CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA
CÁMARA DE REPRESENTANTES

Wilmer Castellanos
REPRESENTANTE A LA CÁMARA

Bogotá, D.C., Noviembre de 2022

H.R. David Ricardo Racero
Presidente
Honorable Cámara de Representantes
Congreso de la República
Ciudad

Asunto: Presentación del 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*".

En ejercicio de la facultad prevista en el artículo 140 numeral 1° de la Ley 5ª de 1992, presento a consideración del Congreso de la República el 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"*, con el fin de surtir el respectivo trámite legislativo.

Cordialmente,

WILMER CASTELLANOS HERNÁNDEZ
Representante a la Cámara por Boyacá
Partido Alianza Verde

Cra. 7 No. 8 – 68 Of. 325. Edificio Nuevo del Congreso. Bogotá.
Correo: wilmer.castellanos@camara.gov.co
Teléfono: 3904050 ext. 3178

Katherine Miranda Peña Representante a la Cámara	**Juan Diego Muñoz Cabrera** Representante a la Cámara
Flora Perdomo Andrade Representante a la Cámara	**Elkin Rodolfo Ospina** Representante a la Cámara
Jaime Rodríguez Contreras Representante a la Cámara	**Olga Lucia Velásquez Nieto** Representante a la Cámara
Wilder Escobar Representante a la Cámara	**Julio Roberto Salazar** Representante a la Cámara
Liliana Rodriguez	Duvalier Sanchez Rep valle - Verde.

Cra. 7 No. 8 – 68 Of. 325. Edificio Nuevo del Congreso. Bogotá.
Correo: wilmer.castellanos@camara.gov.co
Teléfono: 3904050 ext. 3178

Karen K Manrique O CITREP Z ARAUCA.	Nicolas Barguil C.
	Carolina Espitia
Fabian Diaz Plata	BOYACÁ

Carrera 7 No. 8-68 Piso 3, Of. 325- Edificio Nuevo del Congreso. Bogotá
Correo: wilmer.castellanos@camara.gov.co
Teléfono 4325100 – Ext. 4302/03

PROYECTO DE LEY 291 DE 2022

"Por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la PolíticaNacional de Mercadeo Agropecuario y se dictan otras disposiciones"

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA

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

Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la presenta Ley aplican las siguientes definiciones:

1. **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.
2. **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 legal e institucional.
3. **Ordenamiento Productivo:** Proceso de planificación participativo y multisectorial de carácter técnico, administrativo y político, que permite la armonización de los usos agropecuarios y la tenencia de la tierra rural, privilegiando el adecuado equilibrio entre la producción agropecuaria (agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, la adecuación y transformación de la producción) el uso eficiente del suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial
4. **Logística Agropecuaria:** Proceso funcional a la cadena de valor que involucra elementos, procesos y actores que intervienen y se interrelacionan para permitir la trasferencia y adecuación de los bienes agropecuarios desde las zonas de producción hasta las zonas de consumo.
5. **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.
6. **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

7. **Circuitos Cortos de Comercialización:** Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.
8. **Encadenamientos Productivos:** Formas de articular a las explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.
9. **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, etc.

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, mecanismos de mediano y largo plazo que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario.

Parágrafo 1. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario integrará tres (3) componentes principales: i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria y iii) Comercialización Agropecuaria.

Parágrafo 2. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas 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 4°. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario los siguientes:

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

5. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.

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, la Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria (UPRA), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 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) o demás mecanismos de interacción regional y con la academia.

Artículo 6°. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria que se encargará de:

1. Realizar análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional y estudios de tendencias del mercado externo, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e identificación de oportunidades de exportación.
2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo.
3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad 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 demanda y oferta de productos agropecuarios.
5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo 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.

Artículo 7°. Componente de Logística Agropecuaria. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria que se encargue de:

1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento y transporte

de productos agropecuarios.

2. Identificar, priorizar y promover la construcción y/o mejoramientos de vías terciarias relevantes que faciliten los procesos de transporte de productos de origen agropecuario para comercialización nacional o para exportación.
3. Formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento y transporte de productos agropecuarios.
4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.

Artículo 8°. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria 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, agricultura por contrato o 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.
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.
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.

.

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 impacto cada cuatro (4) años de su implementación.

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 impacto planteadas en el artículo noveno de la presente ley.

Artículo 11° Vigencia. La presente ley rige desde de la fecha de su promulgación.

Cordialmente,

WILMER CASTELLANOS HERNÁNDEZ
Representante de la Cámara
Partido Alianza Verde

Katherine Miranda Peña Representante a la Cámara	**Juan Diego Muñoz Cabrera** Representante a la Cámara
Flora Perdomo Andrade Representante a la Cámara	**Elkin Rodolfo Ospina** Representante a la Cámara
Jaime Rodríguez Contreras Representante a la Cámara	**Olga Lucía Velásquez Nieto** Representante a la Cámara

Wilder Escobar Representante a la Cámara	**Julio Roberto Salazar** Representante a la Cámara
Karen A. Manrique O. CITREP 2 ARAUCA	Carolina Espitia.
magdalena.	Fabian Diaz Plata
Liliana Rodriguez V.	
	Duvalier Sanchez Rep Valle - Verde.

Cra. 7 No. 8 – 68 Of. 325. Edificio Nuevo del Congreso. Bogotá.
Correo: wilmer.castellanos@camara.gov.co
Teléfono: 3904050 ext. 3178

1. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1.1. Justificación

Si bien existen varias entidades que de acuerdo a sus competencias intervienen en los procesos asociados al mercadeo agropecuario, lo hacen aisladamente y no con una visión holística. Es por ello que resulta indispensable plantear una política nacional mediante la cual se articulen los procesos asociados al mercadeo agropecuario, iniciando con un eficiente ordenamiento de la producción agropecuaria en el cual se defina ¿qué se debe producir?, ¿en dónde producirlo y ¿cuánta cantidad producir?, atendiendo a la demanda nacional y garantizando la seguridad alimentaria.

Adicionalmente la política debe articular la logística de los productos agropecuarios, de manera tal que se optimicen estos procesos, se reduzcan costos y tiempos de transporte entre otros y facilitar los procesos de comercialización, de manera tal que se reduzca la intermediación y aumente la rentabilidad para los productores agropecuarios. Para entender esta problemática, se procederá a señalar de manera más detallada, las deficiencias encontradas en los procesos de ordenamiento, agrologística y comercialización.

Ordenamiento

Considerando las condiciones geográficas y climáticas tropicales a lo largo del territorio nacional, Colombia puede desarrollar una variada y amplia producción de alimentos durante todo el año, sin embargo, no se ha logrado explotar todo el potencial agrícola del país.

De conformidad con la frontera agrícola nacional, el cual corresponde al límite de suelo rural que divide las áreas en las que se puede desarrollar actividades agropecuarias de las que están excluidas tales como las de importancia ambiental estratégica para el país (páramos, humedales, bosques naturales etc.), Colombia cuenta con 39.600.143 hectáreas con potencial agropecuario, correspondiente al 34.7% del territorio continental[1] (UPRA, 2022).

Del potencial agropecuario, en Colombia sólo se aprovechan alrededor de 7 millones de hectáreas, equivalente a poco más del 17.5% del territorio nacional (UPRA, 2021), lo que refleja un uso ineficiente del suelo.

[1] La actual identificación de la frontera agrícola contribuye a proteger áreas de exclusión legal, estimadas en 26.438.786 ha (23,1 % del área del territorio continental), y áreas de bosques y otras coberturas no agropecuarias, 48.036.042 ha (42,2 % del área del territorio continental).

Este fenómeno también ha sido identificado por la Fundación para la Educación y el Desarrollo (Fedesarrollo) en un informe realizado en el año 2019 sobre el uso potencial y efectivo de la tierra agrícola con base en los resultados del Censo Nacional Agropecuario del Año 2014.

Si bien las cifras de este estudio varían levemente con respecto a los datos de la Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria (UPRA), Fedesarrollo coincide en que existe una subutilización del suelo agrícola del país, toda vez que sólo se aprovecha el 25% de las tierras que tienen vocación agrícola (FEDESARROLLO, 2019).

Adicionalmente, este estudio identifica que la coincidencia entre uso y vocación del suelo es baja. Por ejemplo, se destaca que sólo el 19% de la producción de Café está ubicada en tierras que se clasifican con vocación agrícola o que el cultivo de plátano tiene altos niveles de conflicto en uso del suelo ya que su producción se concentra principalmente en tierras de vocación forestal (FEDESARROLLO, 2019).

De esta manera, se puede deducir 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 mercadeo de productos de origen agropecuario.

Logística Agropecuaria

En medio de los procesos iniciales de producción agropecuaria hasta los de comercialización, se encuentra una etapa que puede ser denominada logística agropecuaria, en las que se incluyen procesos de recolección y acopio, alistamiento y almacenamiento, hasta el transporte y distribución.

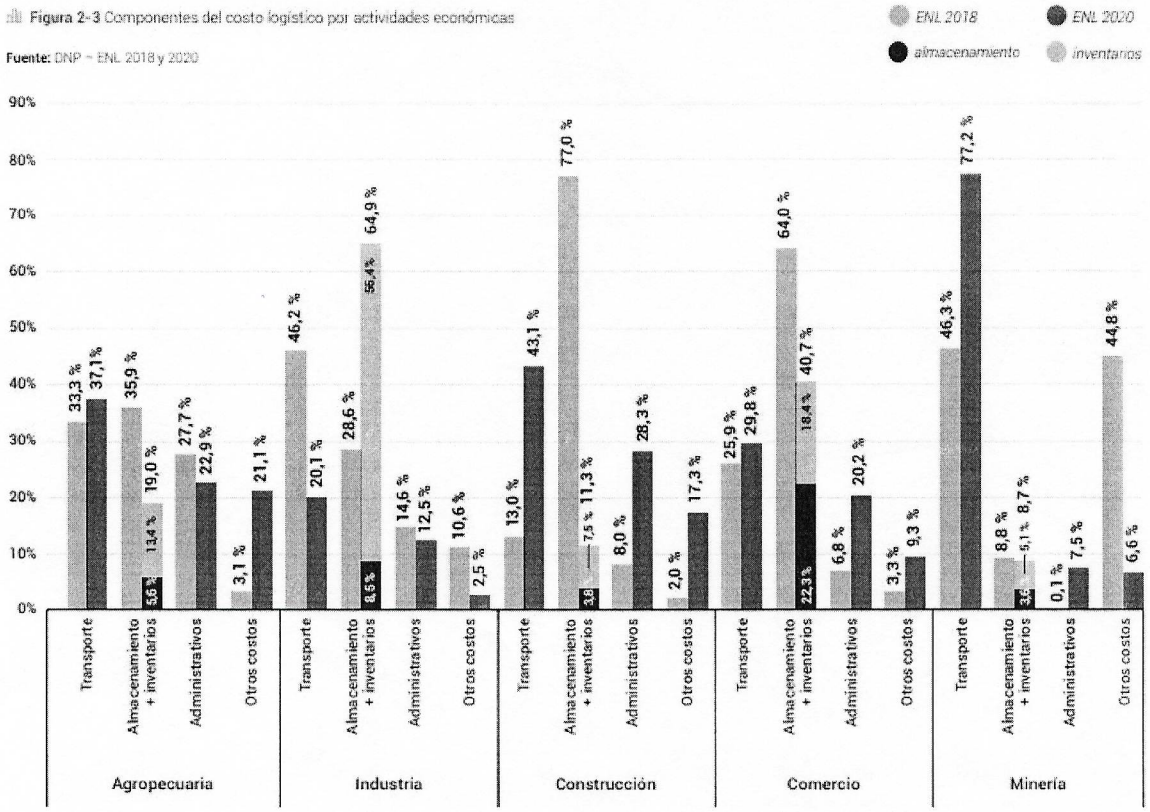
De conformidad con los resultados para la Misión para la Transformación del Campo y algunos estudios realizados por el Departamento Nacional de Planeación, se logró identificar que los principales problemas en las cadenas de producción agrícola y las pérdidas y desperdicios de alimentos en el país, se deben principalmente por deficiencias en las etapas de producción y distribución, por carencias logísticas e infraestructura inadecuada, entre otros factores (DNP, 2016).

Es así como en el marco de la formulación del Plan Nacional de Logística que realizó el DNP en 2020 (CONPES 3982) se identificó que el sector agropecuario requería de acciones particulares y diferenciadas para atender sus principales problemas y cuellos de botella (DNP, 2020)

Según la Encuesta Nacional de Logística (ENL) de 2020, el sector agropecuario tiene el segundo mayor costo logístico relativo a las ventas correspondiente al 22.3% sólo superado por el sector minero con un costo del 25.1%. Adicionalmente es importante resaltar que en comparación con la ENL de 2018 el costo logístico con respecto a las ventas del sector

agropecuario era del 12.8%, lo que demuestra que las dificultades agrologisticas se han venido acentuado (DNP, Encuesta Nacional Logística, 2020).

También es importante mencionar que las ENL 2018 y 2020 evidenciaron que los principales componentes del costo logístico en el sector agropecuario son el transporte, el cual incrementó del 33.3% al 37.1% tal como se puede evidenciar en la siguiente gráfica:



Fuente: (DNP, Encuesta Nacional Logística, 2020).

Estos retos identificados para el sector agro en la Encuesta Nacional Logística pueden ser explicados en cierta medida porque no existen procesos integradores y de armonización de acciones intersectoriales que aborden las problemáticas a nivel de logística agropecuaria. Es por ello que resulta indispensable fortalecer los mecanismos de articulación de Gobierno Nacional y de los territorios de conformidad con los requerimientos logísticos de las diversas cadenas productivas agropecuarias.

Si bien, el Gobierno Nacional ha adelantado algunos espacios de articulación tal como Comité de Logística y Comercio Exterior y el Centro de la Logística y el Transporte[2], aún

[2] Decreto número 482 de 2020 "Por el cual se dictan medidas sobre la prestación del servicio público de transporte y su infraestructura, dentro del Estado de Emergencia, Económica, Social y Ecológica."

persiste la necesidad de articular de mejor manera las necesidades logísticas en materia agropecuaria.

Ahora bien, con respecto al accionar del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, es importante mencionar que este despacho junto con sus entidades adscritas ha generado ciertos programas, proyectos y/o estrategias enfocadas en fortalecer los procesos asociativos y promover la inclusión productiva, pero pocos de estos han contemplado componentes asociados a la logística agropecuaria.

Si bien de la actual oferta institucional actual se resaltan los Proyectos Integrales de Desarrollo Agropecuario y Rural de la Agencia de Desarrollo Rural, los cuales contemplan un componente de Acceso a Activos Productivos o la Línea 2 de Mejoramiento de la Infraestructura productiva, física y social en las áreas rurales del Fondo de Fomento Agropecuario del Ministerio de Agropecuario, su alcance es corto para las diversas demandas y requerimientos sobre logística agropecuaria que demanda el país.

Comercialización

En el marco de la Misión para la Transformación del Campo se han identificado debilidades asociadas a la comercialización de productos agropecuarios tales como "la falta de institucionalidad apropiada, la falta de infraestructura, la falta de estándares y de adopción de buenas prácticas, el abuso de posición dominante en ciertos eslabones de las cadenas, y la falta de información" (DNP, Mision para la Transformación del Campo, 2016).

Bajo este contexto es importante resaltar que el Gobierno Nacional ha hecho algunos avances para atender estas problemáticas mediante la formulación del "*Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la Producción de la Economía Campesina Familiar y Comunitaria*" derivado de la Reforma Rural Integral del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto Armado y la Construcción de una Paz Estable y Duradera.

Si bien la formulación del Plan está orientada en fortalecer los mecanismos de articulación con otros sectores, no considera algunos elementos innovadores en materia de comercialización tales como la Agricultura por Contrato ni tampoco se alinea con los procesos de ordenamiento de la producción y de logística agropecuaria.

Es por ello que aún persisten problemas de la alta intermediación en la comercialización, la baja adopción de esquemas de agricultura por contrato y el limitado uso de información para la toma de decisiones de los productores (DNP, CONPES Competitividad Agropecuaria, 2022)

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).

Considerando todos estos obstáculos que se presentan en los procesos de comercialización de productos de origen agropecuario, resulta indispensable que desde el Gobierno Nacional se adelanten intervenciones de política integrales que optimicen los recursos estatales invertidos en facilitar los procesos de comercialización agropecuaria y que a su vez aumenten la cobertura a nivel nacional.

Desarticulación Intersectorial

De conformidad con la Misión para la Transformación del Campo, en el país hay una baja efectividad del gasto público en el sector rural, toda vez que existe duplicidad y desarticulación en las intervenciones por parte del Estado (DNP, Mision para la Transformación del Campo, 2016, pág. 109).

Esto fue reconfirmado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su más reciente y preliminar análisis sobre la política rural de Colombia, en el cual señaló que *"un mayor grado de coordinación ayudaría a aumentar la eficiencia de las políticas y elevar los estándares de bienestar rural"* (OCDE, 2022).

Incluso, de manera interna el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural evidenció esta problemática y por ello planteó dentro de su Plan Estratégico Sectorial 2019-2022 *"Campo con Progreso, Transformación Productiva, Competitividad y Desarrollo Rural"* la necesidad de mejorar la articulación entre los diversos actores del sector agropecuario y desarrollo rural, así como la de Gobierno Nacional con los actores a nivel territorial (MADR, 2019).

Por mencionar, uno de los problemas asociados a la desarticulación sectorial, se resalta el de la comercialización. Si bien existen algunos programas asociados a mejorar los canales de comercialización de los productores rurales que desarrollan el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la Agencia de Desarrollo Rural, la Unidad Administrativa de Organizaciones Solidarias, entre otros, no se articulan entre si y por ende, se limita su impacto en los territorios.

1.2. Presentación y síntesis del proyecto

En atención a las diversas problemáticas previamente mencionadas, el presente proyecto de ley busca crear y establecer la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, compuesto por 3 componentes principales que se articulan entre sí, de manera tal que ser promueva un proceso eficiente de producción y comercialización de productos de origen agropecuario.

El componente de ordenamiento de la producción tiene por objeto fortalecer la planificación participativa y multisectorial de carácter técnico, administrativo y político, que permita la armonización de los usos agropecuarios y la tenencia de la tierra rural, privilegiando el adecuado equilibrio entre la producción agropecuaria (agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, la adecuación y transformación de la producción) el uso eficiente del suelo y la sostenibilidad social, ambiental y económica, orientado al logro de la competitividad sectorial.

Para ello, se plantea que el componente desarrolle análisis sobre la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional y estudios de tendencias del mercado externo, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e identificación de oportunidades de exportación, con el fin de evitar sobre-producción o sub-producción de algunas cadenas y por ende evitar variaciones fuertes de los precios de productos de origen agropecuario de vital importancia para el país.

Este proceso de planificación debe desarrollarse de manera articulada con las regiones y el territorio de manera tal que la producción sea lo más planificada posible, atendiendo a las necesidades de demanda y optimizando la productividad del uso del suelo y considerando la protección del medioambiente.

Sin embargo, el proceso de ordenamiento producción agropecuaria debe ir acompañado también de una planificación de los procesos de recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento y transporte de productos agropecuarios, motivo por el cual el presente proyecto de ley plantea la creación de un componente de logística agropecuaria.

Este componente debe formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento y transporte de los productos agropecuarios. Esto implica, entre otras cosas, que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural coordine con el Ministerio de Transporte el desarrollo de vías terciarias que permitan reducir costos y tiempos de transporte de origen agropecuario, de las principales cadenas productivas del país.

Finalmente, el proyecto de ley plantea la creación de un tercer componente encargado de crear, fortalecer y articular los diversos programas, proyectos y estrategias para facilitar la comercialización de productos agropecuarios tanto para abastecimiento nacional como para aprovechamiento de mercados externos. De esta manera se evitaría la atomización de

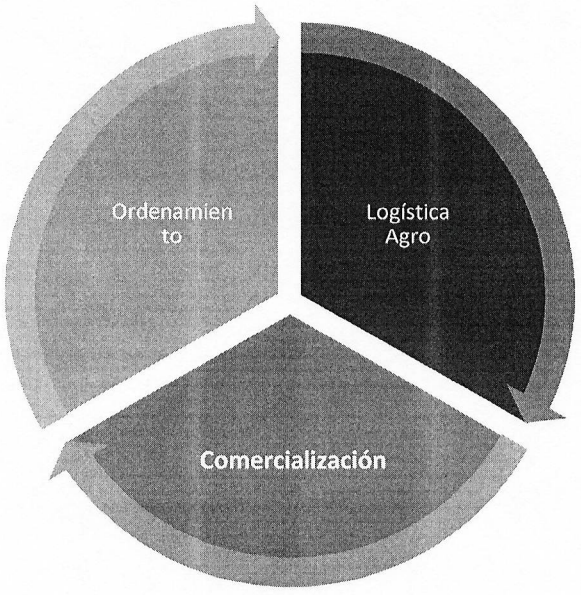
recursos destinados a la comercialización con el fin de mejorar la funcionalidad, impacto, y recursos de los instrumentos de intervención.

El componente debe enfocarse en la reducción de la intermediación de los pequeños y medianos productores a nivel nacional mediante estrategias de circuitos cortos de comercialización, agricultura por contrato, y demás, de manera tal que la remuneración de los campesinos sea cada vez mejor.

A su vez, el componente debe encargarse de promover gradualmente que todos los programas de emprendimiento, generación de ingresos e inclusión productiva sean complementados con estrategias de comercialización, con el fin de brindar mayor acompañamiento al campesino hasta el último eslabón de la cadena y garantizar digna remuneración por su trabajo.

Todos estos componentes de la política deben articularse entre sí, para tener una visión holística del mercadeo agropecuario de Colombia y de sus diversas etapas a través del Consejo Superior del SINAMA, en el cual se articularán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Transporte, Presidencia de la República y los territorios, en aras de fortalecer todo el proceso de mercadeo.

Política Nacional de Mercadeo Agropecuario



Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, es importante mencionar que este proyecto de ley se plantea en consideración con la coyuntura nacional y el marco fiscal de mediano plazo[3], toda vez que para su desarrollo no es necesario la creación de nuevas instituciones y burocracia, sino que busca articular de mejor manera los diversos actores que participan en la formulación y ejecución de políticas que impactan la cadena de valor de la producción y el mercadeo agropecuario.

Alineación con Objetivos de Desarrollo Sostenible

La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, se articula de manera transversal con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, sin embargo, se resalta su impacto en los siguientes ODS:

Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo: Este proyecto de ley tiene por objeto de facilitar y fortalecer los procesos de comercialización de los pequeños y medianos productores rurales, promoviendo de este modo, lo establecido en la meta 1.1 y 1.2 de este objetivo, relacionado con la reducción de la pobreza extrema y la pobreza en todas sus dimensiones.

Objetivo 2. Poner fin al Hambre. Particularmente este proyecto de ley se alinea en gran medida con el objetivo de hambre cero toda vez que pretende aumentar la productividad agrícola (meta 2.3), aumentar la infraestructura rural (meta 2.a) asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios (2.C) y por supuesto a reducir el hambre mediante procesos de ordenamiento de la producción y comercialización eficientes (metas 2.1 y 2.2)

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. A través del componente de comercialización, se espera disminuir el desempleo en el nivel rural, fortaleciendo la actividad productiva y su incursión a los mercados tanto nacional como externo.

Objetivo 10. Reducción de las Desigualdades: El componente de comercialización tiene por objeto plantear mecanismos de comercialización que faciliten la inserción de pequeños y medianos productores agropecuarios a esquemas de comercialización que reduzcan la intermediación, por ejemplo, a

[33] El Marco Fiscal de Mediano Plazo 2022 tiene como meta reducir el déficit fiscal a 5.6% del valor del PIB en2022, lo cual implica un esfuerzo significativo por parte del Gobierno Nacional de controlar y/o reducir el gasto público.

través de circuitos cortos de comercialización o agricultura por contrato de manera tal que se reduzcan las desigualdades en la población rural.

Objetivo 11. Acción por el clima: El componente de ordenamiento considera en sus procesos de planificación la protección de recursos medioambientales de interés a nivel nacional de conformidad con la Frontera Agrícola. Esto garantiza, entre otras cosas, que se protejan los bosques naturales, paramos, humedales y demás recursos que hacen parte de la biodiversidad nacional.

Contribución con el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto Armado y la Construcción de una Paz Estable y Duradera

Este proyecto de Ley contribuye a su vez con lo establecido en el Acuerdo de Paz, particularmente en el punto 1. Reforma Rural Integral (RRI) toda vez que también busca *"promover el uso adecuado de la tierra de acuerdo con su vocación"* (AFP, 2016, pág. 10) contemplado en el componente de ordenamiento de la política y también porque busca la *"erradicación del hambre, la generación de empleo e ingresos, la dignificación y formalización del trabajo, la producción de alimentos"* (AFP, 2016, pág. 11) considerado en el componente de comercialización de la Política.

Esto quiere decir que este proyecto tiene incidencia principalmente en el punto 1.1 *"Acceso y Uso. Tierras improductivas. Formalización de la propiedad. Frontera agrícola y protección de zonas de reserva"* toda vez que busca mejorar el proceso de planificación agropecuaria de acuerdo con la vocación del suelo, y por supuesto en consideración con los límites establecidos por la frontera agrícola, respetando todos los recursos medioambientales del país.

Adicionalmente el proyecto se alinea con el punto 1.3.3." *Estímulos a la producción agropecuaria y a la economía solidaria y cooperativa. Asistencia Técnica. Subsidios. Crédito. Generación de ingresos. Mercadeo. Formalización laboral"* ya que plantea la articulación de los programas de generación de ingresos, inclusión productiva y emprendimientos con estrategias de comercialización que reduzcan la intermediación, reduzcan la incertidumbre y garanticen una remuneración apropiada para los productores agropecuarios.

Todos los componentes de la política en conjunto contribuyen a su vez a lo establecido en el punto 1.3.4 *"Sistema para la garantía progresiva del derecho a la alimentación"* al mejorar la productividad y los procesos de comercialización agropecuaria.

Impacto en la Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria

Considerando que el proyecto de ley tiene por objeto articular los procesos de producción agropecuaria hasta su comercialización, este tiene una clara correlación con la disminución de la pérdida de alimentos y de fortalecer la política de seguridad y soberanía alimentaria.

A través del componente de ordenamiento se fortalecen los procesos de planificación de manera tal que se aumenta la productividad agropecuaria en el país de acuerdo con la demanda de alimentos nacional. Así mismo, mediante el componente de logística agropecuaria se espera optimizar los procesos de recolección y acopio, alistamiento y almacenamiento, hasta el transporte y de este modo contribuir a la reducción de perdida de alimentos.

Adicionalmente el componente de comercialización pretende reducir los procesos de intermediación, de manera tal que a los productores agropecuarios puedan optimizar su margen de rentabilidad, pero a su vez reducir las presiones inflacionarias a los precios de productos agropecuarios.

3. Fuentes consultadas (Bibliografía, Webgrafia)

AFP. (2016). *Acuerdo FInal de Paz.* Obtenido de https://www.jep.gov.co/Marco%20Normativo/Normativa_v2/01%20ACUERDOS/T exto-Nuevo-Acuerdo-Final.pdf?csf=1&e=0fpYA0

DNP. (2016). *Mision para la Transformación del Campo.* Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/El%20CAMPO%20COLOMBIANO%20UN%20CAMINIO%20HACIA%20EL%20BIENESTAR%20Y%20LA%20PAZ%20MTC.pdf

DNP. (2016). *Pérdidas y Desperdicio de Alimentos en Colombia.* Obtenido de https://mrv.dnp.gov.co/Documentos%20de%20Interes/Perdida_y_Desperdicio_de_Alimentos_en_colombia.pdf

DNP. (2020). *Encuesta Nacional Logística.* Obtenido de https://plc.mintransporte.gov.co/Portals/0/News/Encuesta%20Nacional%20Logística%202020.pdf?ver=2021-09-24-211753-007

DNP. (2020). *Plan Nacional de Logística.* Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3982.pdf

DNP. (2022). *CONPES Competitividad Agropecuaria.* Obtenido de https://www.ambitojuridico.com/sites/default/files/2022-07/CONPES-4098-22.pdf

FEDESARROLLO. (2019). *Uso potencial y efectivo de la tierra agrícola en Colombia: Resultados del Censo Nacional Agropecuario.* Obtenido de https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/4079/Repor_Septiembre_2019_Delgado_05_05_2022.pdf?sequence=4&isAllowed=y

MADR. (2019). *Plan Estrategico Sectorial 2019-2022.* Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/PLANEACION/Planes_Estrategicos_Sectoriales_Institucionales/Plan es%20Estrategicos%202019%20-%202022/PLAN_ESTRATEGICO_SECTORIAL_AGROPECUARIO_Y_RURAL_2019_2022
.pdf

OCDE. (2022). *Resumen Ejecutivo Preliminar Revisión OCDE de la Política Rural Colombia.* Obtenido de https://www.oecd.org/regional/rural-development/Rural-Policy-Review-Colombia-PH.pdf

UPRA. (21 de Septiembre de 2021). Obtenido de https://upra.gov.co/sala-de-prensa/noticias/-/asset_publisher/GEKyUuxHYSXZ/content/colombia-26-5-millones-de-hectareas-con-vocacion-agro

UPRA. (21 de Agosto de 2022). *Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria.* Obtenido deSistema Integrado de Planificación Rural y Agropecuaria SIPRA: https://sipra.upra.gov.co/

CAMARA DE REPRESENTANTES
SECRETARÍA GENERAL

El día 22 de Nov del año 2022

Ha sido presentado en este despacho el

Proyecto de Ley X Acto Legislativo _____

No. 291 Con su correspondiente

Exposición de Motivos, suscrito Por: HR Wilmer Castellanos

SECRETARIO GENERAL