INFORME FINAL OTROSI 0206-1

ADICIÓN

IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL RURAL, FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL RURAL CON EQUIDAD DE PRODUCTORES Y ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA CAMPESINA, FAMILIAR Y COMUNITARIA EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

OTRO SI: No 0206-01

DICIEMBRE 2022

Calle 1b No. 55 – 74
602 653 4957

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 3

I ASPECTOS TÉCNICOS 4

COMPONENTE 1: FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL RURAL CON EQUIDAD DE PRODUCTORES Y ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA CAMPESINA, FAMILIAR Y COMUNITARIA EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA 7

Actividad 1: Realizar diez (10) mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales y eventos regionales, con Ruedas de Negocios con productores agropecuarios y agroecológicos. 7

Entregable 1: Mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales y eventos regionales con ruedas de negocios. 7

Mercado Campesino Regional de Pasto 7

Actividad 2: Realizar un (1) circuito corto de comercialización y jornadas de comercialización con productores agropecuarios y agroecológicos que favorezcan una producción más limpia y consumo responsable. 10

Actividad 3: Orientar a organizaciones de productores agropecuarios a través de proyectos productivos orientados a la producción de alimentos que fortalezcan los mercados campesinos del Departamento del Valle del Cauca 13

II RESUMEN DE AVANCE DEL PROYECTO: 17

INTRODUCCIÓN

Posterior a la aprobación de la adición definida por la SDRAP para el componente 1 del proyecto "Implementación de Proyectos para El Desarrollo Integral Rural, Fortalecimiento de Observatorio Agropecuario y Pesquero, Desarrollo de Proyectos Productivos Agropecuarios para Reincorporados y Excombatientes, Fortalecimiento de Programas de Víctimas del Conflicto Armado y Municipios PDET y La Implementación de Sistemas de Producción Agroecológicas en El Departamento del Valle del Cauca" se dio inicio a las actividades planeadas en los entregables E1, E2 y E3.

Los entregables E1 y E2 mercados campesinos y circuitos cortos de comercialización se realizaron con las organizaciones priorizadas por la Secretaria de Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca, en busca de fortalecer la producción y la vinculación directa de los pequeños y medianos productores de las organizaciones beneficiarias con los mercados para ofertar sus productos de manera directa ante la demanda local dentro de las zonas de ubicación, facilitando así el posicionamiento y visibilización de las organizaciones como vías viables de comercialización y dinamización del territorio.

Igualmente, se realizó la socialización de la propuesta con las organizaciones beneficiarias del entregable E3, seguidamente, se elaboró el diagnóstico con cada una, posteriormente se trabajó en la priorización que requieren las organizaciones para el fortalecimiento de la producción agropecuaria y agroindustrial, igualmente se realizó el acompañamiento técnico y la entrega de los insumos concertados.

Este informe contiene las acciones realizadas para cada uno de los entregable del proyecto.

1. OBJETIVO

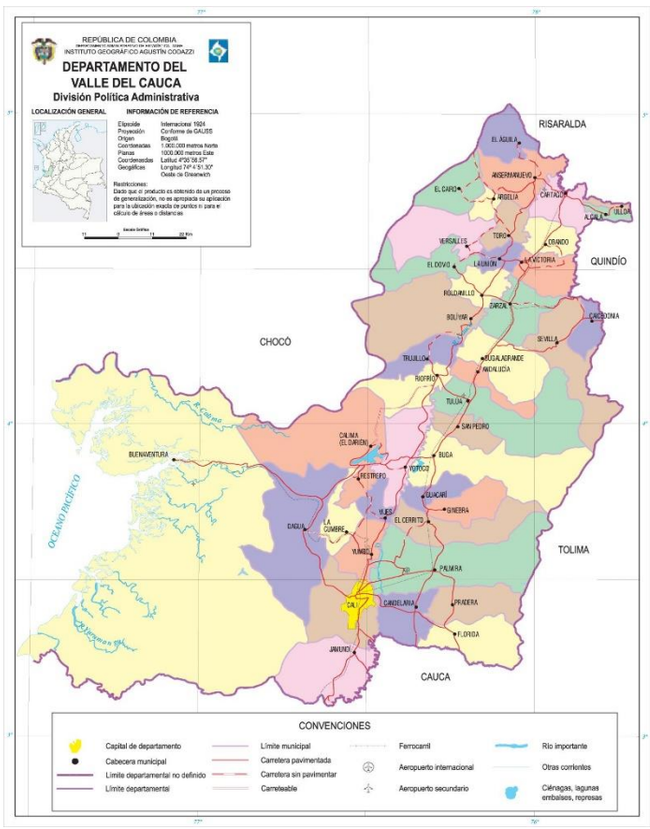
I GENERAL

Implementación de proyectos para el desarrollo integral rural, fortalecimiento de observatorio agropecuario y pesquero, desarrollo de proyectos productivos agropecuarios para reincorporados y excombatientes fortalecimiento de programas de víctimas del conflicto armado y municipios PDET y la implementación de sistemas de producción agroecológicas en el departamento del Valle del Cauca.

II LOCALIZACIÓN

Este proyecto se desarrollará en el área rural de los 42 municipios del Valle del Cauca con el ánimo de fortalecer las capacidades técnicas de pequeños y medianos agricultores, mejorando su nivel de adopción tecnológico y su productividad.

Imagen 01. Localización Municipios Beneficiarios



Fuente www.valledelcauca.gov.co

POBLACION BENEFICIADA

La población beneficiaria del proyecto son los pequeños y medianos agricultores del Valle del Cauca.

CONTEXTO

El otrosí N°0206-01 otorgado al contrato de prestación de servicios N°1.340-20.02-0206 suscrito entre el departamento del Valle – Secretaría De Desarrollo Rural, Agricultura Y Pesca – Fundación Ave Fénix contribuye por medio del FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL RURAL CON EQUIDAD DE PRODUCTORES Y ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA CAMPESINA FAMILIAR Y COMUNITARIA DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA a los pequeños productores y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria mediante la realización de mercados campesinos y circuitos cortos de comercialización, que permitan la motivación de procesos de transformación productiva, social e institucional con el fin de reducir la pobreza rural y mejorar la calidad de vida de manera integral del sector agrícola.

ESTRUCTURA DE TRABAJO OTROSÍ 0206-1

A continuación, se presentan las actividades que se plantean realizar durante la ejecución el proyecto:

PROYECTO	COMPONENTE	ELEMENTO	ACCIONES	N° Act Contracual	ACTIVIDAD	CANTIDAD
"IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL RURAL, FORTALECIMIENTO DE OBSERVATORIO AGROPECUARIO Y PESQUERO, DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS AGROPECUARIOS PARA REINCORPORADOS Y EXCOMBATIENTES FORTALECIMIENTO DE PROGRAMAS DE VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO Y MUNICIPIOS PDET Y LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA	P129-101696 FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL RURAL CON EQUIDAD DE PRODUCTORES Y ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA CAMPESINA FAMILIAR Y COMUNITARIA DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA	Comercial	Apoyo Logístico	1	Realizar tres (3) mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales con productores agropecuarios y agroecológicos que favorezcan una producción más limpia y consumo responsable.	3
				2	Realizar tres (3) circuitos cortos de comercialización y jornadas de comercialización con productores agropecuarios y agroecológicos que favorezcan una producción más limpia y consumo responsable.	3
		Productivo	Acompañamiento técnico	3	Orientar a organizaciones de productores agropecuarios a través de proyectos productivos orientados a la producción de alimentos que fortalezcan los mercados campesinos del Departamento del Valle del Cauca.	32

III ASPECTOS TÉCNICOS

Durante el periodo de octubre a diciembre, se han realizado las fases de socialización, diagnóstico, priorización y acompañamiento técnico a las organizaciones beneficiarias de las actividades planteadas en el entregable E3. Además, se llevó a cabo los tres mercados campesinos y los tres circuitos cortos de comercialización definidos para los entregables E1 y E2.

COMPONENTE 1: FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL RURAL CON EQUIDAD DE PRODUCTORES Y ORGANIZACIONES DE AGRICULTURA CAMPESINA, FAMILIAR Y COMUNITARIA EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

Actividad 1: Realizar diez (10) mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales y eventos regionales, con Ruedas de Negocios con productores agropecuarios y agroecológicos.

Entregable 1: Mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales y eventos regionales con ruedas de negocios.

La actividad de Mercados Campesinos con productores agropecuarios y agroecológicos, se llevó a cabo en los municipios de Pasto, Nariño y en las comunas 8 y 16 de la ciudad de Cali. Estos eventos contribuyeron a la dinamización de la economía de la región y al fortalecimiento de los productores, de igual manera, generó interés por parte de la comunidad en continuar desarrollando estos encuentros con mayor frecuencia ya que presenciaron un evento organizado y atractivo que fue calificado en su mayoría como excelente y/o bueno.

Respecto al evento realizado en Pasto, se valoró como una vitrina en la región pacífico y una oportunidad para los productores del Valle del Cauca de incursionar en otros escenarios y establecer contactos para potenciales negociaciones de sus productos.

Estos mercados campesinos generaron un impacto positivo sobre la comunidad, que llegó a apoyar con su compra a los productores y asociaciones participantes lo cual fue una contribución significativa para fomentar el apoyo a las compras locales de la región sin intermediación.

1. Mercado Campesino Regional de Pasto

La estrategia del Mercado Campesino Regional de Pasto, Nariño, realizado con la articulación de Región Administrativa y de Planificación – RAP Pacífico y la Secretaria de Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca – SDRAP, en cabeza de la secretaria Doctora Maritza Quiñonez, tuvo la participación de 23 pequeños y medianos productores provenientes del departamento del Valle del Cauca, de los municipios de Andalucía, Bugalagrande, Cali, Candelaria, El Cerrito, Ginebra, Jamundí, La Cumbre, Palmira, Roldanillo y Sevilla. El resultado en ventas mostró que en la jornada se logró comercializar alrededor de $19.665.700 a través de la oferta variada de productos frescos y transformados como aromáticas, café, cacao, frutas, verduras, harina de plátano, dulce cortado de leche y productos orgánicos con variedad, calidad y buen precio.

La participación de asistentes en el escenario del evento fue de aproximadamente quinientas (500) personas.

La jornada de comercialización se llevó a cabo en un horario de 6am a 4pm en la Plaza de Nariño en la cual se garantizaron stands para los productores.

Se ofertaron alrededor de 147 productos dentro de las categorías de Frescos (huevos, frutas y verduras) transformados (Café, Panela, Miel, Cacao, otros), Gastronomía (galletas, alfajores, otros) y otros (productos de belleza y artesanías). El mayor porcentaje de participación en la oferta de productos lo obtuvieron los frescos con un 39,5%, transformados con un 27,2%, seguido de otros con un 17,7% y gastronomía con un 15,6%.

Con relación a la cantidad de productos al inicio (alistamiento) versus final (saldo) se evidenció que, los productos tuvieron una buena rotación. La tendencia muestra que los productos frescos tienen una mayor demanda ya que considerados de gran importancia en la canasta familiar.

2. Mercado Campesino Regional Comuna 8 - Cali.

El evento realizado en la comuna 8 de la ciudad de Cali contó con la participación de 35 productores, se obtuvo en ventas una cifra de alrededor de $10.278.500.

La jornada de comercialización se llevó a cabo en un horario de 6am a 2pm en el Parque Nuevo de las Américas del barrio Las Américas, en la cual se garantizaron 60 stands para las organizaciones asistentes entre oferta de productores, oferta gastronómica y oferta institucional.

La participación de asistentes en el escenario del evento fue de aproximadamente doscientas (200) personas. Para este evento se contó con la participación de la Junta de Acción Comunal y la Junta Administradora Local de la comuna 8, el Ejercito Nacional, la Defensa Civil, la Secretaría de Turismo y la Dian. También, se hizo presente la gobernadora Clara Luz Roldan, quien visitó cada uno de los stands conociendo la oferta de los productores, interactuando con ellos y sumando como una compradora en esta jornada comercial.

La oferta en el mercado campesino estuvo conformada por 12 pequeños y medianos productores de Cali y 23 de otros municipios como Andalucía, Candelaria, Dagua, Florida, Ginebra, Jamundí, La Cumbre, Palmira, Restrepo, San Pedro, Yotoco y Tuluá. La oferta de alimentos fue variada encontrándose huevos, gallina, pollo, panela, café, cacao, frutas (naranja, mandarina, limón, banano, coco, lulo, manga poma, mora, otros) y verduras (acelgas, aguacate, albahaca, calabacín, caléndula, guineo, cebolla cabezona y larga, papa, perejil, pimentón, yuca, plátano, otros) productos resultantes de la transformación como chorizos de trucha y santa rosano, arepas, kéfir, bebidas, productos orgánicos entre otros. Fueron complementarios a esta oferta la oferta gastronómica con champús, arepas, tortas, etc.

Se ofertaron alrededor de 199 productos dentro de las categorías de Frescos (Musáceas, Cítricos, Frutas, Hortalizas, Aromáticas, Huevos, otros), Transformados (Café, Panela, Miel, Cacao, otros), Gastronomía (tortas, arepas, champús y otros) y otros (productos de belleza, medicinales, etc.). El mayor porcentaje de participación en la oferta de productos lo obtuvo los productos frescos con un 47,2%, transformados con un 39,2%, seguido de gastronomía con 9.0% y otros con 4.6%.

Con relación a la cantidad de productos al inicio (alistamiento) versus final (saldo) se evidenció que, productos como huevos, pollo, tomate, zanahoria, papa y naranja tienen una alta demanda según la importancia en la canasta familiar, mientras que, para productos como plantas, manteca de cacao la demanda fue menor lo cual deja en evidencia que son menos representativos en el consumo de los hogares.

3. Mercado Campesino Regional Comuna 16 - Cali.

El evento realizado en la comuna 16 de la ciudad de Cali contó con la participación de 34 productores, se obtuvo en ventas una cifra de alrededor de $11.765.600.

La jornada de comercialización se llevó a cabo en un horario de 6am a 2pm en la Unidad Deportiva Donal Tafur del barrio República de Israel, en la cual se garantizaron 60 stands para las organizaciones asistentes entre oferta de productores, oferta gastronómica y oferta institucional.

La participación de asistentes en el escenario del evento fue de aproximadamente doscientos veinte (220) personas. Para este evento se contó con la participación de la Junta de Acción Comunal y la Junta Administradora Local de la comuna 16, el Ejercito Nacional, la Defensa Civil, la Secretaría de Turismo, Banco Agrario y Colpensiones. También, se hizo presente la gobernadora Clara Luz Roldan, quien visitó cada uno de los stands conociendo la oferta de los productores, interactuando con ellos y sumando como una compradora en esta jornada comercial.

La oferta en el mercado campesino estuvo conformada por 9 pequeños y medianos productores de Cali y 25 de otros municipios como Andalucía, Candelaria, Dagua, Florida, Ginebra, Jamundí, La Cumbre, Palmira y Restrepo. La oferta de alimentos fue variada encontrándose huevos, gallina, pollo, trucha, cachama, panela, café, cacao, frutas (carambolo, guanábana, anón, uchuvas, arándanos, fresa, naranja, mandarina, limón, banano, coco, manga poma, otros), verduras (cidra, aguacate, albahaca, calabacín, caléndula, guineo, cebolla cabezona y larga, papa, perejil, pimentón, plátano, otros), productos resultantes de la transformación como dulce de manjar blanco, cortado, carne, gelatina, yogurt, arepas, bebidas, productos apícolas, entre otros. Fueron complementarios a esta oferta la oferta gastronómica con champús, chontaduro, masitas de choclo, café, etc.

Se ofertaron alrededor de 269 productos dentro de las categorías de frescos (Musáceas, Cítricos, Frutas, Hortalizas, Aromáticas, Huevos, otros), transformados (Café, Panela, Miel, Cacao, Panificación, arepas y otros), gastronomía (tortas, arepas, champús y otros) y otros (productos de belleza, medicinales, etc.). El mayor porcentaje de participación en la oferta lo obtuvo los productos frescos con un 64,3%, transformados con un 28,6%, seguido de gastronomía con 21% y otros con el 5,0%.

Con relación a la cantidad de productos al inicio (alistamiento) versus final (saldo) se evidenció que, productos como huevos, plátano guayabo, guineo, habichuelas y aguacate tienen una alta demanda según la importancia en la canasta familiar, mientras que, para productos como plantas ornamentales y accesorios la demanda fue menor lo cual deja en evidencia que son menos representativos en el consumo de los hogares.

Con el ánimo de conocer la percepción, frente al evento, de los participantes y asistentes, se realizó un registro de ventas y un sondeo de satisfacción para identificar las oportunidades de mejora que se

tienen para futuros eventos. Para recoger la información se utilizaron tres instrumentos; registro de ventas, encuesta de satisfacción a productores y encuesta de satisfacción a compradores. La información detallada de los resultados de este ejercicio, se puede consultar en el informe de cada mercado campesino relacionado en la carpeta digital.

En conclusión, el Mercado Campesino es valorizado por los productores en tanto les permite obtener flujo de caja con menos intermediación. En otros canales de comercialización el estado de madurez de algunos productos implica uso de agroquímicos; al tener un canal más directo de comercialización se emplearán menos insumos para la conservación que se debe mantener en la cadena de abastecimiento lo cual les genera ahorro en los costos de producción y les permite ofrecer alimentos más sanos. Contrastando esta situación con los compradores, se traduce en un beneficio para la economía de sus hogares y en un atractivo por la adquisición de alimentos más saludables.

El resumen de los mercados campesinos realizados se relaciona a continuación:

POBLACIÓN BENEFICIARIA ENTREGABLE E1		
MUNICIPIO	**ACTIVIDAD REALIZADA**	**TOTAL ACTIVIDADES EJECUTADAS**
CALI COMUNA 8	Mercado Campesino	**3**
CALI COMUNA 16	Mercado Campesino	
PASTO	Mercado Campesino	

De acuerdo con lo anterior, se resume el avance financiero del entregable E1:

Actividades Realizadas	Actividades avance periodo	Acumulado	Presupuesto Actividad	Valor ejecutado periodo	Porcentaje ejecutado acumulado
3	3	3	$210.000.000	$210.000.000	100%

Ver Anexo 1: Informe del evento – INF MDO, Listado de Asistencia- Listado de Asistencia de los productores – LA MDO, Registro Fotográfico del evento – RF MDO

Los soportes se encuentran disponibles en el drive carpeta digital y se relacionan en el archivo de Excel denominado RELACION CARPETA DIGITAL pestaña E1

Actividad 2: Realizar un (1) circuito corto de comercialización y jornadas de comercialización con productores agropecuarios y agroecológicos que favorezcan una producción más limpia y consumo responsable.

Entregable 2: Circuito corto de comercialización.

Durante este periodo, se llevó a cabo un circuito corto de comercialización en Pasto, Nariño y dos circuitos en el municipio de Tuluá, el primero a mediados del mes de octubre y el segundo en el marco de la IX Feria Agroindustrial de Tuluá, realizada del 28 al 30 de octubre.

1. Circuito Corto de Comercialización Pasto, Nariño.

En este periodo se llevó a cabo el circuito corto de comercialización bajo el esquema de rueda de

negocios en el municipio de Pasto, Nariño, en el marco del 2do Mercado Regional Campesino "Pacífico potencia mundial del agro para la vida" tuvo la participación de 11 organizaciones que lograron establecer acuerdos comerciales por un valor de $75.550.000 y abrir nuevas opciones de mercado.

La jornada se llevó a cabo en un horario de 6am a 2pm en el salón de eventos del museo aledaño a la Plaza de Nariño, en la cual se garantizaron stands para las organizaciones asistentes. La participación de empresas asistentes en calidad de compradores fue de 16. Para este evento se contó con la participación y apoyo de la RAP Pacífico en conjunto con las gobernaciones de Nariño, Chocó Valle y Cauca.

La oferta de productos fue variada encontrándose en su mayoría frutas y hortalizas, estuvo a cargo de 15 organizaciones de pequeños y medianos productores de los municipios de Dagua, El Cerrito, Roldanillo, La Cumbre, Jamundí, Cali, Bugalagrande, Ginebra y Andalucía.

El producto con mayores ventas fue la pulpa de coco con un 47%, seguido del café y la piña ambos con un 20% y entre frutas y hortalizas un 15%. El promedio de ventas fue de $6.868.000 para las 11 organizaciones. Se ofertaron alrededor de 25 productos dentro de las categorías de Frutas, Hortalizas, Café y Transformados.

2. Circuito Corto de Comercialización Tuluá del 16 de octubre.

La estrategia del Circuito Corto de Comercialización realizado en el municipio de Tuluá, tuvo la participación de 24 organizaciones que en la jornada comercializaron productos por un valor de $2.988.500, dinamizando así la economía local a través de la venta de productos frescos y a bajo precio. La jornada de comercialización se llevó a cabo en un horario de 6am a 4pm en las instalaciones de Mercacentro de Tuluá en la cual se garantizaron 30 stands para las organizaciones asistentes. La participación de asistentes en el escenario del evento fue de aproximadamente cien (100) personas.

Mercacentro, la SEDAMA de Tuluá, Secretaria de Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca (SDRAP), el mercado agroecológicos de Tuluá (Mercado Agroecológico Centro del Valle), la Red de Mercados Agroecológicos del Valle del Cauca -REDMAC, productores, productoras y organizaciones de base pretendieron con este espacio de intercambios de semillas, sabores y saberes locales, visibilizar la sociedad rural campesina; no sola como productora de alimentos, sino de conocimientos, cultura, historia, memoria biocultural y territorialidad. Los encuentros por la vida, por las semillas nativas y criollas, que son espacios por excelencia para la crianza, conservación y recuperación de la soberanía alimentaria, donde se reivindica la vida en sus múltiples manifestaciones.

La oferta de productos estuvo conformada por organizaciones de pequeños y medianos productores de Tuluá, Riofrio, algunos participantes desde el municipio de Bugalagrande, Cali y Sevilla. La oferta de alimentos fue variada encontrándose panela, miel, frutas y verduras y productos resultantes de la transformación como tortas, yogures, bebidas, entre otros. Fueron complementarios a esta oferta productos capilares, manualidades y artesanías.

Se ofertaron alrededor de 128 productos dentro de las categorías de Musáceas, Cítricos, Frutas, Hortalizas, Aromáticas, Café, Panela, Miel, Cacao, transformados y manualidades. La oferta estuvo conformada por una variedad de productos para los compradores donde los productos transformados representaron el 38,3%, los frescos el 25,0%, otros el 25% y gastronomía el 10,9%.

Con relación a la cantidad de productos inicial (alistamiento) versus final (saldo) se evidenció que los productores garantizaron buena cantidad. La demanda fue menor para productos que son menos representativos en el consumo de los hogares.

3. Circuito Corto de Comercialización Tuluá en el marco de la IX Feria Agroindustrial.

La estrategia del Circuito corto de comercialización en formato de mercado campesino realizado con articulación de la Cámara de Comercio de Tuluá tuvo la participación de 30 productores convocados por la SDRAP. El resultado en ventas de la jornada fue de alrededor de $25.110.000, dinamizando la economía local a través de la venta de productos frescos y transformados, con variedad y calidad a buen precio.

La jornada de comercialización se llevó a cabo en un horario de 6am a 4pm en el Coliseo de Ferias, en el marco de la IX Feria Agroindustrial de Tuluá. La participación de asistentes en el escenario del evento fue de aproximadamente quinientas (500) personas. Para este evento se contó con la participación de la Cámara de Comercio de Tuluá y de la SDRAP en cabeza de la secretaria Maritza Quiñonez quien visitó cada uno de los stands conociendo la oferta de los productores, interactuando con ellos en esta jornada comercial.

La oferta del circuito de comercialización estuvo conformada por 30 pequeños y medianos productores de los municipios de Andalucía, Bugalagrande, Cali, Candelaria, El Cerrito, Ginebra, Jamundí, La Cumbre, Palmira, Roldanillo y Sevilla. La oferta de alimentos fue variada encontrándose aromáticas, café, cacao, frutas y verduras y productos resultantes de la transformación, entre otros.

Se ofertaron alrededor de 129 productos dentro de las categorías de Frescos (frutas y verduras), Transformados (Café, Panela, Miel, Cacao, otros), Gastronomía (chorizos, fritanga, otros) y Otros (productos de belleza, artesanías, otros). El mayor porcentaje de participación en la oferta de productos lo obtuvo la categoría de frescos con un 14%, transformados con un 16,3%, seguido de otros con 34,9% y con Gastronomía 34,9%.

Con relación a la cantidad de productos inicial (alistamiento) versus final (saldo) se evidenció que todo tuvo una muy buena rotación. La tendencia está en que los frescos en su mayoría se vendieron al considerarse ser productos de alta demanda según su importancia en la canasta familiar.

En esta actividad, también se realizó se realizó un registro de ventas y un sondeo de satisfacción para identificar las oportunidades de mejora que se tienen para futuros eventos. Para recoger la información se utilizaron tres instrumentos; registro de ventas, encuesta de satisfacción a productores y encuesta de satisfacción a compradores. La información detallada de los resultados de este ejercicio, se puede consultar en el informe del circuito corto de comercialización relacionado en la carpeta digital.

El resumen de los circuitos cortos realizados se relaciona a continuación:

POBLACIÓN BENEFICIARIA ENTREGABLE E2		
MUNICIPIO	**ACTIVIDAD REALIZADA**	**TOTAL ACTIVIDADES EJECUTADAS**
PASTO	Circuito Corto de Comercialización	**3**
TULUA 1	Circuito Corto de Comercialización	
TULUA 2	Circuito Corto de Comercialización	

De acuerdo con lo anterior, se resume el avance financiero del entregable E2:

Actividades Realizadas	Actividades avance periodo	Acumulado	Presupuesto Actividad	Valor ejecutado periodo	Porcentaje ejecutado acumulado
3	3	3	$29.968.391	$29.968.391	100%

Ver Anexo 2: Informe del evento – INF CTO, Listado de Asistencia– LA CTO, Registro Fotográfico del evento – RF CTO.

Los soportes se encuentran disponibles en el drive carpeta digital y se relacionan en el archivo de Excel denominado RELACION CARPETA DIGITAL pestaña E2.

Actividad 3: Orientar a organizaciones de productores agropecuarios a través de proyectos productivos orientados a la producción de alimentos que fortalezcan los mercados campesinos del Departamento del Valle del Cauca

Entregable 3: Proyectos de desarrollo agropecuario.

Se realizaron las actividades de socialización, diagnóstico, priorización, concertación, acompañamiento técnico y entrega de insumos con treinta y dos (32) organizaciones, como se evidencia en el cuadro siguiente.

LISTADO DE BENEFICIARIOS ENTREGABLE E3			
FASE	**MUNICIPIO**	**NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**	**TOTAL ORGANIZACIONES ATENDIDAS**
SOCIALIZACIÓN-DIAGNOSTICO, PRIORIZACIÓN - CONCERTACIÓN, ACOMPAÑAMIENTO TECNICO, ENTREGA DE INSUMOS	BUENAVENTURA	ASOCIACION DE PLATONERAS AMBULANTES DE LA COMUNA 12	**32**
	BUENAVENTURA	ASOCIACION DE PLATONERAS DE BELLAVISTA	
	BUENAVENTURA	ASOCIACION DE VENDEDORES AMBULANTES UNIDOS DE SAN BUENAVENTURA Y SEIS DE ENERO	
	BUENAVENTURA	FUNDACIÓN SOCIAL LA VIDA	
		FUNSOVIDA	
	BUENAVENTURA	FEDERACION DE PLATONERAS DE BUENAVENTURA-FEPLABU	
	BUENAVENTURA	BANCA MUTUAL SISDEACOM	
		BANCAMUTUALS	
	BUGALAGRANDE	ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS – MEDIANOS CAMPESINOS Y AGRICULTORES DE BUGALAGRANDE VALLE- ASOCABU	
	CALI	ASOCIACION SOCIAL AFRO -ASAF	
	CALI	FUNDACIÓN ORGULLO, DETERMINACIÓN Y RESISTENCIA - FORDERES	
	CARTAGO	ORGANIZACIÓN SOLIDARIA PARA PROYECTOS PUBLICOS Y PRIVADOS EN COLOMBIA -CORPOBLICA SOLIDARIA	
	CARTAGO	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DEL MUNICIPIO DE ANSERMANUEVO VALLE DEL CAUCA - ASOPROCACAO ANSERMANUEVO	
	DAGUA	FUNDACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DEL SER HUMANO -FUSDISERH	
	GINEBRA	ASOCIACIÓN DE MERCADOS CAMPESINOS DE GINEBRA- ASOMERCA	
	GINEBRA	FUNDACION SOCIAL NUEVA SOCIEDAD	
	GINEBRA	ASOCIACION CAMPESINA EL PORVENIR ACEP	
	YUMBO	ASOCIACION DE SERVICIOS INTEGRADOS AGROPECUARIOS Y AMBIENTALES - ASOHERBAL	

Continuación cuadro anterior:

LISTADO DE BENEFICIARIOS ENTREGABLE E3			
FASE	**MUNICIPIO**	**NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN**	**TOTAL ORGANIZACIONES ATENDIDAS**
SOCIALIZACIÓN-DIAGNOSTICO, PRIORIZACIÓN - CONCERTACIÓN, ACOMPAÑAMIENTO TECNICO, ENTREGA DE INSUMOS	JAMUNDI	ASOCIACION DE AGRICULTORES Y PESCADORES DE QUINAMAYO - AGROPEZ	**32**
	JAMUNDI	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROAMBIENTALES DE CHONTADURO ASPAACH	
	JAMUNDI	ASOCIACIÓN DE MIEMBROS DE LAS COMUNIDADES AFROS Y RAIZALES DE VILLAPAZ, QUINAMAYO Y PASO DE LA BOLSA - ASOAFROVILLAQUINAPA	
	JAMUNDI	CORPORACION ORGANICA PARA LA BUENA ADMINISTRACION DEL MEDIO AMBIENTE-OBAMA	
	JAMUNDI	FUNDACION DE ESTUDIANTES Y PROFESIONALES LIDERES AFROCOLOMBIANOS -FUNESPRO	
	JAMUNDI	FUNDACION HEALTHY COLOMBIA HEALTHY COLOMBIA	
	JAMUNDI	FUNDACION SUEÑOS DE AMOR FE Y ESPERANZA	
	JAMUNDI	ASOAMUR	
	LA CUMBRE	ASOCIACION DE FUTUROS AGRICULTORES DE COLOMBIA DE BITACO	
	ROLDANILLO	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA PUERTO QUINTERO Y VEREDAS ASOQUINTERO	
	ROLDANILLO	ASOCIACION AGRARIA E INNOVACION ECOLOGICA - ASOAGROINEC	
	ROLDANILLO	FUNDACION ECOLOGICA AMBIENTAL PACHA MAMA	
	SEVILLA	ASOCIACION SEVILLA BARRAGAN - ALEGRIAS -ASEBAL	
	TULUA	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SOSTENIBLES DE PUERTO FRAZADAS -ASOPAS	
	VIJES	ASOCIACION DE AGRICULTORES DE LA VEREDA ROMERO - AGROROMERO	
	VIJES	ASOCIACION AGROCRECER VIJES AGROCRECER V	

Durante este periodo, se programó y ejecutó con 32 organizaciones, las actividades de socialización del proyecto, diagnóstico de la capacidad empresarial, priorización, concertación, acompañamiento técnico y entrega de insumos a través de las cuales se logró:

1. La presentación del proyecto a las organizaciones, haciendo énfasis en el alcance del mismo, el compromiso de las partes y la aclaración a las inquietudes que surgieron.

2. La identificación de las necesidades, debilidades, fortalezas y potencialidades en cada organización y el establecimiento de la propuesta de fortalecimiento a considerar en el plan de acción.
3. En un primer momento, la priorización con cada organización, respecto de los insumos, equipos y/o herramientas que son requeridos para la implementación de los proyectos, para en segunda instancia realizar la concertación de los elementos que serán entregados como parte del fortalecimiento productivo.

De acuerdo con lo anterior, se resume el avance financiero del entregable E3:

Organizaciones Atendidas	Presupuesto Actividad	Valor ejecutado acumulado	Porcentaje ejecutado acumulado
32	$1.000.000.000	$1.000.000.000	100%

Ver Anexo 3: Acta de Socialización - AS, Listado de Asistencia - LA, Registro Fotográfico – RF, Diagnóstico – DIAG, Acta de Priorización – AP, Acta de Concertación – AC, Memorando de Visita – MV, Listado de Asistencia - LA, Registro Fotográfico – RF, Acta de Entrega – AE, Listado de Asistencia - LA, Registro Fotográfico – RF, Acta de Cierre - ACI.

Los soportes se encuentran disponibles en el drive carpeta digital y se relacionan en el archivo de Excel denominado RELACION CARPETA DIGITAL pestaña E3

En resumen, la ejecución financiera del componente 1 se relaciona en el siguiente cuadro:

Componente	Entregable	Valor Entregable	Valor Ejecutado Acumulado	Porcentaje Ejecutado Acumulado
1	**1.** Mercados campesinos, ferias agropecuarias municipales y eventos regionales con ruedas de negocios	$ 210.000.000	$ 210.000.000	100%
	2. Circuito corto de comercialización	$ 29.968.391	$ 29.968.391	100%
	3. Proyectos de desarrollo agropecuario	$ 1.000,000.000	$ 1.000,000.000	100%
TOTAL COMPONENTE 1		**$ 1.210.000.000**	**$ 1.210.000.000**	**100%**

IV RESUMEN DE AVANCE DEL PROYECTO:

INFORME AL 100% OCTUBRE A DICIEMBRE	
Valor ejecutado	**$ 1.210.000.000**
% ejecutado acumulado proyecto	**100%**

V. RESPONSABLE DEL INFORME DE EJECUCIÓN TÉCNICA

Equipo técnico de la Fundación Ave Fénix para el proyecto cuyo objetivo es **IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL RURAL, FORTALECIMIENTO DE OBSERVATORIO AGROPECUARIO Y PESQUERO, DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS AGROPECUARIOS PARA REINCORPORADOS Y EXCOMBATIENTES FORTALECIMIENTO DE PROGRAMAS DE VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO Y MUNICIPIOS PDET Y LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA** , del contrato de prestación de servicios No 1-340-20-02-0206-2022 del 23 de mayo del 2022, con adición presupuestal por medio del Otrosí 0206-1; suscrito entre la Gobernación del Valle del Cauca – Secretaria de Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca – y la Fundación Ave Fénix.

GLORIA MILENA GUTIÉRREZ ORTÍZ

Representante Legal

Fundación Ave Fénix

NIT 805.021.479-4