1. TIPO DE INFORME	
INFORME PARCIAL ☐	INFORME FINAL [X]
Cuota Número: 3	
2. ASPECTOS GENERALES DE CONTRATO Y SU EJECUCIÓN	
Contrato u Orden de compra y/o servicio o Aceptación de oferta No. 4171.010.26.1.141 de 2023	
Nombre del contratista: CENTRAL DE ABASTECIMIENTOS DEL VALLE DEL CAUCA - CAVASA	
Documento de identificación del Contratista: NIT: 890304219-0	
Nombre (s) del supervisor (es): TATIANA ZAMBRANO SANCHEZ	
Organismo: Secretaría de Desarrollo Económico	No. Teléfono: (57+2) 8825682
Objeto del contrato u Orden de compra y/o servicio o Aceptación de oferta No. PRESTAR SERVICIOS PARA EL "FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL CON ENFOQUE EN MERCADEO Y GESTIÓN EMPRESARIAL EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE SANTIAGO DE CALI", en el marco del proyecto denominado "Fortalecimiento administrativo y Comercial de las Plazas de Mercado de Santiago deCali". BP-26003149.	
3. INFORME JURÍDICO	
Fecha de Inicio	Fecha Terminación
14/julio/2023	15/Noviembre/2023
Modificación al contrato: Suscrito el día 30 de octubre de 2023, para realizar prórroga al plazo de ejecución del contrato interadministrativo No. 4171.010.26.1.141 de 2023. Modificación No.1: "CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA: PLAZO. El plazo del presente Contrato es a partir de la fecha de la etapa de inicio de ejecución del contrato en la	

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

plataforma transaccional de contratación pública SECOP II hasta el 15 de noviembre de 2023, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Suspensión: N/A

Reanudación: N/A

Cesión: N/A

Terminación anticipada: N/A

4. INFORME CONTABLE Y FINANCIERO

Valor inicial del contrato: El valor total del contrato es hasta por la suma de DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE. ($200.000.000)

Adición*:* N/A

Prórroga: SI. Se prorrogó la fecha de terminación del contrato del 31de octubre de 2023 hasta el 15 de noviembre de 2023.

Resumen contable y financiero:

Valor Total del Contrato	Valor Cuota a Cancelar	Valor Acumulado Cancelado	Saldo por Cancelar
$200.000.000	$54.800.000	$145.200.000	$0

INFORMACIÓN DEL PAGO DE SEGURIDAD SOCIAL

PERSONA JURÍDICA:
FECHA DE CERTIFICACIÓN: 07/Noviembre/2023
La certificación será expedida por el Revisor Fiscal o por Representante Legal de acuerdo a los requerimientos de Ley.

PERSONA NATURAL:

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Datos Certificación o Planilla de Pago de persona Natural
No. Planilla:
No. PIN, Autorización, Referencia, Pago:
Operador:
Fecha de Pago:
Periodo de Pago de la Seguridad Social:

Observaciones al informe contable y financiero:

5. INFORME TÉCNICO

Recibo a satisfacción de bienes y/o servicios:

Se recibe a entera satisfacción de SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPECIAL los bienes y/o servicios con base en las condiciones establecidas en el Contrato u Orden de compra y/o servicio o Aceptación de oferta No.4171.010.26.1.141 DE 2023 y que a continuación se describen:

CLÁUSULA TERCERA: Obligaciones Específicas del Contratista.

EL CONTRATISTA se obliga con la Secretaría de Desarrollo Económico de Santiago de Cali a:

1. Ejecutar a cabalidad el objeto del presente contrato.
2. Presentar los profesionales encargados de desarrollar las actividades del proyecto durante la primera semana de ejecución del contrato, garantizando que sus perfiles y experiencia se ajusten a los descritos en el numeral 12.1. del estudio previo.
3. Elaborar plan de trabajo que contenga objetivos, actividades, cronograma, indicadores, entre otros; de acuerdo a los requerimientos impartidos desde la Secretaría de Desarrollo Económico.
4. Identificar las necesidades de capacitación de los comerciantes y juntas directivas de lasplazas de mercado.
5. Diseñar plan de capacitación y formación para los comerciantes de plazas de mercado orientado en temas de habilidades blandas, comerciales y empresariales.
6. Implementar plan de capacitación y formación para comerciantes de plazas de mercadoorientado en temas de habilidades blandas, comerciales y empresariales.
7. Definir mediante comité de supervisión tres (3) plazas para el alcance del fortalecimiento administrativo y comercial.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

8. Retroalimentar de manera participativa el sistema de gestión administrativo de lasasociaciones de comerciantes para la administración de tres (3) plazas de mercado. El cual debe incluir:
   - Realización de mesas de trabajo con los representantes y/o comerciantes de las plazas de mercado.
   - Realización de talleres de apropiación de sistema de gestión administrativo con representantes y/o comerciantes de plazas de mercado.
9. Brindar apoyo logístico a la Secretaría de Desarrollo Económico en los procesos relacionados con la sensibilización del proyecto de decreto de reglamento de plazas de mercado.
10. Brindar acompañamiento y asesoría en el modelo administrativo de las tres (3) plazas demercado seleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial.
11. Generar alternativas para fomentar la ocupación de puestos y/o locales al interior de las plazas de mercado.
12. Generar alternativas para la promoción de las plazas de mercado como espacios de abastecimiento alimentario.
13. Diseñar una campaña promocional de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas como espacios de abastecimiento alimentario y esparcimiento cultural.
14. Asesorar a las asociaciones de comerciantes en el registro de información periódica de abastecimiento de alimentos en las tres (3) plazas de mercado seleccionadas.

CLAÚSULA OCTAVA: Formas de Pago:

Primer informe de avance técnico y financiero recibido a entera satisfacción por parte del supervisor:

1. Presentación y aprobación de los profesionales que integran el equipo base requerido en los estudios previos.

Actividades:
1.1 El contratista en reunión celebrada con la supervisión del contrato el pasado 19 de julio de 2023 en las oficinas de la Secretaría de Desarrollo Económico realizó entrega para revisión y aprobación de las hojas de vida de los profesionales que integran el equipo base requerido. Para ello se adjunta como evidencia acta N° 4171.010.26.1.141.1 (Ver Anexo 1 – Informe técnico No.1).

2. Entrega del Plan de Trabajo previsto en el presente contrato; el cual debe ser avalado por el supervisor durante la primera semana de ejecución.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Actividades:
2.1 El contratista en reunión celebrada el 19 de julio de 2023, cuyo objetivo fue realizar el comité de apertura del proceso contractual No. 4171.010.26.1.141 en las oficinas de la Secretaría de Desarrollo Económico realizó entrega y presentación del plan de trabajo y metodología para el desarrollo del Contrato Interadministrativo 4171.010.26.1.141 de 2023, el cual contó con la aprobación por parte de la supervisión (Ver Anexo 1 - Acta N° 4171.010.26.1.141.1 - Informe técnico No.1).

3. Selección de tres (3) plazas de mercado para el fortalecimiento administrativo y comercial.

Actividades:
3.1 El contratista en reunión celerada con la supervisión del contrato seleccionó las tres (3) plazas de mercado con las cuales se trabajará en el fortalecimiento administrativo y comercial, quedado así: 1) Alfonso López, 2) El Porvenir y 3) Alameda, esta selección obedece a una intervención con visión de proceso y retroalimentación frente al desarrollo de un sistema de administración de la plaza de mercado para el Distrito Especial de Santiago de Cali, entendiendo que en la primera plaza se ha venido adelantando un proceso para su fortalecimiento y desarrollo organizacional, en la cual se llevó a cabo un proyecto piloto en la vigencia 2022 y se identificó un gran potencial por su ubicación estratégica. En cuanto a la plaza Porvenir se identifica un gran potencial para resaltar sus saberes y conocimientos ancestrales y referente de la gastronomía caleña; en cuanto a la plaza Alameda como un referente en la ciudad; sin embargo, con la necesidad de continuar mejorando su esquema actual documentando sus procesos que permiten dejar legado como experiencia exitosa y de referente para otras plazas. (Ver Anexo 1 - Acta N° 4171.010.26.1.141.1 - Informe técnico No.1).

4. Un (1) documento mediante el cual se evidencie el avance del plan de formación, el cual debe contener:

- La Identificación de las necesidades de capacitación de los comerciantes y juntas directivasde las asociaciones de las plazas de mercado.
- El diseño del plan de capacitación y formación para los comerciantes y juntas directivas de las asociaciones de las plazas mercado, que contenga un total de 420 horas.

Actividades:
4.1 El contratista elaboró la propuesta inicial de formación basada en las necesidades de capacitación con base en la información secundaria disponible en el marco de los estudios previos y del “Diagnóstico Técnico de las Plazas de Mercado y Su Entorno en

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

el Municipio de Santiago de Cali" realizado por la Secretaría de Desarrollo Económico en el año 2019. (Ver primer informe de avance técnico punto 4.1).

4.2 El contratista realizó socialización con los representantes, administradores y miembros de juntas directivas de las plazas de mercado el 28 de julio de 2023, la propuesta de capacitación incluye temas como Manipulación de alimentos, Habilidades para la vida, Contabilidad y finanzas para negocios y emprendedores, Marketing digital desde mi celular; la cual fue aceptada por todos los asistentes como consta en el acta N°. 4171.010.26.1.141.3 (Ver Anexo 4 y primer informe de avance técnico punto 4.1).

4.3 El contratista realizó diseño del plan de capacitación y formación para los comerciantes de las plazas de mercado que consiste en cuatro (4) cursos de 10 horas cada uno, los cuales serán tomados conforme la selección autónoma y libre de los comerciantes de las plazas. Esta selección se documenta mediante un acta de selección de cursos o desistimiento levantada por los gestores en cada una de las seis (06) plazas de mercado.

- Los cursos se desarrollarán en 10 clases de 1 hora cada una, con una parte de formación asistida de 40 a 50 minutos y otra de trabajo autónomo de mínimo 15 minutos mediante la realización de los ejercicios planteados en cada clase.

- Los cursos a desarrollar son: Manipulación de alimentos, Habilidades para la vida, Contabilidad y finanzas para negocios y emprendedores, Marketing digital desde mi celular.

- Las clases a desarrollar están disponibles en el canal de YouTube https://www.youtube.com/@Plazasdemercado_Cali2023/featured para consulta permanente por parte de los comerciantes de las plazas de mercado, conforme su disponibilidad de tiempo.

(Ver Anexo 5. Plan de capacitación - Informe técnico No.1).

5. Un (1) documento mediante el cual se evidencie el avance en cuanto al fortalecimiento deltejido social y las capacidades organizacionales de tres (3) plazas de mercado seleccionadas,el cual debe contener:

- Instalación de mesas de trabajo en tres (3) plazas de mercado.
- Asesoría brindada en el modelo administrativo de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- Exploración de alternativas para fomentar la ocupación de puestos y/o locales al interior delas plazas de mercado.

Actividades:
5.1 El contratista realizó la instalación de las mesas de trabajo en cada una de las tres (03) plazas priorizadas Alfonso López, El Porvenir y Alameda, realizando: 1) una presentación del equipo de trabajo y el gestor de plaza asignado, 2) la socialización detallada del proyecto priorizando los temas de formación con las juntas directivas y 3) la propuesta de trabajo para realizar el fortalecimiento del tejido social y las capacidades organizacionales en el marco de la metodología propuesta para la mejora de los sistemas de gestión para la administración de las plazas de mercado que implementan las asociaciones de comerciantes.

- Plaza de mercado Alfonso López: 03 de agosto de 2023. Se anexa acta de la reunión N°. 4171.010.26.1.141.4 (Ver Anexo 6 - Informe técnico No.1).
- Plaza de mercado El Porvenir: 03 de agosto de 2023. Se anexa acta de la reunión N°. 4171.010.26.1.141.5 (Ver Anexo 7 - Informe técnico No.1).
- Plaza de mercado Alameda: 16 de agosto de 2023. Se anexa acta de la reunión N°. 4171.010.26.1.141.13 (Ver Anexo 8 - Informe técnico No.1).

5.2 El contratista realizó para este periodo reportado los avances que se centran en la recolección de información primaria respecto de la existencia de ejercicios previos de planeación estratégica y los procesos que se adelantan en la administración de las plazas de mercado priorizadas. Frente a lo cual, se ha adelantado una propuesta de mapa de procesos como punto de partida para la construcción de las respectivas caracterizaciones. (Ver primer informe de avance técnico imagen 10 punto 5.2 “Asesoría brindada en el modelo administrativo de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial”).

5.3 El contratista planteó alternativas desde el mercadeo para promover la ocupación de los locales y puestos en las plazas de mercado a intervenir, destacando que fomentar la ocupación va a requerir un enfoque creativo y diversificado, así como una accionar sostenido en el tiempo más allá del alcance de este proyecto. (Ver primer informe técnico punto 5.3 “Asesoría brindada en el modelo administrativo de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial”).

6. Un (1) documento que contenga la propuesta diseñada de la campaña promocional de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas como espacios de abastecimiento alimentario y esparcimiento cultural.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Actividades:
6.1 El contratista elaboró documento que contiene la propuesta diseñada de la campaña promocional de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas como espacios de abastecimiento alimentario y esparcimiento cultural. El cual se encuentra sustentada en "marketing mix", que es un conjunto de variables que las organizaciones utilizan para diseñar y ejecutar estrategias de marketing. Aplicadas en el contexto de las plazas de mercado basado en la: Promoción, Productos Únicos, Evento Promocional**;** La estrategia propuesta es "Cali a las plazas de mercado", tiene el objetivo de "Promover el regreso a las plazas de mercado, rescatando un hábito perdido en el colectivo, de visitar las plazas". (Ver primer informe de avance técnico punto 6 "Un (1) documento que contenga la propuesta diseñada de la campaña promocional de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas como espacios de abastecimiento alimentario y esparcimiento cultural").

Segundo informe de avance técnico y financiero recibido a entera satisfacción por parte del supervisor:

1. Un (1) documento mediante el cual se evidencie el avance de la implementación del plan de formación, el cual debe contener:

- Ejecución de al menos el 40% de las horas de capacitación y formación dirigidas a los comerciantes y juntas directivas de las asociaciones de las plazas de mercado.
- Relación de cantidad de horas y temas brindados en el proceso de formación.
- Articulación con entidades para la transferencia de conocimientos.

Actividades:
1.1 El contratista a la fecha ha desarrollado el plan de capacitación el cual contempla una meta de 420 horas de formación, divididas en dos grupos: 1) Los comerciantes de las plazas con 320 horas y 2) Las Juntas Directivas de las Asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado con 100 horas. De manera que, con un avance general del 65% (273) horas se da cumplimiento a la meta planteada para el presente informe de mínimo el 40% (160 horas).

El proceso de capacitación se ha desarrollado en las 6 plazas de mercado de Santiago de Cali, gracias al trabajo de socialización y la sensibilización frente a la necesidad de capacitarse para lograr el crecimiento y sostenibilidad de sus negocios en un mercado cada día más cambiante y dinámico, la importancia de los temas abordados: 1) habilidades blandas, 2) marketing digital desde mi celular, 3) contabilidad y finanzas y 4) manipulación de alimentos, y la metodología propuesta adaptada a la realidad de los comerciantes; logrando así inscribir 262 comerciantes, de los cuales cerrado el primer ciclo de

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

formación se certifican 181 de estos (para mayor detalle por plaza, Ver tabla 1), el 69% alcanzado se estima como logro importante dada la apatía de los beneficiarios frente a los proyectos de formación.

- El plan de capacitación y formación diseñado para los comerciantes de las plazas de mercado consiste en 4 cursos de 10 horas cada uno, en los temas mencionados, los cuales fueron tomados conforme la elección autónoma y libre estos. Esta selección se documentó mediante un acta de selección de cursos o desistimiento levantada por los gestores en cada una de las seis (06) plazas (Ver Anexo 1 Soportes de formación comerciantes, Actas Selección y Desistimiento - Informe técnico No.2).
- El plan de capacitación a las Juntas Directivas de las Asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado se concibió de manera concertada con ellos en función de sus necesidades. Respecto de este componente del plan de capacitación, se reporta un avance de 63 horas de un total proyectado de 100 horas. (Ver Anexo 2 Soportes capacitación Juntas, en este los listados de asistencia y registro fotográfico - Informe técnico No.2).

1.2 En la tabla 3 se presenta la relación de horas de capacitación por plaza de mercado y los temas brindados, tanto a comerciantes como a las Juntas Directivas de las asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado, subrayando como contexto para esta sección la metodología descrita en el numeral anterior, así:

1.2.1. Temas brindados en el proceso de formación

a) Manipulación de alimentos (10 horas, 75% de formación asistida y 25% de trabajo autónomo).
b) Habilidades para la vida (10 horas, 75% de formación asistida y 25% de trabajo autónomo).
c) Contabilidad y finanzas para negocios y emprendedores (10 horas, 75% de formación asistida y 25% de trabajo autónomo)
d) Marketing digital desde mi celular (10 horas, 75% de formación asistida y 25% de trabajo autónomo).

En la tabla 3, se presenta la relación de horas de capacitación se hace por plaza y por curso impartido en cada plaza durante el primer ciclo de formación desarrollado entre los meses de agosto y septiembre de 2023, y en las tablas 4 a la 9, las fechas de envío de las clases por cada plaza de mercado. Con esto se describe de manera detallada el porcentaje de avance frente al plan de capacitación que es del 65%.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

En el caso de Siloé los temas de formación tanto a comerciantes y como a la Junta Directiva de Asocomsiloé están relacionados con asociatividad dado el proceso de constitución legal que venían adelantando. Para el caso de Asoporvenir y Asoalfonsolopez en la categoría de "Otros" temas para las juntas directivas, estos se desarrollaron en principios básicos de planeación estratégica.

Tabla 3. Relación de horas y temas de capacitación brindados en las plazas de mercado de Cali.

RELACIÓN DE HORAS DE CAPACITACIÓN A COMERCIANTES DE LAS PLAZAS DE MERCADO						
Plaza	**Habilidades para la vida**	**Marketing digital**	**Contabilidad y finanzas**	**Manipulación Alimentos**	**Asociatividad**	**Subtotal**
Floresta	10	10	10	10	0	40
Siloé	10	0	0	0	20	30
Alfonso López	10	10	10	10	0	40
Sta Elena	10	10	10	10	0	40
Alameda	10	10	10	0	0	30
Porvenir	10	10	10	0	0	30
Subtotal horas de capacitación a comerciantes						**210**
RELACIÓN DE HORAS DE CAPACITACIÓN A JUNTAS DIRECTIVAS DE LAS ASOCIACIONES DE COMERCIANTES DE LAS PLAZAS DE MERCADO						
Plaza	**Habilidades para la vida**	**Marketing digital**	**Contabilidad y finanzas**	**Manipulación Alimentos**	**Otros**	**Subtotal**
Floresta	0	0	0	0	0	0
Siloé	0	0	0	0	31.5	31.5
Alfonso López	0	4.6	0	0	4.4	9
Sta Elena	9	0	0	0	0	9
Alameda	10	0	0	0	0	10
Porvenir	0	2	0	0	1.5	3.5
Subtotal horas de capacitación a juntas directivas						**63**
Total Horas Plan de Capacitación						**273**
% Avance						**65.0%**

(Ver Anexo 3 - Informe técnico No.2) Base y soporte de envío de clases, en este se relaciona a los comerciantes, así como el soporte de la copia de seguridad de la línea de WhatsApp 315 826 0459 como registro del envío de las clases, almacenada en el drive del correo electrónico del proyecto plazasdemercadocali@gmail.com.

1.3 La articulación para la transferencia de conocimientos se ha realizado con la fundación de la cooperativa CREAFAM. Entidad aliada que realizó curso de fundamentos básicos de cooperativismo/asociatividad (20 horas), del cual se presentan los certificados emitidos por la entidad para 13 comerciantes de la plaza de mercado Siloé (Ver Anexo 1 - Informe técnico No. 2. Soportes de formación a comerciantes PM Siloé CREAFAM _Siloé, en este los registros: certificados de formación).

2. Un (1) documento preliminar mediante el cual se evidencie el avance en cuanto al

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

fortalecimiento del tejido social y las capacidades organizacionales de tres (3) plazas de mercado seleccionadas, el cual debe contener:

- Retroalimentación del sistema de gestión administrativo de las asociaciones. Realización demesas de trabajo con los representantes y/o comerciantes de las plazas de mercado.
- Realización de talleres de apropiación de sistema de gestión administrativo conrepresentantes y/o comerciantes de plazas de mercado.
- Asesoría y acompañamiento brindado en el modelo administrativo de las plazas de mercadoseleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial.
- Alternativas definidas e implementadas para fomentar la ocupación de puestos y/o locales alinterior de las plazas de mercado.

Actividades:
2.1 El contratista desarrolló esta actividad en función del horizonte de intervención del proyecto de tres (03) meses, en este sentido la primera parte consistió en indagar acerca del estado del sistema de gestión que tienen las asociaciones Asoalfonsolopez, Asoporvenir, y Asoalameda en la administración de las plazas de mercado, observando lo siguiente en cada una:

- Asoalfonsolopez: cuentan con misión, visión y organigrama, estos lineamientos estratégicos se estiman deben ser revisados y actualizados; tienen un trabajo reciente de actualización de estatutos y cuentan con PGIRS. Todos los demás aspectos de la gestión administrativa y operativa deben ser documentadas. Se destaca la receptividad y participación frente al apoyo brindado desde el proyecto.

- Asoporvenir: A pesar de las mejoras al modelo de administración que han venido implementando según el testimonio de los miembros de la Junta Directiva, lo cual ha permitido recuperar la gobernanza, la cartera y la inversión en la mejora de la infraestructura de la plaza de mercado, la asociación no cuenta con un sistema de gestión documentado. Se destaca la receptividad y participación frente al apoyo brindado desde el proyecto.

- Asoalameda: Esta asociación es la única que cuenta con un contrato formal para la administración de la plaza de mercado Alameda suscrito con la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali, lo cual da cuenta del buen modelo de gestión administrativo y operativo que ejercen, se destaca que la administración la ejerce directamente la Junta Directiva, apegada a sus estatutos y reglamentos internos.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

A la fecha se han sido realizadas mínimo dos mesas de trabajo en las tres (03) plazas de mercado priorizadas, en el marco de estas para el caso de Asoalfonsolopez y Asoporvenir se ha definido el mapa de procesos y las caracterizaciones de los procesos estratégicos, así como la definición de los lineamientos de estrategia. Además, se han proyectado dos procedimientos: 1) Sistema de Información de precios y abastecimiento y 2) Mercadeo digital, este último se ha venido desarrollando desde septiembre y el primero será implementado durante el mes de octubre.

- Mesas de trabajo Asoporvenir. En el Anexo 4 - Informe técnico No.2, se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.24 y 4171.010.26.1.141.27 del 19 y 29 de septiembre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo que permitieron los siguientes avances en el mejoramiento del sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado El Porvenir.
- Mesas de trabajo Asoalfonsolopez. En el Anexo 5 - Informe técnico No.2, se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.23, 4171.010.26.1.141.25 y 4171.010.26.1.141.30 del 15 y 25 de septiembre y 02 de octubre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo que permitieron los siguientes avances en el mejoramiento del sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado Alfonso López.
- Mesas de trabajo Asoalameda. En el Anexo 6 - Informe técnico No.2 se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.21 y 4171.010.26.1.141.26 del 13 y 25 de septiembre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo realizadas con Asoalameda y que han permitido concertar las acciones de promoción de la plaza de mercado y el apoyo requerido en cuanto al desarrollo del procedimiento sancionatorio como mejora al sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado Alameda.

2.2 Es importante destacar que cada mesa de trabajo realizada a la fecha y de las cuales tratan las actas del numeral anterior 2.1, han sido desarrolladas con un enfoque participativo para garantizar la apropiación de las mejoras a los sistemas de gestión administrativo de las asociaciones en la administración de las plazas de mercado.

De manera que, el planteamiento realizado en el marco de las mesas de trabajo es: 1) Frente al procedimiento de mercadeo continuar con la implementación que se viene adelantando, 2) dados los avances logrados en la jornada de sensibilización frente al “Proyecto de decreto para el reglamento administrativo de las plazas de mercado” realizada el 04 de octubre en las instalaciones de las Secretaría de Desarrollo Económico como actividad preliminar para finalizar la propuesta de procedimiento sancionatorio y realizar un caso de estudio con cada Asociación, y 3) Implementar el procedimiento de sistema

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

de información de precios y abastecimiento con una jornada de transferencia de conocimiento liderada por los gestores de plaza de CAVASA, una segunda jornada realizada por el personal delegado por la Junta y el acompañamiento de los gestores y una tercera jornada realizada de manera autónoma por las asociaciones y una valoración expost de los resultados.

Actualmente, se está planeando conforme lo acordado con las mesas de trabajo de cada Junta Directiva, un taller de apropiación con cada una de estas en pleno y un taller ampliado y final de entrega de resultados con los comerciantes de plazas y así robustecer la apropiación de los desarrollos logrados en el marco del proyecto frente a las mejoras del sistema de gestión, así como para la entrega de las recomendaciones respecto a la continuidad en la implementación del sistema de gestión administrativo de las asociaciones priorizadas.

2.3 El contratista brindó asesoramiento y acompañamiento frente al modelo administrativo de las plazas, ha ocurrido en dos momentos, el primero realizado con el equipo de la Secretaría de Desarrollo Económico para revisar y aportar al mejoramiento del proyecto de decreto de reglamento administrativo de las plazas de mercado como insumo fundamental para el segundo momento que fue la jornada de sensibilización del mencionado reglamento con las asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado.

Se remite en el Anexo 7 - Informe técnico No.2, el Acta N°.4171.010.26.1.141.20 del 06 de septiembre como soporte de la reunión con la Secretaría de Desarrollo Económico y el Acta N°. 4171.010.26.1.141.31 del 04 de octubre de la sensibilización proyecto de decreto reglamento administrativo de plazas de mercado. En el Anexo 8 - Informe técnico No.2, se remite el proyecto de decreto de reglamento adelantado y socializado a la fecha.

Derivado de la jornada de sensibilización se plantean dos reuniones adicionales, una interna con las entidades del Distrito de Santiago de Cali para revisar las alternativas frente al modelo administrativo de las plazas de mercado el cual contemple a las asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado, pues son estas quienes han venido durante más de 20 años administrando estos bienes de uso público; y una reunión con las Asociaciones y los lideres de los comerciantes para construir de manera participativa esta propuesta de cara al proceso de empalme con la administración entrante para el próximo cuatrienio.

2.4 El contratista desarrolló alternativas desde el mercadeo que permitirían promover la ocupación de los locales en las Plazas de mercado a intervenir y fomentar la ocupación

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

de puestos y locales, bajo el nombre **"Reactivando los espacios de las Plazas"** avanzamos de la siguiente manera:

En la reunión efectuada con la Junta Directiva de Alfonso López, se definió que la estrategia principal era mejorar la oferta de perecederos (frutas y Verduras), ya que ellos en la actualidad no tienen la calidad ni variedad a la que quieren llegar como plaza, se definió que se haría convocatoria directa a Asociaciones de productores de las zonas aledañas de: Candelaria, Florida, Pradera y Palmira, y ofrecerles un espacio como mercado campesino.

En la plaza El Porvenir con la Junta se definió que se quiere llevar una variedad de productos nuevos, transformados, que no existan en la misma e iniciar ferias itinerantes. Basados en lo anterior focalizamos la invitación de nuevos oferentes a emprendedores de la zona, a través de afiches ubicados estratégicamente y en redes sociales.

En la Plaza de Mercado de Alameda, se realizó reunión con la Junta Directiva, quienes manifestaron no tener interés en una estrategia de ocupación, pues ellos están con alta ocupación, sin embargo, definimos un apoyo de nuevos emprendedores para fortalecer la gestión que actualmente hacen con ferias itinerantes mensuales y quincenales.

Este componente de feria como estrategia de ocupación itinerante, se fortaleció con la convocatoria a emprendedores de los programas de Secretaría de Desarrollo Económico, quienes filtraron aquellos con el mejor estado de desarrollo y oferta.

2.4.1. Acciones ejecutadas frente a cada alternativa propuesta:

1. Colaboración con Artesanos y Productores Locales: Se invitó a artesanos y productores locales de los alrededores de cada plaza a ocupar puestos para promover productos artesanales y auténticos, con los cuales no cuentan las plazas, con esto se buscó complementar la oferta de productos y servicios ofrecidos en estas, para lo cual se inició una campaña de llamadas gracias a información de los gestores de cada plaza y envíos de cartas invitando a participar a las JAC.

Esta iniciativa de ocupación de espacios inició con un piloto de un día el 07 de octubre de 2023, para analizar de ambas partes, tanto para la plaza como para el emprendedor, si resulta viable.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

(Ver Anexo 9 - Informe técnico No.2) Soportes estrategias de ocupación Base emprendedores se remiten los contactos de los emprendedores y productores asistentes a los eventos, los cuales han quedado articulados con la administración de las plazas para la continuidad de la estrategia.

2. Alianzas con Comunidades Cercanas: Buscando trabajar en colaboración con comunidades vecinas para promover los puestos vacantes, aumentando la visibilidad y la afluencia, se diseñó un afiche que se pegó en casetas comunales y espacios estratégicos de las Plazas invitando a ocupar espacios, también se repartió afiches a las JAC para convocar a los emprendedores de las zonas aledañas. Adicionalmente, los Gestores de Plaza también han ejecutado funciones de promoción de espacios ofreciendo a diferentes actores mayores espacios para que crezcan sus negocios.

3. Anuncio en redes sociales: Se identificaron los espacios desocupados en cada plaza, y con ello realizamos las piezas que se envían 1 vez a la semana de acuerdo con nuestra parrilla de anuncios para atraer nuevos comerciantes a las Plazas. Se ha realizado la difusión de piezas promocionales en las redes de las tres Plazas de Mercado para promover la ocupación de espacios disponibles. Esta estrategia busca atraer a comerciantes interesados en los espacios vacantes.

4. Puntos de Venta Temporales: Con esta iniciativa, se busca ofrecer espacios a emprendedores y productores que deseen lanzar productos nuevos y que sean de la zona de impacto de cada una de las plazas priorizadas, con algunos precios especiales o que dispongan de contratos temporales para ocupar los espacios en días específicos, promoviendo la variedad de productos y servicios ofrecidos, y brindando ayudas a las personas que no disponen del dinero para pagar un contrato de arrendamiento total por un local.

3. Un (1) informe ejecutivo mediante el cual se evidencie la realización de una gira de transferencia de conocimiento a dos (2) plazas de mercado con modelos exitosos.

Actividades:
3.1 El contratista realizó un informe ejecutivo, La gira de transferencia de conocimientos se realizó los días 26 y 27 de octubre de 2023, con visita a los modelos exitosos de las plazas de mercado de Jamundí y CAVASA, se aclara que esta última se estima como tal pues también tiene oferta minorista los miércoles de mercado.

Se logró la asistencia de 8 delegados de las juntas directivas de las plazas priorizadas

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

(3 de Alfonso López, 3 de El Porvenir y 2 de Alameda), a pesar de haberles propuesto rotación en las delegaciones para vincular más personas a las jornadas, estos fueron los mismos durante en ambas, destacando la valoración conforme la encuesta de satisfacción de 4,9 en escala de 0 a 5.

Los asistentes estimaron de suma importancia esta experiencia pues les permite visualizar las posibilidades de desarrollo y trabajo conjunto con el Distrito de Santiago de Cali. La agenda desarrollada tuvo el siguiente objetivo, contenidos y resumen de memoria:

Objetivo: Generar una transferencia de conocimiento a las Asociaciones de las Plazas de Mercado de Cali respecto de la modernización de la plaza de mercado de Jamundí y del modelo de administración que vienen desarrollando, proceso que hoy se constituye en un caso de éxito en la región. Así también, conocer la experiencia adquirida por CAVASA en sus más de 40 años de operación como plataforma estratégica de abastecimiento de alimentos que contribuye a la seguridad alimentaria del Valle del Cauca.

(Ver Anexo 10 - Informe técnico No.2) Soportes gira de transferencia de conocimientos, donde se remiten los soportes de la gira: presentaciones, listados de asistencia, encuestas de satisfacción y registro fotográfico.

4. Un (1) documento mediante el cual se evidencie el avance en cuanto a la implementación de acciones de promoción y activación de plazas de tres (3) plazas de mercado seleccionadas,el cual debe contener:

- Reporte de avance de la campaña promocional de las tres (3) plazas de mercado seleccionadas como espacios de abastecimiento alimentario y esparcimiento cultural.
- Reporte de avance del evento de mercadeo y activación en las plazas de mercado seleccionadas.
- Reporte de avances en la asesoría brindada a las asociaciones de comerciantes en el registrode información periódica de abastecimiento de alimentos.

4.1 El objetivo de la campaña promocional se propuso como: “Promover el regreso a las plazas de mercado rescatando un hábito perdido en el colectivo de visitar las plazas”. Frente al cual nos reunimos con la Junta Directiva de Alfonso López, Porvenir y Alameda, para identificar quien es la persona encargada de las redes sociales para hacer un trabajo directo de enseñanza de manejo de redes sociales, bajo el diseño de una estrategia de marketing digital y marketing direccional Tradicional.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Esta estrategia se diseñó para que la persona encargada sin ningún conocimiento pudiera aprender, por tal motivo se creó la estrategia “Volvamos a la Plaza” que busca una mayor convocatoria de las plazas desarrollando una actividad presencial Evento que se llama “Volvamos a las Plazas”.

Se diseñaron plantillas que fueron entregadas a las plazas de mercado de Alfonso López y Porvenir para brindar identidad visual en las presentaciones y publicaciones que fueran a desarrollar. Adicionalmente, se publicaron piezas gráficas, reels en redes sociales, invitando al público a visitar la plaza de acuerdo con la parrilla de contenidos. Se realizaron diseños de piezas publicitarias, en las cuales se invita al evento del 7 de octubre, conservando la identidad gráfica.

Campaña Radial: Desde el 16 de septiembre, se lanzó una campaña de difusión y promoción radial en Radio 1, La Primerísima, Radio Reloj, La Máxima y Sonora 1500 AM. Esta campaña busco aumentar la visibilidad de nuestras Plazas de Mercado y atraer a un público más amplio.

Perifoneo y Volanteo: Activación carro con audio 4 horas diarias Se realizó perifoneo en 5 fechas (septiembre 23, 28, 29, 30 y octubre 6) por las zonas aledañas a las 3 Plazas anunciando el evento e invitando a los usuarios a visitarlas, al mismo tiempo se compartió volante del Evento Cali a la plaza y de cómo hacer parte como emprendedor de las actividades. (Ver Anexo 11.3 - Informe técnico No.2. Videos de entrega de volantes y audio perifoneo).

Convocatoria de Entidades Aliadas: Convocamos y gestionamos la participación de distintas entidades, de las cuales logramos vincular al Banco de Alimentos, Policía Infancia y Adolescencia, Secretaría de Desarrollo Rural, Agricultura y Pesca del Valle, Mibanco y Universidad Javeriana. Un evento que vimos como una oportunidad para promover nuestras plazas y atraer a nuevos visitantes.

Promoción de Compras de Alimentos y Platos Típicos: Hemos difundido piezas promocionales y reels en las tres Plazas de Mercado para incentivar las compras de alimentos, mostrar platos típicos y destacar a los comerciantes insignia de la plaza. Esta estrategia busca aumentar la afluencia de visitantes.

Estadísticas en redes de CAVASA: Con el fin de llegar a la mayor comunidad caleña posible, invertimos en contenido pagado en redes sociales. (Ver Anexo 11 - Informe técnico No.2, Soportes estrategia de promoción plaza de mercado priorizadas, en el cual se

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

remite por cada plaza las parrillas y piezas para redes sociales).

4.2 El Contratista desarrollo el evento de mercadeo y activación “Vamos a la plaza”. Este evento se desarrolló el 7 de octubre en las Plazas de mercado de Alfonso López, Alameda y Porvenir, con actividades para toda la familia, una jornada llena de color, sabor, arte y melodías que celebraron nuestra rica herencia cultural y el talento local, se contó con animación, remotos en vivo con emisoras, música, premios, gastronomía, eventos para niños (pintucaritas) y baile.

En el marco de este se realizó un concurso gastronómico en el cual tuvimos como jueces a profesores y directivos de la carrera de gastronomía de la Universidad Javeriana, en total participaron 25 restaurantes y se dio reconocimiento a 5 ganadores, así:

En Alameda y Porvenir se premiaron el primer y segundo lugar, en Alfonso López solo el primero, una manera de motivar a los restaurantes a continuar deleitando el paladar de los caleños con sus delicias culinarias. Se le entregó un diploma a cada ganador de la respectiva plaza y un informe del porqué habían sido ganadores de acuerdo con las observaciones de cada juez.

4.2.1. Evento vamos a la plaza el Porvenir:
En esta Plaza iniciamos a las 7:00 am con el recorrido de una papayera, la cual animó a los usuarios y comerciantes anunciándoles que estábamos de fiesta, después tuvimos un espacio de animación con el remoto de Radio 1 haciendo entrevistas en vivo y actividades con compradores, realizando rifas y motivándoles a comprar, acto seguido tuvimos el acompañamiento de una banda de chirimía, junto con la mascota del Banco de alimentos, quienes activaron la Plaza repartiendo souvenirs y dulces. Al mismo tiempo en la zona llamada “El Planchón” teníamos las exhibiciones gastronómicas, artesanales, manuales y de plantas a disposición de todos aquellos interesados en las compras.

Hubo un espacio de baile, donde usuarios, comerciantes y artistas se unieron a una sana diversión; Un evento que permitió que adultos y niños pasaran un momento diferente, ya que en colaboración con La Policía de infancia y adolescencia se realizaron pintucaritas y rifas para los más pequeños, además de jornada de sensibilización en contra del trabajo infantil.

El grupo “La Habana” de son cubano, amenizó el espacio de emprendedores y después un momento crucial con espacio de concurso gastronómico, rescatando hábitos perdidos de dirigirse a comer en las plazas de mercado, se premiaron 2 puestos en el concurso,

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

puesto que la competencia estuvo reñida, los dueños de restaurantes estuvieron muy participativos, y al final, la Administración premio con un abono de $50.000 a los recibos de arrendamiento de todos los participantes; entre los platos exhibidos hubo, tamales, arroz con camarones, sobrebarriga sudada, pescado, entre otros y todos con una excelente presentación de acuerdo a las observaciones otorgadas por la Juez, dentro de la evaluación, se consideraron diversos aspectos para determinar el plato ganador, la calidad y complejidad del sabor, determinando que fueran típicos de las plazas de mercado, originalidad, uso de ingredientes locales y la experticia, en la premiación participaron el Secretario de Desarrollo Económico y el Gerente de Cavasa.

4.2.2. Evento vamos a la plaza Alfonso López:
La jornada en Alfonso López inició las 7:00 am con el recorrido de la papayera de los melos, recorrieron todo La plaza animando a los comerciantes y clientes que ya se encontraban a esa hora, mientras se recorría el lugar la gente se notaba curiosa ante tal dinámica, aproximadamente a las 8:00 am de la mañana llegó Mibanco con la móvil y asesores, se instalaron en vehículo en el parqueadero principal y empezaron a asesorar a la gente interesada en los servicios, en simultáneo llego la móvil de La Primerísima y Radio Reloj quienes se encargaron de animar a las personas, el espacio inició con entrevistas y el remoto en vivo con degustaciones gastronómicas, las rifas por parte de la emisora para emitir también a la audiencia y animar a la gente a venir a la Plaza y también alegrar a los que ya se ubicaban en ella.

Hacia las 8:30 am nos acompañó el Secretario de Desarrollo Económico - Dr. Jarrinson Martínez quien visitó los stands de los emprendedores motivándoles y les informó sobre los programas de la Secretaría.

Hacia las 10:00 am llego el DJ Animador Luis Carlos Echeverry quien fue el locutor encargado de la animación del lugar, para continuar con las rifas a niños y adultos, en ese momento se ponía buena música y la gente ya se encontraba animada y participaba bastante, comerciantes y clientes ya estaban inmersos en el evento.

Aproximadamente a las 10:30 am llegó Juankita y su chirimía y después de instalar sus equipos se formó la gran fiesta, hubo música del pacífico y demás y algunos comerciantes y clientes se animaron a bailar en medio de la plaza.

Hacia las 11:00 de la mañana llegaron los jueces de gastronomía de la Universidad Javeriana y de ahí se hizo un recorrido en los restaurantes, aproximadamente a la 1:00 de la tarde después de que los jurados probaron todos los platos tenían el Veredicto final ,

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

la ganadora fue Feliza Mancilla con un rico encocado tapado, se le hizo entrega de $200.000 en efectivo y el diploma con su nombre, en este concurso se mostraron deliciosos platos como caldo de pajarilla, Bagre sudado, punta de falda guisada, sobrebarriga , caldo de pajarilla y el ganador un delicioso encocado tapado.

La jornada cerró con baile y la gente con gran motivación por el evento hacia las 2:00 de la tarde con un fuerte aguacero, la plaza ya se veía más desocupada y los participantes disponían a irse del lugar, todo cerró de una gran manera, dejando una buena imagen para la plaza y el evento del día.

4.2.3. Evento vamos a la plaza Alameda:
Se empezó la actividad de Alameda con una papayera que recorrió por una hora la parte interna y externa de la Plaza de Mercado, empezamos a observar gran interés de los asistentes.

A las 8:00 am se ubicó la emisora en vivo de La primerísima, quien ubicó un gran dummie en la parte exterior y se ubicó en la parte interior de la plaza al frente de la Administración. La primerísima motivó a los asistentes con rifa al mercado más grande y variado, así como también repartió crispetas a todo el que se acercara.

A las 11:00 se inició con el grupo vallenato de la Policía en otra área de la Plaza y las personas bailaron tanto comerciantes como visitantes. En el área de la administración quedo el DJ animador quien realizaba actividades con las personas.

Se identificó que la plaza Alameda es muy grande y que por esta razón debíamos mover el evento en varias áreas de la plaza. Por eso se realizaron 3 actividades en simultánea: El Dj animador en zona de administración, Feria en zona de itinerancia y grupo musical en zona de cafés.

A las 11.00 am el secretario de Desarrollo Económico Dr. Jarrinson Martínez acompañó junto con el gerente de CAVASA Carlos Alomia y Sandra Agudelo la jornada en la plaza Alameda, visitando los comerciantes y contándoles sobre los diferentes programas que tiene la secretaria para ellos.

Se realizó el concurso Gastronómico con los Profesores y decano de la Universidad Javeriana de la Carrera de Gastronomía, evaluaron 5 restaurantes.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Se cierra con una gran fiesta alrededor del restaurante Basilia, con la Chirimía de Juan-kita alegrando toda la zona de comida del pacifico.

4.2.4 Campaña de difusión y promoción del evento “vamos a las plazas”.
En el marco del evento “Vamos a las plazas”, se realizaron tres programas en vivo con Radio reloj, Radio 1 y La Máxima de 8:00 am a 11:00 am, con entrevistas a comerciantes de las plazas, usuarios, quienes invitaban a los oyentes a volver a comprar a la plaza, un lugar lleno de historias, sabores, olores y alimentos.

Se inició la campaña de rifas, que atrae mucho público, incluidas actividades para niños liderados por La Policía de Infancia y adolescencia, con pintucaritas, rifas y animación, asimismo contamos con la participación de diversos grupos musicales, papayeras.

(Ver Anexo 12 - Informe técnico No.2) Soporte evento Vamos a la plaza, donde se remiten: Listado de asistencia, encuestas de satisfacción y registro audiovisual de cada plaza.

4.3 El contratista informó que en el marco de la actividad Reporte de Avances en la Asesoría Brindada a las Asociaciones de Comerciantes en el Registro de Información periódica de Abastecimiento de Alimentos,se ha recopilado durante los meses de agosto y septiembre un histórico de precios en las tres plazas priorizas, así como en su entorno, con una lista básica de productos indicativos de la canasta familiar, esto con el objetivo de valorar el trabajo que se debía desarrollar en el marco del procedimiento para que las plazas cuenten con un sistema de información de precios y abastecimiento. Lo que ha permitido evidenciar que las plazas de mercado en promedio general son más económicas que la competencia en el entorno de estas, donde se encuentran grandes superficies, tiendas de descuento y en general establecimiento comerciales de alimentos, esto es importante por cuanto la percepción incluso entre los comerciantes de las plazas es que ellos no son competitivos en este aspecto del precio. Esta información se ha destacado como notable frente a las estrategias de mercadeo a implementar.

A la fecha se encuentra desarrollado el procedimiento para la implementación de un sistema de información de precios y abastecimiento, el cual inicia implementación a partir de la segunda semana de octubre en el marco de las mejoras a los sistemas de gestión de Asoalfonsolopez y Asoporvenir para la administración de las plazas de mercado. La asesoría ha iniciado en el marco de las mesas de trabajo registradas en las actas N°. 4171.010.26.1.141.27 (Anexo 4 - Informe técnico No.2) y 4171.010.26.1.141.30 (Anexo 5 - Informe técnico No.2) y se espera continue hasta la finalización del proyecto.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Tercer y último informe técnico y financiero recibido a entera satisfacción por parte del supervisor:

Un tercer y último pago por valor de CINCUENTA Y CUATRO MILLONES OCHOCIENTOSMIL PESOS ($54.800.000) M/CTE, que será cancelado previa presentación del tercer e informe final técnico y financiero recibido a entera satisfacción por parte del supervisor y se evidencie el cumplimiento del 100% de las obligaciones pactadas.
Para efectos de este tercer y último pago el contratista acreditó el cumplimiento de las siguientes actividades:

1. Un (1) documento final por medio del cual se evidencie la ejecución del plan de formación,el cual debe contener:

- Ejecución de 100% de las horas de capacitación y formación dirigidas a los comerciantes y juntas directivas de las asociaciones de las plazas de mercado.
- Relación de cantidad de horas y temas brindados en el proceso de formación.
- Resultados de la articulación con entidades para la transferencia de conocimientos.
- Logros, lecciones aprendidas y recomendaciones del proceso de formación.

Actividades:
1.1 El Contratista elaboró documento final donde se evidenció la ejecución del plan de formación diseñado para los comerciantes de las plazas de mercado y las Juntas Directivas de las asociaciones de comerciantes; se desarrolló en cuatro partes, así: en la primera, un reporte de cumplimiento del 100% del plan de formación a comerciantes y juntas directivas; en la segunda el detalle de la cantidad de horas y temas brindados; en la tercera, los resultados de articulación con otras entidades para realizar transferencia de conocimientos; y en la última los logros, lecciones aprendidas y recomendaciones del proceso de formación. (Ver punto 1 - Informe técnico No.3).

1.1.1 El contratista ejecutó el plan de capacitación contemplado en una meta de 420 horas de formación, divididas en dos grupos: 1) Los comerciantes de las plazas con 320 horas y 2) Las Juntas Directivas de las Asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado con 100 horas. De manera que, con un avance general del 100% se da cumplimiento a la meta planteada para cada grupo objetivo.

El proceso de capacitación se desarrolló en las 6 plazas de mercado de Santiago de Cali, se realizó un trabajo de socialización y sensibilización frente a la necesidad de capacitarse para lograr el crecimiento y sostenibilidad de sus negocios, en un mercado cada día más cambiante y dinámico, los temas abordados fueron: 1) habilidades blandas, 2)

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

marketing digital desde mi celular, 3) contabilidad y finanzas y 4) manipulación de alimentos.

En este componente del plan de capacitación, dirigido a los comerciantes de las plazas de mercado, se desarrollaron 360 horas de capacitación de una meta proyectada de 320 horas.

Es importante destacar la metodología implementada, la cual consistió en el envío de las clases vía WhatsApp, se encuentran disponibles en el canal de YouTube https://www.youtube.com/@Plazasdemercado_Cali2023/featured (Ver figura 1) para consulta permanente por parte de los comerciantes conforme su disponibilidad de tiempo.

(Ver Anexo 1 - Informe técnico No.2. Soportes de formación a comerciantes del ciclo 1).

(Ver Anexo 1 - Informe técnico No.3. Soportes de formación a comerciantes del ciclo 2, listados de asistencia, registro fotográfico, encuestas de satisfacción, entre otros.)

El plan de capacitación a las Juntas Directivas de las Asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado se concibió de manera concertada con ellos en función de sus necesidades, además debió ajustarse de manera permanente dada la disponibilidad de agenda; sin embargo, se destaca que la meta se cumplió al 100% logrando desarrollar 115,5 horas de capacitación de un total proyectado de 100 horas.

(Ver Anexo 2 - Informe técnico No.2. Soportes capacitación Juntas de las primeras 63 horas brindadas, listados de asistencia y registro fotográfico).

(Ver Anexo 2 - Informe técnico No.3. Soportes capacitación Juntas, cierre de horas totales reportadas, listados de asistencia, encuestas de satisfacción y registro fotográfico).

1.1.2 El contratista presentó en las siguientes tablas (4. 4.1. 4.2 y 4.3) la relación de horas de capacitación por componente, plaza y curso impartido; en las tablas 5 a la 10 (Ver punto 1.2.2 - Informe técnico No.3), las fechas de envío de las clases por cada plaza de mercado para el segundo ciclo de formación, considerando que para el primero ciclo se informaron en el segundo informe de avance. Con esto se describe de manera detallada el cumplimiento frente al plan de capacitación que es del 113,2%, es decir, 475,5 horas realizadas de 420 horas meta.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Tabla 4. Relación de horas de capacitación brindados en las plazas de mercado de Cali

Plaza de Mercado	Ciclo 1	Ciclo 2	Junta Directiva	Subtotal
Floresta	40	30	7	77
Siloé	30	10	49,5	89,5
Alfonso López	40	20	20	80
Sta Elena	40	40	16	96
Alameda	30	20	10	60
Porvenir	30	30	13	73
Total				**475,5**
% Avance				**113,2%**

Tabla 4.1 Relación de horas y temas de capacitación brindados a los comerciantes en las plazas de mercado de Cali (Ciclo 1)

Plaza	Habilidades	Marketing	Contabilidad	Manipulación Alimentos	Asociatividad	Subtotal
Floresta	10	10	10	10	0	**40**
Siloé	10	0	0	0	20	**30**
Alfonso López	10	10	10	10	0	**40**
Sta Elena	10	10	10	10	0	**40**
Alameda	10	10	10	0	0	**30**
Porvenir	10	10	10	0	0	**30**
Subtotal horas de capacitación a comerciantes						**210**

Tabla 4.2 Relación de horas y temas de capacitación brindados a los comerciantes en las plazas de mercado de Cali (Ciclo 2)

Plaza	Habilidades	Marketing	Contabilidad	Manipulación Alimentos	Asociatividad	Subtotal
Floresta	0	10	10	10	0	**30**
Siloé	0	10	0	0	0	**10**
Alfonso López	0	10	10	0	0	**20**
Sta Elena	10	10	10	10	0	**40**
Alameda	0	10	0	10	0	**20**
Porvenir	0	10	10	10	0	**30**
Subtotal horas de capacitación a comerciantes						**150**

Tabla 4.3 Relación de horas y temas de capacitación brindados a las Juntas Directivas de las Asociaciones de Comerciantes en las plazas de mercado de Cali.

RELACIÓN DE HORAS DE CAPACITACIÓN A JUNTAS DIRECTIVAS DE LAS ASOCIACIONES DE COMERCIANTES DE LAS PLAZAS DE MERCADO				
Plaza	**Habilidades para la vida**	**Marketing Digital**	**Otros**	**Subtotal**
Floresta	0	3	4	**7**
Siloé	0	0	49,5	**49,5**
Alfonso López	0	4,6	15,4	**20**
Sta Elena	12	0	4	**16**
Alameda	10	0	0	**10**
Porvenir	0	2	11	**13**
Subtotal horas de capacitación a juntas directivas				**115,5**

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

(Ver Anexo 1 - Informe técnico No.3. Base y soporte de envío de clases del ciclo 2), en este se relaciona a los comerciantes, así como el soporte de la copia de seguridad de la línea de WhatsApp 315 826 0459 como registro del envío de las clases, almacenada en el drive del correo electrónico del proyecto plazasdemercadocali@gmail.com.

1.1.3 El contratista reportó avance en el segundo informe, de la articulación para la transferencia de conocimientos con la fundación de la cooperativa CREAFAM, entidad aliada que realizó el curso de fundamentos básicos de cooperativismo/asociatividad (20 horas), del cual se presentaron los certificados emitidos por la entidad para 13 comerciantes de la plaza de mercado Siloé (Ver Anexo 1- Informe técnico No.2).

En el informe final considerando el reporte allegado por Mibanco dada la articulación gestionada con esta entidad cuyo objetivo fue la promoción y vinculación a sus servicios de educación financiera (transferencia de conocimientos) y productos microfinancieros, estos últimos como solución al problema de los prestamos gota a gota, se evidencian los siguientes logros en las plazas Alameda y Alfonso López:

Figura 9. Registro fotográfico proceso de articulación con Mibanco para la transferencia de conocimientos.



1.1.4 Logros, Lecciones Aprendidas y Recomendaciones del Proceso de Formación.

1.1.4.1. Logros:
En el ejercicio de formación realizado en las seis plazas de mercado de Santiago de Cali, inicialmente éste aportó al crecimiento personal y profesional del equipo de CAVASA, comprendiendo el valor social que juegan las plazas de mercado para la cultura,

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

ancestralidad y el abastecimiento alimentario desde el enfoque de seguridad alimentaria. Los comerciantes de la plaza de mercado al iniciar el proyecto se tornaron en cierta medida predispuestos a realizar el proceso de formación aludiendo a la argumentación de que los cursos no serían de utilidad para el ejercicio en sus unidades productivas.

De un total de 262 comerciantes inscritos se certifican en total 192 con una valoración de satisfacción de 4,75 en escala de 0 a 5. Se realizaron 360 horas de capacitación con los comerciantes y 115,5 horas con las juntas directivas de las Asociaciones de Comerciantes de las plazas de mercado, estas últimas con un grado de satisfacción de 4,9. Con esto se destaca el cumplimiento frente al plan de capacitación que es del 113,2%, es decir, 475,5 horas realizadas de 420 horas meta.

Adicionalmente se creó el canal de YouTube https://www.youtube.com/@Plazasdemercado Cali2023/featured, el cual queda como un documento de consulta pública para los comerciantes y las Asociaciones de Comerciantes de las plazas de mercado, el cual podrán usar de forma permanente. La metodología se valoró como innovadora y un aporte significativo por parte de los comerciantes y las juntas directivas de las asociaciones de comerciantes de las plazas, pues ellos estiman que el tiempo es su recurso más valioso, por lo que este debe ser optimizado para atender sus negocios y maximizar sus ingresos, de manera que la visualización de los cursos de acuerdo con su disponibilidad de horario y tiempo ha resultado fundamental en el proceso de capacitación.

1.1.4.2. Lecciones aprendidas:
Como idea general se estimó que este tipo de procesos son de gran aporte a la sociedad en función de poder brindar las bases a cada uno de los grupos de interés para así generar autonomía en la realización de cada una de sus actividades y fortalecer su propia percepción de quien soy y que puedo aportar para el desarrollo de la plaza.

1.1.4.3. Recomendaciones:
La comunicación administración - comerciantes debe ser transversal y fluida para que cada vez que una institución externa se acerque a trabajar con la población estos estén enterados previamente de lo que se va a realizar.

Si bien es claro que los comerciantes no cuentan con suficiente tiempo para desarrollar las clases, es oportuno replicarlas por de manera regular por parte de las Asociaciones pues el canal de YouTube es un documento o herramienta de consulta pública que queda a disposiciones de éstas y de los comerciantes.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

2. Un (1) documento final mediante el cual se evidencie el fortalecimiento del tejido social y las capacidades organizacionales brindado a tres (3) plazas de mercado seleccionadas, el cual debe contener:

- Proceso realizado de retroalimentación del sistema de gestión administrativo de las asociaciones.
- Realización de mesas de trabajo con los representantes y/o comerciantes de las plazas de mercado, que contenga la descripción de resultados y logros.
- Realización de talleres de apropiación de sistema de gestión administrativo con representantes y/o comerciantes de plazas de mercado, que contenga la descripción de resultados y logros.
- Asesoría y acompañamiento brindado en el modelo administrativo de las plazas de mercadoseleccionadas para el fortalecimiento administrativo y comercial.
- Alternativas implementadas para el fomento de la ocupación de puestos y/o locales al interiorde las plazas de mercado.

Actividades:
2.1 El contratista presentó en el documento final las acciones desarrolladas para el fortalecimiento del tejido social y las capacidades organizacionales de las asociaciones de comerciantes de las tres (03) plazas de mercado priorizadas (Asoalfonsolópez - Alfonso López, Asoporvenir - El Porvenir y Asoalameda - Alameda), en cinco secciones: 1) Proceso realizado de retroalimentación a los sistemas de gestión administrativo, 2) Realización de mesas de trabajo con los representantes y/o comerciantes de las Plazas de Mercado con la descripción de los resultados y logros, 3) Realización de los talleres de apropiación de las mejoras a los sistemas de gestión administrativo con los representantes y/o comerciantes de Plazas de Mercado con descripción de resultados y logros, 4) Asesoría y acompañamiento brindado en el modelo administrativo de las Plazas de Mercado para su fortalecimiento administrativo y comercial, y 5) Alternativas implementadas para el fomento de la ocupación de puestos y/o locales al interior de las Plazas de Mercado.

2.1.1 El contratista planteó en función del horizonte de intervención del proyecto de tres (03) meses, en este sentido la primera parte consistió en indagar acerca del estado del sistema de gestión que tienen las asociaciones Asoalfonsolópez, Asoporvenir, y Asoalameda en la administración de las plazas de mercado, observando lo siguiente en cada una:

- Asoalfonsolópez: cuentan con misión, visión y organigrama, estos lineamientos estratégicos se estiman deben ser revisados y actualizados; tienen un trabajo reciente de actualización de estatutos y cuentan con PGIRS. Todos los demás aspectos de la

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

gestión administrativa y operativa deben ser documentados. Se destaca la receptividad y participación frente al proyecto.

- Asoporvenir: A pesar de las mejoras al modelo de administración que han venido implementando y que han permitido recuperar la gobernanza, la cartera y la inversión en la mejora de la infraestructura de la plaza de mercado, la asociación no cuenta con un sistema de gestión documentado. Se destaca la receptividad y participación frente al proyecto.

- Asoalameda: Esta asociación es la única que cuenta con un contrato formal para la administración de la plaza de mercado Alameda suscrito con la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali, lo cual da cuenta del buen modelo de gestión administrativo y operativo que ejercen; se destaca que la administración la ejerce directamente la Junta Directiva, apegada a sus estatutos y reglamentos internos, no cuentan con un sistema de gestión administrativo documentado y están en proceso de actualización de sus estatutos. En esta plaza no fue posible una aproximación al sistema de gestión administrativo, sin embargo, se evidencia un equipo de trabajo robusto y ordenado.

(Ver punto 2.1 – Informe técnico No.3)

2.2 EL contratista realizó mesas de trabajo, conforme la estrategia planteada para el desarrollo del trabajo para el fortalecimiento del tejido social y las capacidades organizacionales, se realizaron mesas de trabajo en tres momentos: 1) la revisión del sistema de gestión administrativo que vienen implementando las Asociaciones de comerciantes, 2) La mejora del sistema de gestión administrativo y 3) La apropiación y puesta en marcha de las mejoras logradas, en este punto se destaca nuevamente el alcance concertado con las Asociaciones de cada plaza descrito en el numeral anterior.

- Mesas de trabajo Asoporvenir. En el Anexo 4 - Informe técnico No.2 se presentaron las actas N°. 4171.010.26.1.141.24 y 4171.010.26.1.141.27 del 19 y 29 de septiembre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo que permitieron los primeros avances en el mejoramiento del sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado El Porvenir.

En el Anexo 3 - Informe técnico No.3 se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.32, 4171.010.26.1.141.36 y 4171.010.26.1.141.40 del 10, 25 y 30 de octubre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo donde se finalizó la construcción de los

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

documentos del sistema de gestión mejorado para la administración de la plaza de mercado El Porvenir, así como de la asistencia técnica para la puesta en marcha de este.

- Mesas de trabajo Asoalfonsolópez. En el Anexo 4 - Informe técnico No.2, se presentaron las actas N°. 4171.010.26.1.141.23, 4171.010.26.1.141.25 y 4171.010.26.1.141.30 del 15 y 25 de septiembre y 02 de octubre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo que permitieron los primeros avances en el mejoramiento del sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado Alfonso López.

En el Anexo 3 - Informe técnico No.3 se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.34, 4171.010.26.1.141.35, 4171.010.26.1.141.37 y 4171.010.26.1.141.39 del 23 de octubre las dos primeras, 27 y 30 de octubre las otras dos respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo donde se finalizó la construcción de los documentos del sistema de gestión mejorado para la administración de la plaza de mercado Alfonso López, así como de la asistencia técnica para la puesta en marcha de este.

- Mesas de trabajo Asoalameda**.** En el Anexo 4 - Informe técnico No.2 se presentaron las actas N°. 4171.010.26.1.141.21 y 4171.010.26.1.141.26 del 13 y 25 de septiembre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo realizadas y que permitieron concertar las acciones de promoción de la plaza de mercado y el apoyo requerido en cuanto al desarrollo del procedimiento sancionatorio como mejora al sistema de gestión para la administración de la plaza de mercado Alameda.

En el Anexo 3 - Informe técnico No.3 se presentan las actas N°. 4171.010.26.1.141.33, y 4171.010.26.1.141.43 del 13 de octubre y 09 de noviembre, respectivamente, las cuales tratan de las mesas de trabajo donde se finalizó la construcción del procedimiento sancionatorio y atención de Felicitaciones, Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias -FPQRS-, así como de las recomendaciones para la puesta en marcha de este.

(Ver punto 2.2 – Informe técnico No.3).

2.3 El contratista realizó los talleres de apropiación finalizando el mes de octubre y durante la primera semana de noviembre, así:

2.3.1 Taller de Apropiación de Sistema de Gestión Administrativo Asoalfonsolópez
Se realizaron cuatro talleres de apropiación, el primero el 30 de octubre en la oficina administrativa de la plaza de mercado, los dos siguientes el 01 de noviembre en la oficina

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

administrativa de Hielos Ártico y finalmente el 15 de noviembre en el Club de Ejecutivos.

Los dos primeros talleres con las personas delegadas por la Junta que fueron el Administrador (Carlos Pineda) y el Presidente (Cesar Patiño) para revisión final de las mejoras y los documentos elaborados del Sistema de Gestión Administrativo -SGA- de Asoalfonsolópez; el tercero con la Junta Directiva con el objetivo de generar la apropiación de los desarrollos, destacando que la implementación del SGA es un proceso que se debe asumir con diligencia pero entendiendo que en esencia es una transformación cultural que debe asumirse con perspectiva de mediano y largo plazo.

Logros y resultados: La reunión con la Junta Directiva se desarrolló con quorum pues asistieron 4 de 6 miembros, los cuales manifestaron su satisfacción frente al trabajo realizado, con especial mención de la metodología y herramienta elaborada para el cálculo tarifario. Se estima que la apropiación fue tan significativa que acordaron una reunión para el 04 de diciembre con el objetivo de dar continuidad a la implementación de SGA mejorado.

2.3.2 Taller de Apropiación de Sistema de Gestión Administrativo Asoporvenir
Se realizaron dos talleres de apropiación, el primero el 31 de octubre en las instalaciones de la oficina administrativa de la plaza de mercado El Porvenir con la asistencia de la Junta Directiva en pleno y, el segundo el 15 de noviembre en el Club de Ejecutivos. El objetivo logrado fue la apropiación de los desarrollos, destacando la validación de los fundamentos estratégicos y los avances frente a las acciones que la Asociación ya vienen desarrollando en distintos frentes como el mejoramiento de la infraestructura, las estrategias de ocupación itinerante como ancla comercial y el proceso de marketing digital en redes y desde el Ecommerce que vienen desarrollando en la página web.

Se recomendó entender el proceso de implementación del SGA como una prioridad que se debe asumir con diligencia; sin embargo, entendiendo que en esencia es una transformación cultural que debe asumirse con perspectiva de mediano y largo plazo.

Logros y resultados: Es una plaza de mercado con una nueva Junta Directiva, donde se evidencia una actitud de mejoramiento continuo y disposición de implementación de las propuestas realizadas desde el proyecto como la Feria de Emprendimiento “Asopor”, la implementación de los procedimientos de marketing digital y la puesta en marcha del sistema de información de precios y abastecimiento como se describe en los numerales 2.5, 3.1 y 5 del Informe técnico No.3.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

2.3.3 Taller de Apropiación de Sistema de Gestión Administrativo Asoalameda
Se realizó un taller de apropiación con Asoalameda el 15 de noviembre en el Club de Ejecutivos, a esta jornada asistió el personal delegado de la administración por parte de la Junta Directiva. El logro más importante con Asoalameda fue el desarrollo del procedimiento sancionatorio, pues este se logró con el apoyo del asesor jurídico de la Asociación, lo cual se estima de mucha importancia dada la necesidad manifiesta por el proceso de revisión y actualización que vienen desarrollando de sus estatutos y reglamento interno, además se les comparte el reglamento interno desarrollado en conjunto con la Junta Directiva de Asocomsiloé como referente que les puede ser útil.

Finalmente, frente a este último taller se continuó enfatizando la necesidad de apropiación de los SGA por parte de las Asociaciones de cara a demostrar su capacidad de gestión frente a la administración de un bien de uso público como lo son las plazas de mercado. Se reforzó la recomendación frente a la instalación de los comités de convivencia como instancia de resolución de conflictos.

Además se realizaron las recomendaciones pertinentes frente a cada plaza de mercado y la necesidad generar acciones conjuntas, con especial énfasis en la gestión que se debe realizar con la administración entrante de la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali 2024-2027 en la construcción del Plan de Desarrollo para el apoyo que requieren frente a la continuidad de este proceso de fortalecimiento de las capacidades organizacionales de las Asociaciones de Comerciantes en el ejercicio de administración de las plazas de mercado.

(Ver punto 2.3 y Anexo 3 - Informe técnico No. 3. Listados de asistencia talleres de apropiación SGA).

2.4 El contratista brindó asesoramiento y acompañamiento frente al modelo administrativo de las plaza ha ocurrido en tres momentos, el primero realizado con el equipo de la Secretaría de Desarrollo Económico para revisar y aportar al mejoramiento del proyecto de decreto de reglamento administrativo de las plazas de mercado como insumo fundamental para el segundo momento que fue la jornada de sensibilización del mencionado reglamento con las asociaciones de comerciantes de las plazas de mercado, descrito en el capítulo 4 – Informe técnico No. 3.

Derivado de la jornada de sensibilización se plantearon dos reuniones adicionales, una interna para revisar las alternativas frente al modelo administrativo de las plazas de mercado el cual contemple a las asociaciones de comerciantes de las plazas pues son estas

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

quienes han venido durante más de 20 años administrando estos bienes de uso público; y una reunión final para socializar dichas alternativas. Como parte del proceso, se concibió una jornada de transferencia de conocimiento realizada el 19 de octubre en el auditorio de la Secretaría de Desarrollo Económico para conocer el modelo administrativo de la Plaza de Mercado de Manizales, el cual se estima como un caso de éxito notable en el país y referente para las plazas de Santiago de Cali.

(Ver Anexo 3 - Informe técnico No. 3. Modelos Administrativos Plazas de Mercado, borrador de proyecto de decreto de reglamento administrativo de plazas de mercado, presentación Gerente Plaza de Mercado de Manizales y Análisis de modelos de administración identificados).

2.5 El contratista implementó la estrategia para el fomento de la ocupación de puestos y locales al interior de las plazas de mercado, bajo el nombre “Reactivando los espacios de las Plazas”, la cual buscó crear un ambiente propicio para la venta de productos locales y al mismo tiempo dinamizar los espacios que no están ocupados.

En la Plaza de Mercado Alfonso López, se definió que la estrategia principal era mejorar la oferta de perecederos (frutas y Verduras), ya que ellos en la actualidad no tienen la calidad ni variedad a la que quieren llegar como plaza, se realizó convocatoria directa a Asociaciones de productores de las zonas aledañas de: Candelaria, Florida, Pradera y Palmira, para ofrecerles un espacio como mercado campesino.

Para esta misma plaza convocaron emprendedores de la localidad vía invitación por las redes sociales y por afiches ubicados estratégicamente en la zona, definido por el target que tiene la Plaza.

En la plaza El Porvenir con la Junta se definió que se quería llevar una variedad de productos nuevos, transformados, que no existan en la misma e iniciar ferias itinerantes. Basados en lo anterior se focalizó la invitación de nuevos oferentes a emprendedores de la zona, a través de afiches ubicados estratégicamente y en redes sociales.

En esta reunión aclaramos que la Gobernanza de la plaza era de la Junta directiva y por tal razón era esta quien debían ofrecer una propuesta que logre atraer nuevos oferentes con el objetivo que ellos planteen.
En la Plaza de Mercado de Alameda, se realizó reunión con la Junta Directiva, quienes manifestaron no tener interés en una estrategia de ocupación, pues ellos están con alta ocupación, sin embargo, se definió un apoyo de nuevos emprendedores para fortalecer

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

la gestión que actualmente hacen con ferias itinerantes mensuales y quincenales. Este componente de feria como estrategia de ocupación itinerante, se fortaleció con la convocatoria a emprendedores de los programas de Secretaria de Desarrollo Económico, quienes filtraron aquellos con el mejor estado de desarrollo y oferta.

(Ver Anexo 9 - Informe técnico No. 2. Soportes estrategias de ocupación).

(Ver Anexo 4 - Informe técnico No. 3 Soportes alternativas de ocupación, actas N°. 4171.010.26.1.141.45 y 4171.010.26.1.141.46 de seguimiento a la estrategia, las bases de seguimiento a los emprendedores y productores rurales y proyectos de fundraising).

3. Un (1) documento final mediante el cual se evidencie la implementación de la campaña depromoción y activación de plazas de tres (3) plazas de mercado seleccionadas, el cual debe contener:

- Asistencia técnica brindada para la gestión administrativa de las asociaciones.
- Acciones realizadas y logros alcanzados en torno a campaña en redes sociales.
- Realización de tres (3) eventos de mercadeo y activación en las plazas de mercado seleccionadas; un (1) evento por plaza.
- Fortalecimiento de la imagen e identidad de las plazas de mercado en medios digitales.

Actividades:
3.1 El contratista realizó campaña de promoción para incentivar el regreso a las plazas de mercado, rescatando un hábito perdido en el colectivo de visitarlas, se plantearon las siguientes estrategias de las cuales se presenta informe de las acciones implementadas:

- **“Volvamos a las plazas”** Se diseñaron y publicaron piezas gráficas, reels en redes sociales, invitando al público a visitar la plaza de acuerdo con la parrilla de contenidos.

- **Participación de entidades y desarrollo del evento de mercadeo y activación de las plazas de mercado:** Este se detalla en el siguiente numeral, destacando la participación de: Banco de Alimentos, Policía Infancia y Adolescencia, Mibanco y la Universidad Javeriana.

- **Promoción de Compras de Alimentos y Platos Típicos:** Se difundieron piezas promocionales y reels en las tres Plazas de Mercado para incentivar las compras de alimentos, mostrar platos típicos y destacar a los comerciantes insignia de la plaza. Esta estrategia buscó aumentar la afluencia de visitantes.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

3.2 Asistencia Técnica Brindada para la Gestión Administrativa de las Asociaciones.
El contratista realizó con la plaza de mercado El Porvenir un ejercicio de asistencia técnica en el tema de marketing digital para generar competencias en torno a la creación de contenidos, comprender conceptos, crear parrillas, entender a los usuarios, crear perfiles de redes sociales, visualización de métricas, entre otros. Esta acción se articuló con el mejoramiento al sistema de gestión administrativo, mediante la entrega de un procedimiento de marketing digital pensado para orientar a la asociación en temas de implementación de estrategias digitales o para algún tercero que gestiones y administre las redes sociales de la plaza.

Por otro lado, en el caso de la plaza Alfonso López se hizo un acompañamiento para que Asoalfonsolópez comprendiera conceptos englobados en el tema de marketing digital, con esta plaza también se desarrollaron espacios de asistencia técnica para la implementación del procedimiento de marketing digital, mediante la publicación de los contenidos desarrollados en el marco del proyecto.

En el caso de Alameda, no se realizó orientación en este tema, puesto que ellos cuentan con una agencia de medios que maneja sus redes sociales, se suministraron piezas y contenido para nutrir más las redes de la plaza de mercado.

(Ver Anexo 5 - Informe técnico No. 3. Soportes promoción en redes sociales, actas N°. 4171.010.26.1.141.44, 4171.010.26.1.141.45 y 4171.010.26.1.141.46 de seguimiento y recomendaciones para la continuidad en la implementación del procedimiento de marketing digital, entre otros).

3.3 Acciones realizadas y logros alcanzados en torno a campaña en redes sociales.
El contratista en el entendiendo que las plazas no tienen personal exclusivo para actividades de Marketing, lo primero que se buscó fue que asignaran una persona en cada plaza, la cual, en Alfonso López fue la secretaria Silvana Azcarate, en Porvenir fue la Administradora Paula Galeano y en Alameda un tercero de Marketing digital que es Alexis Caicedo. Estas personas recibieron todas las indicaciones para el montaje de parrillas, crecimiento, creación de la red social, manejo de whatsApp business y entre otros, como se mostró en el numeral anterior.
Se diseñaron plantillas que fueron entregadas a las plazas de mercado de Alfonso López y Porvenir para brindar identidad visual en las presentaciones y publicaciones que fueran a desarrollar. Adicionalmente, se publicaron piezas gráficas, reels en redes sociales, invitando al público a visitar la plaza de acuerdo con la parrilla de contenidos. Se destaca la realización de los diseños de piezas publicitarias, en las cuales se invitó al evento del

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

7 de octubre, conservando la identidad gráfica.

En la plaza de mercado el Porvenir vemos un avance significativo en las publicaciones, en las métricas se puede notar publicaciones tanto de Facebook como de Instagram y se evidencia que los contenidos tipo reels tienen más interacciones por parte de los usuarios por lo que se enfocan más en contar una historia o testimonial, se ha logrado abarcar una parrilla de contenidos con una gama promocional, testimonial e informativo de la plaza.

En la plaza de mercado Alfonso López visualizamos lo que son alcances en Facebook e Instagram, donde se evidencia que el pico más alto de alcance fue durante los primeros días de octubre, es decir en el marco de los eventos promocionales, llegando alrededor de 200 personas, así como también las vistas al perfil, esto nos da una idea que las personas se han interesado por conocer algo más de la plaza y en los contenidos promocionales de la página.

Con la plaza de mercado Alameda se adelantó una estrategia igual a las demás plazas; sin embargo, el diferenciador es que esta plaza cuenta actualmente con una persona dedicada a gestionar y crear contenido directamente para la plaza, con él se llegó a un enlace para publicar los contenidos generados, por tratarse de un agente externo no fue posible obtener las métricas de las publicaciones.

(Ver Anexo 5 - Informe técnico No. 3. Soportes promoción en redes sociales).

3.4 Realización de Tres (3) Eventos de Mercadeo y Activación en las Plazas de Mercado Seleccionadas; Un (1) Evento por Plaza.

El contratista desarrolló tres (3) eventos uno en cada plaza el día 7 de octubre en las Plazas de mercado de Alfonso López, Alameda y Porvenir, con actividades para toda la familia, una jornada llena de color, sabor, arte y melodías que celebraron nuestra rica herencia cultural y el talento local, se contó con animación, remotos en vivo con emisoras, música, premios, gastronomía, eventos para niños (pintucaritas) y baile.

3.4.1 Evento Vamos a la Plaza El Porvenir:
En esta Plaza se inició a las 7:00 am con el recorrido de una papayera, la cual animó a los usuarios y comerciantes anunciándoles que estábamos de fiesta, después tuvimos un espacio de animación con el remoto de Radio 1 haciendo entrevistas en vivo y activi-

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

dades con compradores, realizando rifas y motivándoles a comprar, acto seguido tuvimos el acompañamiento de una banda de chirimía, junto con la mascota del Banco de alimentos, quienes activaron la Plaza repartiendo souvenirs y dulces. Al mismo tiempo en la zona llamada "El Planchón" teníamos las exhibiciones gastronómicas, artesanales, manuales y de plantas a disposición de todos aquellos interesados en las compras.

Hubo un espacio de baile, donde usuarios, comerciantes y artistas se unieron a una sana diversión; Un evento que permitió que adultos y niños pasaran un momento diferente, ya que en colaboración con La Policía de infancia y adolescencia se realizaron pintucaritas y rifas para los más pequeños, además de jornada de sensibilización en contra del trabajo infantil.

El grupo "La Habana" de son cubano, amenizó el espacio de emprendedores y después un momento crucial con espacio de concurso gastronómico, rescatando hábitos perdidos de dirigirse a comer en las plazas de mercado, se premiaron 2 puestos en el concurso, puesto que la competencia estuvo reñida, los dueños de restaurantes estuvieron muy participativos, y al final, la Administración premio con un abono de $50.000 a los recibos de arrendamiento de todos los participantes; entre los platos exhibidos hubo, tamales, arroz con camarones, sobrebarriga sudada, pescado, entre otros y todos con una excelente presentación de acuerdo a las observaciones otorgadas por la Juez, dentro de la evaluación, se consideraron diversos aspectos para determinar el plato ganador, la calidad y complejidad del sabor, determinando que fueran típicos de las plazas de mercado, originalidad, uso de ingredientes locales y la experticia, en la premiación participaron El Secretario de Desarrollo Económico y el Gerente de Cavasa.

3.4.2 Evento Vamos a la Plaza Alfonso López:
La jornada en Alfonso López inició las 7:00 am con el recorrido de la papayera de los melos, recorrieron todo La plaza animando a los comerciantes y clientes que ya se encontraban a esa hora, mientras se recorría el lugar la gente se notaba curiosa ante tal dinámica, aproximadamente a las 8:00 am de la mañana llegó Mibanco con la móvil y asesores, se instalaron en vehículo en el parqueadero principal y empezaron a asesorar a la gente interesada en los servicios, en simultáneo llego la móvil de La Primerísima y Radio Reloj quienes se encargaron de animar a las personas, el espacio inició con entrevistas y el remoto en vivo con degustaciones gastronómicas, las rifas por parte de la emisora para emitir también a la audiencia y animar a la gente a venir a la Plaza y también alegrar a los que ya se ubicaban en ella.

Hacia las 8:30 am nos acompañó el Secretario de Desarrollo Económico - Dr. Jarrinson

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Martínez quien visitó los stands de los emprendedores motivándoles y les informó sobre los programas de la Secretaria.

Hacia las 10:00 am llego el DJ Animador Luis Carlos Echeverry quien fue el locutor encargado de la animación del lugar, para continuar con las rifas a niños y adultos, en ese momento se ponía buena música y la gente ya se encontraba animada y participaba bastante, comerciantes y clientes ya estaban inmersos en el evento.

Aproximadamente a las 10:30 am llegó Juankita y su chirimía y después de instalar su equipo se formó la gran fiesta, hubo música del pacífico y demás y algunos comerciantes y clientes se animaron a bailar en medio de la plaza.

Hacia las 11:00 de la mañana llegaron los jueces de gastronomía de la Universidad Javeriana y de ahí se hizo un recorrido en los restaurantes, aproximadamente a la 1:00 de la tarde después de que los jurados probaron todos los platos tenían el Veredicto final , la ganadora fue Feliza Mancilla con un rico encocado tapado, se le hizo entrega de $200.000 en efectivo y el diploma con su nombre, en este concurso se mostraron deliciosos platos como caldo de pajarilla, Bagre sudado, punta de falda guisada, sobrebarriga , caldo de pajarilla y el ganador un delicioso encocado tapado.

3.4.3 Evento Vamos a la Plaza Alameda:
Se empezó la actividad de Alameda con una papayera que recorrió por una hora la parte interna y externa de la Plaza de Mercado, empezamos a observar gran interés de los asistentes.

A las 8:00 am se ubicó la emisora en vivo de La primerísima, quien ubicó un gran dummie en la parte exterior y se ubicó en la parte interior de la plaza al frente de la Administración. La primerísima motivó a los asistentes con rifa al mercado más grande y variado, así como también repartió crispetas a todo el que se acercara.

A las 11:00 se inició con el grupo vallenato de la Policía en otra área de la Plaza y las personas bailaron tanto comerciantes como visitantes. En el área de la administración quedo el DJ animador quien realizaba actividades con las personas.

Se identificó que la plaza Alameda es muy grande y que por esta razón debíamos mover el evento en varias áreas de la plaza. Por eso se realizaron 3 actividades en simultánea: El Dj animador en zona de administración, Feria en zona de itinerancia y grupo musical en zona de cafés.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

A las 11.00 am el secretario de Desarrollo Económico Dr. Jarrinson Martínez acompañó junto con el gerente de CAVASA Carlos Alomia y Sandra Agudelo la jornada en la plaza Alameda, visitando los comerciantes y contándoles sobre los diferentes programas que tiene la secretaria para ellos.

Se realizó el concurso Gastronómico con los Profesores y decano de la Universidad Javeriana de la Carrera de Gastronomía, evaluaron 5 restaurantes, Se cerró con una gran fiesta alrededor del restaurante Basilia, con la Chirimía de Juankita alegrando toda la zona de comida del pacífico.

(Ver Anexo 12 - Informe técnico No. 2)

3.5 Fortalecimiento de la imagen e identidad de las plazas de mercado en medios digitales.
El contratista planteó la propuesta gráfica de las plazas de mercado para que se centrara en un mismo universo visual, cada una con una personalidad, es decir, que se abarcó un estilo en común para las 3 plazas intervenidas, pero cada una con personalidad y atributos diferenciadores.

El contratista propuso manejar un estilo limpio, con atributos gráficos que involucren frutas y demás productos del mercado, ya dependiendo del enfoque de cada plaza. Ahora bien, la idea fue abarcar un estilo que se viera fresco, moderno y visualmente atractivo, además que tuviera coherencia en los formatos y bajadas que se requirieron, es decir, que la línea gráfica tuviera una continuidad sin importar si era un post para redes, un volante o por el contrario un banner para página web.

- Referentes: Se apoyó en un estilo gráfico para generar una propuesta visual.
- Fondo: Un fondo limpio que sea plano y tenga un color en su totalidad, se puede aplicar una especie de degradado.
- Elementos visuales: Para fortalecer la propuesta se emplearon líneas e íconos que proporcionaron una identidad a la parte gráfica, en caso de necesitar se pueden usar texturas de alimentos, entre otros.
- Fotografías: Esta parte fue abarcada con imágenes de stock y en su mayoría fotografías reales de los productos de las plazas, del banco de imágenes se utilizaron fotos de frutas y personas.
- Tipografías: Se utilizaron dos estilos de fuentes tipográficas, una fuente tipo script para títulos e información corta, y otro tipo de letra tipo sans serif para información extensa o párrafos, esto dota a la diagramación con un estilo fresco y espontáneo y a su vez permite la legibilidad de lo copy y el mensaje a transmitir.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- Personalidad de cada Plaza: Una vez propuesto el estilo general, pasamos a establecer el concepto para cada plaza, se estableció el concepto mediante el enfoque principal de cada plaza, esto se vio asociado con el color y elementos visuales representativos de cada espacio, así:
  - Plaza de mercado Alameda “Pacifico”:

  Su gastronomía es variada; sin embargo, sus platos fuertes se enfocan en gastronomía del pacifico y comida de mar, por esta razón podemos asociar a esta plaza con el color azul por el tema del mar y sus variedades.
  - Plaza de mercado Porvenir “Cárnicos”:

  A pesar de la variedad de alimentos ofrecidos, su producto cumbre son los cárnicos, por esa razón se decide asociar esta plaza con el color rojo, color representativo de estos productos.
  - Plaza de mercado Alfonso López “Étnico y cultural”:

  Esta plaza se caracteriza por su aliciente cultural y étnico, justamente eso era lo que se quería traducir visualmente en la propuesta gráfica, con colores, texturas e imágenes que evocaban esa personalidad cultural y afro de las piezas. Para establecer este concepto se realizó una reunión con Carlos Pineda administrador de la plaza, para comprender mejor el referente histórico cultural que tenía la plaza, con ello se logra entender mejor esa esencia pacífica adoptando, así como identidad de marca para los contenidos, esto demuestra un ejercicio participativo con la plaza para escucharlos y no convertir el ejercicio en algo de imposición.
- La imagen y la identidad son fundamentales para una marca, pues es la personalidad y el tono con la que se habla al público en general, cuando hablamos de identidad de marca hablamos del ADN del producto o servicio y esto se ve reflejado en sus colores, lenguaje de comunicación, textos, mensajes, texturas e incluso hasta sonidos, con ello se busca dejar una buena impresión y recordación en el consumidor para que sea una experiencia grata y así se marque una fidelidad entre producto y cliente, por ello en este ejercicio fue primordial el desarrollo de una identidad visual para cada plaza, estableciendo un concepto argumentado desde la historias y los referentes de cada plaza, con ello se logra la construcción de una propuesta para cada plaza y así establecer una identidad de marca para cada una de estas.

(Ver punto 3.4 - Informe técnico No. 3)

4. Un (1) informe ejecutivo mediante el cual se evidencie el apoyo logístico brindado a la Secretaría de Desarrollo Económico en los procesos relacionados con la sensibilización del proyecto de decreto de reglamento de plazas de mercado.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Actividades:
4.1 El contratista brindó apoyo logístico en jornada de sensibilización del proyecto de decreto reglamento administrativo de plazas de mercado, que se realizó el 04 de octubre en el auditorio de la Secretaría de Desarrollo Económico durante la jornada de la tarde, evento que contó con una nutrida asistencia como se puede evidencia en el registro fotográfico y representación de delegados de las seis (06) plazas de mercado.

El apoyo logístico brindado se dio frente a la convocatoria y animación para la participación, la preparación del espacio, los refrigerios, la documentación soporte para presentar el proyecto de decreto y recibir la retroalimentación de los asistentes, el acompañamiento durante la jornada para el levantamiento del registro de asistencia y fotográfico, así como el manejo de los equipos para realizar la presentación prevista. Se destaca que el apoyo brindado también se dio desde el componente técnico como se informó en el segundo informe de avance, frente a la retroalimentación del mencionado reglamento dada la experiencia de CAVASA en el tema.

(Ver Anexo 7 y 8 – Informe técnico No. 2. Contienen el Acta N°. 4171.010.26.1.141.31 del 04 de octubre de la sensibilización proyecto de decreto reglamento administrativo de plazas de mercado y el proyecto de decreto de reglamento adelantado y socializado, respectivamente).

5. Un (1) informe ejecutivo mediante el cual se evidencie la asesoría brindada a las asociaciones comerciantes en el registro de información periódica de abastecimiento de alimentos en las tres (3) plazas de mercado seleccionadas y los logros alcanzados.

Actividades:
5.1 El contratista brindó asesoría a las asociaciones de comerciantes en el registro de información periódica de abastecimiento de alimentos en las tres (3) plazas de mercado seleccionadas, se levantó durante los meses de agosto a septiembre un histórico de precios en las tres plazas priorizas, así como en su entorno, con una lista básica de productos indicativos de la canasta familiar, esto con el objetivo de valorar el trabajo que se planteó en el procedimiento para que las plazas cuenten con un sistema de información de precios y abastecimiento; lo que permitió evidenciar que las plazas de mercado en promedio general son más económicas que la competencia en el entorno de estas, donde se encuentran grandes superficies, tiendas de descuento y en general establecimiento comerciales de alimentos, esto es importante por cuanto la percepción incluso entre los comerciantes de las plazas es que ellos no son competitivos en este aspecto

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

del precio. Esta información se destacó como notable frente a las estrategias de mercadeo a implementar.

Como parte de la asistencia técnica brindada se desarrolló el procedimiento para la implementación de un sistema de información de precios y abastecimiento, el cual se puso en marcha a partir de la segunda semana de octubre en el marco de las mejoras a los sistemas de gestión de Asoalfonsolópez y Asoporvenir para la administración de las plazas de mercado. La asistencia técnica en esta materia se documentó en las actas N°. 4171.010.26.1.141.35, 4171.010.26.1.141.38 y 4171.010.26.1.141.41 (Ver Anexo 3 - Informe técnico No. 3).

5.2 El contratista reportó como parte de los resultados y logros alcanzados, en las dos plazas de mercado la segmentación de los comerciantes por tamaño y se identificaron los comerciantes objeto de encuesta permanente para monitoreo; en la plaza de Alfonso López, además se realizó plano de ubicación de estos para que cualquier persona logré ubicarlos para la recolección de la información, mientras que en la plaza Porvenir se logró levantar la información planteada en el procedimiento sistema de información de abastecimiento y precios durante tres semanas, permitiendo estimar la siguiente información en términos de abastecimiento, lo cual demuestra la viabilidad del sistema propuesto.

Sin embargo, se recomienda dar continuidad a la asistencia técnica frente al procedimiento para perfeccionarlo y generar capacidad técnica sustentable en las Asociaciones y así lograr un sistema de información confiable con series históricas que permitan contar con información estadística para el seguimiento y la formulación de políticas públicas de abastecimiento y seguridad alimentaria.

(Ver punto 5 - Informe técnico No. 3).

6. Entrega de encuestas DUB (Fichas Destinatario-Usuario Beneficiario) en medio físico, magnético y en base de datos según lineamientos impartidos por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico.

Actividades:
6.1 El contratista entregó encuestas DUB en medio físico de los comerciantes capacitados. (Ver Anexo 6 – Informe técnico No. 3).

6.2 El contratista entregó encuestas DUB en medio magnético de los comerciantes capacitados. (Ver Anexo 7 - Informe técnico No. 3), las cuales se encuentras en archivo

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

PDF en memoria USB.

6.3 El contratista entregó encuestas DUB en base de datos de los comerciantes capacitados. (Ver Anexo 8 - Informe técnico No. 3), las cuales se encuentras en archivo Excel en memoria USB.

OBSERVACIONES AL INFORME TÉCNICO: N/A

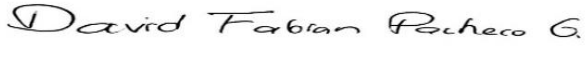
6. RECOMENDACIONES PARA EL CONTRATISTA

7. FIRMAS RESPONSABLES



_____

TATIANA ZAMBRANO SÁNCHEZ
Supervisora



_____

David Fabián Pacheco Gaitán
Apoyo a la Supervisión

Fecha de suscripción del informe de supervisión: Cali, 30 de noviembre de 2023

Este documento es propiedad de la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

LUZ STELLA MORENO BAUTISTA, identificada con la cédula de ciudadanía No. 66.986.764 de Cali (V), con Tarjeta Profesional No. 150083-T, en mi calidad de Revisor Fiscal de la empresa **Central de Abastecimientos del Valle del Cauca S.A. CAVASA**, con NIT, **890.304.219-0.**

CERTIFICO

Que la empresa como persona jurídica está obligada a tener Revisor Fiscal de acuerdo con el artículo 13, parágrafo 2 de la Ley 43.

Que la **Central de Abastecimientos del Valle del Cauca S.A. CAVASA**, con NIT, **890.304.219-0,** se encuentra a paz y salvo con el pago de obligaciones al Sistema Integral de Seguridad Social, que incluye salud del mes de NOVIEMBRE 2023, pensión, riesgos profesionales y aportes a Caja de Compensación, Sena e ICBF, concerniente a las autoliquidaciones del mes de OCTUBRE de 2023. Dichas obligaciones se presentaron y se pagaron oportunamente el día 7 de noviembre de 2023, con número de planilla No 9458666831.

La presente certificación se expide para dar cumplimiento al Artículo 50 de la Ley 789 de diciembre 27 de 2002.

Para constancia de lo anterior, se firma en Santiago de Cali a los veintitrés (23) días de noviembre de 2023.

Cordialmente,

Luz Stella Moreno Bautista
LUZ STELLA MORENO BAUTISTA
Revisor Fiscal Principal
T.P No. 150083-T
Miembro de Millán & Asociados, Auditores y Consultores de Negocios SA
No 23906

aportes en línea

Planilla Resumen

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

Identificación	dv	Razon Social	Clase Aportante	Sucursal Principal	Direccion	Ciudad-Departamento	Teléfono	Exonerado SENA e ICBF
NIT 890304219	0	CENTRAL DE ABASTECIMIENTOS DEL VALLE DEL CAUCA S.A.	B - MENOS DE 200 COTIZANTES	CAVASA	KM 11 VIA CALI CANDELARIA	CANDELARIA-VALLE	4484926	Si

DATOS GENERALES DE LA LIQUIDACION

Periodo		Clave		Tipo	Fecha		Pago		
Pensión	Salud	Pago	Planilla	Planilla	Limite	Pago	Banco	Dias Mora	Valor
2023-10	2023-11	264009712	9458666831	E	2023/11/07	2023/11/07	BANCOLOMBIA	0	$43,653,900

LIQUIDACION DETALLADA DE APORTES

EMPLEADO				NOVEDADES																PENSION				SALUD				CCF				RIESGOS				PARAFISCALES				
No.	Identificación		Nombre	ing	ret	tde	tae	tdp	tap	vsp	cor	vst	sln	ige	lma	vac	avp	vct	irl	vip	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Tarifa	Aporte	Días	IBC	Aporte	Exonerado SENA e ICBF	Total Aportes
1	CC	16883767	ACHICANOY LEONARDO											X							25-14	2	$83,333	$13,400	EPS037	2	$83,333	$3,400	CCF57	2	$83,333	$0	14-4	2	$83,333	0.000%	$0	2	$0	$0	Si	$16,800
2	CC	16883767	ACHICANOY LEONARDO													X					25-14	6	$523,511	$83,800	EPS037	6	$523,511	$21,000	CCF57	6	$325,407	$13,100	14-4	6	$523,511	0.000%	$0	6	$0	$0	Si	$117,900
3	CC	16883767	ACHICANOY LEONARDO									X									25-14	22	$1,924,378	$308,000	EPS037	22	$1,924,378	$77,000	CCF57	22	$2,007,711	$80,400	14-4	22	$1,924,378	4.350%	$83,800	22	$0	$0	Si	$549,200
4	CC	1144035555	AGUIÑO YENIFER																		230301	30	$2,750,000	$440,000	EPS037	30	$2,750,000	$110,000	CCF57	30	$2,750,000	$110,000	14-4	30	$2,750,000	0.522%	$14,400	30	$0	$0	Si	$674,400
5	CC	94470361	ALVEAR DIEGO									X									230301	30	$2,397,605	$383,700	EPS037	30	$2,397,605	$96,000	CCF57	30	$2,397,605	$96,000	14-4	30	$2,397,605	4.350%	$104,300	30	$0	$0	Si	$680,000
6	CC	6361501	ARISTIZABAL LUIS									X									25-14	30	$1,938,031	$310,100	EPS010	30	$1,938,031	$77,600	CCF57	30	$1,938,031	$77,600	14-4	30	$1,938,031	4.350%	$84,400	30	$0	$0	Si	$549,700
7	CC	94043300	AVELLA YEINSON													L					25-14	1	$54,651	$8,800	EPS018	1	$54,651	$2,200	CCF57	1	$41,667	$1,700	14-4	1	$54,651	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$12,700
8	CC	94043300	AVELLA YEINSON									X									25-14	29	$1,506,205	$241,000	EPS018	29	$1,506,205	$60,300	CCF57	29	$1,506,205	$60,300	14-4	29	$1,506,205	1.044%	$15,800	29	$0	$0	Si	$377,400
9	CC	94269514	BASTIDAS JHON																		231001	15	$625,000	$100,000	ESSC18	15	$625,000	$25,000	CCF57	15	$750,333	$30,100	14-4	15	$625,000	1.044%	$6,600	15	$0	$0	Si	$161,700
10	CC	94269514	BASTIDAS JHON											X							231001	15	$666,666	$106,700	ESSC18	15	$666,666	$26,700	CCF57	15	$666,666	$0	14-4	15	$666,666	0.000%	$0	15	$0	$0	Si	$133,400
11	CC	94040590	BATALLA CARLOS																X		230301	6	$448,404	$71,800	EPS018	6	$448,404	$18,000	CCF57	6	$448,404	$0	14-4	6	$448,404	0.000%	$0	6	$0	$0	Si	$89,800
12	CC	94040590	BATALLA CARLOS																X		230301	9	$672,606	$107,700	EPS018	9	$672,606	$27,000	CCF57	9	$672,606	$0	14-4	9	$672,606	0.000%	$0	9	$0	$0	Si	$134,700
13	CC	94040590	BATALLA CARLOS																X		230301	15	$1,195,745	$191,400	EPS018	15	$1,195,745	$47,900	CCF57	15	$1,195,745	$0	14-4	15	$1,195,745	0.000%	$0	15	$0	$0	Si	$239,300
14	CC	16286858	BETANCOURT ALBERSON									X									25-14	30	$1,426,862	$228,300	EPS018	30	$1,426,862	$57,100	CCF57	30	$1,426,862	$57,100	14-4	30	$1,426,862	0.522%	$7,500	30	$0	$0	Si	$350,000
15	CC	29347457	BONILLA LIDIA									X									25-14	30	$2,210,952	$353,800	EPS037	30	$2,210,952	$88,500	CCF57	30	$2,210,952	$88,500	14-4	30	$2,210,952	0.522%	$11,600	30	$0	$0	Si	$542,400
16	CC	6221350	BURBANO GABRIEL									X									230201	30	$1,439,362	$230,300	EPS037	30	$1,439,362	$57,600	CCF57	30	$1,439,362	$57,600	14-4	30	$1,439,362	4.350%	$62,700	30	$0	$0	Si	$408,200
17	CC	94044473	CABEZAS JORGE									X									230301	30	$1,547,872	$247,700	EPS018	30	$1,547,872	$62,000	CCF57	30	$1,547,872	$62,000	14-4	30	$1,547,872	1.044%	$16,200	30	$0	$0	Si	$387,900
18	CC	1113650229	CAICEDO DANIELA									X									230301	30	$1,975,182	$316,100	EPS018	30	$1,975,182	$79,100	CCF57	30	$1,975,182	$79,100	14-4	30	$1,975,182	0.522%	$10,400	30	$0	$0	Si	$484,700
19	CC	66969249	CAICEDO MARIA									X									230301	30	$1,671,543	$267,500	EPS018	30	$1,671,543	$66,900	CCF57	30	$1,671,543	$66,900	14-4	30	$1,671,543	4.350%	$72,800	30	$0	$0	Si	$474,100
20	CC	16989173	CARDENAS ELIAS																		25-14	30	$3,150,000	$504,000	EPS010	30	$3,150,000	$126,000	CCF57	30	$3,150,000	$126,000	14-4	30	$3,150,000	0.522%	$16,500	30	$0	$0	Si	$772,500
21	CC	1130598271	CARVAJAL VANESSA																		230301	30	$2,856,000	$457,000	EPS010	30	$2,856,000	$114,300	CCF57	30	$2,856,000	$114,300	14-4	30	$2,856,000	0.522%	$15,000	30	$0	$0	Si	$700,600
22	CC	16890819	CHARRUPI OLVEIN									X									230201	30	$2,074,999	$332,000	EPS018	30	$2,074,999	$83,000	CCF57	30	$2,074,999	$83,000	14-4	30	$2,074,999	4.350%	$90,300	30	$0	$0	Si	$588,300
23	CC	1144135706	CUERO NILSON													X					230301	3	$207,713	$33,300	EPS018	3	$207,713	$8,400	CCF57	3	$125,976	$5,100	14-4	3	$207,713	0.000%	$0	3	$0	$0	Si	$46,800
24	CC	1144135706	CUERO NILSON									X									230301	12	$789,893	$126,400	EPS018	12	$789,893	$31,600	CCF57	12	$789,893	$31,600	14-4	12	$789,893	1.044%	$8,300	12	$0	$0	Si	$197,900
25	CC	1144135706	CUERO NILSON													X					230301	15	$1,107,802	$177,300	EPS018	15	$1,107,802	$44,400	CCF57	15	$671,872	$26,900	14-4	15	$1,107,802	0.000%	$0	15	$0	$0	Si	$248,600
26	CC	1085254614	DEL CASTILLO JULIO																		25-14	30	$2,856,000	$457,000	EPS005	30	$2,856,000	$114,300	CCF57	30	$2,856,000	$114,300	14-4	30	$2,856,000	0.522%	$15,000	30	$0	$0	Si	$700,600
27	CC	16752381	DELGADO CARLOS									X									25-14	30	$2,137,846	$342,100	EPS012	30	$2,137,846	$85,600	CCF57	30	$2,137,846	$85,600	14-4	30	$2,137,846	4.350%	$93,000	30	$0	$0	Si	$606,300
28	CC	98073891	ENRIQUEZ LUIS									X									230301	30	$1,622,340	$259,600	EPS018	30	$1,622,340	$64,900	CCF57	30	$1,622,340	$64,900	14-4	30	$1,622,340	1.044%	$17,000	30	$0	$0	Si	$406,400
29	CC	1061021926	ESPINOSA SANTIAGO													L					230201	1	$46,734	$7,500	ESSC62	1	$46,734	$1,900	CCF57	1	$46,733	$1,900	14-4	1	$46,734	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$11,300
30	CC	1061021926	ESPINOSA SANTIAGO																		230201	29	$1,355,267	$216,900	ESSC62	29	$1,355,267	$54,300	CCF57	29	$1,355,267	$54,300	14-4	29	$1,355,267	0.522%	$7,100	29	$0	$0	Si	$332,600

aportes en línea

Planilla Resumen

No.	Identificación		Nombre	ing	ret	tde	tae	tdp	tap	vsp	cor	vst	sln	ige	lma	vac	avp	vct	irl	vip	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Tarifa	Aporte	Días	IBC	Aporte	Exonerado SENA e ICBF	Total Aportes
31	CC	94260357	FERNANDEZ RICARDO									X									25-14	30	$2,290,378	$366,500	EPS037	30	$2,290,378	$91,700	CCF57	30	$2,290,378	4.350%	$99,700	30	$0	$0	Si	$649,600
32	CC	16701963	FORERO JAIR									X									25-14	30	$2,031,117	$325,000	EPS010	30	$2,031,117	$81,300	CCF57	30	$2,031,117	4.350%	$88,400	30	$0	$0	Si	$576,000
33	CC	67021643	GALLEGO CAROLINA									X									230201	30	$2,939,240	$470,300	EPS010	30	$2,939,240	$117,600	CCF57	30	$2,939,240	0.522%	$15,400	30	$0	$0	Si	$720,900
34	CC	16846687	GARCIA JEANCARLO																		230301	30	$1,250,000	$200,000	EPS018	30	$1,250,000	$50,000	CCF57	30	$1,250,000	4.350%	$54,400	30	$0	$0	Si	$354,400
35	CC	66970412	GOMEZ SANDRA													X					230301	1	$72,126	$11,600	EPS010	1	$72,126	$2,900	CCF57	1	$51,850	0.000%	$2,100	1	$72,126	$0	Si	$16,600
36	CC	66970412	GOMEZ SANDRA													X					230301	1	$72,126	$11,600	EPS010	1	$72,126	$2,900	CCF57	1	$51,850	0.000%	$2,100	1	$72,126	$0	Si	$16,600
37	CC	66970412	GOMEZ SANDRA									X									230301	28	$2,142,811	$342,900	EPS010	28	$2,142,811	$85,800	CCF57	28	$2,142,811	0.522%	$11,200	28	$0	$0	Si	$525,700
38	CC	31629461	GONZALEZ GLORIA																		25-14	30	$1,250,000	$200,000	EPS002	30	$1,250,000	$50,000	CCF57	30	$1,250,000	1.044%	$13,100	30	$0	$0	Si	$313,100
39	CC	94321259	GONZALEZ LUIS										X								25-14	1	$103,212	$16,600	EPS010	1	$103,212	$0	CCF57	1	$103,212	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$16,600
40	CC	94321259	GONZALEZ LUIS											X							25-14	2	$157,600	$25,300	EPS010	2	$157,600	$6,400	CCF57	2	$157,600	0.000%	$0	2	$0	$0	Si	$31,700
41	CC	94321259	GONZALEZ LUIS																		25-14	27	$2,127,600	$340,500	EPS010	27	$2,127,600	$85,200	CCF57	27	$2,285,200	0.522%	$11,200	27	$0	$0	Si	$528,400
42	CC	4754488	GUAMANGA FILIMON													X					25-14	11	$458,334	$73,400	EPS037	11	$458,334	$18,400	CCF57	11	$458,334	0.000%	$18,400	11	$0	$0	Si	$110,200
43	CC	4754488	GUAMANGA FILIMON																		25-14	19	$791,667	$126,700	EPS037	19	$791,667	$31,700	CCF57	19	$791,667	6.960%	$55,200	19	$0	$0	Si	$245,300
44	CC	6223426	HOLGUIN DIEGO									X									25-14	30	$2,031,117	$325,000	EPS037	30	$2,031,117	$81,300	CCF57	30	$2,031,117	4.350%	$88,400	30	$0	$0	Si	$576,000
45	CC	1144151583	HURTADO BRAYAN											X							231001	2	$99,355	$15,900	EPS002	2	$99,355	$4,000	CCF57	2	$99,355	0.000%	$0	2	$0	$0	Si	$19,900
46	CC	1144151583	HURTADO BRAYAN													X					231001	2	$127,429	$20,400	EPS002	2	$127,429	$5,100	CCF57	2	$93,190	$3,800	14-4	2	$127,429	0.000%	$0	2	$0	$0	Si	$29,300
47	CC	1144151583	HURTADO BRAYAN											X							231001	13	$629,785	$100,800	EPS002	13	$629,785	$25,200	CCF57	13	$629,785	0.000%	$0	13	$0	$0	Si	$126,000
48	CC	1144151583	HURTADO BRAYAN									X									231001	13	$686,880	$110,000	EPS002	13	$686,880	$27,500	CCF57	13	$770,213	$30,900	14-4	13	$686,880	4.350%	$29,900	13	$0	$0	Si	$198,300
49	CC	6247462	KAFURI HAROLD																		25-14	30	$1,890,000	$302,400	EPS005	30	$1,890,000	$75,600	CCF57	30	$1,890,000	0.522%	$9,900	30	$0	$0	Si	$463,500
50	CC	66758850	LEON FLOR																		230301	30	$4,485,000	$717,600	EPS037	30	$4,485,000	$179,400	CCF57	30	$4,485,000	0.522%	$23,500	30	$0	$0	Si	$1,099,900
51	CC	6223351	LERMA EDILBERTO									X									25-14	30	$2,034,309	$325,500	EPS037	30	$2,034,309	$81,400	CCF57	30	$2,034,309	4.350%	$88,500	30	$0	$0	Si	$576,800
52	CC	29662627	LOPEZ ANGELICA													X					25-14	1	$69,574	$11,200	EPS018	1	$69,574	$2,800	CCF57	1	$69,800	$2,800	14-4	1	$69,574	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$16,800
53	CC	29662627	LOPEZ ANGELICA											X							25-14	1	$69,800	$11,200	EPS018	1	$69,800	$2,800	CCF57	1	$69,800	$0	14-4	1	$69,800	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$14,000
54	CC	29662627	LOPEZ ANGELICA											X							25-14	1	$69,800	$11,200	EPS018	1	$69,800	$2,800	CCF57	1	$69,800	$0	14-4	1	$69,800	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$14,000
55	CC	29662627	LOPEZ ANGELICA																		25-14	27	$1,884,600	$301,600	EPS018	27	$1,884,600	$75,400	CCF57	27	$2,024,200	$81,000	14-4	27	$1,884,600	0.522%	$9,900	27	$0	$0	Si	$467,900
56	CC	94469266	LOPEZ FABIAN									X									25-14	30	$1,877,659	$300,500	EPS018	30	$1,877,659	$75,200	CCF57	30	$1,877,659	4.350%	$81,700	30	$0	$0	Si	$532,600
57	CC	6446542	LOPEZ JHON													L					230301	1	$51,213	$8,200	EPS005	1	$51,213	$2,100	CCF57	1	$48,333	$2,000	14-4	1	$51,213	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$12,300
58	CC	6446542	LOPEZ JHON									X									230301	29	$1,488,050	$238,100	EPS005	29	$1,488,050	$59,600	CCF57	29	$1,488,050	4.350%	$64,800	29	$0	$0	Si	$422,100
59	CC	29677798	LOPEZ VIVIANA																		25-14	30	$2,600,000	$416,000	EPS018	30	$2,600,000	$104,000	CCF57	30	$2,600,000	0.522%	$13,600	30	$0	$0	Si	$637,600
60	CC	6225003	LUCUMI LUIS									X									25-14	30	$2,144,947	$343,200	EPS037	30	$2,144,947	$85,800	CCF57	30	$2,144,947	4.350%	$93,400	30	$0	$0	Si	$608,200
61	CC	16689499	MARIN GILBERTO									X									25-14	30	$1,945,097	$311,300	EPS037	30	$1,945,097	$77,900	CCF57	30	$1,945,097	6.960%	$135,400	30	$0	$0	Si	$602,500
62	CC	6248196	MEDINA OLIVER													X					25-14	1	$109,071	$17,500	EPS018	1	$109,071	$4,400	CCF57	1	$79,124	$3,200	14-4	1	$109,071	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$25,100
63	CC	6248196	MEDINA OLIVER													X					25-14	1	$109,071	$17,500	EPS018	1	$109,071	$4,400	CCF57	1	$79,124	$3,200	14-4	1	$109,071	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$25,100
64	CC	6248196	MEDINA OLIVER													X					25-14	1	$109,071	$17,500	EPS018	1	$109,071	$4,400	CCF57	1	$79,124	$3,200	14-4	1	$109,071	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$25,100
65	CC	6248196	MEDINA OLIVER													X					25-14	1	$109,071	$17,500	EPS018	1	$109,071	$4,400	CCF57	1	$79,124	$3,200	14-4	1	$109,071	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$25,100
66	CC	6248196	MEDINA OLIVER									X									25-14	26	$2,699,056	$431,900	EPS018	26	$2,699,056	$108,000	CCF57	26	$2,699,056	0.522%	$14,100	26	$0	$0	Si	$662,000
67	CC	41936263	MEJIA OLGA									X									230301	30	$1,356,383	$217,100	EPS037	30	$1,356,383	$54,300	CCF57	30	$1,356,383	1.044%	$14,200	30	$0	$0	Si	$339,900
68	CC	1117349551	MENDOZA ISABELLA									X									25-14	30	$1,323,138	$211,800	EPS002	30	$1,323,138	$53,000	CCF57	30	$1,323,138	0.522%	$7,000	30	$0	$0	Si	$324,800
69	CC	66967677	MERCADO ANGELICA									X									230301	30	$1,786,596	$285,900	EPS018	30	$1,786,596	$71,500	CCF57	30	$1,786,596	0.522%	$9,400	30	$0	$0	Si	$438,300
70	CC	1007544344	MINGAN KEVIN																			0	$0	$0	EPS037	30	$1,160,000	$145,000		0	$0	$0		0	$0	0.000%	$0	0	$0	No	$145,000

aportes en línea

Planilla Resumen

No.	Identificación		Nombre	ing	ret	tde	tae	tdp	tap	vsp	cor	vst	sln	ige	lma	vac	avp	vct	irl	vip	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Aporte	Codigo	Días	IBC	Tarifa	Aporte	Días	IBC	Aporte	Exonerado SENA e ICBF	Total Aportes
71	CC	1006048429	MORENO SEBASTIAN									X									230301	30	$1,622,340	$259,600	EPS018	30	$1,622,340	$64,900	CCF57	30	$1,622,340	$64,900	14-4	30	$1,622,340	1.044%	$17,000	30	$0	$0	Si	$406,400
72	CC	4661362	MURILLO LUIS									X									230301	30	$2,069,680	$331,200	EPS018	30	$2,069,680	$82,800	CCF57	30	$2,069,680	$82,800	14-4	30	$2,069,680	4.350%	$90,100	30	$0	$0	Si	$586,900
73	CC	1113519983	NARVAEZ VICTOR																		230301	30	$1,450,000	$232,000	EPS018	30	$1,450,000	$58,000	CCF57	30	$1,450,000	$58,000	14-4	30	$1,450,000	6.960%	$101,000	30	$0	$0	Si	$449,000
74	CC	50892060	NIETO ANGELICA																		25-14	30	$3,605,000	$576,800	EPS037	30	$3,605,000	$144,200	CCF57	30	$3,605,000	$144,200	14-4	30	$3,605,000	0.522%	$18,900	30	$0	$0	Si	$884,100
75	CC	1113520881	OBANDO SERGIO									X									230201	30	$1,673,788	$267,900	EPS010	30	$1,673,788	$67,000	CCF57	30	$1,673,788	$67,000	14-4	30	$1,673,788	6.960%	$116,500	30	$0	$0	Si	$518,400
76	CC	1006332356	ORDOÑEZ ANGELICA		X																	0	$0	$0	EPS005	18	$696,000	$87,000		0	$0	$0	14-4	18	$696,000	0.522%	$3,700	0	$0	$0	No	$90,700
77	CC	29351094	PARRA MARIA											X							25-14	2	$83,333	$13,400	EPS002	2	$83,333	$3,400	CCF57	2	$83,333	$0	14-4	2	$83,333	0.000%	$0	2	$0	$0	Si	$16,800
78	CC	29351094	PARRA MARIA											X							25-14	3	$125,000	$20,000	EPS002	3	$125,000	$5,000	CCF57	3	$125,000	$0	14-4	3	$125,000	0.000%	$0	3	$0	$0	Si	$25,000
79	CC	29351094	PARRA MARIA											X							25-14	5	$208,333	$33,400	EPS002	5	$208,333	$8,400	CCF57	5	$208,333	$0	14-4	5	$208,333	0.000%	$0	5	$0	$0	Si	$41,800
80	CC	29351094	PARRA MARIA											X							25-14	5	$250,000	$40,000	EPS002	5	$250,000	$10,000	CCF57	5	$250,000	$0	14-4	5	$250,000	0.000%	$0	5	$0	$0	Si	$50,000
81	CC	29351094	PARRA MARIA									X									25-14	5	$261,524	$41,900	EPS002	5	$261,524	$10,500	CCF57	5	$339,524	$13,600	14-4	5	$261,524	1.044%	$2,800	5	$0	$0	Si	$68,800
82	CC	29351094	PARRA MARIA											X							25-14	10	$416,667	$66,700	EPS002	10	$416,667	$16,700	CCF57	10	$416,667	$0	14-4	10	$416,667	0.000%	$0	10	$0	$0	Si	$83,400
83	CC	1007500484	PARUMA MAYERLYN												X							0	$0	$0	EPS037	7	$270,667	$33,900		0	$0	$0	14-4	7	$270,667	0.000%	$0	0	$0	$0	No	$33,900
84	CC	1007500484	PARUMA MAYERLYN																			0	$0	$0	EPS037	23	$889,334	$111,200		0	$0	$0	14-4	23	$889,334	0.522%	$4,700	0	$0	$0	No	$115,900
85	CC	6225016	PEÑA ADUL													X					25-14	6	$432,607	$69,300	EPS018	6	$432,607	$17,400	CCF57	6	$280,322	$11,300	14-4	6	$432,607	0.000%	$0	6	$0	$0	Si	$98,000
86	CC	6225016	PEÑA ADUL													X					25-14	12	$865,213	$138,500	EPS018	12	$865,213	$34,700	CCF57	12	$560,644	$22,500	14-4	12	$865,213	0.000%	$0	12	$0	$0	Si	$195,700
87	CC	6225016	PEÑA ADUL									X									25-14	12	$885,372	$141,700	EPS018	12	$885,372	$35,500	CCF57	12	$885,372	$35,500	14-4	12	$885,372	4.350%	$38,600	12	$0	$0	Si	$251,300
88	CC	10721660	PENAGOS EDWIN									X									230301	30	$1,819,617	$291,200	EPS018	30	$1,819,617	$72,800	CCF57	30	$1,819,617	$72,800	14-4	30	$1,819,617	4.350%	$79,200	30	$0	$0	Si	$516,000
89	CC	94309501	PERDOMO HUMBERTO																		230301	30	$4,525,000	$724,000	EPS012	30	$4,525,000	$181,000	CCF57	30	$4,525,000	$181,000	14-4	30	$4,525,000	0.522%	$23,700	30	$0	$0	Si	$1,109,700
90	CC	94466581	PERNIA CRISTIAN									X									25-14	30	$1,877,659	$300,500	EPS018	30	$1,877,659	$75,200	CCF57	30	$1,877,659	$75,200	14-4	30	$1,877,659	4.350%	$81,700	30	$0	$0	Si	$532,600
91	CC	94260311	PLAZAS CARLOS									X									25-14	30	$2,010,056	$321,700	EPS010	30	$2,010,056	$80,500	CCF57	30	$2,010,056	$80,500	14-4	30	$2,010,056	6.960%	$139,900	30	$0	$0	Si	$622,600
92	CC	16793716	POLO JOHN									X									25-14	30	$2,009,042	$321,500	EPS005	30	$2,009,042	$80,400	CCF57	30	$2,009,042	$80,400	14-4	30	$2,009,042	4.350%	$87,400	30	$0	$0	Si	$569,700
93	CC	1113540842	PORTILLO JHOANA													X					25-14	1	$63,138	$10,200	EPS002	1	$63,138	$2,600	CCF57	1	$51,833	$2,100	14-4	1	$63,138	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$14,900
94	CC	1113540842	PORTILLO JHOANA											X							25-14	3	$155,500	$24,900	EPS002	3	$155,500	$6,300	CCF57	3	$155,500	$0	14-4	3	$155,500	0.000%	$0	3	$0	$0	Si	$31,200
95	CC	1113540842	PORTILLO JHOANA									X									25-14	26	$1,612,347	$258,000	EPS002	26	$1,612,347	$64,500	CCF57	26	$1,725,755	$69,100	14-4	26	$1,612,347	0.522%	$8,500	26	$0	$0	Si	$400,100
96	CC	1144038967	QUINCHIA HENRY																		230201	30	$3,605,000	$576,800	EPS010	30	$3,605,000	$144,200	CCF57	30	$3,605,000	$144,200	14-4	30	$3,605,000	1.044%	$37,700	30	$0	$0	Si	$902,900
97	CC	94260303	QUINTERO MAURICIO									X									230301	30	$2,144,947	$343,200	EPS018	30	$2,144,947	$85,800	CCF57	30	$2,144,947	$85,800	14-4	30	$2,144,947	4.350%	$93,400	30	$0	$0	Si	$608,200
98	CC	16885347	RAMIREZ JAIME													X					25-14	5	$272,164	$43,600	EPS018	5	$272,164	$10,900	CCF57	5	$208,333	$8,400	14-4	5	$272,164	0.000%	$0	5	$0	$0	Si	$62,900
99	CC	16885347	RAMIREZ JAIME									X									25-14	25	$1,445,923	$231,400	EPS018	25	$1,445,923	$57,900	CCF57	25	$1,445,923	$57,900	14-4	25	$1,445,923	4.350%	$62,900	25	$0	$0	Si	$410,100
100	CC	6228936	RIOS JOSE											X							25-14	4	$166,667	$26,700	EPS037	4	$166,667	$6,700	CCF57	4	$166,667	$0	14-4	4	$166,667	0.000%	$0	4	$0	$0	Si	$33,400
101	CC	6228936	RIOS JOSE									X									25-14	26	$1,270,833	$203,400	EPS037	26	$1,270,833	$50,900	CCF57	26	$1,360,167	$54,500	14-4	26	$1,270,833	4.350%	$55,300	26	$0	$0	Si	$364,100
102	CC	30039876	RIVILLAS YAZMIN																		25-14	30	$1,555,000	$248,800	EPS018	30	$1,555,000	$62,200	CCF57	30	$1,555,000	$62,200	14-4	30	$1,555,000	0.522%	$8,200	30	$0	$0	Si	$381,400
103	CC	94260154	SAAVEDRA EDUARDO											X							25-14	1	$41,667	$6,700	EPS037	1	$41,667	$1,700	CCF57	1	$41,667	$0	14-4	1	$41,667	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$8,400
104	CC	94260154	SAAVEDRA EDUARDO									X									25-14	29	$1,506,205	$241,000	EPS037	29	$1,506,205	$60,300	CCF57	29	$1,547,872	$62,000	14-4	29	$1,506,205	1.044%	$15,800	29	$0	$0	Si	$379,100
105	CC	6223151	SALAS EDGAR													L						0	$0	$0	EPS018	1	$113,503	$4,600	CCF57	1	$101,000	$4,100	14-4	1	$113,503	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$8,700
106	CC	6223151	SALAS EDGAR													X						0	$0	$0	EPS018	1	$113,503	$4,600	CCF57	1	$101,000	$4,100	14-4	1	$113,503	0.000%	$0	1	$0	$0	Si	$8,700
107	CC	6223151	SALAS EDGAR		X							X										0	$0	$0	EPS018	15	$2,139,060	$85,600	CCF57	15	$2,361,495	$94,500	14-4	15	$2,139,060	0.522%	$11,200	15	$0	$0	Si	$191,300
108	CC	1113790478	SALAZAR JUAN																		230301	30	$2,856,000	$457,000	EPS005	30	$2,856,000	$114,300	CCF57	30	$2,856,000	$114,300	14-4	30	$2,856,000	1.044%	$29,900	30	$0	$0	Si	$715,500
109	CC	66818350	SANCHEZ MERCEDES																		25-14	30	$4,185,000	$669,600	EPS002	30	$4,185,000	$167,400	CCF57	30	$4,185,000	$167,400	14-4	30	$4,185,000	0.522%	$21,900	30	$0	$0	Si	$1,026,300
110	CC	1107522698	SANCHEZ SEBASTIAN																		25-14	30	$2,094,000	$335,100	EPS018	30	$2,094,000	$83,800	CCF57	30	$2,094,000	$83,800	14-4	30	$2,094,000	0.522%	$11,000	30	$0	$0	Si	$513,700
111	CC	67011078	SARMIENTO LUISA																		25-14	30	$4,525,000	$724,000	EPS010	30	$4,525,000	$181,000	CCF57	30	$4,525,000	$181,000	14-4	30	$4,525,000	0.522%	$23,700	30	$0	$0	Si	$1,109,700

Planilla Resumen

112	CC	1113527308	SUAREZ ANNIE																		230201	30	$1,890,000	$302,400	EPS012	30	$1,890,000	$75,600	CCF57	30	$1,890,000	$75,600	14-4	30	$1,890,000	0.522%	$9,900	30	$0	$0	Si	$463,500
113	CC	16270986	TROCHEZ NELSON									X									25-14	30	$2,043,288	$327,000	EPS018	30	$2,043,288	$81,800	CCF57	30	$2,043,288	$81,800	14-4	30	$2,043,288	6.960%	$142,300	30	$0	$0	Si	$632,900
114	CC	1113529130	ULLOA KATHERINE									X									230301	30	$2,601,906	$416,400	EPS018	30	$2,601,906	$104,100	CCF57	30	$2,601,906	$104,100	14-4	30	$2,601,906	0.522%	$13,600	30	$0	$0	Si	$638,200
115	CC	16754909	VARGAS VICTOR													X					230301	12	$1,608,880	$257,500	EPS005	12	$1,608,880	$64,400	CCF57	12	$1,259,059	$50,400	14-4	12	$1,608,880	0.000%	$0	12	$0	$0	Si	$372,300
116	CC	16754909	VARGAS VICTOR									X									230301	18	$2,272,647	$363,700	EPS005	18	$2,272,647	$91,000	CCF57	18	$2,272,647	$91,000	14-4	18	$2,272,647	1.044%	$23,800	18	$0	$0	Si	$569,500
117	CC	94468541	VASQUEZ WILMAN									X									230301	30	$1,992,287	$318,800	EPS018	30	$1,992,287	$79,700	CCF57	30	$1,992,287	$79,700	14-4	30	$1,992,287	4.350%	$86,700	30	$0	$0	Si	$564,900
118	CC	1107074751	VEGA DIANA									X									230301	30	$2,663,273	$426,200	EPS012	30	$2,663,273	$106,600	CCF57	30	$2,663,273	$106,600	14-4	30	$2,663,273	0.522%	$14,000	30	$0	$0	Si	$653,400
119	CC	6446360	VILLEGAS CARLOS									X									230201	30	$1,473,404	$235,800	EPS037	30	$1,473,404	$59,000	CCF57	30	$1,473,404	$59,000	14-4	30	$1,473,404	4.350%	$64,100	30	$0	$0	Si	$417,900
120	CC	94301245	YELA LUIS									X									230301	30	$2,245,212	$359,300	EPS037	30	$2,245,212	$89,900	CCF57	30	$2,245,212	$89,900	14-4	30	$2,245,212	4.350%	$97,700	30	$0	$0	Si	$636,800
121	CC	1144157751	ZAPATA LAURA									X									230201	30	$2,520,645	$403,400	EPS005	30	$2,520,645	$100,900	CCF57	30	$2,520,645	$100,900	14-4	30	$2,520,645	0.522%	$13,200	30	$0	$0	Si	$618,400
122	CC	6265261	ZULETA ANGEL																			0	$0	$0	EPS037	3	$213,700	$8,600	CCF57	3	$743,656	$29,800	14-4	3	$213,700	0.522%	$1,200	3	$0	$0	Si	$39,600
123	CC	6265261	ZULETA ANGEL											X								0	$0	$0	EPS037	12	$854,800	$34,200	CCF57	12	$854,800	$0	14-4	12	$854,800	0.000%	$0	12	$0	$0	Si	$34,200
124	CC	6265261	ZULETA ANGEL											X								0	$0	$0	EPS037	15	$1,139,733	$45,600	CCF57	15	$1,139,733	$0	14-4	15	$1,139,733	0.000%	$0	15	$0	$0	Si	$45,600
Total	**Afiliados(81)**																						$165,735,949	$26,522,600			$173,326,249	$7,190,400			$170,141,441	$6,504,700			$172,166,249		$3,436,200		$0	$0		$43,653,900

RESUMEN DE PAGO

RIESGO	CODIGO	NIT	DV	AFILIADOS	VALOR LIQUIDADO	INTERESES MORA	SALDOS E INCAPACIDADES	VALOR A PAGAR
AFP (ADMINISTRADORAS: 4)				76	$26,522,600	$0	$0	$26,522,600
COLFONDOS	231001	800,227,940	6	2	$453,800	$0	$0	$453,800
COLPENSIONES	25-14	900,336,004	7	38	$13,132,900	$0	$0	$13,132,900
PORVENIR	230301	800,224,808	8	27	$9,892,600	$0	$0	$9,892,600
PROTECCION	230201	800,229,739	0	9	$3,043,300	$0	$0	$3,043,300
ARL (ADMINISTRADORAS: 1)				80	$3,436,200	$0	$0	$3,436,200
COLPATRIA ARP	14-4	860,002,183	9	80	$3,436,200	$0	$0	$3,436,200
CCF (ADMINISTRADORAS: 1)				78	$6,504,700	$0	$0	$6,504,700
COMFANDI	CCF57	890,303,208	5	78	$6,504,700	$0	$0	$6,504,700
EPS (ADMINISTRADORAS: 8)				81	$7,190,400	$0	$0	$7,190,400
ASMET SALUD EPS SAS	ESSC62	900,935,126	7	1	$56,200	$0	$0	$56,200
COMFENALCO VALLE	EPS012	890,303,093	5	4	$448,800	$0	$0	$448,800
EMSSANAR	ESSC18	901,021,565	8	1	$51,700	$0	$0	$51,700
EPS SURA (ANTES SUSALUD)	EPS010	800,088,702	2	11	$1,172,700	$0	$0	$1,172,700
NUEVA E.P.S.	EPS037	900,156,264	2	21	$1,946,600	$0	$0	$1,946,600
S.O.S. SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD S.A.	EPS018	805,001,157	2	29	$2,265,200	$0	$0	$2,265,200
SALUD TOTAL	EPS002	800,130,907	4	6	$459,600	$0	$0	$459,600
SANITAS	EPS005	800,251,440	6	8	$789,600	$0	$0	$789,600
TOTAL				**81**	**$43,653,900**	**$0**	**$0**	**$43,653,900**

REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA

NUMERO **66.986.764**

MORENO BAUTISTA

APELLIDOS

LUZ STELLA

NOMBRES

Luz Stella Moreno B.

FIRMA





INDICE DERECHO

FECHA DE NACIMIENTO **08-NOV-1976**

CALI
(VALLE)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.65	**O+**	**F**
ESTATURA	G.S. RH	SEXO

29-NOV-1994 CALI
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION

REGISTRADOR NACIONAL
CARLOS ARIEL SÁNCHEZ TORRES

A-3100100-00213144-F-0066986764-20100206 **00206**74099A 1 2740646527

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL **JUNTA CENTRAL DE CONTADORES**

Certificado No:

C69C96088B489A098

LA REPUBLICA DE COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

CERTIFICA A:
QUIEN INTERESE

Que el contador público **LUZ STELLA MORENO BAUTISTA** identificado con CÉDULA DE CIUDADANÍA No 66986764 de CALI (VALLE DEL CAUCA) Y Tarjeta Profesional No 150083-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS ****************************** ** ***

Dado en BOGOTA a los 20 días del mes de Noviembre de 2023 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.

DIRECTOR GENERAL

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999, DECRETO UNICO REGLAMENTARIO 1074 DE 2015 Y ARTICULO 6 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web www.jcc.gov.co digitando el número del certificado