Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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</p>	<p>descripción del capítulo para ordenar el proyecto de ley.</p> <p>Se adecua la numeración.</p>
	<b>Capítulo II</b>	Se incluye la			
<p>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. 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>de autoridad ambiental o demás mecanismos 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>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>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><b>Artículo 11°. Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> A partir de la entrada en vigencia de la presente Ley el Ministerio de Agricultura y</p>	<p><b>Artículo 11°. Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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</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><b>Artículo Nuevo.</b> 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><b>Artículo 8 Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Nuevo.</b> 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>
			<b>Capítulo III Ordenamiento de la Producción Agrícola</b>		<p>Se incluye un capítulo para la mejor organización del proyecto de ley.</p>
			<p><b>Artículo 6°. Componente de</b></p>	<p><b>Artículo 9. 6°. Componente de Ordenamiento de la</b></p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p><b>Ordenamiento de la Producción Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel</li> </ol>	<p><b>Producción Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de</li> </ol>		<p>territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo climático y cambio climático y tomar mejores decisiones basadas en</li> </ol>	<p>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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</li> <li>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</li> <li>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los</li> </ol>	
<p>información de clima y su impacto sobre los cultivos.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</li> <li>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</li> <li>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y.</li> </ol>	<p>territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>		<p>competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>		
			<p><b>Artículo. Nuevo.</b> 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><b>Artículo 10. Centros de Investigación. Nuevo.</b> 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>Se incluye el artículo nuevo aprobado en Cámara en este capítulo y se incluye el título del artículo para conservar el estilo del proyecto de ley.</p>
				<p><b>Capítulo IV Logística Agropecuaria</b></p>	<p>Se incluye un capítulo para la mejor organización del proyecto de ley.</p>
			<p><b>Artículo 7°. Componente de Logística Agropecuaria.</b> La Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación de La Política Nacional de</p>	<p><b>Artículo 11, 7°. Componente de Logística Agropecuaria.</b> La Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>

<p>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"> <li>1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</li> <li>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.</li> <li>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,</li> </ol>	<p>Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</li> <li>5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero</li> </ol>		<p>alastamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</li> <li>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.</li> <li>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</li> <li>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</li> </ol>	<p>afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos origen agropecuario nacionales.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</li> </ol>	
<p>agropecuarios.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</li> </ol>			<p>responsable, que se encargue de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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, <u>tales como mercados campesinos y otras formas de comercialización de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.</u></li> </ol>	<p>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, <del>agricultura por contrato</del> y demás instrumentos que faciliten los canales de comercialización.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>3. Realizar análisis de los programas, proyectos y estrategias de comercialización y promover propuestas de unificación para evitar la atomización</li> </ol>	
	<p><b>Capítulo V</b> <b>Comercialización Agropecuaria</b></p>	<p>Se incluye un capítulo por temas de forma y organización.</p>			
<p><b>Artículo 8º. Componente de Comercialización Agropecuaria.</b> 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</p>	<p><b>Artículo 12 8º. Componente de Comercialización Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Articular todos los programas, proyectos y/o estrategias de inclusión</li> </ol>	<p>Se adecua la numeración. Se elimina el concepto agricultura por contrato pues se eliminó en las definiciones. Se incluyen los mercados campesinos como formas de comercialización.</p>			

<p>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 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</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 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><b>Parágrafo primero.</b> La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales</p>		<p>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 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> <p><b>Parágrafo primero.</b> 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</p>	<p>y comunitarios, entre otros. Adicionalmente, la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario realizará una articulación con el Sistema Nacional para la garantía progresiva del Derecho a la alimentación y programa hambre cero, artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.</p>	
<p>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>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><b>Artículo 9º. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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</p>	<p><b>Capítulo VI</b> <b>Seguimiento, Actualización y Vigencia</b></p> <p><b>Artículo 9º-13. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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. 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>Se incluye un capítulo por temas de forma y organización.</p> <p>Se adecua la numeración.</p>	<p><b>Artículo 10º. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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 noveno de la presente ley.</p>	<p><b>Artículo 14 40º. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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 noveno de la presente ley.</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>
			<p><b>Artículo 12. Vigencia.</b> La presente ley rige desde la fecha de promulgación</p>	<p><b>Artículo 15 42. Vigencia.</b> La presente ley rige desde la fecha de promulgación</p>	<p>Se adecua la numeración.</p>



7. 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

Referencias

Castellanos, W. (2022). *Proyecto de Ley "Por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y se dictan otras disposiciones"*. Cruz, L. (2021). Wikipedia. Retrieved April 30, 2024, from [https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticia/utp/z0/y9DsiwEINhaUjulBKgLFQEIIMDAI1t6AjdqDNtefghH8WhgQC4#f7INCbmgpwcXFFg8VUPOUZ9X6008SxO1VzrRKtWHZLGMT\\_PjScEO8H9heOB22IKaMQH9wyQndIFqu7WUaSo\\_02107JR514CWyY-ki9156tjK0v7](https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticia/utp/z0/y9DsiwEINhaUjulBKgLFQEIIMDAI1t6AjdqDNtefghH8WhgQC4#f7INCbmgpwcXFFg8VUPOUZ9X6008SxO1VzrRKtWHZLGMT_PjScEO8H9heOB22IKaMQH9wyQndIFqu7WUaSo_02107JR514CWyY-ki9156tjK0v7)  
Lozano, I., & Restrepo, J. C. (2016). El papel de la infraestructura rural en el desarrollo agrícola en Colombia. In *Libro de Agricultura*.  
Pastrán, A. (2021, September 3). *Colombia solo tiene cultivado 17,5% de hectáreas del total de su potencial agrícola*. LaRepublica.co. Retrieved April 30, 2024, from <https://www.larepublica.co/economia/colombia-solo-tiene-cultivado-17-5-de-hectareas-del-total-de-su-potencial-agricola-3226800>  
Rojas, M. (2019). *ANÁLISIS DE LOS MERCADOS CAMPESINOS COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD SOCIOECONÓMICA PARA LA POBLACIÓN RURAL COLOMBIANA*. Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria. (2023, May 16). *Sala de Prensa El sector agropecuario empieza a repuntar con una variación en el PIB de 0,3 % durante el primer trimestre del 2023*. UPRA. Retrieved April 30, 2024, from <https://upra.gov.co/es-co/saladeprensa/Paginas/El-sector-agropecuario-empieza-a-repuntar-con-una-variación-en-el-PIB-de-0,3-durante-el-primer-trimestre-del-2023.aspx>

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

**Artículo 2º 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 3º 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 d información sobre grupos poblacionales

con características particulares de 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.

**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 organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (1) ausencia o mínima 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.

**Artículo 4º Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.** En un plazo de un (1) año, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en las que se identifiquen y determinen estrategias, prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario.

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

**Artículo 5º. 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.

<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 productos 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 geográfico, 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>8. Fomentar prácticas agrícolas sostenibles y resilientes al cambio climático 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 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 style="text-align: center;"><b>Capítulo II</b> <b>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b></p> <p><b>Artículo 6° Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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 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</p>	<p>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><b>Artículo 7° .Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</b> 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><b>Artículo 8° Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.</b> 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 style="text-align: center;"><b>Capítulo III</b> <b>Ordenamiento de la Producción Agrícola</b></p> <p><b>Artículo 9° . Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>6. Aumentar la competitividad de la producción de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria. Entre otros,</li> </ol>
<p>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 socio-económica y climática.</p> <p><b>Artículo 10° .Centros de Investigación:</b> 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 style="text-align: center;"><b>Capítulo IV</b> <b>Logística Agropecuaria</b></p> <p><b>Artículo 11° . Componente de Logística Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</li> <li>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.</li> <li>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Capítulo V</b> <b>Comercialización Agropecuaria</b></p> <p><b>Artículo 12° . Componente de Comercialización Agropecuaria.</b> 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>5. Identificar nuevas oportunidades de mercado externo de productos de origen agropecuario.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>8. Incentivar la ampliación y mejora de la infraestructura de transporte almacenamiento y procesamiento, in pro de</li> </ol>