



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXXIII - N° 906

Bogotá, D. C., lunes, 17 de junio de 2024

EDICIÓN DE 14 PÁGINAS

DIRECTORES:

GREGORIO ELJACH PACHECO

SECRETARIO GENERAL DEL SENADO

www.secretariasenado.gov.co

JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA

SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA

www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

CÁMARA DE REPRESENTANTES

INFORMES DE CONCILIACIÓN

INFORME DE CONCILIACIÓN DEL PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA NÚMERO 273 DE 2024 SENADO, 157 DE 2023 CÁMARA

por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones.

INFORME DE CONCILIACIÓN DEL PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA NO. 273 DE 2024 SENADO – 157 DE 2023 CÁMARA

“Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones”

Bogotá D.C., junio de 2024.

Honorable Senador
IVAN LEONIDAS NAME VÁSQUEZ
Presidente del Senado de la República

Honorable Representante
ANDRES DAVID CALLE AGUAS
Presidente de la Cámara de Representantes

Asunto. Informe de conciliación del Proyecto de Ley Estatutaria No. 273 de 2024 Senado – No. 157 de 2023 Cámara.

Señores Presidentes,

En cumplimiento de la designación efectuada por las Presidencias del honorable Senado de la República y la honorable Cámara de Representantes, nos permitimos someter a consideración de las Plenarias de Senado y de la Cámara de Representantes para continuar su trámite correspondiente, el texto conciliado del Proyecto de Ley Estatutaria No. 273 de 2024 Senado - 157 de 2023 Cámara, “Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones”.

Cordialmente,

GERMÁN BLANCO ÁLVAREZ
Senador de la República
Partido Conservador Colombiano

CATHERINE JUVINAO CLAVIJO
Representante a la Cámara
Partido Alianza Verde

INFORME DE CONCILIACIÓN DEL PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA NO. 273 DE 2024 SENADO – 157 DE 2023 CÁMARA

“Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones”

1. Designación de los integrantes de la comisión de mediación para la conciliación.

La Mesa Directiva del Honorable Senado de la República designó como conciliador al Senador Germán Alcides Blanco Álvarez, quien tuvo a cargo la ponencia del Proyecto de Ley Estatutaria durante su trámite en el Senado de la República.

La Mesa Directiva de la Honorable Cámara de Representantes designó como conciliadora a la Representante Catherine Juvinao Clavijo, quien fungió como coordinadora ponente del Proyecto de Ley Estatutaria durante su trámite en la Cámara de Representantes.

2. Publicación de los textos aprobados por cada corporación.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 130 de la Ley 5ta de 1992, se ordenó la publicación de los textos definitivos aprobados en el Senado de la República y la Cámara de Representantes. El texto aprobado en la plenaria de la Cámara de Representantes se publicó en la Gaceta del Congreso No. 451 de 2024 y el texto aprobado en la plenaria del Senado de la República se publicó en la Gaceta del Congreso No. 874 de 2024.

3. Conciliación de los textos aprobados en el Senado de la República y la Cámara de Representantes.

Con el fin de cumplir con el encargo confiado y concluir en una propuesta unificada del texto, procedimos a realizar un estudio comparativo de los textos aprobados en las respectivas cámaras legislativas para establecer las diferencias en materia de conciliación.

El artículo 161 de la Constitución Política establece el mecanismo de subsanación de las posibles discrepancias que pudieran existir entre los textos aprobados en cada una de las Cámaras. En efecto, se dispone que cuando surgen discrepancias en las Cámaras respecto de un proyecto, ambas integrarán comisiones de conciliadores

conformadas por un mismo número de Senadores y Representantes, quienes, reunidos conjuntamente, procurarán conciliar los textos. Esa competencia se encuentra reglada en los artículos 186 y siguientes de la Ley 5 de 1992 bajo cuyo tenor le corresponderá a los Presidentes de las Cámaras integrar las Comisiones accidentales que sean necesarias, con el fin de superar las discrepancias que surgieron respecto del articulado de un proyecto.

Sobre las Comisiones Accidentales de Conciliación la jurisprudencia constitucional ha reiterado sus competencias y atribuciones se justifican en la medida en que se busca conciliar o mediar "textos divergentes o disímiles, lo que la faculta para introducir modificaciones a los textos discordantes y crear, si es del caso, textos nuevos, si con ellos se logran superar las divergencias."

En este sentido en la Sentencia C-282 de 1995 la Corte señaló: "... la función de la comisión accidental a que alude el artículo 161 constitucional es, entonces, la de preparar el texto del artículo o artículos que habrán de reemplazar a aquél o aquellos que presentaron disparidad o diferencia en las plenarios de Senado y Cámara, siempre y cuando se adecuen al querer mayoritario del Congreso Nacional."

Por ende, para la Corte Constitucional existe un límite material a la función de la comisión de conciliadores el cual se circunscribe a los textos no coincidentes del proyecto aprobado en Cámara y el aprobado en el Senado y, por ende, sobre la materia de que éstos traten, dando la posibilidad de incluso introducir modificaciones a los textos discordantes y crear nuevas fórmulas que permitan superar las discrepancias en los textos.

Por lo anterior, de la revisión se encontraron diferencias entre los textos que fueron aprobados en cada una de las Cámaras, que se muestran en el cuadro del siguiente acápite:

TEXTO APROBADO EN EL SENADO DE LA REPÚBLICA	TEXTO APROBADO EN LA CÁMARA DE REPRESENTANTES	TEXTO ACOGIDO
Título: "Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer	Título: "Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer	Los textos son idénticos y sin discrepancias.



la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones"	la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones"	
Artículo 1°. Objeto. La presente ley en el marco del principio de transparencia, tiene por objeto promover una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, estableciendo mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas; lo cual permite fortalecer los mecanismos de participación ciudadana generando con ello un congreso abierto e inclusivo con la ciudadanía.	Artículo 1°. Objeto. La presente ley en el marco del principio de transparencia, tiene por objeto promover una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, estableciendo mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas; lo cual permite fortalecer los mecanismos de participación ciudadana generando con ello un congreso abierto e inclusivo con la ciudadanía.	Los textos son idénticos y sin discrepancias.
Artículo 2°. Rendición de cuentas de los Congresistas. Consiste en el conjunto de acciones, prácticas y procedimientos mediante los cuales los Congresistas de la República informan, explican y dan a conocer, en lenguaje claro y comprensible, los avances y resultados de su gestión congresual a los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil. Los congresistas rendirán cuentas a la ciudadanía sobre su gestión congresual, conforme a los términos establecidos en la presente Ley, la Ley 1757 de 2015, la Ley 1828 de 2017 y las demás disposiciones normativas que regulen la materia.	Artículo 2°. Rendición de cuentas de los Congresistas. Consiste en el conjunto de acciones, prácticas y procedimientos mediante los cuales los Congresistas de la República informan, explican y dan a conocer, oportunamente y en lenguaje comprensible, los avances y resultados de su gestión congresual a los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil. Los congresistas rendirán cuentas a la ciudadanía sobre su gestión congresual, conforme a los términos establecidos en la presente Ley, la Ley 1757 de 2015, la Ley 1828 de 2017 y las demás disposiciones normativas que regulen la materia.	Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República.
Artículo 3°. Modifíquese el literal j) del artículo 8 de la Ley 1828 de 2017, el cual quedará así:	Artículo 3°. Modifíquese el literal j) del artículo 8° de la Ley 1828 de 2017, el cual quedará así:	Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República.


ARTÍCULO 8o. DEBERES DEL CONGRESISTA. Además de los consagrados en la Constitución Política y en el Reglamento Interno del Congreso, son deberes de los Congresistas en ejercicio de sus funciones, los siguientes:	ARTÍCULO 8°. DEBERES DEL CONGRESISTA. Además de los consagrados en la Constitución Política y en el Reglamento Interno del Congreso, son deberes de los Congresistas en ejercicio de sus funciones, los siguientes:	
(...) j) Rendir cuentas a la ciudadanía de las acciones relacionadas con las obligaciones y responsabilidades congresuales, por medio de un informe de gestión por cada legislatura y el deber de realizar un espacio de diálogo público, virtual o presencial, que versarán sobre la información relativa a la función legislativa y constituyente que las Secretarías de cada Comisión y las secretarías de cada Cámara certifican, así como la gestión individual de cada congresista frente a sus funciones de control político, judicial, disciplinaria, electoral, control público y de protocolo.	(...) j) Rendir cuentas a la ciudadanía de las acciones relacionadas con las obligaciones y responsabilidades congresuales, por medio de un informe de gestión por cada legislatura y la realización de un espacio de diálogo público, virtual o presencial, que versarán sobre la información legislativa que las Secretarías de cada Comisión y las secretarías de cada Cámara certifican, así como la gestión individual de cada congresista frente a sus funciones de control político, judicial, disciplinaria, electoral y de protocolo.	
Artículo 4°. Informe de Gestión del Congresista. Cada congresista deberá remitir a la Secretaría General de la respectiva Cámara el informe de gestión, de forma digital, en formato de datos abiertos y en lenguaje claro, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización de cada legislatura. En caso de que hayan sido convocadas sesiones extraordinarias, el término comenzará a contar a partir del	Artículo 4°. Informe de gestión del Congresista. Cada congresista deberá remitir a la Secretaría General de la respectiva Cámara el informe de gestión, de forma digital, en lenguaje claro, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización de cada legislatura. En caso de que hayan sido convocadas sesiones extraordinarias, el término comenzará a contar a partir del	Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República, excepto el parágrafo 4, en la cual se realiza un ajuste de redacción para ser concordante con el texto aprobado en la Cámara de Representantes, por lo únicamente se le adiciona una "coma", de la siguiente forma:

último día hábil siguiente de dichas sesiones.	último día hábil siguiente de dichas sesiones.	(...)
Las Secretarías Generales de cada Cámara, mediante el uso de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación, deberán publicar en formato de datos abiertos el informe de rendición de cuentas en el Sistema de Información Parlamentaria previsto en la Ley 1147 de 2007, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al recibido del mismo, así mismo, deberán publicar en el perfil de cada congresista en sus páginas web las citaciones a debates de control político o audiencias públicas de comisiones o plenaria de autoría o coautoría de cada congresista.	Las Secretarías Generales de cada Cámara, mediante el uso de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación, deberán publicar en formato de datos abiertos el informe de rendición de cuentas en el Sistema de Información Parlamentaria previsto en la Ley 1147 de 2007, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al recibido del mismo. Así mismo, las Secretarías Generales de cada Cámara, deberán publicar en el perfil de cada congresista en sus páginas web y dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su aprobación, las citaciones a debates de control político o audiencias públicas de comisiones o plenaria de autoría o coautoría de cada congresista.	Parágrafo 4°. Se garantizará a los Congresistas el libre y gratuito acceso a los medios públicos y comunitarios de comunicación tanto nacionales, regionales y locales, para dar a conocer sus informes de gestión, de conformidad con la reglamentación expedida por el Gobierno Nacional para tal fin. (...)
En caso de que el congresista cuente con canales de comunicación oficiales habilitados a través de redes sociales para la comunicación de su gestión legislativa, deberá publicar el presente informe en alguna de dichas redes sociales, a su elección. Para lo anterior, podrá adaptar su informe de gestión a la respectiva red social.	El informe de Gestión del Congresista también será publicado en la página web institucional del Congreso de la República. La ciudadanía podrá formular peticiones respetuosas sobre los contenidos de dicho informe, las cuales deberán ser resueltas en los términos de la Ley 1755 de 2015, o aquella ley que la modifique o sustituya.	
Parágrafo 1°. Los Congresistas podrán apoyar su informe utilizando formatos audiovisuales, sistemas de lectura y escritura basados en signos, imágenes y ejemplos ilustrativos, que podrán incluir lenguaje de señas y lenguaje incluyente.	Parágrafo 1°. Los Congresistas podrán apoyar su informe utilizando formatos audiovisuales, sistemas de lectura y escritura basados en signos, imágenes y ejemplos ilustrativos, que podrán incluir lenguaje de señas y lenguaje incluyente.	

<p>Parágrafo 2º. En los eventos de declaración de nulidad de la elección; la renuncia justificada y aceptada por la respectiva corporación; la sanción disciplinaria consistente en destitución, y la pérdida de investidura, los congresistas deberán remitir el informe de gestión a la Secretaría General correspondiente dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación de la resolución que haga efectiva la desvinculación del cargo.</p> <p>Parágrafo 3º. La Mesa Directiva del Congreso de la República, con el apoyo de las Secretarías Generales de cada Cámara, promoverá y realizará espacios de participación efectiva con la ciudadanía para que dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley, se adopte el diseño y formato único del informe de gestión de los Congresistas.</p> <p>Parágrafo 4º. Se garantizará a los Congresistas el libre y gratuito acceso a los medios públicos y comunitarios de comunicación tanto nacionales regionales y locales, para dar a conocer sus informes de gestión, de conformidad con la reglamentación expedida por el Gobierno Nacional para tal fin.</p> <p>Parágrafo 5º. Este informe reemplaza al previsto en el parágrafo 2º del artículo 14 de la Ley 1147 de 2007.</p>	<p>Parágrafo 2º. En los eventos de declaración de nulidad de la elección; la renuncia justificada y aceptada por la respectiva corporación; la sanción disciplinaria consistente en destitución, y la pérdida de investidura, los congresistas deberán remitir el informe de gestión a la Secretaría General correspondiente dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación de la resolución que haga efectiva la desvinculación del cargo.</p> <p>Parágrafo 3º. La Mesa Directiva del Congreso de la República, con el apoyo de las Secretarías Generales de cada Cámara, promoverá y realizará espacios de participación efectiva con la ciudadanía para que dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley, se adopte el diseño y formato único del informe de gestión de los Congresistas.</p> <p>Parágrafo 4º. Se garantizará a los Congresistas el libre y gratuito acceso a los medios públicos y comunitarios de comunicación tanto nacionales, regionales y locales, para dar a conocer sus informes de gestión, de conformidad con la reglamentación expedida por el Gobierno nacional.</p> <p>Parágrafo 5º. Este informe reemplaza al previsto en el parágrafo 2º del artículo 14 de la Ley 1147 de 2007.</p>		<p>Parágrafo 6º. El informe de Gestión del Congresista deberá estar planteado en lenguaje claro, sencillo, accesible y comprensible para la ciudadanía.</p> <p>Artículo 5º. Contenido del Informe de Gestión del Congresista. El informe de gestión anual contendrá como mínimo:</p> <p>a) Los Proyectos de Ley y/o Proyectos de Acto Legislativo de los cuales es autor, y/o ponente con su título, el estado en que se encuentran, la descripción del proyecto, la materia o temática sobre la cual versa, discriminando aquellos proyectos sobre asuntos de género, y fecha de presentación.</p> <p>b) Las proposiciones y constancias presentadas en las sesiones de Comisiones Constitucionales Permanentes, legales, accidentales y de las Plenarias.</p> <p>c) Las actividades o actuaciones en cumplimiento de sus funciones constituyentes, legislativas, judiciales, ético-disciplinarias, electorales, de control político y de protocolo.</p> <p>d) Los debates de control político y mociones de censura promovidos, especificando los citantes, citados y sus conclusiones.</p>	<p>Parágrafo 6º. El informe de Gestión del Congresista deberá estar planteado en lenguaje claro, sencillo, accesible y comprensible para la ciudadanía.</p> <p>Artículo 5º. Contenido del Informe de Gestión del Congresista. El informe de gestión anual contendrá como mínimo:</p> <p>a) Los Proyectos de ley y/o Proyectos de Acto Legislativo de los cuales es autor y/o ponente con su título, el estado en que se encuentran, la descripción del proyecto, la materia o temática sobre la cual versa, discriminando aquellos proyectos sobre asuntos de género, y fecha de presentación.</p> <p>b) Las proposiciones y constancias presentadas en las sesiones de Comisiones Constitucionales Permanentes, legales, accidentales y de las Plenarias.</p> <p>c) Las actividades o actuaciones en cumplimiento de sus funciones constituyentes, legislativas, judiciales, ético-disciplinarias, electorales, de control político y de protocolo.</p> <p>d) Los debates de control político y mociones de censura promovidos, especificando los citantes, citados y sus conclusiones.</p> <p>e) Las peticiones, quejas, reclamos o denuncias ciudadanas, relacionando su trámite, el tipo de petición, tema y fecha.</p>	<p>Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República.</p>
<p>e) Las audiencias públicas y mesas técnicas convocadas o para las cuales ha sido designado(a), y sus conclusiones.</p> <p>f) La gestión ante las entidades del Estado y organismos de control en favor de satisfacer el interés general y/o las necesidades de la población de la circunscripción territorial por el cual fueron elegidos.</p> <p>g) Los viajes internacionales realizados bajo sus funciones congresuales indicando el motivo, la fecha, el origen de la financiación y las conclusiones del viaje.</p> <p>h) Los demás contenidos adicionales que determine la Mesa Directiva del Congreso, mediante acto administrativo.</p> <p>Parágrafo. El reporte de las actividades o actuaciones relacionadas con la función electoral se realizará de conformidad con las disposiciones contenidas en el artículo 131 de la Ley 5 de 1992 sobre votación secreta.</p> <p>Artículo 6º. Convocatoria de espacios de diálogo público. Con posterioridad a la entrega del informe de rendición de cuentas al Secretario General de la Cámara correspondiente, cada congresista deberá convocar, organizar y desarrollar dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la</p>	<p>f) Las audiencias públicas y mesas técnicas convocadas o para las cuales ha sido designado(a), y sus conclusiones.</p> <p>g) La gestión ante las entidades del orden nacional y organismos de control de cada congresista en favor de satisfacer el interés general y/o las necesidades de la población de la circunscripción territorial por el cual fueron elegidos.</p> <p>h) Los viajes internacionales realizados bajo sus funciones congresuales indicando el motivo, la fecha, el origen de la financiación y las conclusiones del viaje.</p> <p>Artículo 6º. Convocatoria de espacios de diálogo público. Con posterioridad a la entrega del informe de rendición de cuentas al Secretario General de la Cámara correspondiente, cada congresista deberá convocar, organizar y desarrollar dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la</p>	<p>Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República, con excepción del parágrafo 4, el cual se concilia ajustando la redacción, para su correcta aplicación:</p>	<p>fecha de publicación del informe de gestión de la legislatura respectiva, un espacio de diálogo público en el que se dará a conocer el informe de la gestión realizada y sus resultados, con la intervención de ciudadanos y organizaciones sociales.</p> <p>Parágrafo 1º. Los espacios de diálogo público deberán ser convocados por cada Congresista con diez (10) días calendario de antelación, y podrán realizarse de forma presencial o virtual mediante las herramientas de transmisión de la respectiva Corporación o mediante el uso de las tecnologías de la información que cada congresista posea. Será discrecionalidad del congresista determinar la modalidad, metodología y forma de los espacios de diálogo público, los cuales podrán ser audiencias públicas, encuentros territoriales, mesas de trabajo virtuales o presenciales, transmisiones en redes sociales, o cualquiera que se adapte a sus necesidades y electores.</p> <p>En aquellos casos en que los espacios de diálogo público se realicen de manera presencial, los congresistas podrán coordinar la realización de estos espacios con las autoridades territoriales, con la finalidad de hacer uso de las instalaciones de las corporaciones públicas territoriales, asambleas o concejos municipales o distritales.</p>	<p>fecha de publicación del informe de gestión de la legislatura respectiva, un espacio de diálogo público en el que se dará a conocer el informe para que se evalúe la gestión realizada y sus resultados, con la intervención de ciudadanos y organizaciones sociales.</p> <p>Parágrafo 1º. Los espacios de diálogo público deberán ser convocados por cada Congresista con diez (10) días calendario de antelación, y podrán realizarse de forma presencial o virtual mediante las herramientas de transmisión de la respectiva Corporación o mediante el uso de las tecnologías de la información que cada congresista posea, mediante audiencias públicas, encuentros territoriales, mesas de trabajo o cualquier otra forma de espacios de diálogo público. Será obligación de cada congresista, en caso de no utilizar el espacio dispuesto por la corporación, mantener a disposición de la ciudadanía el espacio de diálogo adelantado desde la fecha de su realización hasta el término del cuatrienio congresual.</p> <p>En aquellos casos en que los espacios de diálogo público se realicen de manera presencial, los congresistas podrán coordinar la realización de estos espacios con las autoridades territoriales, con la finalidad de hacer uso de las instalaciones de las corporaciones públicas territoriales, asambleas o concejos municipales o distritales.</p>	<p>(...)</p> <p>Parágrafo 4º. En todo caso, no se podrá hacer uso de las instalaciones de las asambleas o concejos municipales o distritales seis meses antes a la celebración de elecciones.</p> <p>(...)</p>

<p>en aras de acercarse a los territorios y la ciudadanía.</p> <p>Cada Congresista deberá comunicar a la Secretaría General, de su cámara respectiva, la realización del espacio público de diálogo de que trata el presente artículo, con el fin de llevar una relación pública de dichas actividades y publicitar su realización en los medios de difusión oficiales de la Cámara que corresponda (Senado de la República o Cámara de Representantes).</p> <p>Parágrafo 2º. Se faculta a los Congresistas para realizar los espacios de diálogo público conjuntamente en bancadas, grupos, bloques, regionalizadas o en territorios, de manera que estos sean visibles en el territorio nacional y/o al que representan, siempre que se garantice que cada congresista pueda informar, explicar y dar a conocer de forma suficiente su informe de gestión. Estos deberán ser puestos a disposición de la ciudadanía por medios virtuales, con las características dispuestas en la presente Ley.</p> <p>Parágrafo 3º. Los espacios de diálogo público deberán contar con los ajustes razonables para la accesibilidad de las personas con discapacidad. Cada congresista podrá coordinar con las Secretarías Generales de Cámara y Senado, según sea el caso, el apoyo logístico para la realización de dichos ajustes conforme a la</p>	<p>en aras de acercarse a los territorios y la ciudadanía.</p> <p>Cada Congresista deberá comunicar a la Secretaría General, de su cámara respectiva, la realización del espacio público de diálogo de que trata el presente artículo, con el fin de llevar una relación pública de dichas actividades y publicitar su realización en los medios de difusión oficiales de la Cámara que corresponda (Senado de la República o Cámara de Representantes).</p> <p>Parágrafo 2º. Se faculta a los Congresistas para realizar los espacios de diálogo público conjuntamente en bancadas, grupos, bloques, regionalizadas o en territorios, de manera que estos sean visibles en el territorio nacional y/o al que representan, siempre que se garantice que cada congresista pueda informar, explicar y dar a conocer de forma suficiente su informe de gestión. Estos deberán ser puestos a disposición de la ciudadanía por medios virtuales, con las características dispuestas en la presente ley.</p> <p>Parágrafo 3º. Los espacios de diálogo público podrán contar con los ajustes razonables para la accesibilidad de las personas con discapacidad. Cada congresista podrá coordinar con las Secretarías Generales de Cámara y Senado, según sea el caso, el apoyo logístico para la realización de dichos ajustes conforme a la</p>		<p>reglamentación que expida cada Corporación.</p> <p>Parágrafo 4º. En todo caso, no se podrá hacer uso de las instalaciones de las asambleas o concejos municipales o distritales seis meses antes a la celebración de elecciones.</p> <p>Artículo 7º. Espacios de diálogo público promovidos por las bancadas. De acuerdo a los estatutos y reglamentos vigentes de las organizaciones políticas, los miembros del Congreso de la República, elegidos por un mismo partido, movimiento social o grupo significativo de ciudadanos, que constituyan una bancada, podrán propiciar la realización y generación de espacios de diálogo público presenciales o virtuales para informar, explicar y dar a conocer a los ciudadanos y las organizaciones sociales, las decisiones, determinaciones y directrices fijadas por la bancada. Estos espacios deberán ser visibles por los medios de comunicación institucional del Congreso de la República en todo el territorio nacional y accesibles para toda la ciudadanía, garantizando su transparencia y promoviendo una participación activa en el proceso político.</p> <p>Parágrafo. La mesa directiva del Congreso de la República propiciará, al menos una vez cada periodo legislativo, una sesión especial destinada a que cada bancada parlamentaria presente</p>	<p>reglamentación que expida cada Corporación.</p> <p>Artículo 7º. Espacios de diálogo público promovidos por las bancadas. De acuerdo con los estatutos y reglamentos vigentes de las organizaciones políticas, los miembros del Congreso de la República, elegidos por un mismo partido, movimiento social o grupo significativo de ciudadanos, que constituyan una bancada, podrán propiciar la realización y generación de espacios de diálogo público presenciales o virtuales para informar, explicar y dar a conocer a los ciudadanos y las organizaciones sociales, las decisiones, determinaciones y directrices fijadas por la bancada. Estos espacios deberán ser visibles por los medios de comunicación institucional del Congreso de la República en todo el territorio nacional y accesibles para toda la ciudadanía, garantizando su transparencia y promoviendo una participación activa en el proceso político.</p>	<p>El presente artículo presenta discrepancias en torno al parágrafo aprobado en el Senado de la República.</p> <p>En este sentido, para superar la discrepancia, se propone acoger el texto del Senado de la República, con un ajuste para garantizar su integridad y aplicación.</p> <p>La Corte Constitucional en la sentencia C-674 de 2017 ha señalado la posibilidad de hacer modificaciones en la conciliación, de la siguiente forma: "[...] En este orden de ideas, la Corte ha sostenido que dichas comisiones deben unificar los textos divergentes, esto es, todos los artículos que hayan sido aprobados de manera distinta, en cuya labor no sólo están autorizadas para modificar su contenido, sino incluso para crear textos nuevos si de esta</p>
<p>su rendición de cuentas. Durante esta sesión, cada bancada dispondrá de un tiempo determinado para exponer ante el pleno del Congreso y la ciudadanía sus logros, actividades, gestiones y cumplimiento de promesas electorales, así como los obstáculos y retos encontrados en el ejercicio de su función legislativa. La mesa directiva establecerá los lineamientos y el cronograma correspondiente para garantizar la adecuada organización y desarrollo de esta sesión.</p>		<p><i>forma logran superar las diferencias, siempre que esa actuación se realice dentro del ámbito de la misma materia o contenido temático de la iniciativa que se está discutiendo.</i></p> <p>En consideración a lo anterior, existe discrepancia entre lo contenido en el inciso primero y el parágrafo, respecto de la forma y finalidad de los espacios para las bancadas.</p> <p>Por ende, para superar las discrepancias entre los textos aprobados en el Senado de la República y la Cámara de Representantes, se propone como texto conciliado suprimir la expresión "el pleno del Congreso" y sustituir la expresión "sesión" por "espacio", para garantizar la armonización del artículo, su aplicación e integridad con el texto.</p> <p>Lo anterior, se propone de la siguiente forma:</p> <p>"Artículo 7º. Espacios de diálogo público promovidos por las bancadas. De acuerdo a los estatutos y reglamentos vigentes de las organizaciones</p>			<p>políticas, los miembros del Congreso de la República, elegidos por un mismo partido, movimiento social o grupo significativo de ciudadanos, que constituyan una bancada, podrán propiciar la realización y generación de espacios de diálogo público presenciales o virtuales para informar, explicar y dar a conocer a los ciudadanos y las organizaciones sociales, las decisiones, determinaciones y directrices fijadas por la bancada.</p> <p>Estos espacios deberán ser visibles por los medios de comunicación institucional del Congreso de la República en todo el territorio nacional y accesibles para toda la ciudadanía, garantizando su transparencia y promoviendo una participación activa en el proceso político.</p> <p>Parágrafo. La mesa directiva del Congreso de la República propiciará, al menos una vez cada periodo legislativo, una sesión</p>

		<p>especial—destinada un espacio destinado a que cada bancada parlamentaria presente su rendición de cuentas. Durante este espacio esta—sesión, cada bancada dispondrá de un tiempo determinado para exponer ante el pleno del Congreso y la ciudadanía sus logros, actividades, gestiones y cumplimiento de promesas electorales, así como los obstáculos y retos encontrados en el ejercicio de su función legislativa. La mesa directiva establecerá los lineamientos y el cronograma correspondiente para garantizar la adecuada organización y desarrollo de este espacio esta-sesión.”</p>	<p>institucionales, garantizando el cumplimiento de los mecanismos de acceso a la información para personas con discapacidad de que trata la Ley 1618 de 2013 y demás normas concordantes.</p>	<p>institucionales, garantizando el cumplimiento de los mecanismos de acceso a la información para personas con discapacidad de que trata la Ley 1618 de 2013 y demás normas concordantes.</p>	
<p>Artículo 8. Las disposiciones contenidas en la presente ley respecto de la realización de espacios de diálogo público estarán a cargo de cada congresista o de la respectiva bancada, según sea el caso, quienes deberán garantizar los recursos para tal fin. No obstante, las direcciones administrativas de Cámara y Senado podrán prestar su colaboración tecnológica para la transmisión del evento de rendición de cuentas a través de los canales virtuales</p>	<p>Artículo 8°. Las disposiciones contenidas en la presente ley respecto de la realización de espacios de diálogo público estarán a cargo de cada congresista o de la respectiva bancada, según sea el caso, quienes deberán garantizar los recursos para tal fin. No obstante, las direcciones administrativas de Cámara y Senado podrán prestar su colaboración tecnológica para la transmisión del evento de rendición de cuentas a través de los canales virtuales</p>	<p>Los textos son idénticos y sin discrepancias.</p>	<p>Las direcciones administrativas de cada una de las Cámaras, garantizarán los recursos necesarios para la publicación de los informes de gestión de los Congresistas.</p>	<p>Las direcciones administrativas de cada una de las Cámaras, garantizarán los recursos necesarios para la publicación de los informes de gestión de los Congresistas.</p>	
			<p>Artículo 9. Vigencia y Derogatoria. La presente ley entrará en vigencia a partir de su promulgación y deroga el artículo 57 de la Ley 1757 de 2015 y todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>Artículo 9°. Vigencia y Derogatoria. La presente ley entrará en vigencia a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>Se acoge el texto aprobado por el Senado de la República.</p>
<p>PROPOSICIÓN</p>					
<p>En atención a las consideraciones descritas, los suscritos conciliadores solicitamos a las plenarias del Senado de la República y de la Cámara de Representantes aprobar el texto conciliado del Proyecto de Ley Estatutaria No. 273 de 2024 Senado - 157 de 2023 Cámara, <i>“Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones”</i>, que se transcribe a continuación.</p>					
<p>Cordialmente,</p>					
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>GERMÁN BLANCO ÁLVAREZ Senador de la República Partido Conservador Colombiano</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>CATHERINE JUVINAO CLAVIJO Representante a la Cámara Partido Alianza Verde</p> </div> </div>					
<p>TEXTO CONCILIADO DEL PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA NO. 273 DE 2024 SENADO – 157 DE 2023 CÁMARA</p>			<p>j) Rendir cuentas a la ciudadanía de las acciones relacionadas con las obligaciones y responsabilidades congresuales, por medio de un informe de gestión por cada legislatura y el deber de realizar un espacio de diálogo público, virtual o presencial, que versarán sobre la información relativa a la función legislativa y constituyente que las Secretarías de cada Comisión y las secretarías de cada Cámara certifican, así como la gestión individual de cada congresista frente a sus funciones de control político, judicial, disciplinaria, electoral, control público y de protocolo.</p>		
<p>Por medio de la cual se promueve una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, se establecen mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones.</p>			<p>Artículo 4°. Informe de Gestión del Congresista. Cada congresista deberá remitir a la Secretaría General de la respectiva Cámara el informe de gestión, de forma digital, en formato de datos abiertos y en lenguaje claro, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización de cada legislatura. En caso de que hayan sido convocadas sesiones extraordinarias, el término comenzará a contar a partir del último día hábil siguiente de dichas sesiones.</p>		
<p>El Congreso de la República de Colombia</p>			<p>Las Secretarías Generales de cada Cámara, mediante el uso de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación, deberán publicar en formato de datos abiertos el informe de rendición de cuentas en el Sistema de Información Parlamentaria previsto en la Ley 1147 de 2007, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al recibido del mismo, así mismo, deberán publicar en el perfil de cada congresista en sus páginas web las citaciones a debates de control político o audiencias públicas de comisiones o plenaria de autoría o coautoría de cada congresista.</p>		
<p>Decreta:</p>			<p>En caso de que el congresista cuente con canales de comunicación oficiales habilitados a través de redes sociales para la comunicación de su gestión legislativa, deberá publicar el presente informe en alguna de dichas redes sociales, a su elección. Para lo anterior, podrá adaptar su informe de gestión a la respectiva red social.</p>		
<p>Artículo 1°. Objeto. La presente ley en el marco del principio de transparencia, tiene por objeto promover una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Congreso de la República y la ciudadanía, estableciendo mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas; lo cual permite fortalecer los mecanismos de participación ciudadana generando con ello un congreso abierto e inclusivo con la ciudadanía.</p>			<p>Parágrafo 1°. Los Congresistas podrán apoyar su informe utilizando formatos audiovisuales, sistemas de lectura y escritura basados en signos, imágenes y ejemplos ilustrativos, que podrán incluir lenguaje de señas y lenguaje incluyente.</p>		
<p>Artículo 2°. Rendición de cuentas de los Congresistas. Consiste en el conjunto de acciones, prácticas y procedimientos mediante los cuales los Congresistas de la República informan, explican y dan a conocer, en lenguaje claro y comprensible, los avances y resultados de su gestión congresual a los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil.</p>			<p>Parágrafo 2°. En los eventos de declaración de nulidad de la elección; la renuncia justificada y aceptada por la respectiva corporación; la sanción disciplinaria consistente en destitución, y la pérdida de investidura, los congresistas deberán remitir el informe de gestión a la Secretaría General correspondiente dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación de la resolución que haga efectiva la desvinculación del cargo.</p>		
<p>Los congresistas rendirán cuentas a la ciudadanía sobre su gestión congresual, conforme a los términos establecidos en la presente Ley, la Ley 1757 de 2015, la Ley 1828 de 2017 y las demás disposiciones normativas que regulen la materia.</p>			<p>Parágrafo 3°. La Mesa Directiva del Congreso de la República, con el apoyo de las Secretarías Generales de cada Cámara, promoverá y realizará espacios de participación efectiva con la ciudadanía para que dentro de los seis (6) meses</p>		
<p>Artículo 3°. Modifíquese el literal j) del artículo 8 de la Ley 1828 de 2017, el cual quedará así:</p>					
<p>ARTÍCULO 8o. DEBERES DEL CONGRESISTA. Además de los consagrados en la Constitución Política y en el Reglamento Interno del Congreso, son deberes de los Congresistas en ejercicio de sus funciones, los siguientes:</p>					
<p>(...)</p>					

<p>siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley, se adopte el diseño y formato único del informe de gestión de los Congresistas.</p> <p>Parágrafo 4º. Se garantizará a los Congresistas el libre y gratuito acceso a los medios públicos y comunitarios de comunicación tanto nacionales, regionales y locales, para dar a conocer sus informes de gestión, de conformidad con la reglamentación expedida por el Gobierno Nacional para tal fin.</p> <p>Parágrafo 5º. Este informe reemplaza al previsto en el parágrafo 2o del artículo 14 de la Ley 1147 de 2007.</p> <p>Parágrafo 6º. El informe de Gestión del Congresista deberá estar planteado en lenguaje claro, sencillo, accesible y comprensible para la ciudadanía.</p> <p>El informe de Gestión del Congresista podrá presentarse junto con una versión de lectura fácil, para mejorar la comprensión de la ciudadanía de la labor congresual.</p> <p>Artículo 5º. Contenido del Informe de Gestión del Congresista. El informe de gestión anual contendrá como mínimo:</p> <p>a) Los Proyectos de Ley y/o Proyectos de Acto Legislativo de los cuales es autor, y/o ponente con su título, el estado en que se encuentran, la descripción del proyecto, la materia o temática sobre la cual versa, discriminando aquellos proyectos sobre asuntos de género, y fecha de presentación.</p> <p>b) Las proposiciones y constancias presentadas en las sesiones de Comisiones Constitucionales Permanentes, legales, accidentales y de las Plenarias.</p> <p>c) Las actividades o actuaciones en cumplimiento de sus funciones constituyentes, legislativas, judiciales, ético-disciplinarias, electorales, de control político y de protocolo.</p> <p>d) Los debates de control político y mociones de censura promovidos, especificando los citantes, citados y sus conclusiones.</p> <p>e) Las audiencias públicas y mesas técnicas convocadas o para las cuales ha sido designado(a), y sus conclusiones.</p> <p>f) La gestión ante las entidades del Estado y organismos de control en favor de satisfacer el interés general y/o las necesidades de la población de la circunscripción territorial por el cual fueron elegidos.</p> <p>g) Los viajes internacionales realizados bajo sus funciones congresuales indicando el motivo, la fecha, el origen de la financiación y las conclusiones del viaje.</p>	<p>h) Los demás contenidos adicionales que determine la Mesa Directiva del Congreso, mediante acto administrativo.</p> <p>Parágrafo. El reporte de las actividades o actuaciones relacionadas con la función electoral se realizará de conformidad con las disposiciones contenidas en el artículo 131 de la Ley 5 de 1992 sobre votación secreta.</p> <p>Artículo 6º. Convocatoria de espacios de diálogo público. Con posterioridad a la entrega del informe de rendición de cuentas al Secretario General de la Cámara correspondiente, cada congresista deberá convocar, organizar y desarrollar dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la fecha de publicación del informe de gestión de la legislatura respectiva, un espacio de diálogo público en el que se dará a conocer el informe de la gestión realizada y sus resultados, con la intervención de ciudadanos y organizaciones sociales.</p> <p>Parágrafo 1º. Los espacios de diálogo público deberán ser convocados por cada Congresista con diez (10) días calendario de antelación, y podrán realizarse de forma presencial o virtual mediante las herramientas de transmisión de la respectiva Corporación o mediante el uso de las tecnologías de la información que cada congresista posea. Será discrecionalidad del congresista determinar la modalidad, metodología y forma de los espacios de diálogo público, los cuales podrán ser audiencias públicas, encuentros territoriales, mesas de trabajo virtuales o presenciales, transmisiones en redes sociales, o cualquiera que se adapte a sus necesidades y electores.</p> <p>En aquellos casos en que los espacios de diálogo público se realicen de manera presencial, los congresistas podrán coordinar la realización de estos espacios con las autoridades territoriales, con la finalidad de hacer uso de las instalaciones de las corporaciones públicas territoriales, asambleas o concejos municipales o distritales, en aras de acercarse a los territorios y la ciudadanía.</p> <p>Cada Congresista deberá comunicar a la Secretaría General, de su cámara respectiva, la realización del espacio público de diálogo de que trata el presente artículo, con el fin de llevar una relación pública de dichas actividades y publicitar su realización en los medios de difusión oficiales de la Cámara que corresponda (Senado de la República o Cámara de Representantes).</p> <p>Parágrafo 2º. Se faculta a los Congresistas para realizar los espacios de diálogo público conjuntamente en bancadas, grupos, bloques, regionalizadas o en territorios, de manera que estos sean visibles en el territorio nacional y/o al que representan, siempre que se garantice que cada congresista pueda informar, explicar y dar a conocer de forma suficiente su informe de gestión. Estos deberán ser puestos a</p>
<p>disposición de la ciudadanía por medios virtuales, con las características dispuestas en la presente Ley.</p> <p>Parágrafo 3º. Los espacios de diálogo público deberán contar con los ajustes razonables para la accesibilidad de las personas con discapacidad. Cada congresista podrá coordinar con las Secretarías Generales de Cámara y Senado, según sea el caso, el apoyo logístico para la realización de dichos ajustes conforme a la reglamentación que expida cada Corporación.</p> <p>Parágrafo 4º. En todo caso, no se podrá hacer uso de las instalaciones de las asambleas o concejos municipales o distritales seis meses antes a la celebración de elecciones.</p> <p>Artículo 7º. Espacios de diálogo público promovidos por las bancadas. De acuerdo a los estatutos y reglamentos vigentes de las organizaciones políticas, los miembros del Congreso de la República, elegidos por un mismo partido, movimiento social o grupo significativo de ciudadanos, que constituyan una bancada, podrán propiciar la realización y generación de espacios de diálogo público presenciales o virtuales para informar, explicar y dar a conocer a los ciudadanos y las organizaciones sociales, las decisiones, determinaciones y directrices fijadas por la bancada.</p> <p>Estos espacios deberán ser visibles por los medios de comunicación institucional del Congreso de la República en todo el territorio nacional y accesibles para toda la ciudadanía, garantizando su transparencia y promoviendo una participación activa en el proceso político.</p> <p>Parágrafo. La mesa directiva del Congreso de la República propiciará, al menos una vez cada periodo legislativo, un espacio destinado a que cada bancada parlamentaria presente su rendición de cuentas. Durante este espacio, cada bancada dispondrá de un tiempo determinado para exponer ante la ciudadanía sus logros, actividades, gestiones y cumplimiento de promesas electorales, así como los obstáculos y retos encontrados en el ejercicio de su función legislativa. La mesa directiva establecerá los lineamientos y el cronograma correspondiente para garantizar la adecuada organización y desarrollo de este espacio.</p> <p>Artículo 8. Las disposiciones contenidas en la presente ley respecto de la realización de espacios de diálogo público estarán a cargo de cada congresista o de la respectiva bancada, según sea el caso, quienes deberán garantizar los recursos para tal fin. No obstante, las direcciones administrativas de Cámara y Senado podrán prestar su colaboración tecnológica para la transmisión del evento de rendición de cuentas a través de los canales virtuales institucionales, garantizando el cumplimiento de los</p>	<p>mecanismos de acceso a la información para personas con discapacidad de que trata la Ley 1618 de 2013 y demás normas concordantes.</p> <p>Las direcciones administrativas de cada una de las Cámaras, garantizarán los recursos necesarios para la publicación de los informes de gestión de los Congresistas.</p> <p>Artículo 9. Vigencia y Derogatoria. La presente ley entrará en vigencia a partir de su promulgación y deroga el artículo 57 de la Ley 1757 de 2015 y todas las disposiciones que le sean contrarias.</p> <p>De los congresistas,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>GERMÁN BLANCO ÁLVAREZ Senador de la República Partido Conservador Colombiano</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>CATHERINE JUVINAO CLAVIJO Representante a la Cámara Partido Alianza Verde</p> </div> </div>

INFORME DE CONCILIACIÓN DEL PROYECTO DE LEY NÚMERO 265 DE 2024 SENADO, NÚMERO 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.

<p>Bogotá, D.C. 17 de junio de 2024</p> <p>Senador IVÁN LEÓNIDAS NAME VÁSQUEZ Presidente del Senado de la República Senado de la República Ciudad</p> <p>Representante ANDRÉS DAVID CALLE AGUAS Presidente de la Cámara de Representantes Cámara de Representantes Ciudad</p> <p>Ref. Informe de Conciliación del Proyecto de Ley No. 265 de 2024 Senado, No. 291 de 2022 Cámara "POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".</p> <p>Respetados Presidentes:</p> <p>Atendiendo a las designaciones efectuadas por las Presidencias del Senado de la República y de la Cámara de Representantes, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 161 de la Constitución Política y en los artículos 186, 187 y 188 de la Ley 5ª de 1992, nos permitimos enviar, el texto conciliado del proyecto de ley de la referencia para continuar su trámite correspondiente y pueda someterse a consideración de las plenarios del Senado y de la Cámara, a través de su conducto.</p> <p>Cordialmente,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> <p>INTI RAÚL ASPRILLA REYES Senador de la República Partido Alianza Verde Conciliador</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA Representante a la Cámara Partido Liberal Conciliadora</p> </div> </div>	<p style="text-align: center;">Informe de Conciliación del Proyecto de Ley No. 265 de 2024 Senado, No. 291 de 2022 Cámara "Por medio de la cual se establecen los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y se dictan otras disposiciones"</p> <p>I. CONSIDERACIONES DE LOS CONCILIADORES</p> <p>Los congresistas conciliadores dejan constancia de que los textos aprobados en las plenarios de la Cámara de Representantes y del Senado de la República son diferentes, por lo tanto, se procede a presentar la conciliación del texto final para la aprobación de ambas corporaciones.</p> <p>El proyecto de ley mencionado fue aprobado en segundo debate el 13 de marzo de 2024 en la Plenaria de la Cámara de Representantes, y el 11 de junio de 2024 en la Plenaria del Senado de la República. En vista de lo anterior, es necesaria su conciliación para que, una vez completado el trámite de discusión y votación del presente informe, se proceda a su sanción presidencial y se convierta en Ley de la República. Para facilitar la discusión, a continuación se presenta un cuadro comparativo de los textos aprobados de manera diferente por las respectivas plenarios, evidenciando las diferencias existentes y proponiendo el texto que se sugiere adoptar.</p> <p>II. CUADRO DE TEXTOS APROBADOS POR LAS PLENARIAS Y TEXTO ACOGIDO</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">TEXTO APROBADO PLENARIA CÁMARA DE REPRESENTANTES</th> <th style="width: 33%;">TEXTO APROBADO PLENARIA SENADO DE LA REPÚBLICA</th> <th style="width: 33%;">TEXTO ACOGIDO EN CONCILIACIÓN Y CONSIDERACIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">TÍTULO</td> <td style="text-align: center;">TÍTULO</td> <td></td> </tr> <tr> <td>por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la política nacional de mercadeo agropecuario y se dictan otras disposiciones</td> <td>"POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".</td> <td>Se acoge el texto del Senado.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">N/A</td> <td style="text-align: center;">Capítulo I Disposiciones Generales</td> <td>Se acoge el texto del Senado.</td> </tr> <tr> <td>Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y</td> <td>Artículo 1. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria,</td> <td>No hay discrepancias.</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la presente ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura por Contrato: Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las agroindustrias y los almacenes de cadena, y los productores agropecuarios, para el cultivo, cosecha y abastecimiento de productos agrícolas con entregas a futuro y características de compra y venta predeterminadas antes de iniciar el cultivo.</p> <p>2. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>3. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de</p> </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>Artículo 3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>3. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual,</p> </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>Se acoge el texto del Senado.</p> </td> </tr> </table>	TEXTO APROBADO PLENARIA CÁMARA DE REPRESENTANTES	TEXTO APROBADO PLENARIA SENADO DE LA REPÚBLICA	TEXTO ACOGIDO EN CONCILIACIÓN Y CONSIDERACIONES	TÍTULO	TÍTULO		por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la política nacional de mercadeo agropecuario y se dictan otras disposiciones	"POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".	Se acoge el texto del Senado.	N/A	Capítulo I Disposiciones Generales	Se acoge el texto del Senado.	Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y	Artículo 1. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria,	No hay discrepancias.	<p>Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la presente ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura por Contrato: Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las agroindustrias y los almacenes de cadena, y los productores agropecuarios, para el cultivo, cosecha y abastecimiento de productos agrícolas con entregas a futuro y características de compra y venta predeterminadas antes de iniciar el cultivo.</p> <p>2. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>3. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de</p>	<p>Artículo 3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>3. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual,</p>	<p>Se acoge el texto del Senado.</p>
TEXTO APROBADO PLENARIA CÁMARA DE REPRESENTANTES	TEXTO APROBADO PLENARIA SENADO DE LA REPÚBLICA	TEXTO ACOGIDO EN CONCILIACIÓN Y CONSIDERACIONES																	
TÍTULO	TÍTULO																		
por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación de la política nacional de mercadeo agropecuario y se dictan otras disposiciones	"POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".	Se acoge el texto del Senado.																	
N/A	Capítulo I Disposiciones Generales	Se acoge el texto del Senado.																	
Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y	Artículo 1. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria,	No hay discrepancias.																	
<p>Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la presente ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura por Contrato: Acuerdo contractual entre grandes compradores, como las agroindustrias y los almacenes de cadena, y los productores agropecuarios, para el cultivo, cosecha y abastecimiento de productos agrícolas con entregas a futuro y características de compra y venta predeterminadas antes de iniciar el cultivo.</p> <p>2. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>3. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>4. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de</p>	<p>Artículo 3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>3. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual,</p>	<p>Se acoge el texto del Senado.</p>																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>comercialización de productos de origen agropecuario.</p> </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p> </td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>Artículo Nuevo. Componentes y enfoques de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas, madres cabeza de familia y demás que considere el Gobierno nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y que requieren de acciones afirmativas.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>Artículo 2. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>Los componentes serán desarrollados por medio de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional consagrada en el Capítulo II de la presente ley.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, campesino, mujer campesina, víctimas, población reincorporada, madres o padres cabeza de familia, mujer rural, personas con discapacidad y demás que considere el Gobierno Nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y requiere de acciones afirmativas.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>Se acoge el texto de Cámara.</p> </td> </tr> </table>	<p>comercialización de productos de origen agropecuario.</p>	<p>logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p>		<p>Artículo Nuevo. Componentes y enfoques de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas, madres cabeza de familia y demás que considere el Gobierno nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y que requieren de acciones afirmativas.</p>	<p>Artículo 2. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>Los componentes serán desarrollados por medio de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional consagrada en el Capítulo II de la presente ley.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, campesino, mujer campesina, víctimas, población reincorporada, madres o padres cabeza de familia, mujer rural, personas con discapacidad y demás que considere el Gobierno Nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y requiere de acciones afirmativas.</p>	<p>Se acoge el texto de Cámara.</p>													
<p>comercialización de productos de origen agropecuario.</p>	<p>logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p>																		
<p>Artículo Nuevo. Componentes y enfoques de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas, madres cabeza de familia y demás que considere el Gobierno nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y que requieren de acciones afirmativas.</p>	<p>Artículo 2. Componentes y enfoque de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>Los componentes serán desarrollados por medio de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional consagrada en el Capítulo II de la presente ley.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, campesino, mujer campesina, víctimas, población reincorporada, madres o padres cabeza de familia, mujer rural, personas con discapacidad y demás que considere el Gobierno Nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y requiere de acciones afirmativas.</p>	<p>Se acoge el texto de Cámara.</p>																	

<p>explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>5. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares debido a su edad o etapa del ciclo vital, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, discapacidad, condición de vulnerabilidad, etc., y que es usado como instrumento técnico para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>6. Logística Agropecuaria: Proceso funcional a la cadena de valor y de suministro, que involucra elementos, procesos y actores que intervienen y se interrelacionan para permitir el intercambio y adecuación de los bienes agropecuarios desde las zonas de producción hasta las zonas de consumo.</p> <p>7. Mercadeo Agropecuario: Se define como el conjunto de actividades económicas que implican el traslado de productos de origen agropecuario, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco normativo e institucional.</p> <p>8. Ordenamiento Productivo: Proceso de planificación participativo y multisectorial de carácter técnico, administrativo y político, que permite la</p>	<p>identidad de género, pertenencia étnica, reconocimiento campesino, discapacidad, condición de vulnerabilidad, y que es usado como instrumento técnico para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>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.</p> <p>6. Mercadeo Agropecuario: Se define como el conjunto de actividades económicas que implican el traslado de productos de origen agropecuario, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco normativo e institucional</p> <p>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</p>	<p>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.</p> <p>9. Sector Agropecuario: Se entiende por sector agropecuario aquel cuya actividad económica está circunscrita a los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como la adecuación y la transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos.</p> <p>10. Mercados campesinos: Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios y culturales a nivel local caracterizados por: (i) presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de personas productoras y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (ii) ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); (iii) venta de productos frescos, de temporada y de mínimo procesamiento; (iv) promoción de alimentos y productos propios del territorio; (v) búsqueda de un precio justo tanto para el productor como para el consumidor; (vi) fomento de la agricultura limpia o agroecológica.</p>	<p>al logro de la competitividad sectorial.</p> <p>8. Sector Agropecuario: Se entiende por sector agropecuario aquel cuya actividad económica está circunscrita a los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como la adecuación y la transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos.</p> <p>9. Mercados campesinos: Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios y culturales a nivel local caracterizados por: (i) presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de personas productoras y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (ii) ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); (iii) venta de productos frescos, de temporada y de mínimo procesamiento; (iv) promoción de alimentos y productos propios del territorio; (v) búsqueda de un precio justo tanto para el productor como para el consumidor; (vi) fomento de la agricultura limpia o agroecológica.</p>
<p>Estos esquemas de comercialización suelen operar en plazas, parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.</p>		<p>de Mercadeo Agropecuario los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>de Mercadeo Agropecuario los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>Artículo 3°. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo de un (1) año, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en las que se identifiquen y determinen estrategias, prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>Parágrafo. Las disposiciones adoptadas por el Gobierno nacional en el diseño e implementación de la política nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p>	<p>Artículo 4. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo máximo de un (1) año, contado a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en la que se identifiquen y determinen estrategias, prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario, siguiendo los lineamientos establecidos en la presente ley.</p> <p>Parágrafo. Las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional en el diseño e implementación de la Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario. Establecer estrategias de reducción de costos en los insumos agropecuarios en su fase de producción e intermediación para el acceso al mercado. 	<p>Se acoge el texto de Senado.</p> <ol style="list-style-type: none"> Promover el ordenamiento productivo del sector agropecuario de manera tal que se optimice el uso sostenible del suelo de acuerdo a su vocación, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios, y se aumente la competitividad, manteniendo sostenibilidad social, ambiental y económica. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.
<p>Artículo 4°. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional</p>	<p>Artículo 5. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	

<p>7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica, plataformas de comercio electrónico para productos agropecuarios, tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el sector, así como herramientas digitales para la gestión logística y de cadena de frío. El objetivo es mejorar la eficiencia, la trazabilidad, el acceso a mercados y la adaptación a los desafíos globales como el cambio climático.</p> <p>8. Fomentar prácticas agrícolas sostenibles y resilientes al cambio climático que mejoren la eficiencia en el uso de recursos naturales, conserven la biodiversidad, reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero y aumenten la capacidad de adaptación del sector agropecuario a los cambios climáticos. Esto incluye el apoyo a la innovación tecnológica, la promoción de sistemas de producción agroecológica y la implementación de prácticas de manejo sostenible del suelo 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>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 la comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica, plataformas de comercio electrónico para productos agropecuarios, tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el sector, así como herramientas digitales para la gestión logística y de cadena de frío. El objetivo es mejorar la eficiencia, la trazabilidad, el acceso a mercados y la adaptación a los desafíos globales como el cambio climático.</p> <p>8. Fomentar prácticas agrícolas sostenibles y resilientes al cambio climático que mejoren la eficiencia en el uso de recursos naturales, conserven la biodiversidad, reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero y aumenten la capacidad de adaptación del sector agropecuario a los cambios climáticos. Esto incluye el apoyo a la innovación tecnológica, la promoción de sistemas de producción agroecológica y la</p>		<p>implementación de prácticas de manejo sostenible del agua.</p> <p>9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria y de la soberanía alimentaria reconociendo la producción agropecuaria.</p> <p>10. Promover la inclusión y el empoderamiento de la mujer campesina, fomentando su participación activa en todas las etapas de la cadena de valor. Implementando programas de capacitación y acceso a recursos financieros, tecnológicos y de infraestructura específicos para mujeres campesinas, promoviendo políticas de equidad de género que reconozcan y valoren su papel fundamental en la producción agropecuaria.</p> <p>PARÁGRAFO. Todos los lineamientos contemplados en esta ley deberán estar orientados a la producción, distribución y comercialización de cultivos y de insumos, con fines alimentarios, textiles y medicinales. Se entenderán exceptuadas de esta ley los cultivos, insumos, bases o derivados de la coca y el cannabis, salvo que estén dentro de los fines medicinales, abonos, fertilizantes, textiles, cosméticos, producción de fibra textil, plástico, papel, combustibles, tintas, usos veterinarios, fungicidas e insecticidas.</p>		
			<p>Capítulo II</p>	<p>N/A</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 5°. Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Gobierno nacional establecerá una mesa técnica intersectorial en la que participarán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural quien liderará y coordinará la misma, la Unidad de Planificación Rural y Agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia de Desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) y el Departamento Nacional de Planeación, encargada de la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, quienes trabajarán en conjunto con los territorios a través del Consejo Nacional de Secretarios de Agricultura (Consa), los Consejos Seccionales de Desarrollo Agropecuario (Conseas), los Consejos Municipales de Desarrollo Agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas o quienes cumplan las funciones de autoridad ambiental o demás mecanismos de interacción regional y con la academia.</p>	<p>Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>Artículo 6 Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Gobierno Nacional establecerá una mesa técnica intersectorial en la que participarán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural quien liderará y coordinará la misma, la Unidad de Planificación Rural agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia desarrollo Rural (ADR), La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional Planeación, encargada de la formulación de la Política Nacional de Mercadeo agropecuario, quienes trabajarán en conjunto con los territorios a través del Consejo nacional de Secretarios de Agricultura (CONSA), los Consejos Seccionales de Desarrollo Agropecuario (CONSEAS), los Consejos Municipales de Desarrollo Agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas o quienes cumplan las funciones de autoridad ambiental o demás</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>En todo caso El Gobierno nacional estará facultado para integrar a la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, actores de diferentes instancias que en su criterio puedan aportar a la construcción de la política.</p> <p>mecanismos de interacción regional y con la academia.</p> <p>De esta mesa harán parte dos (2) representantes de organizaciones campesinas, así como dos (2) representantes de agremiaciones del sector agropecuario, para lo cual, en un término máximo de 2 meses posteriores a la entrada en vigencia de la presente ley, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural definirá los mecanismos de elección de estos representantes y propenderá porque en su elección se garantice la paridad de género.</p> <p>En todo caso el Gobierno Nacional estará facultado para integrar a la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo</p>	<p>Artículo 11. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural como coordinador de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, deberá presentar anualmente ante las Comisiones Quintas Constitucionales Permanentes de cada Cámara, un informe escrito que incluya los resultados, avances y rendimientos de las estrategias planteadas en la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p> <p>Artículo 7. Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. A partir de la entrada en vigencia de la presente Ley el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural como coordinador de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, deberá presentar anualmente ante las Comisiones Quintas Constitucionales Permanentes de cada Cámara, un informe escrito que incluya los resultados, avances y rendimientos de las estrategias planteadas en la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p>

<p>Artículo Nuevo. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un componente de producción agrícola y logística específica en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina teniendo en cuenta su ubicación geográfica, sus características fisiográficas, uso de suelo, entre otras.</p>	<p>Artículo 8 Componente Especial para el Archipiélago de San Andres, Providencia y Santa Catalina. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un componente de producción agrícola y logística específica en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina teniendo en cuenta su ubicación geográfica, sus características fisiográficas, uso de suelo, entre otras</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo.</p> <p>3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad, autonomía y soberanía alimentaria del país, considerando los efectos en los precios para los consumidores.</p>	<p>identificación de oportunidades de exportación</p> <p>2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios.</p> <p>3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad, autonomía y soberanía alimentaria del país, considerando los efectos en los precios para los consumidores.</p>
<p>N/A</p>	<p>Capítulo III Ordenamiento de la Producción Agrícola</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de siembra y producción de productos de cadenas agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas y forestales de conformidad con los análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios.</p>	<p>3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad, autonomía y soberanía alimentaria del país, considerando los efectos en los precios para los consumidores.</p>
<p>Artículo 6°. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria y asignará responsable(s), que se encargará(n) de:</p> <p>1. Realizar análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional, estudios de tendencias del mercado externo y estudios de las oportunidades de la demanda de productos étnicos, artesanales y exóticos, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e identificación de oportunidades de exportación.</p>	<p>Artículo 9. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo agropecuario desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria y asignará responsable(s), que se encargará (n) de:</p> <p>1. Realizar análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional, estudios de tendencias del mercado externo y estudios de las oportunidades de la demanda de productos étnicos, artesanales y exóticos, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo climático y cambio climático y tomar mejores decisiones basadas en información de clima y su impacto sobre los cultivos.</p> <p>6. Aumentar la competitividad de la producción de la agricultura campesina, familiar y comunitaria. Entre otros, con la implementación de sellos y mecanismos que promuevan el compromiso social, ambiental y la seguridad alimentaria de los productos, como</p>	<p>4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de siembra y producción de productos de cadenas agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas y forestales de conformidad con los análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios.</p> <p>5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo climático y cambio climático y tomar mejores decisiones basadas en información de clima y su impacto sobre los cultivos.</p> <p>6. Aumentar la competitividad de la producción de la Agricultura</p>
<p>estrategia para el incremento de sus ventas.</p> <p>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</p> <p>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</p> <p>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socio-económica y climática.</p>	<p>Campesina, Familiar y Comunitaria, con la implementación de sellos y mecanismos que promuevan el compromiso social, ambiental y la seguridad alimentaria de los productos, como estrategia para el incremento de sus ventas.</p> <p>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</p> <p>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</p> <p>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socioeconómica y climática.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>a través de las universidades públicas y privadas, entidades acreditadas por el Ministerio de Ciencias para la investigación, entidades privadas de carácter gremial y el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.</p> <p>Se promoverán activamente prácticas de agricultura sostenible y regenerativa como parte integral del proceso. Se impulsará la implementación de técnicas agrícolas que fomenten la conservación del suelo, la biodiversidad y el uso eficiente de los recursos naturales, al tiempo que se busca reducir el impacto ambiental de la producción agropecuaria. Para lograr este fin, se incentivarán programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los productores para que adopten estas prácticas.</p>	<p></p>
<p>Artículo Nuevo. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Sostenible y el Ministerio de Educación Nacional articularán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en los insumos de producción agropecuaria de pequeña y mediana escala a través de las universidades públicas regionales y el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena).</p>	<p>Artículo 10. Centros de Investigación. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, articularán y gestionarán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en la cadena de valor, los insumos de producción agropecuaria de pequeña, mediana y gran escala</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>N/A</p>	<p>Capítulo IV Logística Agropecuaria</p>
<p></p>	<p></p>	<p></p>	<p>Artículo 7°. Componente de Logística Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <p>1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento,</p>	<p>Artículo 11. Componente de Logística Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <p>1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación y/o</p>

<p>almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</p> <p>2. Identificar, priorizar y promover la construcción y/o mejoramientos de vías terciarias y fluviales relevantes que faciliten los procesos de transporte de productos de origen agropecuario para comercialización nacional o para exportación.</p> <p>3. Formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</p> <p>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</p> <p>5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando de productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos de origen agropecuario nacionales.</p> <p>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</p>	<p>agregación de valor, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios, además de derivados y/o residuos agroindustriales.</p> <p>2. Identificar, priorizar y promover la construcción y/o mejoramientos de vías terciarias y fluviales relevantes que faciliten los procesos de transporte de productos de origen agropecuario para la comercialización nacional o para exportación.</p> <p>3. Formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios.</p> <p>4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria.</p> <p>5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos origen agropecuario nacionales.</p> <p>6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o</p>	<p>7. Articular acciones con las universidades públicas y privadas regionales con el fin de propiciar la investigación dirigida a la reducción de costos de los insumos agropecuarios.</p> <p>8. Identificar problemáticas de seguridad en las vías que afecten el desarrollo del mercadeo agropecuario y establecer informes dirigidos a los entes territoriales, a la fuerza pública y al Gobierno nacional, con el fin de que estos ejecuten los mecanismos necesarios para garantizar la seguridad del transporte.</p> <p>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</p>	<p>centros de acopio y transformación de productos agrícolas.</p> <p>7. Articular acciones con las universidades públicas y privadas regionales con el fin de propiciar la investigación dirigida a la reducción de costos de los insumos agropecuarios.</p> <p>8. Identificar problemáticas de seguridad en las vías que afecten el desarrollo del mercadeo agropecuario y establecer informes dirigidos a los entes territoriales, a la fuerza pública y al gobierno nacional, con el fin de que estos ejecuten los mecanismos necesarios para garantizar la seguridad del transporte y formulen mecanismos para compensar riesgos y/o pérdidas derivadas de bloqueos u otros factores que impidan la comercialización.</p> <p>9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina.</p>	
<p>N/A</p>		<p>Capítulo V Comercialización Agropecuaria</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>Artículo 8°. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p>	<p>Artículo 12. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria y</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>
<p>1. Articular todos los programas, proyectos y/o estrategias de inclusión productiva, generación de ingresos, asociatividad y emprendimiento que tenga el Gobierno nacional con estrategias de comercialización tales como circuitos cortos de comercialización, encadenamientos productivos, emparejamientos productivos, agricultura por contrato y demás instrumentos que faciliten los canales de comercialización.</p> <p>2. Realizar propuestas de instrumentos de política que reduzcan la intermediación en los procesos de comercialización de pequeños y medianos productores permitiéndoles mejorar sus ingresos equilibrando de mejor manera la distribución de las utilidades.</p> <p>3. Realizar análisis de los programas, proyectos y estrategias de comercialización y promover propuestas de unificación para evitar la atomización de recursos y se mejore la funcionalidad e impacto de los instrumentos de intervención.</p> <p>4. Establecer espacios recurrentes de encuentro entre la demanda y la oferta de productos de origen agropecuario a nivel regional y municipal que faciliten los entornos de comercialización y reduzcan la intermediación.</p> <p>5. Identificar nuevas oportunidades de mercado externo de productos de origen agropecuario.</p>	<p>asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <p>1. Articular todos los programas, proyectos y/o estrategias de inclusión productiva, generación de ingresos, asociatividad y emprendimiento que tenga el Gobierno Nacional con estrategias de comercialización tales como circuitos cortos de comercialización, encadenamientos productivos, emparejamientos productivos y demás instrumentos que faciliten los canales de comercialización.</p> <p>2. Realizar propuestas de instrumentos de política que reduzcan la intermediación en los procesos de comercialización de pequeños y medianos productores permitiéndoles mejorar sus ingresos equilibrando de mejor manera la distribución de las utilidades.</p> <p>3. Realizar análisis de los programas, proyectos y estrategias de comercialización y promover propuestas de unificación para evitar la atomización de recursos y se mejore la funcionalidad e impacto de los instrumentos de intervención.</p> <p>4. Establecer espacios recurrentes de encuentro entre la demanda y la oferta de productos de origen agropecuario a nivel regional y municipal que faciliten los entornos de comercialización y reduzcan la intermediación, tales como mercados campesinos y otras formas de</p>	<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 directa, que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos, el desarrollo de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercialización de productos agropecuarios.</p> <p>8. Incentivar la ampliación y mejora de la infraestructura de transporte, almacenamiento y procesamiento, en pro de la modernización de la estructura de comercialización de productos agropecuarios.</p> <p>9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar la eficiencia en la comercialización. Esto podría incluir el desarrollo de plataformas digitales, aplicaciones móviles o sistemas en línea que faciliten la conexión directa entre productores y consumidores, así como la gestión eficiente de la cadena suministro.</p> <p>Parágrafo 1°. La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales y comunitarios, entre otros.</p> <p>Adicionalmente, la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional</p>	<p>comercialización de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.</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 desarrollo de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercio de productos agropecuarios.</p> <p>8. Incentivar la ampliación y mejora de la infraestructura de transporte almacenamiento y procesamiento, en pro de la modernización de la estructura de comercialización de productos agropecuarios.</p> <p>9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar la eficiencia en la comercialización. Esto podría incluir el desarrollo de plataformas digitales, aplicaciones móviles o sistemas en línea que faciliten la conexión directa entre productores y consumidores, así como la gestión eficiente de la cadena de suministro.</p>	

de Mercadeo Agropecuario realizará una articulación con el Sistema Nacional para la garantía progresiva del Derecho a la alimentación y programa Hambre Cero, artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.	<p>Parágrafo primero. La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales y comunitarios, entre otros.</p> <p>Adicionalmente, la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario realizará una articulación con el Sistema Nacional para la garantía progresiva del Derecho a la alimentación y programa hambre cero estipulado en el artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.</p>	
N/A	Capítulo VI Seguimiento, Actualización y Vigencia	Se acoge el texto de Senado.
<p>Artículo 9º. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto con el apoyo del departamento Nacional de Planeación establecerán un mecanismo de seguimiento de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años de su implementación.</p> <p>Dicha evaluación será socializada a la ciudadanía a través de su publicación en la página web institucional, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.</p>	<p>Artículo 13. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto con el apoyo del departamento Nacional de Planeación establecerán un mecanismo de seguimiento de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años desde su implementación.</p> <p>Dicha evaluación será socializada a la ciudadanía a través de su publicación en la página Web institucional, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.</p>	No hay discrepancias.

<p>Artículo 10. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. La política de mercadeo agropecuario será actualizada cada cinco (5) años de conformidad con los resultados de las evaluaciones de avances y rendimientos de las metas planteadas en el artículo noveno de la presente ley.</p>	<p>Artículo 14. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. La política de mercadeo agropecuario será actualizada cada cinco (5) años de conformidad con los resultados de las evaluaciones de avances y rendimientos de las metas planteadas en el artículo quinto de la presente ley.</p>	Se acoge el texto de Senado.
N/A	<p>Artículo 15. La mesa técnica intersectorial podrá definir mecanismos que garanticen la definición de precios remunerativos para los productos agropecuarios.</p>	Se acoge el texto de Senado.
<p>Artículo 12. Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de su promulgación.</p>	<p>Artículo 16 Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación</p>	No hay discrepancias.

III. PROPOSICIÓN

Con base en las consideraciones presentadas, los conciliadores del Senado de la República y la Cámara de Representantes rinden informe de conciliación del Proyecto de Ley No. 265 de 2024 Senado – 291 de 2022 CÁMARA "POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES", y solicitamos a la Plenaria de cada corporación que se ponga en consideración y se apruebe el texto conciliado que se presenta a continuación.

De los honorables Congresistas,



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





OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA
Representante a la Cámara
Partido Liberal
Conciliadora

<p>IV. TEXTO CONCILIADO DEL PROYECTO DE LEY No. 265 DE 2024 SENADO – 291 DE 2022 CÁMARA</p> <p>"POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE MERCADEO AGROPECUARIO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".</p> <p>EL CONGRESO DE COLOMBIA</p> <p>DECRETA:</p> <p>Capítulo I</p> <p>Disposiciones Generales</p> <p>Artículo 1. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, como instrumento integrador y orientador de la producción agropecuaria, logística agropecuaria y comercialización de productos de origen agropecuario.</p> <p>Artículo 2. Componentes y enfoques de la Política Nacional de Mercado Agropecuario. La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario estará integrada por tres (3) componentes:</p> <p>i) Ordenamiento de la Producción Agropecuaria, ii) Logística Agropecuaria, y iii) Comercialización Agropecuaria.</p> <p>La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario contemplará diversos enfoques diferenciales tales como género, étnico, víctimas, reincorporadas, madres cabeza de familia y demás que considere el Gobierno nacional con el fin de reconocer que la población rural es diversa y que requieren de acciones afirmativas.</p> <p>Artículo 3. Definiciones. Para efectos de la presente Ley aplican las siguientes definiciones:</p> <p>1. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria: Sistema de producción y organización, gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras, que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, que suelen complementarse con actividades no agropecuarias.</p> <p>2. Circuitos Cortos de Comercialización: Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados, reduciendo al mínimo la intermediación.</p> <p>3. Encadenamientos Productivos: Formas de vinculación comercial de explotaciones familiares con empresas agroindustriales (privadas o públicas) para la provisión de materia.</p> <p>4. Enfoque Diferencial: Perspectiva de análisis que permite obtener y difundir información sobre grupos poblacionales con características particulares según ciclo vital, sexo, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, reconocimiento campesino, discapacidad, condición de vulnerabilidad, y que es usado como instrumento técnico para la formulación de la Política Nacional Mercadeo Agropecuario.</p>

<p>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.</p> <p>6. Mercadeo Agropecuario: Se define como el conjunto de actividades económicas que implican el traslado de productos de origen agropecuario, desde su producción hasta su consumo, bajo un marco normativo e institucional</p> <p>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.</p> <p>8. Sector Agropecuario: Se entiende por sector agropecuario aquel cuya actividad económica está circunscrita a los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como la adecuación y la transformación de la producción, los servicios de apoyo asociados y la comercialización de productos.</p> <p>9. Mercados campesinos: Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios y culturales a nivel local caracterizados por: (i) presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de personas productoras y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; ii) ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); iii) venta de productos frescos, de temporada y de mínimo procesamiento; (iv) promoción de alimentos y productos propios del territorio; (v) búsqueda de un precio justo tanto para el productor como para el consumidor; (vi) fomento de la agricultura limpia o agroecológica. Estos esquemas de comercialización suelen operar en plazas, parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.</p> <p>Artículo 4. Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. En un plazo máximo de un (1) año, contado a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional adoptará la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario en la que se identifiquen y determinen estrategias, prioridades, responsables, mecanismos de mediano y largo plazo e indicadores de seguimiento, que faciliten y optimicen el Proceso de Mercadeo Agropecuario, siguiendo los lineamientos establecidos en la presente ley.</p> <p>Parágrafo. Las disposiciones adoptadas por el Gobierno Nacional en el diseño e implementación de la Política Nacional de mercadeo agropecuario tendrán enfoque territorial.</p> <p>Artículo 5. Objetivos de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. Serán objetivos generales de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario los siguientes:</p> <p>1. Contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad del sector agropecuario a través de la articulación y armonización de estrategias nacionales y regionales asociadas al ordenamiento productivo, la logística agropecuaria y la comercialización de productos de origen agropecuario.</p> <p>2. Promover el ordenamiento productivo del sector agropecuario de manera tal que se optimice el uso sostenible del suelo de acuerdo a su vocación, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios, y se aumente la competitividad, manteniendo sostenibilidad social, ambiental y económica.</p>
--

<p>3. Fortalecer condiciones y capacidades para el desarrollo de procesos logísticos en las cadenas de suministro de productos de origen agropecuario.</p> <p>4. Mejorar los canales de comercialización de pequeños y medianos productores agropecuarios, para reducir la intermediación.</p> <p>5. Promover el aprovechamiento de mercados externos de productos de origen agropecuario.</p> <p>6. Establecer estrategias de reducción de costos en los insumos agropecuarios en su fase de producción e intermediación para el acceso al mercado.</p> <p>7. Promover la incorporación de tecnologías digitales y avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor agropecuaria, desde la producción hasta comercialización, incluyendo la adopción de sistemas de información geográfica, plataformas de comercio electrónico para productos agropecuarios, tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el sector, así como herramientas digitales para la gestión logística y de cadena de valor. 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 que mejoren la eficiencia en el uso de recursos naturales, conserven la biodiversidad, reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero y aumenten la capacidad de adaptación del sector agropecuario a los cambios climáticos. Esto incluye el apoyo a la innovación tecnológica, la promoción de sistemas de producción agroecológica y la implementación de prácticas de manejo sostenible del agua.</p> <p>9. Contribuir con la garantía de la seguridad alimentaria y de la soberanía alimentaria reconociendo la producción agropecuaria.</p> <p>10. Promover la inclusión y el empoderamiento de la mujer campesina, fomentando su participación activa en todas las etapas de la cadena de valor. Implementando programas de capacitación y acceso a recursos financieros, tecnológicos y de infraestructura específicos para mujeres campesinas, promoviendo políticas de equidad de género que reconozcan y valoren su papel fundamental en la producción agropecuaria.</p> <p>PARÁGRAFO. Todos los lineamientos contemplados en esta ley deberán estar orientados a la producción, distribución y comercialización de cultivos y de insumos, con fines alimentarios, textiles y medicinales. Se entenderán exceptuadas de esta ley los cultivos, insumos, bases o derivados de la coca y el cannabis, salvo que estén dentro de los fines medicinales, abonos, fertilizantes, textiles, cosméticos, producción de fibra textil, plástico, papel, combustibles, tintas, usos veterinarios, fungicidas e insecticidas.</p> <p style="text-align: center;">Capítulo II</p> <p style="text-align: center;">Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>Artículo 6 Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Gobierno Nacional establecerá una mesa técnica intersectorial en la que participarán el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural quien liderará y coordinará la misma, la Unidad de Planificación Rural agropecuaria (UPRA), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Agencia desarrollo Rural (ADR), La</p>	<p>Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), el Ministerio de Transporte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional Planeación, encargada de la formulación de la Política Nacional de Mercadeo agropecuario, quienes trabajarán en conjunto con los territorios a través del Consejo nacional de Secretarios de Agricultura (CONSA), los Consejos Seccionales de Desarrollo Agropecuario (CONSEAS), los Consejos Municipales de Desarrollo Agropecuario (CMDR), Corporaciones Autónomas Regionales, Áreas Metropolitanas o quienes cumplan las funciones de autoridad ambiental o demás mecanismos de interacción regional y con la academia.</p> <p>De esta mesa harán parte dos (2) representantes de organizaciones campesinas, así como dos (2) representantes de agremiaciones del sector agropecuario, para lo cual, en un término máximo de 2 meses posteriores a la entrada en vigencia de la presente ley, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural definirá los mecanismos de elección de estos representantes y propenderá porque en su elección se garantice la paridad de género.</p> <p>En todo caso el Gobierno Nacional estará facultado para integrar a la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo</p> <p>Artículo 7. Informes de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. A partir de la entrada en vigencia de la presente Ley el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural como coordinador de la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario, deberá presentar anualmente ante las Comisiones Quintas Constitucionales Permanentes de cada Cámara, un informe escrito que incluya los resultados, avances y rendimientos de las estrategias planteadas en la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario.</p> <p>Artículo 8 Componente Especial para el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un componente de producción agrícola y logística específico en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina teniendo en cuenta su ubicación geográfica, sus características fisiográficas, uso de suelo, entre otras</p> <p style="text-align: center;">Capítulo III</p> <p style="text-align: center;">Ordenamiento de la Producción Agrícola</p> <p>Artículo 9. Componente de Ordenamiento de la Producción Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo agropecuario desarrollará un primer componente denominado Ordenamiento de la Producción Agropecuaria y asignará responsable(s), que se encargará (n) de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios a nivel nacional, estudios de tendencias del mercado externo y estudios de las oportunidades de la demanda de productos étnicos, artesanales y exóticos, análisis de necesidad de importación de productos agropecuarios e identificación de oportunidades de exportación 2. Proponer e implementar estrategias que orienten y promuevan el ordenamiento productivo agropecuario a nivel territorial que optimice la producción agropecuaria de acuerdo con la vocación de uso del suelo, sin desconocer las competencias de los concejos municipales para tal fin y la autonomía de los propietarios de los predios.
<p>3. Realizar análisis de impacto de posibles procesos de sustitución de importaciones de cadenas productivas clave para garantizar la seguridad, autonomía y soberanía alimentaria del país, considerando los efectos en los precios para los consumidores.</p> <p>4. Realizar recomendaciones a las entidades territoriales sobre la programación de áreas de siembra y producción de productos de cadenas agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas y forestales de conformidad con los análisis de la demanda y de la oferta de productos agropecuarios.</p> <p>5. Establecer instrumentos de prevención y contención de los efectos derivados del riesgo climático y cambio climático y tomar mejores decisiones basadas en información de clima y su impacto sobre los cultivos.</p> <p>6. Aumentar la competitividad de la producción de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria, con la implementación de sellos y mecanismos que promuevan el compromiso social, ambiental y la seguridad alimentaria de los productos, como estrategia para el incremento de sus ventas.</p> <p>7. Realizar seguimiento y determinar las medidas necesarias que permitan garantizar la disponibilidad de insumos agropecuarios en el territorio nacional.</p> <p>8. Incentivar la inversión y financiamiento en infraestructura, sistemas, equipos y tecnología, para contribuir a la modernización de la estructura de la producción agropecuaria.</p> <p>9. Establecer y fortalecer estrategias para el fortalecimiento productivo y competitivo de la producción agroecológica con el fin que los territorios rurales desarrollen mayor resiliencia socioeconómica y climática.</p> <p>Artículo 10. Centros de Investigación. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, articularán y gestionarán acciones intersectoriales para la creación de centros de investigación regionales con el objetivo de reducir los costos en la cadena de valor, los insumos de producción agropecuaria de pequeña, mediana y gran escala a través de las universidades públicas y privadas, entidades acreditadas por el Ministerio de Ciencias para la investigación, entidades privadas de carácter gremial y el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.</p> <p>Se promoverán activamente prácticas de agricultura sostenible y regenerativa como parte integral del proceso. Se impulsará la implementación de técnicas agrícolas que fomenten la conservación del suelo, la biodiversidad y el uso eficiente de los recursos naturales, al tiempo que se busca reducir el impacto ambiental de la producción agropecuaria. Para lograr este fin, se incentivarán programas de capacitación y asistencia técnica dirigidos a los productores para que adopten estas prácticas.</p> <p style="text-align: center;">Capítulo IV</p> <p style="text-align: center;">Logística Agropecuaria</p> <p>Artículo 11. Componente de Logística Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un segundo componente denominado Logística Agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar necesidades de bienes públicos y/o privados necesarios para facilitar los procesos de transformación y/o agregación de valor, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios, además de derivados y/o residuos agroindustriales. 2. Identificar, priorizar y promover la construcción y/o mejoramientos de vías terciarias y fluviales relevantes que faciliten los procesos de transporte de productos de origen agropecuario para la comercialización nacional o para exportación. 3. Formular programas, proyectos y/o estrategias que permitan la financiación de los bienes públicos y/o privados para facilitar los procesos de transformación, recolección y acopio, alistamiento, almacenamiento, transporte y de ser necesaria, la cadena de frío de productos agropecuarios. 4. Establecer recomendaciones sobre los requerimientos de sanidad e inocuidad necesarios en la infraestructura requerida en los procesos de logística agropecuaria. 5. Identificar y establecer medidas de lucha efectiva contra el contrabando productos de origen agropecuario que ingresen al país desde el extranjero afectando gravemente la comercialización y competitividad de los productos origen agropecuario nacionales. 6. Promover la construcción, adecuación y mejora de plantas o centros de acopio y transformación de productos agrícolas. 7. Articular acciones con las universidades públicas y privadas regionales con el fin de propiciar la investigación dirigida a la reducción de costos de los insumos agropecuarios. 8. Identificar problemáticas de seguridad en las vías que afecten el desarrollo del mercadeo agropecuario y establecer informes dirigidos a los entes territoriales, a la fuerza pública y al gobierno nacional, con el fin de que estos ejecuten los mecanismos necesarios para garantizar la seguridad del transporte y formulen mecanismos para compensar riesgos y/o pérdidas derivadas de bloqueos u otros factores que impidan la comercialización. 9. Fomento y desarrollo de la Industria Campesina. <p style="text-align: center;">Capítulo V</p> <p style="text-align: center;">Comercialización Agropecuaria</p> <p>Artículo 12. Componente de Comercialización Agropecuaria. La Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la Formulación de La Política Nacional de Mercadeo Agropecuario desarrollará un tercer componente sobre comercialización agropecuaria y asignará a la entidad responsable, que se encargue de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Articular todos los programas, proyectos y/o estrategias de inclusión productiva, generación de ingresos, asociatividad y emprendimiento que tenga el Gobierno Nacional con estrategias de comercialización tales como circuitos cortos de comercialización, encadenamientos productivos, emparejamientos productivos y demás instrumentos que faciliten los canales de comercialización. 2. Realizar propuestas de instrumentos de política que reduzcan la intermediación en los procesos de comercialización de pequeños y medianos productores permitiéndoles mejorar sus ingresos equilibrando de mejor manera la distribución de las utilidades.

<p>3. Realizar análisis de los programas, proyectos y estrategias de comercialización y promover propuestas de unificación para evitar la atomización de recursos y se mejore la funcionalidad e impacto de los instrumentos de intervención.</p> <p>4. Establecer espacios recurrentes de encuentro entre la demanda y la oferta de productos de origen agropecuario a nivel regional y municipal que faciliten los entornos de comercialización y reduzcan la intermediación, tales como mercados campesinos y otras formas de comercialización de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.</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 desarrollo de infraestructura productiva y de transformación y procesos de comercio de productos agropecuarios.</p> <p>8. Incentivar la ampliación y mejora de la infraestructura de transporte almacenamiento y procesamiento, en pro de la modernización de la estructura de comercialización de productos agropecuarios.</p> <p>9. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación para mejorar 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>Parágrafo primero. La presente ley deberá articularse con el plan nacional de desarrollo vigente, en todos los aspectos sectoriales, gremiales y comunitarios, entre otros.</p> <p>Adicionalmente, la Mesa Técnica Intersectorial y Regional para la formulación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario realizará una articulación con el Sistema Nacional para la garantía progresiva del Derecho a la alimentación y programa hambre cero estipulado en el artículo 216 de la Ley 2294 de 2023.</p> <p style="text-align: center;">Capítulo VI Seguimiento, Actualización y Vigencia</p> <p>Artículo 13. Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto con el apoyo del departamento Nacional de Planeación establecerán un mecanismo de seguimiento de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario y adicionalmente realizará una evaluación de los avances y resultados frente a las metas trazadas cada cuatro (4) años desde su implementación.</p> <p>Dicha evaluación será socializada a la ciudadanía a través de su publicación en la página Web institucional, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.</p> <p>Artículo 14. Actualización de la Política Nacional de Mercadeo Agropecuario. La política de mercadeo agropecuario será actualizada cada cinco (5) años de conformidad con los resultados de las evaluaciones de avances y rendimientos de las metas planteadas en el artículo quinto de la presente ley.</p>	<p>Artículo 15. La mesa técnica intersectorial podrá definir mecanismos que garanticen la definición de precios remunerativos para los productos agropecuarios.</p> <p>Artículo 16 Vigencia. La presente ley rige desde la fecha de promulgación</p> <p>De los honorables Congresistas,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  INTI RAÚL ASPRILLA REYES Senador de la República Partido Alianza Verde Conciliador </div> <div style="text-align: center;">  OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA Representante a la Cámara Partido Liberal Conciliadora </div> </div>
--	---

CONTENIDO

<p>Gaceta número 906 - Lunes, 15 de junio de 2024</p> <p style="text-align: center;">CÁMARA DE REPRESENTANTES</p> <p style="text-align: center;">INFORMES DE CONCILIACIÓN</p>	<p>Págs.</p> <p>mecanismos para informar, explicar y dar a conocer la gestión de los Congresistas, y se dictan otras disposiciones. 1</p> <p>Informe de Conciliación y texto conciliado del Proyecto de Ley número 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. 17</p>
---	--