

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

Nro. 41
(12 6 DIC. 2023)

“POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE NUEVA GENERACIÓN – PLAZAS DE MERCADO Y MERCADOS CAMPESINOS – EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA. PLAZANTIOQUIA 2023 – 2040.”

LA ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA, en uso de sus funciones constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 300 de la Constitución Política de Colombia, y la Ley 2200 de 2022,

ORDENA:

ARTÍCULO 1°. OBJETO. Adóptese el Plan Estratégico para el fortalecimiento de los Mercados Públicos de Nueva Generación en el departamento de Antioquia - PLAZANTIOQUIA 2023 – 2040 -, con el objetivo de fortalecer los ecosistemas socio-empresariales en los Mercados Públicos de Nueva Generación - Plazas de Mercado y Mercados Campesinos - como espacios dinamizadores de las actividades económicas, sociales y culturales de los municipios de Antioquia, a través de la implementación de una serie de estrategias orientadas al mejoramiento de la gestión, administración y funcionamiento conforme a las demandas y oportunidades propias de los territorios en los cuales operan.

ARTÍCULO 2°. OBJETIVOS ESPECIFICOS. Los objetivos específicos del Plan Estratégico son:

- a. Fomentar el desarrollo organizativo y socio-empresarial en los ecosistemas de los Mercados Públicos de Nueva Generación, a través de la implementación de programas de formación y capacitación a productores rurales comerciantes, trabajadores y otros actores que participan en su abastecimiento y funcionamiento.
- b. Fortalecer la capacidad de generación de valor agregado de los Mercados Públicos de Nueva Generación y sus unidades de negocio a través de la implementación de programas de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- c. Acompañar a los municipios en la definición de lineamientos técnicos requeridos para la formulación y estructuración de Mercados Públicos de Nueva Generación en el departamento conforme a la normatividad vigente.
- d. Determinar los requisitos mínimos necesarios para ser parte de la estrategia de Mercados Públicos de Nueva Generación del Departamento de Antioquia.
- e. Definir estrategias orientadas a la formalización y fortalecimiento de las actividades productivas y comerciales que se desarrollen en los Mercados Públicos.
- f. Brindar lineamientos y herramientas que contribuyan a establecer una gestión sostenible de los ecosistemas de los Mercados Públicos en el marco de economía circular y crecimiento verde.

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

- g. Promover la articulación y cooperación con actores públicos, privados, académicos y comunitarios del territorio para el fortalecimiento de los ecosistemas de los Mercados Públicos.

ARTÍCULO 3°. ÁMBITO DE APLICABILIDAD. El Plan Estratégico para el fortalecimiento de los Mercados Públicos de Nueva Generación en el departamento de Antioquia será aplicable para todas las entidades vinculadas al conglomerado público departamental. Será un referente para el diseño de planes, programas, proyectos y de todas las acciones dirigidas a intervenir y fortalecer los ecosistemas de las Plazas de Mercado y Mercados Campesinos en el departamento.

ARTÍCULO 4°. PRINCIPIOS. El gobierno departamental a través de las medidas adoptadas propenderá por la autonomía de las entidades territoriales en la gestión y operación de sus Plazas de Mercado y Mercados Campesinos conforme a lo establecido a la Ley, así como pondrá en valor la solidaridad como principio fundamental de cohesión y el reconocimiento de las identidades diversas, las prácticas y saberes locales que coexisten en los ecosistemas de las plazas de mercado, como base fundamental de su existencia.

ARTÍCULO 5°. CONCEPTOS Y DEFINICIONES:

- a. **DERECHO HUMANO A LA ALIMENTACIÓN.** La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) define el derecho a la alimentación como el derecho a tener acceso, de manera regular, permanente y libre, sea directamente, sea mediante compra por dinero, a una alimentación cuantitativa y cualitativamente adecuada y suficiente, que corresponda a las tradiciones culturales de la población a que pertenece el consumidor y garantice una vida síquica y física, individual y colectiva, libre de angustias, satisfactoria y digna.
- b. **SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL.** En el Plan Decenal de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2020 - 2031 es definida como la disponibilidad suficiente y estable de alimentos sanos y nutritivos en todo momento para los habitantes del departamento de Antioquia, garantizando el acceso físico, social y económico, el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad con pertinencia cultural, así como su adecuado aprovechamiento biológico, para lograr satisfacer sus diferentes necesidades, de acuerdo a sus requerimientos nutricionales y costumbres alimentarias, buscando con ello lograr un estado de bienestar que permita mejorar las condiciones de salud y nutrición de la población.
- c. **SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS – SADA** -Los SADA son combinaciones complejas de actividades, funciones y relaciones que permiten a las poblaciones de las ciudades satisfacer sus exigencias de alimentos. Estas acciones son desempeñadas por diferentes agentes económicos, mediante infraestructuras, equipos, servicios, leyes y reglamentos formales e informales que rijan sus acciones y decisiones, coadyuvando al desarrollo de las regiones y la garantía de abastecimiento de alimentos en los grandes centros urbanos. (Argenti & Marocchino, 2007; FAO, 2010b).
- d. **CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN.** Constituyen la base fundamental de la estrategia de abastecimiento en los Mercados Públicos de Nueva Generación

ORDENANZA 41		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

de Antioquia. Si bien, su desarrollo se encuentra directamente asociado con la capacidad de mejorar los niveles de participación de los productores locales y emprendedores en este tipo de establecimientos comerciales sin ningún intermediario, o reduciendo al mínimo la intermediación, en términos generales busca facilitar el acceso a productos alimentarios y bienes de primera necesidad a todo tipo de población, en especial aquellas que exponen importantes grados de vulnerabilidad, en condiciones de equidad y con la mejor calidad disponible, logrando un comercio justo en beneficio mutuo de los participantes del proceso.

- e. **INNOVACIÓN.** Se define como la introducción de nuevos procesos, métodos, productos o servicios a través de los cuales se fortalecen los procesos de comercialización y acceso a los alimentos y bienes de primera necesidad al interior de los MPNG. Lo anterior incluye innovaciones en el ámbito organizacional, de abastecimiento, transformación, prácticas administrativas y comerciales que, en última instancia, permiten replantear las relaciones tradicionales entre los productores, comerciantes y consumidores.
- f. **MERCADOS PÚBLICOS DE NUEVA GENERACIÓN – MPNG -.** Los Mercados Públicos de Nueva Generación son establecimientos y/o espacios de propiedad municipal, regidos bajo una gestión propia, con servicios comunes básicos y especializados, integrados por unidades económicas propias de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas) propias de la economía popular, a partir de las cuales se consolidan ecosistemas socio-empresariales modernos, dinámicos, inclusivos, innovadores y resilientes, con una elevada capacidad de adaptación conforme a las nuevas dinámicas productivas, los perfiles y preferencias de los consumidores. Son un espacio patrimonial con alto valor turístico. Son en esencia el lugar de reencuentro con nuestra historia y de encuentro de nuestra gente.
- g. **ECONOMÍA CAMPESINA, FAMILIAR Y COMUNITARIA.** Abarca una diversidad de estrategias productivas incluidas la agricultura, la pesca, la acuicultura, la silvicultura, el aprovechamiento de los bienes y servicios de la biodiversidad, el turismo rural, las artesanías, la minería artesanal, y otras actividades de comercio y servicios no vinculadas con la actividad agropecuaria. En este sistema predominan las relaciones de reciprocidad, cooperación y solidaridad, y el desarrollo de sus actividades se fundamenta en el trabajo y mano de obra de tipo familiar, asociativo o comunitario. El fruto de su trabajo es destinado al consumo propio o al trueque y a la comercialización en mercado locales, nacional y de forma esporádica internacionales, todo ello en función de su supervivencia y la generación de ingresos, lo que constituye un entretrejido de relaciones de reciprocidad en el territorio, en búsqueda de condiciones estables de vida y aportando a la seguridad y soberanía alimentaria.
- h. **ASOCIATIVIDAD.** Se fomentará y fortalecerá la asociatividad como estrategia para generar capital social, y fortalecer la participación de la producción local, la transformación, financiación y comercialización de productos de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los Mercados Públicos de Nueva Generación, de acuerdo con la Ordenanza No. 16 de 2019.
- i. **EMPREDIMIENTO.** Se entiende como una iniciativa individual o grupal, de una o varias personas que invierten recursos y esfuerzos con el objetivo de aprovechar las

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

oportunidades que brindan las actividades económicas y comerciales, realizadas en los Mercados Públicos. En este sentido, el emprendimiento ocupa un lugar central en la estrategia vinculación de jóvenes y de recambio generacional a través del desarrollo de actividades productivas complementarias, sea a través del trabajo directo en este tipo de establecimientos – reciclaje, producción de abonos y compostajes, venta de servicios – e indirectos (comercio electrónico, marketing digital, entre otros).

- j. **POBLACIÓN CAMPESINA.** Reconocidos como sujetos de derecho e interculturales, la población campesina se involucra de manera directa en el trabajo de la tierra para la producción de alimentos en garantía de la soberanía alimentaria, inmersos en formas de organización basadas en el trabajo familiar y comunitario no remunerada o en la venta de su fuerza de trabajo (Conceptualización del Campesinado en Colombia, Comisión de Expertos, ICANH, 2018). Del mismo modo, en el marco de la presente ordenanza, se busca promover una mayor participación de la población campesina y de sus organizaciones en los procesos de comercialización de productos en los Mercado Públicos de Nueva Generación, a través del desarrollo de competencias empresariales y organizacionales, que les permita a esta población acceder a mejores condiciones para participar y competir exitosamente en este tipo de establecimientos.
- k. **COMERCIANTE.** Este término reconoce una doble dimensión, de un lado, se reconoce como comerciantes a aquellas personas - campesinos, organizaciones agropecuarias, vendedores y/o emprendedores, entre otras – que realizan actividades de comercialización de bienes y servicios en las unidades de negocio de los Mercados Públicos, en condiciones de equidad. En segundo lugar, y según su relación jurídica con el establecimiento comercial, son personas naturales o jurídicas con trayectoria en la comercialización de alimentos y bienes, así como en la prestación de servicios, que, mediante la suscripción de un contrato de uso y aprovechamiento económico regulado por las entidades territoriales, adquiere el derecho de uso de un local, espacio o bodega al interior de los Mercados Públicos de Nueva Generación.

Los Mercados Públicos de Nueva Generación están constituidos por:

1. PLAZAS DE MERCADO DE NUEVA GENERACIÓN – PMNG -. Son establecimientos públicos modernos y sostenibles, destinados a la comercialización de bienes y la prestación de servicios conforme a la normatividad vigente, integrados por emprendimientos individuales que en ocasiones pueden constituirse en organizaciones de carácter cooperativo, regidos bajo una normatividad común, con una administración propia, en cuyas instalaciones confluyen diferentes ofertas productivas, culturales, gastronómicas, educativas, financieras y tecnológicas que satisfacen las necesidades de los consumidores. A su vez, cuentan con canales digitales para la distribución de productos, mensajes y contenidos que le permiten ampliar su área de influencia y participación sobre las prácticas cotidianas de las comunidades locales.

2. MERCADOS CAMPESINOS DE NUEVA GENERACIÓN – MCNG -. Los Mercados Campesinos son estructuras alternativas de carácter público moderno, eficiente y seguros, que facilitan el acceso a los alimentos, favorecen la inclusión

ORDENANZA 41		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

más equitativa y justa de los pequeños productores y contribuyen en la consolidación de circuitos cortos de comercialización a nivel municipal. Internamente son operados por organizaciones de productores y, en la mayoría de los casos, sus actividades se desarrollan en los espacios públicos municipales (calles, parques, plazoleñas) previa autorización de las entidades territoriales, mediante mercados itinerantes tipo feria. Cuenta con un reglamento interno común en el cual se establecen los compromisos y obligaciones de los participantes e incluyen diversos canales de comercialización que van desde el formato presencial hasta la comercialización digital previa preventa y posterior entrega de los productos alimentarios.

ARTÍCULO 6°. EJES ESTRATÉGICOS. De acuerdo a los objetivos y metas trazados para el fortalecimiento de los Mercados Públicos de Nueva Generación de Antioquia, se plante cinco (5) ejes estratégicos con sus respectivas actividades a implementarse hasta el año 2040:

1. **INSTITUCIONALIDAD.** A través de este se busca disponer de una instancia formalmente constituida que permita fortalecer la gestión institucional de los Mercados Públicos de Nueva Generación, a través de la articulación de recursos - humanos, técnicos y financieros - entre entidades públicas, privadas, la academia, organizaciones sociales y no gubernamentales del departamento, que promuevan la participación activa y la ejecución de acciones orientadas a consolidar ecosistemas socio-empresariales inclusivos, sostenibles y competitivos en los diferentes municipios de Antioquia.

Este Eje se implementará a través de los siguientes programas:

- a. Fortalecimiento institucional.
- b. Gestión de alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación.
- c. Impulso al posicionamiento de la Red, sus aliados y servicios.

2. **INFRAESTRUCTURAS MODERNAS, INNOVADORAS Y SOSTENIBLES.** Reconoce la infraestructura física, digital y el espacio público como elementos fundamentales para la operación, apropiación y adecuado funcionamiento de las Plazas de Mercado y los Mercados Campesinos. En consecuencia, a través de su implementación se busca mejorar el acceso a equipamientos públicos de calidad que garanticen la calidad e inocuidad de los alimentos, faciliten su acceso, contribuyan a su adquisición en condiciones dignas, promuevan la creación de experiencias vivenciales y estimulen la participación de actores locales en el comercio directo de productos y servicios. Al mismo tiempo, incorpora innovaciones tecnológicas – tanto en la fase de producción como en la comercialización - para construir un sistema comercial eficiente, transparente y moderno que posibilite la toma de decisiones futuras en relación al análisis de la demanda y oferta de los productos.

Este Eje se implementará a través de los siguientes programas:

- a. Formulación de los requerimientos técnicos necesarios para la modernización y funcionamiento.

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

- b. Fortalecimiento las redes logísticas, circuitos cortos de comercialización y sistemas de economía circular.
- c. Desarrollo de las capacidades para la gestión de recursos de inversión.
- d. Promoción de esquemas para la gestión de recursos de inversión.

3 FORTALECIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO. Tiene como propósito establecer las herramientas, instrumentos y acciones necesarias para un adecuado funcionamiento de las Plazas de Mercado y los Mercados Campesinos de Nueva Generación en sus territorios. Se busca adoptar e implementar los procesos y procedimientos necesarios para promover el adecuado funcionamiento y la competitividad de las unidades de negocio vinculadas y, de esta forma, responder a las demandas y los nuevos perfiles de consumidores de acuerdo con las particularidades de los territorios.

Este Eje se implementará a través de los siguientes programas:

- e. Definición de la estructura administrativa y organizacional de los MPNG.
- f. Establecimiento de un modelo eficiente de comercialización y distribución de alimentos y bienes de primera necesidad.
- g. Fortalecimiento de los Mercados Públicos como espacios turísticos y de consumo de productos locales.

4. SOSTENIBILIDAD. Este Eje tiene énfasis en la gestión y uso eficiente de los recursos naturales como medida indispensable para generar negocios sostenibles, que reconozcan las necesidades del territorio y sus comunidades y contribuyan al bienestar económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente en el largo plazo.

Este Eje se implementará a través de los siguientes programas:

- a. Sostenibilidad económica de las PMNG y sus unidades de negocio.
- b. Sostenibilidad social del ecosistema.
- c. Sostenibilidad ambiental.

5. INNOVACIÓN SOCIAL Y TECNOLÓGICA. Busca ofrecer nuevos modelos de gestión y relacionamiento para cada uno de los actores que participan en las Plazas y Mercados Campesinos, que pasan por el desarrollo de innovaciones sostenibles en los productos, los servicios, el modelo de negocio, la estructura organizativa, los procesos y tecnologías, lo social y comercial, entre otros aspectos relevantes.

Este Eje se implementará a través de los siguientes programas:

- d. Innovación y modernización tecnológica.
- e. Desarrollo de capacidades y gestión del talento humano.
- f. Promoción y transferencia de buenas prácticas y tecnologías a los actores del ecosistema.

ARTÍCULO 7°. GOBERNANZA. La operatividad y direccionamiento estratégico del Plan estará a cargo de la Secretaría de Productividad y Competitividad o quien haga sus veces, la que estará encargada del fortalecimiento socio-productivo de los ecosistemas

ORDENANZA 41		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

de Mercados Públicos del departamento, a través del acompañamiento a la formulación e implementación de los modelos de negocio de este tipo de equipamientos públicos, la identificación e impulso de nuevo emprendimiento y el desarrollo de buenas prácticas comerciales en sus instalaciones, para lo cual para lo cual apoyará la gestión de alianzas pública privadas con actores territoriales.

Para el cumplimiento de estos propósitos, se requiere la coordinación de las siguientes secretarías de la Gobernación:

- **Secretaría de Turismo:** Será la encargada de liderar el posicionamiento de los Mercados Públicos como espacios turísticos y de identidad regional del departamento de Antioquia, a través del acompañamiento y asesoramiento técnico de las entidades territoriales que quieran resaltar este tipo de infraestructuras y sus ecosistemas.
- **Secretaría de Infraestructura Física:** Será la encargada de asesorar la formulación de los lineamientos técnicos necesarios para el diseño y construcción de los Mercados Públicos conforme a los requerimientos normativos nacionales y los estándares de calidad necesarios para su adecuado funcionamiento. A su vez, será la instancia encargada de revisar y viabilizar los proyectos de inversión que sean financiados con recursos de la Gobernación.
- **Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural:** Será la encargada de identificar asociaciones de productores rurales con capacidad de comercializar sus productos en los Mercados Públicos, promover la constitución de circuitos cortos de comercialización, proveer información actualizada de precios de los productos e implementar buenas prácticas productivas en la cadena de abastecimiento de las plazas de mercado.
- **Secretaría de Ambiente y Sostenibilidad:** Será la encargada de orientar la formulación de los planes de Manejo ambiental de las Mercados Públicos conforme a la normatividad vigente. A su vez acompañará la identificación y formulación de emprendimientos asociados con la económica circular y los negocios verdes al interior de los Mercados Públicos de Nueva Generación.

Para el desarrollo de programas, proyectos y acciones que apunten a la materialización de los objetivos y ejes estratégicos planteados en la presente Ordenanza, se crea la Mesa Técnica de Mercados Públicos de Nueva Generación, cuya denominación será *PLAZANTIOQUIA*, entendida como una instancia de articulación y trabajo entre entidades del gobierno departamental, municipal, organizaciones de la sociedad civil, el sector privado y otros actores relevantes, con el fin de abordar todo lo relacionado con el fortalecimiento de los ecosistemas socio-empresariales de los Plazas de Mercado y Mercados Campesinos de Nueva Generación desarrollar propuestas y tomar decisiones relacionadas con la implementación del Plan. La Secretaría de Productividad y Competitividad ejercerá la secretaría técnica de la Mesa.

ARTÍCULO 8°. USO DE MARCA. Los Mercados Públicos ubicados en el departamento de Antioquia, que hagan uso de esta estrategia, utilizarán la marca *PLAZANTIOQUIA*, como mecanismo de posicionamiento de la cultura Plaza de los Antioqueños.

ORDENANZA		 ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE ANTIOQUIA
CÓDIGO: PM-02-R05	VERSIÓN: 04	VIGENTE DESDE: 06/01/2023

Parágrafo: Los municipios del departamento de Antioquia que así lo dispongan, podrán acogerse al Plan Estratégico para el Fortalecimiento de los Mercados Públicos de nueva Generación – Plazas de Mercado y Mercados Campesinos – en el departamento de Antioquia. PLAZANTIOQUIA 2023 – 2040.

ARTÍCULO 9°. FINANCIACIÓN. Corresponderá al gobierno departamental la definición de estrategias financieras para la implementación del Plan Estratégico, en concordancia con los Planes de Desarrollo Departamentales que se formulen durante su vigencia. Cada organismo de la administración departamental velará por el desarrollo de los ejes del Plan en el marco de su respectivo campo de acción, y gestionará y destinará los recursos necesarios para ello.

ARTÍCULO 10°. SEGUIMIENTO. El seguimiento del presente Plan lo realizará la Secretaría de Productividad y Competitividad, quien ejercerá la Secretaría Técnica de PLAZANTIOQUIA.

ARTICULO 11°. DOCUMENTO TÉCNICO. Hace parte integral de la ordenanza el documento técnico del Plan Estratégico para el fortalecimiento de los Mercados Públicos de Nueva Generación – Plazas de Mercado y Mercados Campesinos – en el departamento de Antioquia. PLAZANTIOQUIA 2023 – 2040.

ARTICULO 12°. AGENDA ANTIOQUIA 2040. El presente Plan Estratégico se articulará con los objetivos, proyectos y metas definidos en la Agenda Antioquia 2040, aportando a la consecución de la visión y los objetivos trazados.

PARÁGRAFO ÚNICO. Protección al morador inicial de las plazas de mercado en Antioquia.

El plan estratégico para el fortalecimiento de los mercados públicos de nueva generación en el departamento de Antioquia – Plaza Antioquia –, protegerá los derechos adquiridos de los moradores iniciales y originales de las plazas de mercado de Antioquia.

El gobernador reglamentará los alcances de este artículo.

VIGENCIA°. La presente Ordenanza rige a partir de la fecha de su publicación.

Dada en Medellín, a los 06 días del mes de diciembre de 2023

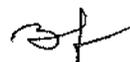


JUAN CARLOS PALACIO FERNÁNDEZ
Presidente



ADOLFO PATIÑO CARDONA
Secretaría General

E/P: Blanca Cecilia Henao Colorado, Secretaria Ejecutiva- Secretaría General





GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA

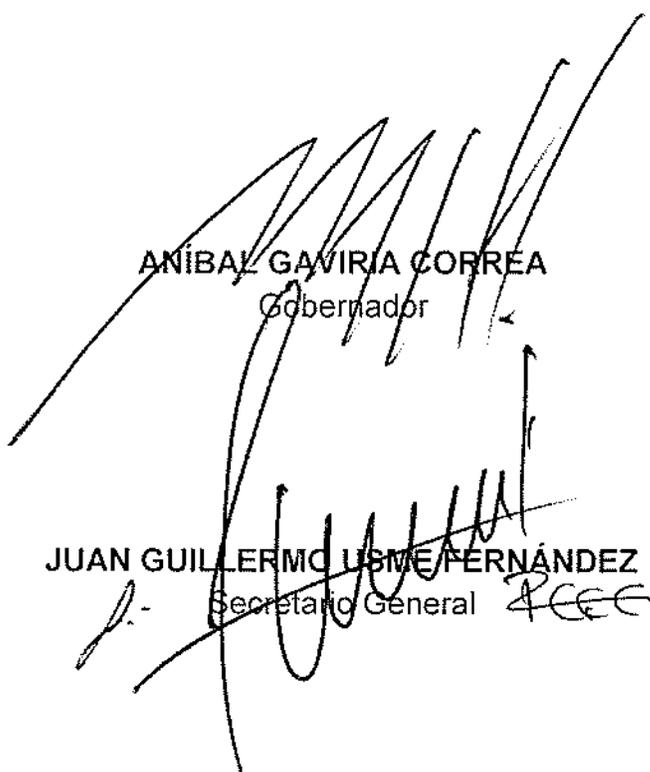


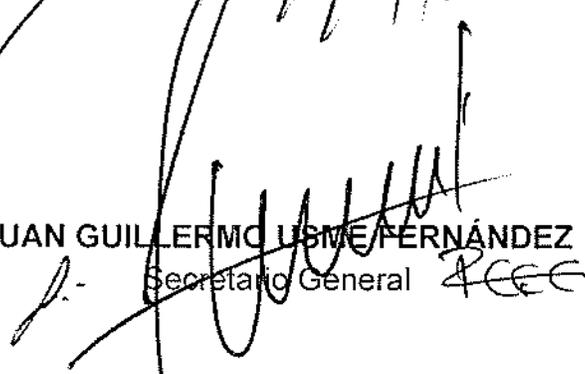
Recibido para su sanción el día 20 de diciembre de 2023

REPÚBLICA DE COLOMBIA
GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA

Medellin, 12 de DIC. 2023

Publiquese y Ejecútese la ORDENANZA N°. 41 "POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE NUEVA GENERACIÓN – PLAZAS DE MERCADO Y MERCADOS CAMPESINOS – EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA. PLAZANTIOQUIA 2023 - 2040".


ANÍBAL GAVIRIA CORREA
Gobernador


JUAN GUILLERMO USME FERNÁNDEZ
Secretario General


DANIELA TREJO ROJAS
Secretaria de Productividad y Competitividad



SC4997-I