**PROYECTO DE LEY**

*“Por el cual se promueve las compras públicas locales para el abastecimiento de alimentos, y se dictan otras disposiciones”*

**Exposición de Motivos**

1. **ANTECEDENTES**

Colombia es un Estado Social de Derecho que propende por el bienestar de sus habitantes, el mejoramiento de su calidad de vida y la distribución equitativa de oportunidades y de ingresos, por tal razón, la Constitución Política en su artículo 13, resalta que el estado debe promover las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y no meramente formal. De igual forma el artículo 334 de la Constitución Política estableció la posibilidad de que el Estado intervenga en la economía*, “para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar, de manera progresiva, que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo al conjunto de todos los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.”*

En la actualidad los programas de distribución de alimentos en sus diferentes modalidades, son administrados por algunas entidades públicas tanto en el nivel central como en el nivel local, apoyando su labor de suministro y distribución de alimentación, en la tercerización del servicio a través de empresas particulares que se encargan de llevar a cabo esta labor, previo la realización de licitaciones públicas u otras modalidades de selección establecidas en el Estatuto General de Contratación.

La realización de los procesos de selección en las distintas entidades públicas, bajo los parámetros del Estatuto de Contratación, no incluyen como regla general, la posibilidad de participación de las organizaciones campesinas productoras de alimentos, pues las exigencias técnicas, logísticas y financieras para poder responder a las condiciones contractuales y operativas definidas por las entidades públicas, solo pueden ser satisfechas por empresas intermediarias que llevan bastante tiempo en el mercado.

Ante este escenario, el Juez constitucional ha brindado algunas soluciones de carácter jurisprudencial, que pregonan la evidente necesidad de incluir en los pliegos de condiciones de los distintos procesos de selección, las medidas o acciones afirmativas, que son mandatos con carácter imperativo, tendientes a reequilibrar a aquellas personas, poblaciones o grupos discriminados, que por razones políticas, económicas, culturales o sociales[[1]](#footnote-1) no han tenido las mismas oportunidades que otros sectores de la población. Dichas medidas han sido estudiadas por la Corte Constitucional en las sentencias T-724 de 2003 y C 932 de 2007, estableciendo, sobre todo en la última, que la inclusión de las medidas afirmativas debe tener un carácter casi obligatorio.[[2]](#footnote-2)

Adicionalmente, el acuerdo de paz firmado en la Habana (Cuba) “ACUERDO FINAL PARA LA TERMINACIÓN DEL CONFLICTO Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PAZ ESTABLE Y DURADERA” estableció en su numeral 1.3.3.4 una serie de medidas para estimular el mercadeo de los productos campesinos, ordenando la realización e implementación progresiva de un régimen de compras públicas que fomente la producción local para apoyar la comercialización y absorción de la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria.[[3]](#footnote-3)

El documento *Recomendaciones para una política de compras públicas de alimentos inclusiva de la agricultura familiar*, publicado por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura en Noviembre de 2016, deja ver algunas reflexiones que este organismo internacional realizó, a propósito del tema de las Compras Públicas a organizaciones campesinas: *en la última década varios países han desarrollado esfuerzos para integrar a los agricultores familiares como proveedores directos de los mercados institucionales de alimentos. En casi todos los países estos mercados han estado dominados por grandes empresas e intermediarios quienes tienen las capacidades técnicas, logísticas y financieras para poder responder a las condiciones contractuales y operativas definidas por las entidades públicas.[[4]](#footnote-4)*

*Las experiencias desarrolladas en la región de compras públicas a pequeños productores rurales, han mostrado que cuando los Estados deciden a quienes se les debe comprar los alimentos si los recursos son públicos, el impacto que se genera puede ser significativo. Se promueve el empleo y la generación de ingresos en poblaciones especialmente vulnerables, se impulsa el desarrollo local al lograr insertar a las comunidades en procesos económicos y sociales estables, se contribuye a una redistribución efectiva de la riqueza al generar un flujo continuo de recursos, y a la vez se impacta positivamente las políticas públicas encaminadas a garantizar la seguridad alimentaria y superar la pobreza.[[5]](#footnote-5)*

*Adicionalmente estas experiencias también promueven y amplían la participación social de las diferentes organizaciones, y a la vez logran integrar a entidades públicas, privadas y de cooperación internacional alrededor del objetivo común que se traza con estos programas.[[6]](#footnote-6)*

En consecuencia, el escenario normativo y factico actual, determina la necesidad clara de establecer una serie de medidas que permitan a las Organizaciones de Agricultura Familiar, participar en el mercado de las compras públicas, permitiendo su desarrollo económico y social, generando un impacto positivo en su entorno, y, por ende, en las condiciones de vida de la localidad, la región y el país en general.

1. **EL PROBLEMA JURIDICO**

La Ley 80 no prevé un régimen especial para la compra de alimentos, ni mucho menos la inclusión de condiciones favorables para el apoyo a las economías campesinas u organizaciones de agricultura familiar, por lo que la adquisición de este tipo de insumos debe regirse por las reglas generales contenidas en el Estatuto General de Contratación.

Tal sometimiento implica que, las entidades públicas, no pueden incluir reglas en los pliegos de condiciones de las distintas modalidades de selección, que favorezcan de manera directa a este tipo de organizaciones, es decir, la selección del proveedor no puede hacerse, ni por las cualidades intrínsecas del proveedor (organizaciones de agricultura familiar), ni por las particularidades del bien a comprar (alimentos), sino como resultado de la aplicación del principio de la selección objetiva.

Siendo este el escenario, el problema que debe abordarse es la posibilidad o no, dentro del actual marco jurídico de compras estatales, de incluir con carácter obligatorio reglas que permitan la participación de las Organizaciones de Agricultura Familiar en este segmento del mercado, pregunta a la que se responde con carácter afirmativo, pues la sentencia C-932 de 2007, anteriormente citada, establece de manera clara la posibilidad de que las entidades públicas, en el marco de la aplicación de las medidas afirmativas, incluyan reglas que propendan al favorecimiento de estos grupos de población históricamente discriminada. Adicionalmente en el acuerdo de paz negociado entre el Gobierno Nacional y las FARC se alcanzó el acuerdo “Hacia un nuevo Campo Colombiano: Reforma rural integral” (Acuerdo, Politica de Desarrollo Agrario Integral, 2014) en este acuerdo se contempla la creación de un mecanismo de compras públicas para atender la demanda de los programas y las entidades, este mecanismo debe jalonar la producción local y absorber la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria.

En ese orden de ideas, es preciso que el órgano legislativo, dando aplicación de la interpretación realizada por la Corte Constitucional en la citada sentencia, en armonía con el acuerdo al que se llegó en este punto en la Habana, concretice la interpretación y el mandato que allí se establecen, creando un marco jurídico que permita materializar en una norma de carácter obligatoria, mejores condiciones para el acceso de las familias campesinas a estos mercados.

1. **CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY**

El proyecto de ley cuenta con 4 capítulos y 13 artículos, con las siguientes temáticas:

Capítulo I Objeto, ámbito de aplicación, definiciones y objetivos específicos

Capítulo II.Organizaciones de agricultura familiar

Capítulo III Registro único de organizaciones de agricultura familiar

Capítulo IV Factores para la compra-venta de alimentos locales

**PROYECTO DE LEY “POR EL CUAL SE PROMUEVE LAS COMPRAS PÚBLICAS LOCALES PARA EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**

**EL CONGRESO DE COLOMBIA**

**DECRETA:**

**TITULO I**

**DISPOSICIONES GENERALES**

**CAPITULO I**

**OBJETO, AMBITO DE APLICACIÓN, DEFINICIONES Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**ARTÍCULO 1. OBJETO.** Apoyar el acceso a las organizaciones de agricultura familiar al mercado de las compras públicas locales de alimentos, incluyendo dentro de los factores de evaluación de los procesos de selección del estatuto general de contratación, reglas de carácter obligatorio para la adquisición sus productos agropecuarios.

**ARTÍCULO 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN.** Las disposiciones que aquí se establecen, serán obligatorias para las entidades públicas del nivel nacional, departamental, distrital y municipal, que demanden alimentos para el abastecimiento y suministro de productos agropecuarios en los distintos planes y programas de alimentación impulsados por estas.

**ARTICULO 3. DEFINICIONES.** Para efectos de la aplicación de la presente ley se establecen las siguientes definiciones:

**PEQUEÑO PRODUCTOR :** Productor que desarrolla su proyecto de vida a través de actividades agropecuarias en una mínima unidad de hasta 2 (dos) Unidad Agrícola Familiar (UAF) o las que se definan por la UPA , que los ingresos sean generados principalmente por la actividad agropecuaria (Al menos en un 70%).[[7]](#footnote-7) Este productor hace parte de un sistema socioeconómico y cultural desarrollado por comunidades agrarias (campesinas, colonas, indígenas, negras afrodescendientes) en sus respectivos territorios, en los cuales se realizan actividades agrícolas, pecuarias, agroforestales, acuícolas o pesqueras y que se dinamiza predominantemente mediante la mano de obra familiar o de una comunidad de familias rurales, cuya relación de tenencia y tamaño de la tierra es heterogénea y en el que su sistema de producción le permite, tanto cubrir parcialmente necesidades de autoconsumo como generar ingresos al comercializar en mercados locales, nacionales e internacionales, de forma esporádica o constante, en búsqueda de la calidad de vida, aportando a la seguridad alimentaria propia como a la sociedad.

**ECONOMIA SOLIDARIA:** Sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía[[8]](#footnote-8) (Artículo 2 de la Ley 454 de 1998).

**ZONA GEOGRÁFICA PARA LA COMPRA LOCAL DE ALIMENTOS:** La definición de la unidad o área geográfica para la compra de alimentos se basa en la vocación productiva de su territorio y territorios vecinos. La Entidad Territorial establecerá la unidad geográfica de compra local de alimentos, basado en criterios de: Conectividad vial, Circuitos cortos de comercialización, Vocación y uso del suelo, Disponibilidad de organizaciones de productores y Disponibilidad de los alimentos. Se recomienda que la negociación de compra de alimentos a pequeños productores, se desarrolle con enfoque territorial, vinculando a las organizaciones de productores más cercanas al punto donde se consumen y / o entregan los alimentos, incluso si estas están ubicadas por fuera de la división político administrativa.[[9]](#footnote-9)

**ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS CON ENFOQUE DIFERECIAL:** Grupo de alimentos que busca reconocer las particularidades de cada región, la disponibilidad de alimentos, los hábitos y costumbres alimentarias y los costos de los alimentos, entre otros, propiciando de esta manera el respeto de las diferencias culturales, especialmente de la población que pertenece a algún grupo étnico.

**ORGANIZACIÓN DE AGRICULTURA FAMILIAR:** Es la unidad de explotación rural que depende preponderantemente del trabajo familiar desarrollado sobre determinada área, con independencia de su forma jurídica o régimen de tenencia del predio, administrada y operada directamente por los miembros de la familia, quienes residiendo en él o en zona cercana, obtienen de ella su principal fuente de ingreso.

**AGRICULTURA CAMPESINA, FAMILIAR Y COMUNITARIA - ACFC:** Sistema de producción y organización gestionado y operado por mujeres, hombres, familias, y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palanqueras que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, trasformación y comercialización de bines y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas; que suelen complementarse con actividades no agropecuarias. Esta diversificación de actividades y medios de vida se realiza predominantemente a través de la gestión y el trabajo familiar, asociativo o comunitario, aunque también puede emplearse mano de obra contratada. El territorio y los actores que gestionan este sistema están estrechamente vinculados y coevolucionan combinando funciones económicas, sociales, ecológicas, políticas y culturales.[[10]](#footnote-10)

**MERCADOS CAMPESINOS Y COMUNITARIOS:** Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios a nivel local caracterizados por: (I)Presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de productores 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 procesados .(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 parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario.

**CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN:** Forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediario reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores.[[11]](#footnote-11)

**COMPRAS LOCALES DE ALIMENTOS:** Es la acción de adquirir uno o varios alimentos ofrecidos por una organización y/o asociación de pequeños productores legalmente constituidos del área de influencia previamente establecida por la Entidad Territorial, formalizado a través de un contrato de compra-venta entre la organización y/o asociación de pequeños productores y el operador, a cambio de un precio establecido bajo condiciones de Mercado.[[12]](#footnote-12)

**ARTICULO 4. OBJETIVOS ESPECIFICOS.** La estrategia de compras Públicas Locales:

* Definir por departamento el porcentaje exigible técnicamente, para la compra de alimentos y bienes y servicios relacionados.
* Mejorar el bienestar social y económico de las familias que dependen de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria y pequeños productores.
* Implementar un mecanismo estratégico de compras públicas que fomente la producción y a consumo local y la vinculación efectiva de las organizaciones de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria y pequeños productores a la tienda virtual del estado como canal (vitrina) de promoción y apoyo a la comercialización de la producción.
* Articular los diferentes espacios de circuitos cortos (ruedas de negocios, ferias, mercados campesinos) de comercialización los alimentos y bienes y servicios requeridos por instituciones públicas y privadas.
* Promover el desarrollo territorial a través de organizaciones de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria - ACFC como herramienta para el cumplimiento de los requerimientos de las instituciones demandantes.
* Promover hábitos de alimentación saludable y cultural a través de la disponibilidad de alimentos regionales, los alimentos de cosechas, los hábitos culturales y costumbres alimentarias.

**TITULO II**

**IMPLEMENTACION DE LAS COMPRAS PÚBLICAS LOCALES**

**CAPÍTULO II**

**ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR Y PEQUEÑO PRODUCTOR**

**ARTÍCULO 5. FORMALIZACION DE LAS ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR Y PEQUEÑO PRODUCTOR.** El Gobierno Nacional a través de la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Agencia Desarrollo Rural; promoverá tipos de organizaciones solidarias entre las poblaciones campesinas con un proyecto productivo financiado de manera técnica y jurídica, en aras de formalizar de manera progresiva y gradual, este tipo de organizaciones. La formalización gradual de las organizaciones deberá realizarse en coordinación con las entidades territoriales, quienes deberán identificar, por medio de sus órganos competentes, las zonas en las que se encuentren las familias productoras, con el fin de focalizar los programas de formalización.

**ARTICULO 6. APOYO A LAS ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR** **Y PEQUEÑO PRODUCTOR**. Para fortalecer este tipo de organizaciones, el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Agricultura, deberá impulsar políticas que permitan que las Organizaciones de Agricultura Familiar, incrementen sus niveles de producción y mejoren sus estándares de calidad y condiciones fitosanitarias. El gobierno nacional, a través de la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias y el Ministerio de Agricultura, establecerá la estrategia para el fortalecimiento de este tipo de organizaciones, implementando programas en las distintas regiones del país. Para tal efecto, se suscribirán los convenios y/o contratos necesarios con las entidades territoriales, incluyendo en dichos instrumentos de manera puntual, aquellos aspectos que se pretenden fortalecer o implementar.

**CAPÍTULO III**

**REGISTRO UNICO DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR**

**ARTICULO 7. REGISTRO UNICO DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR Y PEQUEÑO PRODUCTOR.** Registro deOrganizaciones de Agricultura Familiar identificadas, establecidas y legalmente constituidas, en el que se deberá incluir la información de los productos agropecuarios que se producen en cada región, el número de familias que se dedican a actividades agropecuarias, qué actividades realizan, cuanto producen, qué ciclos de producción tienen, qué ingresos perciben.

**ARTICULO 8. CREACIÓN Y CUSTODIA DEL REGISTRO UNICO DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR Y PEQUEÑO PRODUCTOR.** El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural tendrá a cargo la creación y custodia del Registro Único de Organizaciones de Agricultura Familiar y pequeños productores mediante un formulario único de datos de nivel nacional dentro de la plataforma Agronet.

**ARTICULO 9. ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO UNICO DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA FAMILIAR Y PEQUEÑO PRODUCTOR.** La Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias del Ministerio de Trabajo, la Agencia Desarrollo Rural, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Confecámaras, remitirán al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural la información actualizada de las organizaciones de agricultura familiar y pequeños productores.

**CAPÍTULO IV**

**FACTORES PARA LA COMPRA-VENTA DE ALIMENTOS LOCALES**

**ARTICULO 10. FACTORES DE EVALUACION Y PONDERACION.** Las Entidades Públicas que contraten con recursos públicos la adquisición, suministro y entrega de alimentos en cualquiera de sus modalidades de atención (complemento alimentario, desayuno, almuerzo,cena, refrigerios), deberán incluir dentro de los factores de evaluación o ponderación de sus procesos de selección, un porcentaje mínimo del 20% del total del valor de los factores de puntuación que se establezcan en los pliegos de condiciones, para aquellos oferentes que se obliguen a adquirir productos agropecuarios provenientes de las Organizaciones de Agricultura familiar. Dicho porcentaje tope podrá establecerse de manera escalonada, dependiendo de la estructura de evaluación del respectivo pliego de condiciones, el cual podrá establecer la puntuación, dependiendo del ofrecimiento porcentual que el proponente realice.

El porcentaje que se establezca en los pliegos de condiciones como factor de ponderación, deberá corresponder al análisis que arrojen los estudios previos y del sector respectivos.

**ARTICULO 11. INCLUSION DE LOS FACTORES EN LOS ESTUDIOS PREVIOS.** Las Entidades públicas, en el entendido de que las producción de productos agropecuarios no es de carácter homogénea, deberán establecer en sus estudios preliminares, cual es la oferta y la demanda de productos agropecuarios en las distintas zonas donde se pretenda el suministro y entrega de los alimentos, con el fin de establecer un porcentaje de ponderación que se corresponda con las capacidades de producción y abastecimiento de las Organizaciones de Agricultura familiar que se encuentran en el sector.

**Parágrafo.** Una vez opere de manera plena el Registro de Organizaciones de Agricultura Familiar, las entidades deberán consultarlo con el fin de determinar la capacidad de producción de dichas organizaciones en las distintas regiones del país, de modo que la asignación de los porcentajes sea el reflejo de esta estadística. Adicionalmente, la información que maneje el registró, deberá ser insumo de los estudios previos y del sector, en cualquiera de los procesos en los que se pretenda suministrar alimentos en cualquiera de sus modalidades.

**ARTICULO 12. PAGO OPORTUNO.** Con el fin de evitar que las Organizaciones de Agricultura Familiar sufran impactos financieros por la demora en los pagos que le realice el operador, la entidad pública destinará dentro del valor adjudicado en el contrato, una suma a título de pago con entrega a favor del contratista operador, con el único objetivo de garantizar el pago a los proveedores que tengan la categoría de Organizaciones de Agricultura Familiar. La destinación diferente que de dichos recursos efectúe el operador, dará lugar sanciones de carácter penal y será causal de declaratoria de incumplimiento del contrato, con las consecuencias que ello acarrea.

**TITULO III**

**VIGENCIA Y DEROGATORIAS**

**ARTÍCULO 13. VIGENCIA.** La presente ley regirá tres (3) meses después su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

1. “Por acciones afirmativas se entiende todo tipo de medidas o políticas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos, ya sea con el fin de eliminar o reducir las desigualdades de tipo social, cultural o económico que los afectan, bien de lograr que los miembros de un grupo subrepresentado, usualmente un grupo que ha sido discriminado, tengan una mayor representación, con el fin de conseguir una mayor igualdad sustantiva entre grupos sociales con problemas de discriminación o de desigualdad de oportunidades.” **( Sentencia T-724 de 2003)** [↑](#footnote-ref-1)
2. “La Corte encuentra que el establecimiento del deber de selección objetiva en la escogencia del contratista, que orienta el proceso de licitación o concurso previsto para la contratación del Estado no configura una omisión legislativa relativa, pues si bien es cierto que en desarrollo de su potestad de configuración, el legislador no estableció en forma expresa acciones afirmativas, no lo es menos que no sólo no las prohíbe, sino que las ha autorizado en otras normas que son exigibles en el proceso de selección y adjudicación de contratos estatales mediante licitación y concurso. En efecto, el hecho de que el Estatuto de la Contratación hubiere exigido al administrador la escogencia de las propuestas más favorables o del mejor ofrecimiento al Estado no niega la existencia de acciones afirmativas en la contratación. O dicho de otro modo, la omisión en la regulación de medidas de discriminación positiva en el estatuto de la contratación administrativa no puede entenderse como una prohibición de regulación**.”( Sentencia C 932 DE 2007)** [↑](#footnote-ref-2)
3. “1.3.3.4.Mercadeo: con el fin de garantizar condiciones adecuadas para la comercialización de los productos provenientes de la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria, y mejorar su disponibilidad como garantía del derecho a la alimentación, el Gobierno Nacional creará e implementará el Plan Nacional para la promoción de la comercialización de la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria, que contará con medidas afirmativas para promover el empoderamiento económico de las mujeres rurales. Para el desarrollo del Plan se tendrán en cuenta los siguientes criterios: • La promoción de asociaciones solidarias, incluyendo las asociaciones de mujeres rurales, para comercialización que provean información y logística, administren los centros de acopio y promocionen los productos del campo, dando especial atención a las áreas priorizadas, de manera que se minimice progresivamente la intermediación, se reduzca el precio final al consumidor, se propicien relacionamientos directos entre quienes producen y consumen, y se creen condiciones para garantizar mejores ingresos para los productores y productoras. • Financiación o cofinanciación de centros de acopio para la producción alimentaria de la economía campesina, familiar y comunitaria que atiendan las particularidades y las necesidades de la región así como la promoción de la administración de los centros de acopio por parte de las comunidades organizadas. • La promoción en los centros urbanos de mercados para la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria. • La promoción de encadenamientos de la pequeña producción rural con otros modelos de producción, que podrán ser verticales u horizontales y en diferente escala, en función de la integración campo-ciudad, en beneficio de las comunidades —mujeres y hombres— y para agregar valor a la producción. • El diseño e implementación progresiva de un mecanismo de compras públicas para atender la demanda de las entidades y programas institucionales, que de manera descentralizada, fomente la producción local para apoyar la comercialización y absorción de la producción de la economía campesina, familiar y comunitaria. • La implementación para los productores y las productoras, de un sistema de información de precios regionales que se apoye en las tecnologías de la información y las comunicaciones”. (Acuerdo Final 24.11.2016 Página 31 de 310) [↑](#footnote-ref-3)
4. Fragmento extraído del documento “Recomendaciones para una política de compras públicas de alimentos inclusiva de la agricultura familiar. Colombia Noviembre de 2016. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura” [↑](#footnote-ref-4)
5. Fragmento extraído del documento “Recomendaciones para una política de compras públicas de alimentos inclusiva de la agricultura familiar. Colombia Noviembre de 2016. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura” [↑](#footnote-ref-5)
6. Fragmento extraído del documento “Recomendaciones para una política de compras públicas de alimentos inclusiva de la agricultura familiar. Colombia Noviembre de 2016. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura” [↑](#footnote-ref-6)
7. Ley Modelo de Agricultura Familiar del PARLATINO. Bases para la formulación de leyes y políticas públicas en América Latína y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural , Resolución No. 464 de 2017 [↑](#footnote-ref-8)
9. Anexo 3 de la Resolución Nº 29452 de 2017 Lineamiento Técnico Administrativo del PAE. <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-327168.html> [↑](#footnote-ref-9)
10. Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural , Resolución No. 464 de 2017 [↑](#footnote-ref-10)
11. Cepal, 2014. [↑](#footnote-ref-11)
12. Anexo 3 de la Resolución Nº 29452 de 2017 Lineamiento Técnico Administrativo del PAE. <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-327168.html> [↑](#footnote-ref-12)