CONTRATO No. 4182.010.26.1.452-2024

“PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN OPERATIVA PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PROMOTORES RESIDUOS CERO EN DISTRITO ESPECIAL, DEPORTIVO, CULTURAL, TURÍSTICO, EMPRESARIAL Y DE SERVICIO DE SANTIAGO DE CALI

QUINTO INFORME DE EJECUCIÓN

GESTIÓN Y SERVICIOS – CORPORATIVOS E.S.T. SAS
NIT. 900.158.315-9

PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

INTODUCCIÓN

La importancia de conservar el medio ambiente reside en la propia importancia del medio ambiente, ya que todas vivimos en él, por lo tanto, si queremos asegurar nuestra propia supervivencia y bienestar, y la del resto de seres vivos, debemos preocuparnos por sus cuidado y protección.

En la actualidad, los estudios y datos recolectados por la comunidad científica son una evidencia clara del deterioro que ha sufrido el medio ambiente, por lo que, revertir esta situación se ha convertido en algo esencial. Una de las herramientas más útiles para crear conciencia consiste en la educación ambiental, esta puede ser compartida a los niños, niñas y jóvenes en los colegios y a los mayores a través de los medios de comunicación, a fin de involucrar a todos los habitantes de la ciudad.

Comprender esta última idea también es importante, puesto que es un error común pensar que la conservación del medio ambiente es tarea de aquellas personas que han estudiado o se dedican profesionalmente a esta rama cuando, en realidad, se trata de una tarea que nos involucra a todos, todos vivimos en el mismo planeta, por lo tanto, es responsabilidad de todos cuidad de él; los objetivos de desarrollo sostenible nos permiten tomar acciones en pro del cuidado del medio ambiente, involucrar múltiples factores que conlleven a un mundo más sostenible y tomar conciencia en nuestras actividades diarias para un mundo mejor.

JUSTIFICACIÓN

Al contar con espacios públicos de calidad en nuestras ciudades se democratiza la vida urbana y nos involucramos en el derecho ciudadano. Los espacios públicos estimulan el encuentro ciudadano, libre y espontáneo, permitiendo la interacción social original que últimamente parece haberse desplazado hacia las redes sociales.

Algunos espacios públicos de las ciudades se convierten, por espontánea decisión popular, en puntos de expresión cívica para celebrar victorias deportivas o lugares habituales de protesta popular, consolidándolos como puntos emblemáticos de la legítima expresión ciudadana.

La cantidad y calidad de espacios públicos que encontramos en las ciudades son un buen reflejo de la madurez y conciencia urbana que ha desarrollado la ciudad a lo largo del tiempo, pues constituyen una clara representación de la importancia de la generación de espacios colectividad para el desarrollo de actividades de ocio, recreación o deporte que toda colectividad requiere disfrutar.

Para que un espacio público cumpla adecuadamente su función, debe poder ser disfrutado activamente como tal y no solo contemplado a lo lejos o desde lo alto de un edificio, como sucede cuando se prohíbe la entrada a un parque o se le enreja para impedir su uso público. No existe absurdo urbano mayor que un espacio público donde se tenga prohibido el acceso público. Lamentablemente, a veces las autoridades municipales prefieren impedir su uso antes que reglamentar adecuadamente para permitir su disfrute ordenado con base en ciertos horarios y reglas de conducta.

Para evitar este tipo de prohibiciones, se hace necesario poner en práctica estrategias como la de Gestores Residuos Cero, la cual tiene como objetivo el fortalecimiento de la gobernanza en la ciudad mediante la movilización de mensajes para sensibilizar a los ciudadanos de Santiago de Cali, sobre el manejo adecuado de los residuos sólidos, el cuidado del medio ambiente, el buen uso de servicios públicos y la conservación adecuada del entorno, evitando impactos negativos en los espacios públicos de las comunas y corregimientos de Santiago de Cali durante la COP16.

OBJETO DEL CONTRATO: Prestación de Servicios de Apoyo a la Gestión Operativa Para la Ejecución de la Estrategia Promotores Residuos Cero en El Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicio de Santiago de Cali.

CONTRATANTE: Distrito Santiago De Cali - Unidad Administrativa Especial De Servicios Públicos– UAESP. Nit No. 890.399.011-3

CONTRATISTA: GESTIÓN Y SERVICIOS – CORPORATIVOS E.S.T. SAS

OBJETIVO GENERAL: Recuperar la gobernanza a través de la atención integral de los espacios públicos con acciones de pedagogía, prevención y control en el manejo adecuado de residuos sólidos, en la ciudad de Santiago de Cali y para la realización de la COP16.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Fomentar la cultura ciudadana hacia el majeo adecuado de los residuos sólidos y el reciclaje
2. Empoderar a la comunidad para la conservación de los espacios libres de residuos a través de estrategias pedagógicas, de recuperación y de embellecimiento.

PLAZO: Fecha de inicio el 06 de junio 2024 con fecha de terminación el 30 de diciembre 2024.

El siguiente documento presenta las actividades desarrolladas a la fecha de entrega del quinto informe de ejecución del contrato No. 4182.010.26.1.452-2024.

Actividades para el Cumplimiento del Objeto Contractual

A continuación, se presenta de manera resumida la descripción del cumplimiento de los compromisos contractuales para este período ver tabla 1.

Tabla 1. Actividades para el cumplimiento del objetivo contractual período informado

ACTIVIDADES CONTRATISTAS	EJECUCIÓN
1. Diseñar y ejecutar la planeación y programación de las actividades, las cuales se concertarán con el supervisor del contrato y el personal de apoyo que disponga la UAESPM.	En el mes de junio se hizo entrega de la programación general de las actividades previstas en el marco de la ejecución del contrato N°4182.010.26.1.452-2024. Del mismo modo se cuenta con la programación mensual de actividades que contempla ajustes menores con el avance del proyecto.
2. Coordinar todas las actividades del ciclo de ejecución de la estrategia, garantizando que se cumplan todas las especificaciones técnicas	Como verificador del cumplimiento de esta obligación se presenta anexo el informe de gestión que detalla la ejecución de actividades realizadas durante el periodo de reporte,

establecidas en la estrategia Promotores Residuos Cero que serán entregados por la UAESPM.	actividades que son Coordinadas por el equipo de Dirección del Proyecto de Gestión y Servicios (GyS).
3. Asegurar que se cuente con todo el personal requerido, aprovisionamiento de los insumos y toda la logística necesaria para el desarrollo de la estrategia.	Para este periodo de ejecución, se cuenta con el personal requerido necesario para dar cumplimiento con cada una de las actividades establecidas en el Contrato N°4182.010.26.1.452-2024
4. Mantener actualizada y debidamente organizada la documentación generada durante toda la ejecución del contrato, conservando evidencias de cada una de las acciones que se ejecuten en todas las etapas que componen el contrato.	Los registros obtenidos y la información construida durante la ejecución del contrato, están debidamente documentados y almacenados en un Drive; este repositorio cuenta con acceso restringido y presenta una estructura que facilita la alimentación permanente por parte del equipo de Dirección y coordinación del proyecto.
5.Brindar acompañamiento técnico y pedagógico a la comunidad para el fortalecimiento de la participación ciudadana hacia una ciudad libre de residuos. 5.1 Gestionar Integralmente la estrategia de fomento de cultura ciudadana hacia el adecuado manejo de residuos. 5.2 Desplegar la Estrategia de Implementación de la educación y pedagogía ciudadana en el adecuado manejo de residuos y cultura de reciclaje.	Esta obligación contractual se está cumpliendo, con las siguientes acciones: 5.1 Durante el periodo reportado se continuó desarrollando jornadas de cualificación de personal en relación con la Gestión adecuada de residuos y Gestión del riesgo público 5.2 Para el cumplimiento de las actividades establecidas en el contrato se ha dispuesto el personal necesario, quienes portan la identificación definida, disponiendo del elemento de comunicación seleccionado para el proyecto (radios)

6. Realizar Campaña de Difusión, Sensibilización, Recuperación y Embellecimiento de las zonas identificadas como prioridad. 6.1 Realizar actividades de socialización y educación ciudadana con el apoyo de medios digitales y material pop. 6.2 Realizar Intervención en las zonas priorizadas.	6.1 Durante el periodo de ejecución se realizaron campañas correspondientes, haciendo uso de medios y herramientas digitales, en las que se dio a conocer a la ciudadanía en general, las intervenciones desarrolladas en el proyecto. 6.2 Para el periodo de reporte se intervinieron 17 puntos con actividades de lavado, 6 puntos de apoyo con personal para realizar actividades en sitio y Cuadrilla Móvil de mantenimiento de áreas de espacio público afectados por el manejo inadecuado de residuos sólidos, las cuales ya habían sido intervenidas.
7. Realizar encuentros ciudadanos en las zonas priorizadas, de fortalecimiento de interacción social y creación de la ruta multiplicadora de la estrategia a través de: Crear la ruta multiplicadora de la estrategia.	Se realizaron trece (13) Encuentros Ciudadanos.
8. Debe garantizar que el equipo de Promotores cumpla con un horario de 47[1] horas a la semana y tener disponibilidad para atender actividades y labores los fines de semana.	El equipo de promotores cumple con la programación establecida por GyS que previamente ha sido acordada, dando cumplimiento a la legislación laboral colombiana.
9. Garantizar que el equipo de promotores desarrolle sus actividades tanto en la zona urbana como rural, indicadas por el supervisor del contrato.	Las actividades ejecutadas a la fecha se han llevado a cabo en los sitios solicitados, conforme a las necesidades del proyecto y a las programaciones que han sido

	validadas por la UAESP, considerando el conocimiento de la criticidad en los horarios de Cuidado del espacio público, pedagogía e información, dado que este servicio se presta en coherencia con las necesidades en diagnósticos de Gestión de residuos que ha construido la UAESP.
10. El contratista deberá garantizar la ejecución de todas las actividades relacionadas con la estrategia Promotores Residuos Cero, en los componentes de planificación, logística, compras de insumos, dotación y demás actividades establecidas en el alcance del objeto.	A la fecha se ha atendido con suficiencia y oportunidad las obligaciones de compra y entrega de radios, dotación, elementos de protección personal y demás implementos requeridos para la ejecución del proyecto. GyS en calidad de responsable de la ejecución ha dispuesto del recurso necesario para los promotores activos y equipo operativo y administrativo en general. Todos los elementos se han entregado con actas individuales y se han adjuntado al informe de Gestión de acuerdo con la fecha de corte.
11. Mantener actualizada y debidamente organizada la documentación generada durante toda la ejecución del contrato, conservando evidencias de cada una de las acciones que se ejecuten en todas las etapas que componen el contrato.	Los registros obtenidos y la información construida durante la ejecución del contrato, están debidamente documentados y almacenados en un Drive; este repositorio cuenta con acceso restringido y presenta una estructura que facilita la alimentación permanente por parte del equipo de Dirección y coordinación del proyecto.
12. EL CONTRATISTA dentro de los tres (3) días siguientes al perfeccionamiento y legalización	Esta obligación se cumplió, remitiendo la información

del contrato, debe presentar un cronograma de la ejecución de las actividades del contrato que incluya el Plan de Acción, la Metodología, Cronograma de ejecución de actividades.	correspondiente a la UAESP, de manera oportuna.
13. EL CONTRATISTA Realizará acompañamiento pedagógico a la comunidad para el fortalecimiento de la participación ciudadana hacia una ciudad libre de residuos.	Esta obligación contractual se está cumpliendo, con las siguientes acciones: 1.Implementación de talleres de Aprovechamiento de residuos: durante el periodo de reporte, se llevaron a cabo 11 talleres; en esta ocasión orientados a la comunidad educativa, grupos de estudiantes quienes replican este conocimiento con los grupos ecológicos de su institución y demás colectivos ambientalistas que a nivel internos tienen conformados. 2. Estrategia "A pie de Calle" para el periodo de reporte, se han realizado 16246 socializaciones y abordajes (individuales) a la ciudadanía de Cali, haciendo pedagogía sobre el manejo adecuado de residuos sólidos, Estrategia 4R promoviendo la reducción en la generación de los residuos y el aprovechamiento de los que inevitablemente se generan. 3. Se desplegó la Estrategia en territorio, con la intervención integral de los espacios públicos impactados por residuos sólidos, priorizados para el período, a través del Eje Cuidadores del Espacio Público.
14. EL CONTRATISTA Realizará Campaña de Difusión y Sensibilización en Medios Digitales y	Se desarrollan estrategias de comunicación conforme las necesidades de la UAESP en medios digitales y con material pedagógico

Elaboración de Material Pedagógico.	que permiten la difusión efectiva de los promotores Mi Cali Bella. Las actividades de recuperación y embellecimiento del espacio público se han desarrollado contando con personal distribuido en cuadrillas de trabajo; el equipo de trabajo estaba conformado por 3 coordinador (GyS), y 97 promotores, asignados al Eje de Recuperación y Embellecimiento del Espacio Público (REP).
15. EL CONTRATISTA Realizará Encuentros Ciudadanos en las Zonas Priorizadas de fortalecimiento de Interacción social y creación de ruta multiplicadora de la estrategia.	Los encuentros ciudadanos se realizaron conforme al cronograma previsto, de acuerdo a la concertación con las comunidades, se desarrollaron 13 espacios de Encuentros ciudadanos.
16. EL CONTRATISTA realizará las campañas Recuperación y Embellecimiento de las zonas identificadas como prioridad por parte del supervisor del contrato.	Para el periodo de reporte se desarrollaron 17 lavados y 6 puntos de apoyo de Recuperación y embellecimiento, dando cobertura en varias comunas de la ciudad.
17.EL CONTRATISTA presentará el balance del presupuesto con avance de actividades, valor a pagar y saldo pendiente; asociado al avance de ejecución del contrato de prestación de servicios de apoyo a la gestión operativa, este se realizará en la entrega de cada informe para pago.	Se presenta el balance presupuestal y físico del proyecto Mi Cali Bella.
18. El CONTRATISTA, dará cumplimiento a las obligaciones mensuales en el pago de los recursos parafiscales y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar	Se presenta planilla de seguridad social de los trabajadores y certificado de seguridad social expedido por el revisor fiscal.

Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, cuando a ello haya lugar (Ley 789 del 27 de diciembre de 2002 y Ley 828 del 10 de julio de 2003).	

1. Desarrollo de Actividades

A continuación, se presenta el avance de ejecución de cada una de las actividades ejecutadas.

SUBACTIVIDAD	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD EJECUTADO	VALOR EJECUTADO	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD ACUMULADO	VALOR ACUMULADO OCT	SALDO POR EJECUTAR NOV-DIC
Brindar acompañamiento técnico y pedagógico a la comunidad para el fortalecimiento de la participación ciudadana hacia una ciudad libre de residuos	0%	$ -	100.00%	$ 81.000.000,00	$ -
Desplegar la estrategia de Implementación de la educación y pedagogía ciudadana en el adecuado manejo de residuos y cultura de reciclaje.	12.26%	$ 1.207.914.903,25	75.49%	$ 7.440.397.541,50	$ 2.415.829.806,50
Realizar actividades de socialización y educación ciudadana con el apoyo de medios digitales y material POP.	15.64%	$ 48.468.685,75	68.71%	$ 212.907.734,50	$ 96.937.371,50

SUBACTIVIDAD	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD EJECUTADO	VALOR EJECUTADO	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD ACUMULADO	VALOR ACUMULADO OCT	SALDO POR EJECUTAR NOV-DIC
Realizar Intervención en las zonas priorizadas - Zonas Cop 16	19.59%	$ 316.646.891,00	60.81%	$ 982.833.764,00	$ 633.293.782,00
Crear la ruta multiplicadora de la estrategia.	8.02%	$ 10.969.520,00	83.96%	$ 114.860.960,00	$ 21.939.040,00
AVANCE DE EJECUCIÓN		**$ 1.584.000.000**		**$ 8,832,000,000**	**$ 3.168.000.000,00**

2. Brindar acompañamiento técnico y pedagógico a la comunidad para el fortalecimiento de la participación ciudadana hacia una ciudad libre de residuos.

2.1. Gestionar Integralmente la estrategia de fomento de cultura ciudadana hacia el adecuado manejo de residuos.

Durante el periodo reportado se continuó desarrollando jornadas de cualificación de personal en relación con la Gestión adecuada de residuos y Gestión del riesgo público.

Se realizaron capacitaciones de Jardinería e higiene postural

Durante este periodo se realizaron dos capacitaciones con un total de 41 promotores capacitados.



PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia



2.2 Desplegar la Estrategia de Implementación de la educación y pedagogía ciudadana en el adecuado manejo de residuos y cultura de reciclaje.

Para el cumplimiento de las actividades establecidas en el contrato se ha dispuesto el personal necesario, quienes portan la identificación definida, disponiendo del elemento de comunicación seleccionado para el proyecto (radios)

2.2.1. Contratación. Se gestionó el talento humano requerido para el proyecto, en este periodo se contrataron 42 personas para reemplazar las que renunciaron por motivos personales, o a quienes se les canceló contrato por su bajo desempeño.





ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
PLANTA ADMINISTRATIVA			
1	65631431	HERNANDEZ MONTOYA YANETH	DIRECTOR (A)
2	1143852017	AMBUILA RAMIREZ CAROL LIZETH	COORDINADOR DE ZONA
3	1098765690	ARENAS LOPEZ JUAN CARLOS	COORDINADOR DE ZONA
4	1113642378	BARRERA VELASCO JAMES ALBERTO	COORDINADOR DE ZONA
5	1113537262	ESCOBAR CUACES JUAN DAVID	COORDINADOR DE ZONA
6	1118308761	GARCIA CARDONA EVELIN	COORDINADOR DE ZONA
7	1144069771	QUINTERO BOTINA KAREN LIZETH	COORDINADOR DE ZONA
8	1113529364	SUAREZ ISAZA LUIS CARLOS	COORDINADOR DE ZONA
9	1116238945	VICTORIA CASTILLO DANIEL FRANCISCO	COORDINADOR DE ZONA
10	29541199	LOZANO VASQUEZ SARA PAULINA	PROFESIONAL ASISTENCIAL
PLANTA OPERATIVA			
1	16289417	CAMPO LOZADA JULIAN VICENTE	PROMOTOR (A)
2	1107530460	ALDANA GAMEZ ISABELLA	PROMOTOR (A)
3	16830602	BORRERO CEREZO JAIME ANDRES	PROMOTOR (A)
4	1110284704	PIMIENTA LOPEZ ESTEFANY KATERINE	PROMOTOR (A)
5	1193080018	BENAVIDEZ PRIETO WINY CATALINA	PROMOTOR (A)
6	1006208624	VARELA GONZALEZ JUAN JOSE	PROMOTOR (A)
7	1130632667	LIBREROS GIRALDO FREDY ALEJANDRO	PROMOTOR (A)
8	1151967011	ARBELAEZ DAZA JHON FREDDY	PROMOTOR (A)
9	16948425	ANGULO CABEZAS HAROLD ANDRES	PROMOTOR (A)
10	14696132	DUARTE ZORRILLA LUIS CARLOS	PROMOTOR (A)
11	66833393	ACHICANOY GLORIA ESTHER	PROMOTOR (A)
12	1130677358	ACOSTA NORMA KATHERINE	PROMOTOR (A)
13	1143965822	AGUAS CIFUENTES NATALIA	PROMOTOR (A)
14	1006099284	AGUIRRE IDROBO SOFIA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
15	1121045797	ALBORNOZ TORRES CLAUDIA LUCIA	PROMOTOR (A)
16	1111788333	ALOMIA LEIDY VIVIANA	PROMOTOR (A)
17	1143958709	AMBUILA LARRAHONDO LINA MARCELA	PROMOTOR (A)
18	1114892645	ANCHICO SOLIS MAYRA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
19	94042605	ANGULO HURTADO ARLEY	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
20	87431703	ANGULO JESUS MARIA	PROMOTOR (A)
21	1005833502	ANGULO PERLAZA LAURA	PROMOTOR (A)
22	1193389883	ANGULO PRADO INGRID VANESSA	PROMOTOR (A)
23	1192813884	ANGULO SALAZAR ANA YELI	PROMOTOR (A)
24	1151947772	ANTERO VALOR JENNIFER ESTRELLA	PROMOTOR (A)
25	1005830853	APONZA CASTRO DIANA STEFANIA	PROMOTOR (A)
26	1130682108	ARAGON LOPEZ JAIME ANDRES	PROMOTOR (A)
27	1005969380	ARANGO FAJARDO JEAN PAUL	PROMOTOR (A)
28	1143964988	ARBOLEDA KELLY JOHANA	PROMOTOR (A)
29	60409732	ARRIETA RODRIGUEZ FANNY BEATRIZ	PROMOTOR (A)
30	38473395	ASPRILLA GAMBOA SANDRA YADIRA	PROMOTOR (A)
31	1193250611	ASPRILLA VALENCIA TITO FLORENTINO	PROMOTOR (A)
32	1144149208	BALANTA GALLARDO MARINA ISABEL	PROMOTOR (A)
33	1005865361	BALANTA SEPULVEDA STEFFANY	PROMOTOR (A)
34	1003311409	BANGUERA VENTE ELIANA MARCELA	PROMOTOR (A)
35	1107101344	BARBOSA CUERO ESTEBAN ANDRES	PROMOTOR (A)
36	14590253	BARRETO BERRIO EVELIO	PROMOTOR (A)
37	1130595770	BECERRA BELTRAN CARMEN ANDREA	PROMOTOR (A)
38	1061684051	BECOCHE CHAGUENDO MARIA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
39	34328670	BECOCHE CHAGUENDO RUBY MERCEDES	PROMOTOR (A)
40	1109920813	BEDOYA AGUIRRE JUAN MANUEL	PROMOTOR (A)
41	25274862	BEDOYA HERNANDEZ AMPARO	PROMOTOR (A)
42	1118299052	BEJARANO GOMEZ LEONARDO FABIO	PROMOTOR (A)
43	1143834365	BENAVIDES HURTADO CRUZ YOLIMA	PROMOTOR (A)
44	1006178649	BENAVIDES KLINGER YURLEY XIMENA	PROMOTOR (A)
45	1005878806	BENITEZ CORDOBA JHON NEIDER	PROMOTOR (A)
46	1144101964	BERMUDEZ GALINDEZ MAIRA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
47	1111542644	BERNAL GONZALEZ VALENTINA	PROMOTOR (A)
48	1143987163	BERNAL REYES LUZ MARINA	PROMOTOR (A)
49	1111540605	BERNAL VALLECILLA JHOJAN SAMUEL	PROMOTOR (A)
50	1107040929	BETANCOUR ZAMBRANO JOHN JAIRO	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
51	1144138258	BETANCOURT OBANDO DANIELA FERNANDA	PROMOTOR (A)
52	1002653283	BETANCUR ARISTIZABAL ADRIAN DAVID	PROMOTOR (A)
53	1005980874	BLANDON ORDONEZ ISABELLA	PROMOTOR (A)
54	1151964379	BOCANEGRA TORO JULIANA	PROMOTOR (A)
55	1105362205	BOTERO GARCIA SANTIAGO	PROMOTOR (A)
56	6106811	BOTINA OLAVE ANDRES JHOBANY	PROMOTOR (A)
57	1193044840	BRAVO MEDINA KAREN GISELL	PROMOTOR (A)
58	94042399	BURBANO BERMUDEZ OMAR FABIAN	PROMOTOR (A)
59	1144149976	BURGOS CRUZ JULIO CESAR	PROMOTOR (A)
60	1087127948	CABEZAS MADRID PAOLA MERCEDES	PROMOTOR (A)
61	1143944884	CABEZAS MOSQUERA YIRLESA	PROMOTOR (A)
62	1114729326	CACERES CARMONA ANGELA MARIA	PROMOTOR (A)
63	1075298954	CACERES LOSADA YULY TATIANA	PROMOTOR (A)
64	1006204022	CAICEDO VELEZ CRUZ ELENA	PROMOTOR (A)
65	1144173868	CALDERON AREVALO DIANA CAROLINA	PROMOTOR (A)
66	1006017185	CAMPAZ CAMPAZ KAREN DANIELA	PROMOTOR (A)
67	1143861591	CANO AGUILAR RICARDO	PROMOTOR (A)
68	1148694390	CARABALI DIAZ YENNY ANDREA	PROMOTOR (A)
69	1109662246	CARDENAS RESTREPO MIGUEL ANGEL	PROMOTOR (A)
70	1221720214	CARDONA DIAZ JOSE ANTIONIO	PROMOTOR (A)
71	1105362957	CARVAJAL ESCOBAR VALENTINA	PROMOTOR (A)
72	1110362787	CASTANEDA BOLANOS EVELYN DAYANA	PROMOTOR (A)
73	5462410	CASTANEDA ROBLES GENESIS YIKERLIS	PROMOTOR (A)
74	1113688776	CASTILLO GALLEGO VALENTINA	PROMOTOR (A)
75	1143983207	CASTILLO LEITON MARIA INES	PROMOTOR (A)
76	1113641327	CASTRO ADRIANA PATRICIA	PROMOTOR (A)
77	1143989931	CASTRO CABEZAS LORENA ANDREA	PROMOTOR (A)
78	1130621154	CASTRO HERNANDEZ PAULETTE	PROMOTOR (A)
79	1108252559	CEBALLOS GALINDEZ YULI ALEXANDRA	PROMOTOR (A)
80	66887098	CERON PILLINUE CLAUDIA PATRICIA	PROMOTOR (A)
81	1144178311	CHACON MARQUEZ KATHERINE	PROMOTOR (A)
82	1107528238	COBO VASQUEZ ANGIE CAROLINA	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
83	1193264673	CORAL ZUNIGA CATALINA	PROMOTOR (A)
84	1193534202	CORDOBA GARCIA MARIA ELENA	PROMOTOR (A)
85	1111538087	CORDOBA QUINAYAS SHARON TATIANA	PROMOTOR (A)
86	29226556	CORREA SANCHEZ MARIA DEL CARMEN	PROMOTOR (A)
87	1148954935	CORTES PAREDES DANIELA MICHEL	PROMOTOR (A)
88	1006451754	CUARTAS AVENDANO SILVIA JULIANA	PROMOTOR (A)
89	1144179384	CUELLAR MORA MITCHELL	PROMOTOR (A)
90	1110289948	CUELLAR MORA RONY ABRAHAM	PROMOTOR (A)
91	38463841	CUERO ORTIZ NANCY DAYANA	PROMOTOR (A)
92	1061209325	CUNDUMI CUNDUMI MAYNER ELIAS	PROMOTOR (A)
93	1130649469	DAVALOS URRESTI JHON EDER	PROMOTOR (A)
94	1006109400	DAVILA MORENO STEVEN EMILIO	PROMOTOR (A)
95	1002901941	DAZA DAZA YESID DUVAN	PROMOTOR (A)
96	1107059637	DIAZ ANGULO NOLY NICOLE	PROMOTOR (A)
97	1193327785	DIAZ GONZALEZ ALLISON	PROMOTOR (A)
98	1005705110	DIAZ HOYOS JHON EDWARD	PROMOTOR (A)
99	66812519	DIAZ LUZ MARINA	PROMOTOR (A)
100	1143876020	DIAZ MARTINEZ JUAN PABLO	PROMOTOR (A)
101	1109184972	DIAZ RIOS CHRISTIAN DAVID	PROMOTOR (A)
102	1110286717	DIAZ RUIZ JUAN ESTHEBAN	PROMOTOR (A)
103	1006185487	DIAZ TORRES SANDRA DISNEY	PROMOTOR (A)
104	29309813	DUCUARA GLORIA ESTELA	PROMOTOR (A)
105	1005893195	ECHAVARRIA QUIROZ LUIS GABRIEL	PROMOTOR (A)
106	1108638641	ECHEVERRI CASTILLO JUAN CAMILO	PROMOTOR (A)
107	1058969978	ECHEVERRY VASQUEZ DINA LESET	PROMOTOR (A)
108	1114737000	ERAZO BOLANOS INGRID MARCELA	PROMOTOR (A)
109	1107053329	ERAZO IJAJI LUZ MAGALLY	PROMOTOR (A)
110	1143953927	FERNANDEZ MEJIA CATHERINE	PROMOTOR (A)
111	94490350	FIGUEROA CARLOS ALBERTO	PROMOTOR (A)
112	1144159657	FLOREZ LUIS HERNANDO	PROMOTOR (A)
113	1144155376	FORERO MARIN JOSE DAVID	PROMOTOR (A)
114	1144068958	FRANKY VALENCIA CARLOS ALBERTO	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
115	1143964853	GALLEGO PALMA CAROLINA	PROMOTOR (A)
116	1144167898	GAMBA ALFARO ANDRES FELIPE	PROMOTOR (A)
117	1006198676	GAMBOA ANGULO KELVIN	PROMOTOR (A)
118	1143828580	GAMBOA ORTEGA JEFFERSON	PROMOTOR (A)
119	1130645477	GARCES AGUIRRE ROSA MAGALI	PROMOTOR (A)
120	1006193227	GARCES QUINONES LUIS JEIDER	PROMOTOR (A)
121	1144029725	GARCES VICTORIA ELIANA MARCELA	PROMOTOR (A)
122	38559462	GARCIA CANTILLO MARIA FERNANDA	PROMOTOR (A)
123	1118297249	GARCIA LONDONO ANA MARIA	PROMOTOR (A)
124	66927828	GARCIA PEREZ LUZ ENY	PROMOTOR (A)
125	1007181250	GARCIA TOBAR EDIER DUVAN	PROMOTOR (A)
126	1130626787	GARCIA VIAFARA NORAINE ELIDT	PROMOTOR (A)
127	1144050100	GIRALDO CASTANEDA CLAUDIA PATRICIA	PROMOTOR (A)
128	1107057192	GIRALDO PERAFAN EDUARD ALBERTO	PROMOTOR (A)
129	14590564	GOMEZ BENITEZ MILTON MAURICIO	PROMOTOR (A)
130	41932678	GOMEZ BUITRAGO GLORIA PATRICIA	PROMOTOR (A)
131	16462897	GOMEZ POLANCO JOHAN MANUEL	PROMOTOR (A)
132	1107842221	GOMEZ ROMERO JORGE ENRIQUE	PROMOTOR (A)
133	25718154	GONGORA SINISTERRA ANA MILENA	PROMOTOR (A)
134	1109661327	GORDILLO HURTADO YULY LORENA	PROMOTOR (A)
135	29362664	GUERRA DAVIS ROSMERY	PROMOTOR (A)
136	1086042648	GUERRERO PORTOCARRERO MARYORI FERNANDA	PROMOTOR (A)
137	38551899	GUERRERO RODRIGUEZ ANA MILENA	PROMOTOR (A)
138	1192900048	GUERRERO VIVAS DANIELA	PROMOTOR (A)
139	29975337	GUTIERREZ OSPINA LEYDY JULIETH	PROMOTOR (A)
140	1151953094	GUTIERREZ RUANO MAIRA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
141	1144025595	HERMANN ROA DANIEL FELIPE	PROMOTOR (A)
142	1111480464	HERNANDEZ AGUIRRE JUAN DIEGO	PROMOTOR (A)
143	1130658098	HERNANDEZ GONZALEZ YENNI YULIETH	PROMOTOR (A)
144	1005861702	HERNANDEZ OSORIO DIANA STEFANIA	PROMOTOR (A)
145	1107052067	HERNANDEZ QUINTERO FERNEY	PROMOTOR (A)
146	94429033	HIGUITA SINISTERRA JUAN CARLOS	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
147	66817917	HOYOS LENIS MARISOL	PROMOTOR (A)
148	38462652	HOYOS YANGANA YOLANDA	PROMOTOR (A)
149	1109661042	HUERTAS ZAMORA ISABELLA	PROMOTOR (A)
150	1143991993	HURTADO PORTILLA LEONARDO FABIO	PROMOTOR (A)
151	1007839201	HURTADO VENTE ICEN	PROMOTOR (A)
152	1144024826	IZQUIERDO CAMPO MARIA VICTORIA	PROMOTOR (A)
153	1005865382	IZQUIERDO RODRIGUEZ LEYDY JHOHANA	PROMOTOR (A)
154	66933961	JANSASOY GIRALDO DIANA LUCIA	PROMOTOR (A)
155	38560773	JARAMILLO VALENCIA MARIA LILIANA	PROMOTOR (A)
156	1006986010	JIMENEZ FLOREZ STEPHANIA	PROMOTOR (A)
157	1234194927	JIMENEZ MARQUINEZ MARIA ISABEL	PROMOTOR (A)
158	1193100951	LAMPREA TRUJILLO NATALIA	PROMOTOR (A)
159	1143838753	LENIS MARTINEZ YESSICA	PROMOTOR (A)
160	94415401	LEYTON VALENCIA ALEX FERNANDO	PROMOTOR (A)
161	1193368162	LOPEZ CARABALI DANIEL SANTIAGO	PROMOTOR (A)
162	66959540	LOPEZ CORRALES SARA YORLADY	PROMOTOR (A)
163	1006036676	LOPEZ VILLOTA DANILSON	PROMOTOR (A)
164	1005831875	LOZANO BAQUERO ANDRES MAURICIO	PROMOTOR (A)
165	1002888951	MACHADO CARABALI CRISTIAN JHOAN	PROMOTOR (A)
166	1114874493	MACHADO LOSADA ANGELA MARIA	PROMOTOR (A)
167	1059900205	MANQUILLO CORDOBA YANCILETH	PROMOTOR (A)
168	1111538170	MANYOMA CUERO JOSELYN ADELA	PROMOTOR (A)
169	1130656572	MANZANARES GOMEZ DIANA KATERINE	PROMOTOR (A)
170	1144108265	MANZANO MUNOZ DIANA CAROLINA	PROMOTOR (A)
171	6229048	MARIN GOMEZ SAMUEL	PROMOTOR (A)
172	1107520418	MARIN MEZA NATHALY	PROMOTOR (A)
173	1006185110	MARTINEZ ANGULO JHOPSELYN JASYRA	PROMOTOR (A)
174	1130645071	MARTINEZ BUITRAGO LINA GISSELLE	PROMOTOR (A)
175	1144057544	MARTINEZ CARDENAS DIEGO FRANCISCO	PROMOTOR (A)
176	66846659	MARTINEZ ISAZA GLORIA ELENA	PROMOTOR (A)
177	16758179	MARTINEZ JUAN MANUEL	PROMOTOR (A)
178	1109115270	MARTINEZ RESTREPO ANGEL DAVID DE JESUS	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
179	1085899273	MARTINEZ VALLEJO MABEL YISSELY	PROMOTOR (A)
180	1006098629	MATURANA AMAYA LAURA ISABELLA	PROMOTOR (A)
181	1112497998	MELENDEZ MUNOZ ANYI LICE	PROMOTOR (A)
182	1143849092	MELLIZO ARROYO BETSY YICEL	PROMOTOR (A)
183	1143858954	MENDEZ MACIAS ANGIE MARCELA	PROMOTOR (A)
184	1143929244	MENDEZ QUINONES LEIDY VANESA	PROMOTOR (A)
185	1077633859	MENDOZA ASPRILLA JUAN PABLO	PROMOTOR (A)
186	1130596317	MENESES PUNGO DIANA MARCELA	PROMOTOR (A)
187	76141481	MERA MEJIA JOSE ARNULFO	PROMOTOR (A)
188	1114883838	MICOLTA GRUESO WENDY LISETH	PROMOTOR (A)
189	25367314	MINA MESU NALLIVE	PROMOTOR (A)
190	1143976975	MINA ORTIZ MALLERLY	PROMOTOR (A)
191	1143989434	MINA TORRES IVAN ANDRES	PROMOTOR (A)
192	1130667419	MOLINA AGUILAR CRISTYAN DAVID	PROMOTOR (A)
193	1143946124	MOLINA PAZ ANGELA MARIA	PROMOTOR (A)
194	1111540256	MOLINA PEREA JHONY ALEJANDRO	PROMOTOR (A)
195	67015816	MONDRAGON PRECIADO GLORIA PATRICIA	PROMOTOR (A)
196	94318689	MONSALVE MORA FABIAN ANTONIO	PROMOTOR (A)
197	1089542059	MONTANO ANGULO YURANI	PROMOTOR (A)
198	94384256	MONTANO RODRIGUEZ LUIS ALFREDO	PROMOTOR (A)
199	1005891062	MONTOYA GONZALEZ GARY DAMIAN	PROMOTOR (A)
200	1130596473	MONTOYA RENTERIA INGRID YISED	PROMOTOR (A)
201	1107039931	MONTOYA VURKOVISTKY CATHERINE	PROMOTOR (A)
202	1193380497	MORENO ALVAREZ JUAN FELIPE	PROMOTOR (A)
203	1006324422	MORENO HURTADO SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
204	67013280	MOSQUERA GUZMAN CARMEN VIVIANA	PROMOTOR (A)
205	31585762	MOSQUERA MORENO CLAUDIA PATRICIA	PROMOTOR (A)
206	1060797825	MOSQUERA POLANCO YULY	PROMOTOR (A)
207	1143994032	MUNOZ BALANTA MIYERLANDI	PROMOTOR (A)
208	38611963	MUNOZ DORADO SANDRA YASMIN	PROMOTOR (A)
209	6119669	MUNOZ GOMEZ MAURICIO ANDRES	PROMOTOR (A)
210	1144099828	MUNOZ MUNOZ GERALDIN	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
211	1109543343	MUNOZ OLAVE HAMER STEVEN	PROMOTOR (A)
212	1107050440	MUNOZ VALVERDE FRANKLIM DE JESUS	PROMOTOR (A)
213	1192817053	MUNOZ VERGANO JUAN PABLO	PROMOTOR (A)
214	1144107681	MURILLO DOMINGUEZ ANDREA	PROMOTOR (A)
215	35696932	MURILLO HINOJOSA YENY CRECENCIA	PROMOTOR (A)
216	1114620764	MURILLO MURILLO KAREN TATIANA	PROMOTOR (A)
217	1107051101	MURILLO PENA JEAN PAUL	PROMOTOR (A)
218	1107527737	MURILLO TRIVINO DANIELA	PROMOTOR (A)
219	1007689715	NAGLES ROJAS DARWIN DUVAN	PROMOTOR (A)
220	1006195607	NARVAEZ GAMBOA DEICY JARITZA	PROMOTOR (A)
221	1127576644	NARVAEZ VILLADA RONALD EDICSON	PROMOTOR (A)
222	4941611	NAVA RIOS ADRIANA BEATRIZ	PROMOTOR (A)
223	1144069065	NAVIA TABORDA LINA MARIA	PROMOTOR (A)
224	1107103421	NAZARIT CARABALI LILIBETH	PROMOTOR (A)
225	14609268	NOVOA LONDONO JHON ALEXANDER	PROMOTOR (A)
226	38468682	NUNEZ CASTRO YOVANY	PROMOTOR (A)
227	66959670	OBANDO BALANTA OLGA LUCIA	PROMOTOR (A)
228	1086139889	OBANDO DESCANCE EDISON ARBEY	PROMOTOR (A)
229	1060239010	OBANDO FERNANDEZ KATERINE	PROMOTOR (A)
230	1087113469	OBREGON MARQUINEZ YULIANA	PROMOTOR (A)
231	67037902	OBREGON QUINONES GIOMAR	PROMOTOR (A)
232	1108559599	OCAMPO MUNOZ JHOAN ANDRES	PROMOTOR (A)
233	6103914	OCAMPO ROJAS DIEGO FERNANDO	PROMOTOR (A)
234	1107514482	OCHOA FERREIRA HENRY ALEXANDER	PROMOTOR (A)
235	1130599366	OIME ALARCON ELIZABETH	PROMOTOR (A)
236	1144053592	OJEDA LEIBY MARCELA	PROMOTOR (A)
237	1111665887	OLMEDO GARCIA MARLON STIWAR	PROMOTOR (A)
238	1144204441	ORDONEZ CABEZAS CHARON TATIANA	PROMOTOR (A)
239	1004609762	OROBIO AYOBIS VERONICA	PROMOTOR (A)
240	1006218189	OROBIO GRANJA NICOL DAYANA	PROMOTOR (A)
241	1006182616	ORTEGA CONGO MARLON GEOVANNY	PROMOTOR (A)
242	1143950452	ORTEGA MOLINA YESICA YULIANA	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
243	1130626891	ORTIZ AMAYA HELEN MANYIRA	PROMOTOR (A)
244	66979846	ORTIZ AREVALO LILIA ZORAIDA	PROMOTOR (A)
245	1111671070	ORTIZ CORTES IVON TATIANA	PROMOTOR (A)
246	29363627	ORTIZ MONTES ASTRID	PROMOTOR (A)
247	67025890	ORTIZ MONTES JENNIFER	PROMOTOR (A)
248	1107074384	ORTIZ ROMAN LUISA NATALIA	PROMOTOR (A)
249	31477791	OSORIO ESTHER RUTH	PROMOTOR (A)
250	1143931805	OSORIO LUGO DIANNA VANNESA	PROMOTOR (A)
251	1107076808	OSORIO OBANDO PAULA ANDREA	PROMOTOR (A)
252	1060873160	PACHECO MARYURI	PROMOTOR (A)
253	1010040424	PALACIOS CARABALI KAREN YULIANA	PROMOTOR (A)
254	1143944619	PALACIOS LEON ANDRES FELIPE	PROMOTOR (A)
255	1118286601	PALACIOS MARIA FERNANDA	PROMOTOR (A)
256	1151958023	PALOMINO ARBOLEDA JENIFFER	PROMOTOR (A)
257	1115450420	PAREDES MONTANO HENRRY ALEXANDER	PROMOTOR (A)
258	14836277	PATINO GIRON JESUS SANTIAGO	PROMOTOR (A)
259	1143832982	PAYA DEICY JOHANNA	PROMOTOR (A)
260	1130767505	PAYAN MINA RUBY MAYERLI	PROMOTOR (A)
261	16762241	PENA BARRIOS LUIS ALBERTO	PROMOTOR (A)
262	26366843	PENA MOSQUERA ELSA AURORA	PROMOTOR (A)
263	1143872539	PERDOMO VICTORIA SANTIAGO	PROMOTOR (A)
264	1143837272	PEREZ HOME RODRIGO SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
265	6228319	PEREZ MERA MARCOS	PROMOTOR (A)
266	1144164754	PEREZ RODRIGUEZ SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
267	1125083215	PEREZ VICTORIA JORGE LEONARDO	PROMOTOR (A)
268	38463631	PERLAZA PRADO JOHANNA PATRICIA	PROMOTOR (A)
269	66966974	PINCHAO GUERRA PAOLA ANDREA	PROMOTOR (A)
270	1003102523	PINO ASTUDILLO RICHAR ERMILSON	PROMOTOR (A)
271	1010129493	PINO HORMIGA KATHERINE	PROMOTOR (A)
272	38553277	PINO QUINONES MARLEN YANIRA	PROMOTOR (A)
273	1144152488	PIZARRO COLLAZOS JULIAN ANDRES	PROMOTOR (A)
274	1144205425	POLO GIL KAROLINE	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
275	1193087945	PONCE ERAZO JORGE STEEVEN	PROMOTOR (A)
276	1130625992	POPO TORRES JAIME	PROMOTOR (A)
277	1130599932	PRADO BANGUERA EDWIN ALI	PROMOTOR (A)
278	1130664829	PRECIADO CASTILLO NELCY JOHANNA	PROMOTOR (A)
279	1193249158	PULIDO RODRIGUEZ VALENTINA	PROMOTOR (A)
280	1143829329	QUIMBAYA VALENCIA STEPHANY	PROMOTOR (A)
281	87949363	QUINONES AREVALO FULTON DAWER	PROMOTOR (A)
282	1005876343	QUINONES GARCES ANGIE TATIANA	PROMOTOR (A)
283	38560345	QUINONES GUERRERO MARIA YESENIA	PROMOTOR (A)
284	1059444684	QUINONES MONTANO OLEISA	PROMOTOR (A)
285	1086725608	QUINONES MOSQUERA MARYIN LILIANA	PROMOTOR (A)
286	1077632064	QUINONES RENTERIA DEIBY JAIR	PROMOTOR (A)
287	38600951	QUINONES ROSERO MARIA DEL CARMEN	PROMOTOR (A)
288	1002839924	QUINONEZ MONTANO CAROL TATIANA	PROMOTOR (A)
289	1007850734	QUINTERO CORTES JOSEPH ELIECER	PROMOTOR (A)
290	1144174265	QUINTERO MONTEALEGRE ANA MARIA	PROMOTOR (A)
291	1193391641	QUINTERO SERNA JUSTIN JOEL	PROMOTOR (A)
292	1143857839	QUIROZ GARCIA DANIEL STIVEN	PROMOTOR (A)
293	66875124	RAMIREZ ALVAREZ CLARA INES	PROMOTOR (A)
294	67037399	RAMIREZ DIANA CAROLINA	PROMOTOR (A)
295	1112481820	RAMIREZ GONZALEZ ANA YOELI	PROMOTOR (A)
296	1143846304	RAMIREZ MARIA CAMILA	PROMOTOR (A)
297	1107042324	RAMIREZ QUINONES VICTOR HUGO	PROMOTOR (A)
298	1007541949	RAMIREZ REALPE SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
299	1143860501	RAMOS OLAVE ANDRES MAURICIO	PROMOTOR (A)
300	94519854	RANGEL RODRIGUEZ JHON JAIRO	PROMOTOR (A)
301	1067846385	REBOLLEDO SALGADO LUIS ALFONSO	PROMOTOR (A)
302	1125079583	RENDON GOMEZ YEISON ANDRES	PROMOTOR (A)
303	1143874110	RENGIFO CARDENAS MARIA VALENTINA	PROMOTOR (A)
304	1143924644	RENTERIA CORDOBA JUANA MARCELA	PROMOTOR (A)
305	1192753944	RENTERIA VALENCIA SIRILA	PROMOTOR (A)
306	1005706128	RESTREPO CASTILLO JHON EDWIN	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
307	1144175521	RESTREPO MUNOZ CHRISTIAN ANDRES	PROMOTOR (A)
308	29510653	RESTREPO QUINTERO DIANA CAROLINA	PROMOTOR (A)
309	5854325	REYES CABEZAS RAUL	PROMOTOR (A)
310	1005874588	RIASCOS MORENO KATERINE	PROMOTOR (A)
311	1192910318	RIASCOS NAZARENO DANIEL	PROMOTOR (A)
312	1005869806	RIASCOS TORRES INGRI VANESSA	PROMOTOR (A)
313	1005944696	RIVAS MARIN DIANA MARCELA	PROMOTOR (A)
314	1143842838	ROBBY MENDEZ RUBEN ALEXANDER	PROMOTOR (A)
315	35896045	RODALLEGA MOSQUERA YULENNY	PROMOTOR (A)
316	59312894	RODRIGUEZ ARCOS IVONNE MARCELA	PROMOTOR (A)
317	1082686530	RODRIGUEZ CASTILLO OSWALDO	PROMOTOR (A)
318	1130658248	RODRIGUEZ ESCOBAR GUSTAVO ADOLFO	PROMOTOR (A)
319	1144088340	RODRIGUEZ HERNANDEZ ZULLY YIZZETH	PROMOTOR (A)
320	1144156076	RODRIGUEZ JIMENEZ ALEJANDRO ESTEBAN	PROMOTOR (A)
321	31309056	RODRIGUEZ LOAIZA AILY	PROMOTOR (A)
322	1144108572	RODRIGUEZ MERA CHRISTIAN ALEJANDRO	PROMOTOR (A)
323	1143989752	RODRIGUEZ MONTENEGRO JOHAN SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
324	1151442892	RODRIGUEZ RIASCOS MARIA CAMILA	PROMOTOR (A)
325	1130631725	ROJAS BEDOYA MAIRA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
326	1143874923	ROJAS MENDEZ MIGUEL ANGEL	PROMOTOR (A)
327	66905358	ROMERO COLLAZOS CAROLINA	PROMOTOR (A)
328	1113514151	ROMERO POPO ANA YIBI	PROMOTOR (A)
329	1143957254	ROSAS GUERRERO LUIS CARLOS	PROMOTOR (A)
330	1111539931	ROSERO CASTRO NICOLAS ANDRES	PROMOTOR (A)
331	29507363	RUIZ QUINTERO DIANA SULEYDA	PROMOTOR (A)
332	1234197323	SAAVEDRA MOSQUERA KEVIN ALEXIS	PROMOTOR (A)
333	1144133174	SALAMANCA NOGUERA JENNY FERNANDA	PROMOTOR (A)
334	1130654121	SALAZAR BEDOYA CESAR AUGUSTO	PROMOTOR (A)
335	1144089524	SANCHEZ MEDINA ANDRES FELIPE	PROMOTOR (A)
336	66921491	SANCHEZ MOSQUERA LUZ ARELI	PROMOTOR (A)
337	1106781810	SANCHEZ PEREZ KELLY JOHANA	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
338	1143925302	SANCHEZ RAMIREZ ANJY JOHANA	PROMOTOR (A)
339	1234188889	SANCHEZ RAMIREZ DARLYN GISSELA	PROMOTOR (A)
340	1107051396	SANCHEZ RAMIREZ JULIT MARCELA	PROMOTOR (A)
341	67023238	SANCHEZ SANCHEZ CLAUDIA YURANY	PROMOTOR (A)
342	1130663822	SANDOVAL VIDALES VICTORIA CRISTINA	PROMOTOR (A)
343	1192921412	SANTACRUZ COLLAZOS STEBAN	PROMOTOR (A)
344	66879858	SANTACRUZ DIAZ EMILSE	PROMOTOR (A)
345	66992410	SARRIA NOELIA	PROMOTOR (A)
346	1143966163	SEGOVIA PAI BRAYAN FERNANDO	PROMOTOR (A)
347	1005877420	SEGURA TENORIO GERALDIN STEFAN	PROMOTOR (A)
348	1143962822	SILVA GRANADOS YANCY MILEY	PROMOTOR (A)
349	1109667491	SINISTERRA AMU JHON MAYCOL	PROMOTOR (A)
350	66857541	SOTO PABON LUZ VIVIANE	PROMOTOR (A)
351	66680012	SPADAFFORA LONDONO YAMILE	PROMOTOR (A)
352	1144085925	SUAREZ JUAN RAMON	PROMOTOR (A)
353	1192908699	SUERO MURILLO ANNY INDIRA	PROMOTOR (A)
354	1143833882	TABARES ESPINOSA ANGELA PATRICIA	PROMOTOR (A)
355	66948634	TABERA ZULMA MARIA	PROMOTOR (A)
356	1088595425	TAIMAL GUANCHA MARY DEL SOCORRO	PROMOTOR (A)
357	65815198	TANGARIFE GALEANO CLAUDIA ROSIDES	PROMOTOR (A)
358	1077172896	TANGARIFE PENA YEISON ALEXIS	PROMOTOR (A)
359	1143944416	TOLOZA COLORADO BEATRIZ	PROMOTOR (A)
360	1143875861	TORDECILLA GUTIERREZ MARIA DEL MAR	PROMOTOR (A)
361	1075296180	TORO GARNICA LUIS ARBEY	PROMOTOR (A)
362	1059449931	TORRES RODRIGUEZ WILMER ANDRES	PROMOTOR (A)
363	34771936	TORRES SAA MARIA ALEJANDRA	PROMOTOR (A)
364	1108640473	TOVAR CHAVARRO JORDI SANTIAGO	PROMOTOR (A)
365	1006183145	TRUJILLO CASTILLO JORGE ANDRES	PROMOTOR (A)
366	1143931572	ULLOA QUENDAMBU FRANCHESCO GUSTAVO	PROMOTOR (A)
367	1006170630	URIBE PEREZ NICOLLE ANDREA	PROMOTOR (A)
368	11705538	URRUTIA MORENO HUGO FERNANDO	PROMOTOR (A)
369	1143995797	VALENCIA BERMUDEZ ANYELA TATIANA	PROMOTOR (A)

ÍTEM	Cedula Número	Apellidos y Nombres	DESRIPCIÓN
370	1114730921	VALENCIA CASTANEDA JANETH	PROMOTOR (A)
371	1004617819	VALENCIA CASTILLO LUIS ENRIQUE	PROMOTOR (A)
372	1004769417	VALENCIA ESCOBAR LUIS MIGUEL	PROMOTOR (A)
373	1057757284	VALENCIA GONZALEZ LINA MARCELA	PROMOTOR (A)
374	1107068125	VALENCIA JOHN JAIDER	PROMOTOR (A)
375	1107044886	VALENCIA ORTEGA ANA MARIA	PROMOTOR (A)
376	1107044888	VALENCIA ORTEGA JUAN JOSE	PROMOTOR (A)
377	14678925	VALENCIA SOLIS EDWARD ANDRES	PROMOTOR (A)
378	1006010036	VALLEJO VALENCIA STEPHANY	PROMOTOR (A)
379	1143965726	VANEGAS RIVERA LUISA MARIA	PROMOTOR (A)
380	16933328	VARGAS RODRIGUEZ TITO FERNANDO	PROMOTOR (A)
381	1026296076	VARON MUNOZ ALEJANDRO	PROMOTOR (A)
382	1108252693	VARON PAZ JUAN SEBASTIAN	PROMOTOR (A)
383	1107053192	VASQUEZ CADAVID JOAN STEVEN	PROMOTOR (A)
384	1144146225	VASQUEZ CORDOBA JULIANA ANDREA	PROMOTOR (A)
385	3379901	VELASQUEZ CARRASCO WUANDI KARLIAN	PROMOTOR (A)
386	31581927	VERGARA CARBONERO MARIA DEL PILAR	PROMOTOR (A)
387	1060797169	VICTORIA FAJARDO YONNY MAGALY	PROMOTOR (A)
388	1144165961	VILLA NUNEZ ANDRES FELIPE	PROMOTOR (A)
389	1143828422	VILLALBA QUINTERO ANA MARIA	PROMOTOR (A)
390	1111668186	VILLAMIL CASTRO TANIA MARCELA	PROMOTOR (A)
391	16932351	VILLAREAL DIAZ SILVIO ALEXANDER	PROMOTOR (A)
392	1130592445	YARA LOZANO LUZ ANGELICA	PROMOTOR (A)
393	1112464493	ZAPATA CALDERON HECTOR ALFONSO	PROMOTOR (A)
394	16943140	ZUNIGA VARGAS NESTOR ANDRES	PROMOTOR (A)
395	1144047072	RENTERIA VILLAREAL CINDY MERCEDES	PROMOTOR (A)
396	1005875931	FERRIN QUINONES KEVIN MAURICIO	PROMOTOR (A)
397	16919003	FLOREZ LOPEZ EDISON	PROMOTOR (A)
398	6551458	ROMAN BEDOYA JOHN EDISON	PROMOTOR (A)
399	1107070600	ERAZO BENITES CRISTIAN LEONARDO	PROMOTOR (A)
400	1107095266	FAJARDO GAMBOA DANIEL ALEJANDRO	PROMOTOR (A)

2.2.1.1. EJE PEDAGÓGICO

Este equipo está conformado por un Coordinador, 50 promotores, de los cuales 40 atienden actividades educativas como "A pie de calle", talleres educativos orientados a la implementación de las 4R, talleres de Aprovechamiento de residuos sólidos; 10 promotores, se encargan de prestar acompañamiento técnico a grandes generadores de residuos de sólidos (Establecimientos comerciales o Desarrollos Multifamiliares), la figura N°1 (cuadro) presenta la distribución de este equipo de trabajo:

Figura N°1 Estructura equipo Eje Pedagógico

Rol	Actividades	Cantidad
Coordinador	Eje Pedagógico	1
Promotores	Actividades pedagógicas: a pie de calle", Talleres 4R, Talleres de aprovechamiento de residuos.	40
Promotores	Acompañamiento Técnico Grandes generadores de Residuos sólidos (Establecimientos comerciales o Desarrollos Multifamiliares)	10
TOTAL		**50**

a. Actividades educativas – "A pie de Calle"

La programación de las actividades se llevó a cabo conforme a las necesidades identificadas por la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP y dando alcance al contrato celebrado entre las partes. El equipo de Promotores se distribuyó en diferentes sectores de la ciudad de Santiago de Cali. En dichos puntos, abordaron a la ciudadanía generando diálogos alrededor de la temática del Manejo adecuado de residuos, propiciando el intercambio de opiniones, invitando a participar en el cambio de la ciudad, a partir de pequeñas acciones que se pueden realizar a nivel individual, de familia, comunidad o

barrio, comuna que indudablemente redundara en grandes transformaciones para la ciudad.

La figura N°2 (cuadro) relaciona la ejecución correspondiente a los meses de Julio, agosto, septiembre y octubre de 2024, en el que se evidencia que hasta el 23 de octubre se realizaron 522 actividades educativas en 156 sectores / barrios que han sido intervenidos, es importante tener en cuenta que para algunos meses se repiten barrios dada la necesidad de fortalecer las actividades educativas en sitios que han sido priorizados.

Figura N°2 Actividades educativas desarrolladas a la fecha

MES	No. Actividades Educativas	BARRIOS/ SECTORES
JULIO	72	29
AGOSTO	160	66
SEPTIEMBRE	159	78
OCTUBRE	131	70
TOTAL	522	156

Fuente: Autores, octubre 2024

Durante este periodo se continuó aplicando la metodología establecida en relación con la estrategia educativa "A pie de calle"; haciendo uso del mismo guion y formato de Encuesta de Satisfacción para la interacción entre promotores y ciudadanía en cada escenario de intervención, que facilitara la dinamización del mensaje ambiental asociado al manejo adecuado de los residuos sólidos y uso del espacio público.

El levantamiento de los registros se aseguró manteniendo el formato físico establecido para el proyecto, documento que fue revisado y avalado previamente por la supervisión del contrato. En este documento, los Promotores del Eje pedagógico registraron datos personales de la ciudadanía abordada en cada caso, a quienes se les socializó la información relacionada con el proyecto,

la importancia de conservar libre de residuos sólidos el Espacio Público, así mismo se compartió información relevante relacionada con la COP16.

La figura N°3 (cuadro) relaciona la cantidad de registros tomados por este equipo de trabajo (Eje Pedagógico) y resume el valor (promedio) de las respuestas que la ciudadanía brindó en relación con la encuesta de satisfacción (ES), clarificando que la encuesta mencionada plantea preguntas de dos tipos: a) relacionado con las características de la información dinamizada y calidad en la socialización por parte del promotor y b) Percepción del ciudadano en relación con el sentido de apropiación del espacio público de dicha zona (área encuestada).

Preguntas incluidas en las Encuestas de Satisfacción – Eje pedagógico

CRITERIOS DE EVALUACIÓN **1.** MALO. **2.** REGULAR. **3.** BUENO. **4.** EXCELENTE			
INFORMACIÓN BRINDADA ES ÚTIL PARA SENSIBILIZAR Y EDUCAR	INFORMACIÓN FUE CLARA, PRECISA Y PERTINENTE	TRATO FUE AMABLE Y RESPETUOSO	SENTIDO DE APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO POR PARTE DE LA COMUNIDAD DEL SECTOR

Figura N°3 Encuestas de Satisfacción registradas por el Equipo de Promotores del Eje Pedagógico – octubre 2024

EJE PEDAGOGICO					
Grupo	**Total**	**Promedio Respuesta #1**	**Promedio Respuesta #2**	**Promedio Respuesta #3**	**Promedio Respuesta #4**
Eje Pedagógico	16246	3,997	3,997	3,996	2,502

Fuente: Autores, OCTUBRE 2024

Las figura N°4 (cuadro) presenta la comparación entre los registros promedio obtenidos hasta Octubre (2024) en relación con la calificación de las encuestas de satisfacción a cargo de los promotores del Eje Pedagógico.

Figura N°4 Valores promedios mensuales correspondientes a las respuestas de la ciudadanía a la Encuesta de Satisfacción (ES).

EJE PEDAGOGICO						
Mes	**Total**	**Promedio Respuesta #1**	**Promedio Respuesta #2**	**Promedio Respuesta #3**	**Promedio Respuestas # 1 - 3**	**Promedio Respuesta #4**
Julio	9108	3,961	3,966	3,953	3,960	3,136
Agosto	22274	3,982	3,986	3,933	3,967	2,453
Septiembre	18039	3,997	3,995	3,943	3,978	2,414
Octubre	16246	3,997	3,997	3,996	3,997	2,502
Sumatoria/ promedio	65667	3,987	3,988	3,955	3,977	2,549

Fuente: Autores, octubre 2024

En relación con los resultados de la calificación orientada al trabajo realizado por el Promotor, en la Figura N°4 se ilustra un valor promedio superior 3,997 (siendo 4 el máximo valor). En relación con la percepción que la ciudadanía tiene respecto al *Sentido de apropiación del espacio público en el mes de octubre por parte de la comunidad del sector*, se evidencia un valor (promedio) inferior a 2,502 calificado por *Regular*. Los registros promedio obtenidos en cada mes, ilustran poca diferencia, no obstante, el valor promedio presenta una tendencia a la reducción, situación que puede estar relacionada con el reconocimiento de parte de la ciudadanía respecto a las causas de fondo que originan el alto impacto que muchas zonas de la ciudad han venido presentando en los últimos años.

En relación con la calificación de 1, asignado a la pregunta Sentido de Apropiación por parte de la comunidad, el análisis permitió identificar que

una fracción (1941) de la población encuestada a la fecha, consideró que en su sector *el sentido de apropiación del espacio público es malo.* En la figura N°5 (cuadro) incluida a continuación se detallan los 64 barrios donde se obtuvo el mayor número de encuestas con baja calificación para la pregunta 4, aclarando que en su totalidad corresponden al 6.50% de la población a quienes se les ha realizado la socialización hasta el 23 de octubre de 2024.

Figura N°5 Sitios donde la Ciudadanía considero como "Malo" el Sentido de apropiación de Espacios públicos. octubre 2024

Fuente: Autores, octubre 2024

#	Sitios que calificaron con el menor valor la pregunta: Sentido de apropiación EP	# Registros con valoración 1	#	Sitios que calificaron con el menor valor la pregunta: Sentido de apropiación EP	# Registros con valoración 1
1	Chipichape Cali, COMUNA2	254	33	El Jardín Cali	15
2	Ulpiano Lloreda Cali, COMUNA13	167	34	San Luis II Cali, COMUNA6	15
3	Obrero Cali, COMUNA9	136	35	U. D. A. Galindo Plaza Toros Cali, COMUNA19	14
4	San Pedro Cali COMUNA 3	103	36	Urbanización San Joaquín Cali, COMUNA17	14
5	Prados del Norte Cali, COMUNA2	76	37	El Piloto Cali, COMUNA3	13
6	Urbanización Ciudad Jardín Cali, COMUNA22	75	38	Manuela Beltrán Cali, COMUNA14	13

7	Mariano Ramos Cali, COMUNA16	72	39	El Refugio Cali, COMUNA19	12
8	Alfonso Bonilla Aragón Cali, COMUNA14	60	40	La Hacienda Cali, COMUNA17, El Gran Limonar - Cateya Cali, COMUNA17	12
9	Urbanización Calimico Cali, COMUNA6	60	41	San Cayetano Cali, COMUNA3	12
10	Lleras Restrepo Cali, COMUNA13	55	42	Calipso Cali, COMUNA13	11
11	Centenario Cali, COMUNA2	54	43	Las Ceibas Cali, COMUNA7	11
12	El Cortijo Cali, COMUNA20	49	44	Cuarto de Legua - Guadalupe Cali, COMUNA19	10
13	Terron Colorado Cali, COMUNA1	48	45	La Flora Cali, COMUNA2	9
14	Ciudad Talanga Cali, COMUNA21	46	46	Paseo de Los Almendros Cali, COMUNA5	9
15	Brisas de Los Álamos Cali, COMUNA2	35	47	San Fernando Nuevo Cali, COMUNA19	9
16	Marroquín II Cali, COMUNA14	34	48	Calimico Decepas Cali, COMUNA21	8

17	Granada Cali, COMUNA2	31	49	Normandía Cali, COMUNA2	8
18	Alfonso López I Cali, COMUNA7	28	50	Alfonso Bonilla Aragón Cali, COMUNA14, José Manuel Marroquín I Cali, COMUNA14	7
19	El Bosque Cali, COMUNA2	28	51	Compartir Cali, COMUNA21	7
20	Flora Industrial Cali, COMUNA4	28	52	Marroquín III Cali, COMUNA13	7
21	El Poblado II Cali, COMUNA13	26	53	El Limonar Cali, COMUNA17	5
22	Unidad Residencial Santiago de Cali, COMUNA19	24	54	Juanambú Cali, COMUNA2	5
23	NUEVA TEQUEDAMA CALI, COMUNA 19	23	55	Sector Patio Bonito Cali, COMUNA1	4
24	Pete cuy II Cali, COMUNA6	23	56	Calima Cali, COMUNA4	3
25	Alto Nápoles Cali, COMUNA18	22	57	Ciudad Los Álamos Cali, COMUNA2	3
26	Ciudad Universitaria Cali, COMUNA17	22	58	Primitivo Crespo Cali, COMUNA8	3

27	Flora Industrial Cali, COMUNA4, Olaya Herrera Cali, COMUNA4	22	59	San Fernando Nuevo Cali, COMUNA19, San Fernando Viejo Cali, COMUNA19	3
28	Lleras Camargo Cali, COMUNA20	21	60	Las Ceibas Cali, COMUNA7, Chipichape Cali, COMUNA2	2
29	El Peñón Cali, COMUNA3	19	61	Urbanización Tequendama Cali, COMUNA19	2
30	El Ingenio Cali, COMUNA17	18	62	Granada Cali, COMUNA2, Juanambú Cali, COMUNA2	1
31	Marroquín I Cali, COMUNA14	18	63	La Hacienda Cali, COMUNA17	1
32	Doce de Octubre Cali, COMUNA12	15	64	Lourdes Cali, COMUNA18	1
Total: 64 sitios / 1941 Registros / 6,50% de la población socializada					

Fuente: Autores, octubre 2024

Sitio con más registros fue chipichape, comuna 2 con 254 registros de menor puntuación y los sitios con menos registros (uno cada uno) La Hacienda, comuna 17, Lourdes, comuna18 y Granada comuna 2.

Esta información puede ser complementado con diagnostico actualizado que presenta la UAESP con el objetivo de validar la existencia de áreas que requieran intervención y sobre este análisis gestionar el involucramiento de los diferentes actores que inciden puedan aportar con soluciones, mejorando las condiciones de limpieza y buen estado del espacio público de la ciudad de Cali y en

consecuencia, de los procesos sociales orientados a la apropiación que la ciudadanía desarrolle alrededor de estas experiencias participativas.

b. Talleres de Aprovechamiento de Residuos

Durante el mes de octubre se dio continuidad al desarrollo de Talleres de Aprovechamiento de residuos, llevados a cabo con población de instituciones educativas (inicialmente). La figura N°7 (cuadro) detalla las actividades realizadas a la fecha, relacionando las instituciones educativas que se han beneficiado con dicha intervención. Es importante tener en cuenta que estas acciones de educación están siendo requeridas por la comunidad de otras comunas diferentes al alcance inicialmente establecido en el Contrato.

Figura N°7 Talleres de Aprovechamiento de residuos llevados a cabo. octubre 2024

FECHA	ENTIDAD	DIRECCIÓN / BARRIO	TEMA	KILOS DE RESIDUOS ORGANICOS REUTILIZADOS
10/5/2024	JUNTA DE ACCION COMUNAL COMUNA 1	CLL 14 OESTE #11 A 42 AV 4 A OESTE CON CLL 16 OESTE	Elaboración de jabón	1litro aceite 198 soda caustica 321ml agua
10/5/2024	JUNTA DE ACCION COMUNAL (ALTO DE LA LUISA)	CRA 89 #2 O -16	Elaboración de jabón	1litro aceite 198 soda caustica 321ml agua
10/9/2024	INSTITUCIÓN EDUCATIVA FRANCISCO JOSÉ LLOREDA MERA (SEDE CENTRAL)	(SEDE CENTRAL) KM 14 VÍA LA MAR CORREGIMIENTO EL SALADITO.	Elaboración de compost	6 kilos de residuo orgánicos
10/16/2024	INSTITUCION EDUCATIVA LLANO VERDE	CALLE 123#26M3-01	Elaboración de Eco Escobas	

				Se elaboraron 2 ECO escobas a través de 5 botellas plásticas
10/21/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de jabón	2 litro aceite 198 soda caustica 321ml agua
10/21/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de Eco Escobas	10 Botellas Plásticas
10/22/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de jabón	2 litro aceite 198 soda caustica 321ml agua
10/22/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de Eco Escobas	10 Botellas Plásticas
10/23/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de jabón	2 litro aceite 198 soda caustica 321ml agua
10/23/2024	CENTRO COMERCIAL PACIFIC CENTER	CALLE 36 NORTE # 6 A - 65	Elaboración de Eco Escobas	10 Botellas Plásticas

Fuente: Autores, octubre 2024

c. Sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos – Acompañamiento Técnico - Establecimientos comerciales generadores de residuos.

Considerando los antecedentes y el Diagnostico de ciudad elaborado por la Unidad Administrativa Espacial de Servicios Públicos (UAESP), y en con concordancia con lo establecido en el Decreto 0985/2021 mediante el cual se adopta y actualiza el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos, mediante equipo de talento humano del Proyecto Promotores Mi Cali bella, se viene prestando acompañamiento técnico a los grandes generadores de residuos sólidos, correspondientes a establecimientos comerciales.

Estas actividades se realizan con el objetivo es sensibilizar a los propietarios de dichos establecimientos comerciales, en relación con el manejo adecuado de los residuos que su actividad económica genera. Complementario a la sensibilización que reciben los propietarios y/o administradores de parte del equipo de promotores, en el alcance de la intervención está incluido la elaboración de diagnóstico que permite al usuario identificar brechas, el nivel de cumplimiento, así como las oportunidades de mejora, de cara a los requisitos legales establecidos en ellos manuales adoptados por el Decreto mencionado. Estas acciones además de orientar a la población hacia el cumplimiento Legal, tiene como propósito que el responsable de la actividad económica identifique estrategias para la reducción de residuos, del mismo modo disminuya la afectación derivada del Manejo inadecuado que ocasionalmente se presenta en sitios que han sido identificados por la UAESP, como críticos o prioritarios.

El acompañamiento técnico se ha venido realizando bajo los lineamientos y estándares metodológicos que presenta la UAESP para estas intervenciones. En la figura N°8 se relaciona los barrios a donde ha llegado la Estrategia con el desarrollo de las intervenciones que componen el Acompañamiento técnico a cargo de los Promotores Mi Cali Bella, actividades ejecutadas con cierre al 23 de octubre (2024).

Figura N°8 Acompañamiento Técnico en Establecimientos comerciales.

Establecimientos comerciales			
Mes	**Sector**	**#**	**%**
Octubre	SECTOR GRANADA	8	30%
	SECTOR CIUDAD JARDÍN - GASTRONOMICO	7	26%
	SECTOR EL PEÑON - GASTRONOMICO, HOTELERO Y TURISITICO	7	26%
	SECTOR LOMA DE LA CRUZ	2	7%
	SECTOR SAN ANTONIO	2	7%
	SECTOR PARQUE DEL PERRO Y ALREDEDORES	1	4%
TOTAL		**27**	**100%**

Fuente: Autores, octubre 2024

De acuerdo con la figura N°8, se ilustra que se realizó acompañamiento técnico en seis (6) sectores para un total de 27 actividades llevadas a cabo en Establecimientos comerciales generadores de residuos sólidos, durante el mes de octubre. El mayor número de actividades se concentró en el Sector GRANADA con 30% de participación y la menor Participación fue en el sector parque del perro y alrededores con solo el 4% de Acompañamientos Técnicos.

Figura N°9 Acompañamientos técnicos realizados a Establecimientos comerciales - Grandes generadores de residuos sólidos.



Fuente: Autores, octubre 2024.

d. Sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos – Acompañamiento Técnico – Unidades Multifamiliares

Teniendo en cuenta el incremento de la generación de residuos derivado del crecimiento poblacional, el desarrollo urbanístico, así como los procesos de expansión y densificación de la vivienda en la ciudad de Cali, al igual que los diagnósticos elaborados por la UAESP; el proyecto Promotores Mi Cali Bella incluye intervenciones que contribuyen a la implementación del Manual del Sistema de Gestión integral de residuos sólidos en desarrollos multifamiliares, que desde el marco normativo está a cargo de las personas jurídicas responsables de la administración de dichos establecimientos. No obstante, lo anterior, como parte del proyecto, se presta acompañamiento técnico a este grupo poblacional, orientando acciones al cumplimiento normativo y fundamentalmente mejorando el manejo de los residuos que se generan en estos usuarios y que ocasionalmente han presentado impacto negativo en el uso del espacio público.

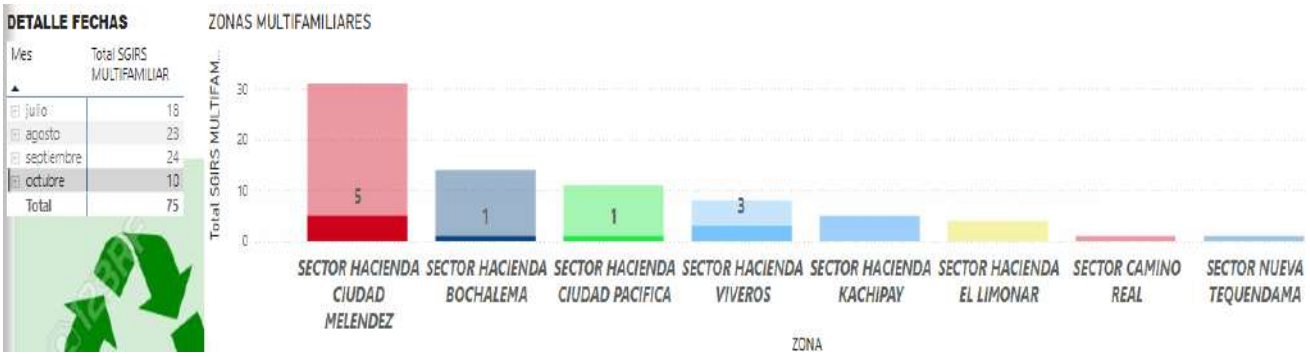
Figura N°10 Acompañamientos técnicos realizados a Multifamiliares - Grandes generadores de residuos sólidos.

Multifamiliares			
Mes	**Sector**	**#**	**%**
Octubre	SECTOR HACIENDA CIUDAD MELENDEZ	5	50%

	SECTOR HACIENDA VIVEROS	3	30%
	SECTOR HACIENDA CIUDAD PACIFICA	1	10%
	SECTOR HACIENDA BOCHALEMA	1	10%
TOTAL		**10**	**100%**

Para el mes de octubre se realizaron 10 acompañamientos técnicos, interviniendo 4 sectores y el mayor número de acompañamientos se llevó a cabo en el sector de Ciudad Meléndez con el 50% de acompañamientos técnicos a unidades multifamiliares

Figura N°11 Acompañamientos técnicos realizados a Desarrollos Multifamiliares - Grandes generadores de residuos sólidos.



Fuente: Autores, octubre 2024.

Los anexos de los detalles, bitácoras, listados actas, se incluyen en el informe de gestión N°5 correspondiente al periodo comprendido entre el 1 y 23 de octubre de 2024

2.2.1.2. EJE CUIDADORES DEL ESPACIO PUBLICO

Se empleó formato físico que previamente contó con la revisión y aval de la Supervisión del contrato. En este documento, los Promotores Cuidadores del Espacio Público registraron datos personales de la ciudadanía a quien se les brindó la información relacionada con el proyecto, la importancia de conservar el Espacio Público libre de residuos sólidos y en General aspectos relevantes de la COP16 que se llevará a cabo en Cali en octubre de 2024.

La figura N°12 relaciona la cantidad de encuestas de satisfacción diligenciadas en las zonas de trabajo que se han abierto hasta el 23 octubre (2024), siendo importante indicar que no todas las personas a quien se socializa el proyecto acceden a facilitar la información para el registro de la Encuesta de satisfacción.

Figura N°12 Zonas intervenidas con actividades de Cuidado del Espacio Público, Información, pedagogía. Octubre 2024

ZONAS INTERVENIDAS CON ACTIVIDADES PEDAGOGICAS Y DE CUIDADO DEL ESPACIO PUBLICO PROMOTORES DEL CUIDADO DEL ESPACIO PÚBLICO			
N°		**ZONA**	**Cantidad (ES)**
1	**GRUPO1**	**SECTOR GRANADA - GASTRONOMICO, HOTELERO Y TURISITICO** Avenida 8 hasta avenida 9a entre calle 9 norte hasta calle 21 norte	1692
2		**SECTOR CENTRO ADMINISTRATIVO MUNICIPAL – CAM**	1503

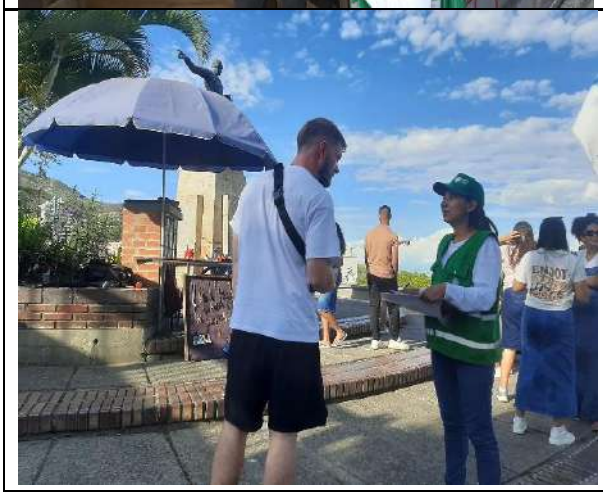
3		**CORREDOR RIO CALI** (Gato de Tejada, Casa Obeso, sendero ecológico, Zoológico de Cali, Jardín botánico, Hotel Obelisco, Hotel Intercontinental	2682
4		**FUENTE MIAMI** En particular el triángulo de la avenida 4 con calle 14	181
5		**"MONUMENTO SEBASTIÁN DE BELALCAZAR** CARRERA 2A CON CALLE 5 OESTE "	56
6		**ENTRADA A CALI POR VÍA AL MAR - MONUMENTO MARIA MULATA** AVENIDA 4 OESTE ENTRE CALLE 5 OESTE Y CALLE 7 OESTE	241
7	**Grupo 2 OESTE**	**SECTOR SAN ANTONIO - GASTRONOMICO, HOTELERO Y TURISITICO** CALLE 1 A LA CALLE 6 OESTE ENTRE CARRERA 4 A LA CARRERA 10	1013
8		**SECTOR EL PEÑON - GASTRONOMICO, HOTELERO Y TURISITICO** AVENIDA 4 OESTE HASTA CARRERA 4 OESTE ENTRE CALLE 5 A LA CALLE 5 OESTE	848
9		**SECTOR PARQUE DEL PERRO Y ALREDEDORES** DESDE LA CARRERA 25 A LA CARRERA 35 ENTRE LA CALLE 5 HASTA LA CALLE 4 OESTE	567
10	**Grupo3 NORTE**	**TERMINAL DE TRANSPORTE CALI** CALLE 25 PASANDO POR AVENIDA 2E Y AVENIDA 4 HASTA LA CALLE 33 NORTE ENTRE CALLE 30 NORTE A LA AVENIDA 3	379
11		**CORREDOR AVENIDA 6** DESDE LA CALLE 12 HASTA LA CALLE 30 Y REGRESO AVENIDA 6A ENTRE CALLE 30 A LA CALLE 18 INLCUYE FUENTE DE LAS TORTUGAS	2533
12		**CORREDOR RIO CALI NORTE - AVENIDA 2 NORTE** CORREDOR RIO CALI - AVENIDA 2 DESDE LA CALLE 18 NORTE TORRE DE CALI HASTA LA CALLE 25 NORTE CLINICA DE LOS REMEDIOS)	1143

13	**Grupo5 SUR**	**CORREDOR CARRERA 66 - ZONA GASTRONOMICA** CARRERA 66 DESDE LA CALLE 9 HASTA LA CALLE 13	1258
14	**Grupo6 SUR**	**COMPLEJO CAÑAVERALEJO** (incluye áreas públicas estaciones MÍO y MIO cable, calle 5 peatonal, Centro comercial, Cromocentro, Mall plaza y plaza de Toros)	97
15	**Grupo 7 CENTRO**	**CENTRO CULTURAL DE CALI** DESDE LA CALLE 5 A LA CALLE 13 ENTRE CARRERA 1 A LA CARRERA 10 - INCLUYE PLAZA CAYCEDO	5367
16		**BOULEVAR RIO CALI** CARRERA 1 ENTRE CALLE 5 A LA CALLE 13 IGLESIA LA ERMITA	1896
17		**CORREDOR CARRERA 10** CARRERA 10 ENTRE LA CALLE 5 HASTA LA CARRERA 25 (ANDENES Y SEPARADOR CON AFECTACIÓN POR RESIDUOS)	822
18		**PLAZOLETA SAN FRANCISCO**	101
19		**SECTOR PLAZA DE MERCADO ALAMEDA E IGLESIA LA MILAGROSA**	492
18		**CORREDOR CARRERA 15** CARRERA DESDE LA CALLE 15 (PLAZOLETA EL BORRACHO) HASTA LA CALLE 33A (ANDENES Y SEPARADOR CON AFECTACIÓN POR RESIDUOS)	2658
TOTAL			**25529**

REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS









PBX: (572) 661 4040

Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia













PBX: (572) 661 4040

Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia






3 oct 2024 8:39:25 a. m.
110° E
Altitud:1010.6m
Velocidad:0.0km/h
cra 15 Con Calle 21/22
Número de índice: 255


3 oct 2024 12:42:07 p. m.
15:30 Calle 16
Cali
Valle del Cauca


3/10/2024 8:29:35 a. m.
19-01 Carrera 15
Cali
Valle del Cauca


3 oct. 2024 10:25:44 a.
Altitud:1023.0
Velocidad:0.0km/
Número de índice:






En relación con las encuestas de satisfacción, estas se diligencian posterior al momento de socialización y/o intervención que los promotores realizan a la ciudadanía, comerciantes, y población en general, que coinciden sobre las áreas de trabajo asignadas. A la fecha ha sido posible intervenir los siete (7) grupos que contempla la estrategia y en relación con las zonas de trabajo, se han intervenido 31 de las 40 zonas identificadas en la planeación general, con un porcentaje de avance equivalente a 77%.

Preguntas incluidas en las Encuestas de Satisfacción – Eje Cuidado del Espacio Publico

Además de información del encuestado, el formato de Encuesta de Satisfacción, incluye preguntas de dos tipos: a) relacionado con las características de información dinamizada y calidad en la socialización por parte del promotor y b) Percepción del ciudadano en relación con *los*

Cambios positivos en la transformación de los espacios de la ciudad como se ilustra a continuación:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN **1.** MALO. **2.** REGULAR. **3.** BUENO. **4.** EXCELENTE			
CUMPLE CON SU EXPECTATIVA LA INFORMACIÓN BRINDADA	LA INFORMACIÓN FUE CLARA, PRECISA Y PERTINENTE	EL TRATO FUE AMABLE Y RESPETUOSO	VE CAMBIOS POSITIVOS EN LA TRANSFORMACIÓN DE LOS ESPCIOS DE LA CIUDAD

La figura N°13 (Cuadro) relaciona el número de Encuestas de satisfacción llevadas a cabo en cada Grupo durante los meses de julio, agosto, septiembre y octubre de 2024. Para el caso del Grupo 7 que corresponde a las áreas de Cuidado de espacio público que se superponen sobre la zona Centro de la ciudad de Cali, dado que esta sección además de la complejidad social, presenta una relevante presión ambiental ocasionada por el manejo inadecuado de residuos, dicho sector está distribuido en tres (3) subáreas:

7.1: Comprende los cuadrantes correspondientes al Centro Histórico, Bulevar del Rio Cali.

7.2: Comprende los cuadrantes correspondientes al Corredor de la Carrera 10, Corredor de las calles 25-26 y Plazoleta de San Francisco

7.3: Comprende los cuadrantes correspondientes al corredor de la Carrera 15 Desde la calle 15 (plazoleta *El borracho*) hasta la calle 33A (andenes y separador con afectación por residuos) y Sector Plaza de mercado Alameda e Iglesia la Milagrosa.

Figura N°13 Encuestas de Satisfacción llevadas a cabo en las zonas de cuidado y pedagogía del espacio público. octubre 2024.

EJE CUIDADORES									
GRUPOS	JULIO	%	AGOSTO	%	SEPTIEMBRE	%	OCTUBRE	%	TOTAL
Grupo 1: Oeste	3778	18,85%	4896	13,84%	8292	26%	6355	24,89%	23321
Grupo 2: Oeste	2755	13,75%	2646	7,48%	2510	8%	2428	9,51%	10339
Grupo 3: Norte	2675	13,35%	1080	3,05%	3203	10%	4055	15,88%	11013
Grupo 4: Nor Oriente	1369	6,83%	2507	7,09%	2341	7%	N.A	N.A	6217
Grupo 5: Sur	758	3,78%	2463	6,96%	1730	5%	1258	4,93%	6209
Grupo 6: Sur	N. A	N. A	674	1,91%	106	0,30%	97	0,38%	877
Grupo 7.1: Centro	3459	17,26%	6144	17,37%	6874	22%	7263	28,45%	23740
Grupo 7.2: Centro	1895	9,45%	2176	6,15%	1413	4%	923	3,62%	6407
Grupo 7.3: Centro	3354	16,73%	6412	18,13%	5228	16%	3150	12,34%	18144
Festival Musical Petronio Álvarez	N. A	N. A	6879	18,00%	N. A	N. A	N. A	N. A	6879
	20.043	**100%**	**35877**	**100%**	**31697**	**100%**	**25529**	**100%**	**113146**

Fuente: Autores, octubre 2024

De acuerdo con la información relacionada en la figura N°14, El Grupo 6: Sur tuvo la menor cantidad de encuestas, representando menos del 1% del total. El Grupo 7.1 Centro fue el que más encuestas realizó en octubre, seguido por el Grupo 1 Oeste. La participación en estos dos grupos destaca significativamente en comparación con los otros grupos. Esta respuesta puede estar asociada con la alta afluencia y tránsito de comunidad, que se presenta en las zonas y cuadrantes que compone este grupo, donde ha sido importante la oportunidad de socializar con un número significativo de ciudadanos, el objetivo del proyecto, en lo fundamental el manejo adecuado de los residuos y el buen uso del espacio público.

En relación con los resultados presentados en la figura N°14, la calificación asignada a la actividad de educación a cargo del promotor, (en promedio) se mantuvo en el rango de *Bueno y Excelente*; Los resultados promedios indican que 9 grupos presentaron una calificación igual o superior 3,933.

En el mismo cuadro (figura N°14) se resume la calificación que la ciudadanía otorgó en relación con su percepción frente a los *Cambios positivos en la transformación de los espacios de la ciudad (*respuesta a la pregunta #4), siendo

posible conocer que, de acuerdo con los registros tomados, esta calificación oscila entre *Regular y Buena*. Con tendencia marcada a la categoría Buena. Los grupos que mejor calificación otorgaron a esta pregunta, correspondió al Grupo 6 Oeste y el grupo que registro menor calificación correspondió a la población socializada y encuestada en el Grupo 3 Norte, con un promedio de 3,122 equivalente a Bueno.

Figura 14. Encuestas de Satisfacción realizadas por los Promotores del Eje Cuidado del Espacio Publico

GRUPOS	# ES	PREGUNT #1	PREGUNT #2	PREGUNT #3	PROMEDIO PREGUNTAS 1- 3	PREGUNT #4
Grupo 1: Oeste	6355	3,985	3,998	3,997	3,994	3,718
Grupo 2: Oeste	2428	3,934	3,932	3,933	3,933	3,467
Grupo 3: Norte	4055	3,947	3,958	3,930	3,945	3,122
Grupo 4: Nor Oriente	N.A	3,988	3,986	3,981	3,985	3,222
Grupo 5: Sur	1258	3,978	3,999	3,967	3,981	3,636
Grupo 6: Sur	97	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Grupo 7.1 Centro	7263	3,998	3,998	3,998	3,998	3,163
Grupo 7.2 Centro	923	3,908	3,933	3,991	3,944	3,375
Grupo 7.3 Centro	3150	3,970	3,970	3,969	3,970	3,444
TOTAL	**25529**	**3,968**	**3.975**	**3,974**	**3,972**	**3,461**

Fuente: Autores, octubre 2024

Los anexos de los detalles, bitácoras, listados actas, se incluyen en el informe de gestión.

Con el Eje cuidadores, se ha logrado desarrollar acciones de cuidado del espacio público, información y pedagogía en 8 comunas (2,3,8,9,10,17,19,20) a

través de los promotores quienes realizan intervenciones en los diferentes zonas y cuadrantes identificados como prioritarios para el cuidado del Espacio Público.

Los anexos de los detalles, bitácoras, listados actas, se incluyen en el informe de gestión.

Dotación. Se continuó con la entrega de dotaciones a 42 promotores nuevos, quienes entran a reemplazar a promotores que renunciaron por motivos personales y a promotores que se les canceló el contrato por su bajo rendimiento, esto ha generado un gasto operativo elevado y gasto adicional de dotación; también se entregaron radios, tulas y tablas de apoyo para diligenciamiento en campo, elementos para promotores. (Los soportes correspondientes a la entrega, se adjuntan Informe de gestión). Del mismo modo se hizo entrega de Elementos de protección personal como guantes, gafas de seguridad, tapabocas, cuyos verificadores de entrega y recibo también fueron anexados a la carpeta de Dotación. Los anexos de los detalles y Actas se incluyen en el informe de gestión.



Comunicaciones. Se continuó con la entrega del plan de comunicaciones con la empresa EPCOM, el cual consta de un radio y una central, con funcionalidad en cualquier zona de la ciudad. Se continuó con el programa radial promotores,

donde se destaca la importancia del radio, manejo básico, procedimiento de comunicación, códigos y señales, disciplina, comportamiento y manejo de emergencias; lo anterior con el fin de hacer uso eficiente y seguro de los equipos. Se entregan 42 radios en este periodo. El cuadro incluido a continuación relaciona los temas desarrollados en el Programa Radial.



Figura 15. Programa Radial Promotores Mi Cali Bella – Octubre 2024

#	Agenda Programa Radial - Promotores mi Cali Bella	Responsable	Fecha	Hora
1	fuentes de generacion de Energia a nivel mundial y en Colombia	Luis Carlos Suárez	10/1/2024	8:30 AM
2			10/2/2024	
3			10/3/2024	
4			10/4/2024	
5			10/5/2024	
6			DOMINGO	
7			10/7/2024	
8			10/8/2024	
9	Uso eficiente de la energía eléctrica en los hogares	Juan David Escobar	10/9/2024	2:30 PM
10			10/10/2024	
11	Relación entre el cambio climático y los residuos sólidos	Daniel Victoria	10/11/2024	
12			10/12/2024	
13			DOMINGO	
14			10/14/2024	
15			10/15/2024	
16	Conferencia motivacional a promotores	Karen Quintero	10/16/2024	
17			10/17/2024	
18			10/18/2024	
19			10/19/2024	
20			DOMINGO	
21	Programación COP	Carol Ambuila	10/21/2024	
22			10/22/2024	
23			10/23/2024	

3. Realizar Campaña de Difusión, Sensibilización, Recuperación y Embellecimiento de las zonas identificadas como prioridad.

Se han desarrollado acciones para la sensibilización y recuperación de las zonas priorizadas, donde se ejecutan avances ante, durante y después de cada intervención, también se levanta información sobre indicadores de recuperación y de intervención los cuales son enviados a la UAESP para su estudio con evidencias de cada una de las actividades

3.1 Realizar actividades de socialización y educación ciudadana con el apoyo de medios digitales y material pop.

Durante el periodo de ejecución se realizaron campañas correspondientes, haciendo uso de medios y herramientas digitales, en las que se dio a conocer a la ciudadanía en general, las intervenciones desarrolladas en el proyecto.

Se viene desarrollando estrategias de comunicación digital para la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos Propuestas creativas de contenido y de relevancia para la audiencia, Producción de contenido audiovisual, edición del contenido audiovisual para su publicación en las redes sociales y otros escenarios digitales. Programación y publicación de los contenidos en las Distintas plataformas digitales.

En los contenidos digitales, se llevó a cabo la planeación estratégica de una agenda temática, asegurando el cumplimiento de las actividades programadas. Además, se realizó un cubrimiento en tiempo real de eventos relacionados con las labores de la Unidad de Servicios Públicos, y se publicaron actualizaciones en los distintos escenarios digitales.

RESUMEN DE ACTIVIDADES

Durante el período reportado, se llevaron a cabo las siguientes actividades clave: - Cubrimientos de eventos y actividades significativas. - Captura y documentación de fotos y videos. - Realización de entrevistas con participantes y validadores. - Ejecución de intervenciones para el embellecimiento de áreas públicas. A continuación, se detalla cada una de estas actividades y su impacto en el proyecto.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

El equipo desarrolló una serie de acciones con el propósito de sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia del manejo adecuado de los residuos sólidos y su impacto en los espacios públicos. A través de la documentación visual de cada etapa del proceso, se logró evidenciar de manera clara y accesible cómo las intervenciones contribuyen a la mejora del entorno urbano y a la reducción de los impactos negativos relacionados con la acumulación de residuos.

Se llevaron a cabo intervenciones directas en las que se realizaron actividades de barrido, lavado, desmoñe, siembra y pintura en áreas públicas, con el fin de promover un ambiente más limpio y ordenado. Las fotos y videos registrados durante el proceso permitieron ilustrar, paso a paso, cómo cada intervención contribuyó a mejorar el espacio y a mostrar de manera tangible los resultados de un manejo adecuado de los residuos.

A través de las plataformas digitales de la UAESP, se crearon publicaciones en Instagram para difundir el avance de las actividades y fomentar el compromiso ciudadano. Se compartieron historias en tiempo real que destacaron los momentos clave de cada intervención, además de un video resumen que recogió los puntos más significativos, resaltando el impacto de cada etapa en la comunidad. Las infografías diseñadas brindaron una visualización clara de los beneficios de un manejo adecuado de los residuos, permitiendo a los ciudadanos comprender fácilmente la relación entre las acciones realizadas y la mejora de su entorno.

Para reforzar la sensibilización, se integraron elementos sonoros en los videos y se diseñaron cortinillas y backing que aseguraron la coherencia visual y el fortalecimiento de la identidad de la campaña. Finalmente, se emplearon

técnicas de animación y edición para maximizar el atractivo del contenido, garantizando que los mensajes fueran accesibles, claros y motivadores, con el objetivo de movilizar a los ciudadanos hacia un cambio de comportamiento en el manejo de los residuos sólidos.

Actividades realizadas:

ENTREVISTAS: Grabación y transcripción de conversaciones con participantes, expertos o stakeholders para obtener sus perspectivas y comentarios.

FOTOS: Captura de imágenes que documentan eventos, actividades o aspectos destacados para su uso en informes y publicaciones.

VIDEOS: Grabación y edición de material audiovisual para mostrar el desarrollo y resultados de eventos o intervenciones.

PIEZAS GRÁFICAS: Creación de gráficos, infografías y otros elementos visuales para apoyar la comunicación y promoción.

RECAPS: Videos o resúmenes escritos que condensan los puntos clave y momentos destacados de un evento o actividad.

ANIMACIÓN: Desarrollo de contenido animado para explicar conceptos, promover eventos o hacer la comunicación más atractiva.

GUIONES: Redacción de textos que sirven de base para la creación de videos, presentaciones o anuncios, estructurando el mensaje a comunicar.

COPY´S: Creación de textos publicitarios y de comunicación para materiales impresos, digitales y promocionales.

CUBRIMIENTOS: Documentación y cobertura de eventos o actividades, incluyendo la captura de fotos y videos para su difusión.

PRESENTACIONES DIGITALES: Diseño y elaboración de presentaciones en formatos digitales para reuniones, conferencias o eventos.

MATERIAL DIGITAL: Creación de contenido digital diverso, incluyendo documentos, gráficos y recursos multimedia para diferentes plataformas.

STICKERS: Diseño y producción de adhesivos gráficos para promoción o decoración en diferentes formatos.

LOGOTIPOS: Diseño de emblemas o símbolos gráficos que representan una marca, proyecto o evento, proporcionando una identidad visual coherente.

BACKING: Creación de fondos musicales o sonoros que se utilizan para acompañar narraciones, presentaciones o anuncios, proporcionando soporte auditivo y mejorando la experiencia general.

MOSCA: Diseño de gráficos o elementos visuales que se colocan de manera persistente en los medios, como en las esquinas de las pantallas de televisión, para promover una marca o evento.

CORTINILLAS: Breves secuencias de vídeo o animaciones utilizadas para introducir o concluir segmentos en programas de televisión o radio, a menudo con fines de branding o transición.

KITS DE PRENSA: En el mes de octubre, se llevó a cabo diversas iniciativas orientadas a ampliar la visibilidad de las diferentes campañas y fortalecer la sensibilización ciudadana sobre el manejo adecuado de los residuos y la preservación del medio ambiente. Una de las actividades clave fue la creación de kits de prensa para diferentes medios de comunicación, con el objetivo de difundir información sobre las acciones realizadas y fomentar la participación activa de la comunidad en las iniciativas ambientales.

El objetivo principal de estos kits fue informar, visibilizar y sensibilizar a los medios sobre las diferentes actividades de Promotores, promoviendo así un mensaje de responsabilidad compartida en la protección del espacio público y la gestión sostenible de los recursos. La información contenida en estos kits fue diseñada para captar la atención de los medios masivos de comunicación y permitirles cubrir las campañas de manera efectiva, garantizando un amplio alcance en la difusión.

A través de estos materiales, se buscaba promover un cambio de actitud en la comunidad hacia prácticas más responsables en el manejo de los residuos y la conservación de los espacios públicos. Además, estos kits ayudaron a fortalecer las relaciones con los medios, asegurando que las

actividades de la UAESP fueran cubiertas de manera efectiva y tuvieran un mayor impacto en la audiencia.

El contenido de los kits de prensa incluyó los siguientes elementos clave:

BOLETÍN DE PRENSA: Un documento detallado que proporcionó una visión completa de las actividades realizadas de promotores, incluyendo las metas alcanzadas y los objetivos. Este boletín fue diseñado para facilitar a los periodistas la información necesaria para desarrollar notas y reportajes informativos.

FOTOGRAFÍAS: Imágenes de alta calidad que capturaron momentos importantes de las actividades realizadas en el mes de octubre, como intervenciones en espacios públicos, eventos de limpieza y la participación de la comunidad. Estas fotografías fueron seleccionadas para ilustrar el impacto visual de las campañas y resaltar el trabajo de Promotores.

VIDEOS: Material audiovisual que documentó en detalle las actividades y el impacto de las iniciativas. Los videos incluyeron entrevistas, testimonios de los participantes y registros de las acciones en tiempo real, lo que permitió mostrar de manera dinámica y atractiva el trabajo de los Promotores.

MIXER DE VIDEOS: Para complementar los videos, se crearon mixers de video, que integraron diferentes clips y elementos visuales, con el objetivo de reforzar el mensaje y hacerlo más atractivo para los medios y la audiencia.

Registro de actividades y documentación de las intervenciones

REGISTRO (FOTOS Y VIDEOS)

Fecha: 02/10/2024
Ubicación: Lanzamiento de la estrategia "Cali, Ciudad Circular"




Fecha: 15/10/2024 Ubicación: Boulevard del Río
Registro de fotos y videos con el eje cuidadores: Explicando su labor y hablando sobre suimportancia en la COP16

Registros:




En esta actividad, se registraron fotografías y videos con los promotores del eje del cuidado del espacio público, con el propósito de documentar el impacto positivo que su labor ha tenido en la comunidad, especialmente en la perspectiva de los comerciantes ubicados en la Carrera 10 con Calle 18. El equipo de trabajo acompañó a los promotores en sus actividades diarias, capturando imágenes y grabando entrevistas donde ellos mismos explicaron cómo sus intervenciones han transformado el entorno y mejorado las percepciones de los comerciantes sobre el manejo y cuidado del espacio público.

El video producido se centró en los testimonios de los promotores y comerciantes, quienes destacaron el trabajo conjunto realizado para mantener el área limpia, ordenada y visualmente atractiva, resaltando el cambio positivo que se ha generado en la percepción del comercio local respecto al impacto de la limpieza y el embellecimiento del espacio. En estos testimonios, los promotores compartieron cómo su labor ha contribuido no solo a mejorar la apariencia de la zona, sino también a generar una mayor conciencia sobre la importancia del cuidado del entorno, promoviendo la colaboración entre comerciantes, residentes y el programa Mi Cali Bella.

Este material visual tiene como objetivo resaltar el efecto transformador del trabajo de los promotores en la comunidad, demostrando cómo una acción constante de cuidado del espacio público puede generar un impacto directo en la calidad de vida de los habitantes y en la revitalización de las zonas comerciales. Además, se subraya la importancia de la labor de los promotores en el desarrollo local, creando un sentido de pertenencia y responsabilidad en los ciudadanos hacia el cuidado de sus entornos.





Fecha: 25/10/2024

Ubicación: Boulevard del Oriente (COP16)Registros:





Fecha: 26/10/2024
Ubicación: Coliseo del Pueblo (Huellas Fest COP16)
Registros:





PBX: (572) 661 4040

Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

Fecha: 26/10/2024

Ubicación: Boulevard del Oriente (COP16)Registros:





PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

Fecha: 28/10/2024

Ubicación: Pacific Mall Center (COP16)Registros:





Publicaciones en redes de la UAESP:

REEL PROMOTORES CUIDADO DEL AGUA: 01/10/2024

Descripción: El equipo produjo un **reel** de concientización, cuyo objetivo principal fue sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del ahorro y cuidado del agua. En este video corto, los promotores del programa fueron los protagonistas, enviando mensajes directos y motivacionales a los ciudadanos para fomentar la responsabilidad colectiva en la conservación de este recurso vital.

El reel incluyó una serie de intervenciones de los promotores en las que destacaron prácticas cotidianas para el ahorro del agua, tales como el uso adecuado de grifos, la importancia de reparar fugas y la optimización del consumo en actividades. Además, los promotores compartieron datos clave sobre la escasez de agua y su impacto en la comunidad, con el fin de crear conciencia sobre los riesgos que implica el derroche y la falta de educación en el manejo responsable de este recurso.

El video fue diseñado de manera dinámica y accesible, empleando elementos visuales y sonoros que reforzaron el mensaje y aseguraron que la información llegara de forma clara a una audiencia amplia. La narrativa estuvo orientada a inspirar acciones concretas, apelando al compromiso de cada individuo para contribuir al cuidado del agua en su vida diaria.

Este material visual fue difundido a través de las plataformas digitales de la UAESP, principalmente en Instagram, donde se compartió como parte de una campaña educativa. Además, se aprovechó para generar interacción con la comunidad, invitándola a compartir sus propias prácticas de ahorro de agua y a utilizar el contenido como una herramienta para reforzar el mensaje entre sus familiares y amigos.

El objetivo final de esta actividad fue crear un mayor sentido de urgencia y responsabilidad social en cuanto al cuidado del agua, mostrando cómo pequeñas acciones pueden tener un gran impacto colectivo. A través de este REEL, se buscó no solo informar, sino también motivar a la ciudadanía a ser parte activa en la preservación de este recurso fundamental.



PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

REEL DIRECTOR CAMILO MURCIA (CALI CIUDAD CIRCULAR): 05/10/2024
Descripción: Director Camilo Murcia en la rueda de prensa de Cali, Ciudad, Circular.



REEL TENDENCIAS INTERVENCIONES: UNA CALI MÁS BELLA: 07/10/2024
Descripción: Reel tendencia sobre las diferentes intervenciones de los promotores.



COLLAGE: 07/10/2024
Descripción: ANTES Y DESPUÉS INTERVENCIÓN LOMA DE LA CRUZ



HISTORIA DE VIDA: 08/10/2024
Descripción: HISTORIA DE VIDA DEL PROMOTOR JHON JAIRO RANGEL:



REEL: 08/10/2024
Descripción: CONFERENCIA CALI CIUDAD CIRCULAR



REEL: 16/10/2024
Descripción: HISTORIA SANTIAGO ALEGRÍA (ARTISTA DEL MURAL DE LA CALLE 15 CON CRA1): Enfoque en la historia de un joven artista que pinto un mural por los Promotores Mi CaliBella.





REEL TENDENCIA: 17/10/2024
Descripción: CALI COMO YO NO HABRÁ NADIE QUE TE QUIERA



PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

REEL: 26/10/2024
Descripción: PROMOTORES EJE CUIDADORES DEL ESPACIO PÚBLICO



REEL: 28/10/2024
Descripción: CADA TAPA CUENTA (COP16)

El equipo llevó a cabo la grabación de un reel en el Bulevar del Oriente, en el marco de la COP16, para promover la campaña "Cada Tapa Cuenta". Esta iniciativa tiene como propósito recolectar tapas de envases plásticos mediante contenedores marcados con el logo de la campaña, los cuales fueron instalados en puntos estratégicos de la ciudad. Los contenedores están destinados exclusivamente para recibir estas tapas, con el fin de contribuir a la meta planteada por la Fundación Buenaventura Siembra Esperanza.

El mensaje central de la campaña es evitar que 4 millones de tapitas terminen contaminando los océanos. El reel grabado mostró la instalación de los contenedores en diversos puntos del Bulevar del Oriente, destacando la interacción de los ciudadanos con los puntos de recolección y generando conciencia sobre el impacto ambiental de los residuos plásticos. Además, se

incluyó información sobre cómo la campaña contribuye al esfuerzo global para reducir la contaminación de los océanos y promover prácticas más sostenibles.

El video tuvo el objetivo de involucrar a la comunidad en el proceso de recolección de tapas y fortalecer la educación ambiental a través de la participación activa. El material visual también fue difundido a través de las redes sociales de la UAESP, especialmente en Instagram, con el fin de generar mayor visibilidad y promover el compromiso de la ciudadanía con la causa.

A través de esta actividad, se buscó no solo contribuir al cumplimiento de la meta de la Fundación Buenaventura Siembra Esperanza, sino también sensibilizar a la población sobre la importancia de reducir los residuos plásticos y cuidar nuestros océanos, involucrando a la comunidad en una causa que tiene un impacto positivo tanto a nivel local como global.



Otras actividades comunicacionales:

Se trabajó en la producción de un guion y un video tipo spot para el canal Telepacífico, con contenido relacionado a la COP16. Este material buscó sensibilizar y educar a lacomunidad sobre la importancia de la conservación y el cuidado del medio ambiente, resaltando la labor de los 'Promotores Mi Cali Bella'.

Finalmente, para el informe solicitado por FORBES, se realizó una exhaustiva recopilación de fotografías, videos y entrevistas con el alcalde y el director, enfocándose en los promotores de losproyectos destacados. Este informe tiene

como objetivo resaltar los logros y esfuerzos de la administración local en la promoción del desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida en bregión.

Anexos

- **Documentos de soporte:**

Piezas gráficas: https://drive.google.com/drive/folders/1y1iKRvD7fUHlCIt1-BrDhoUT2wKqXDzj?usp=drive_link

Videos: https://drive.google.com/drive/folders/1CNdXiAGgbO1_ipE-x8YXOGic5Nnzap31?usp=drive_link

Publicaciones en medios de comunicación:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/12B3rqvlsVvT6cGZ_7WbGPXvqVpqqG0QOTZFyTyiEyFM/edit?usp=sharing

3.2 Realizar Intervención en las zonas priorizadas Zonas Cop 16.

Para el periodo de reporte se entregaron 17 puntos lavados, 6 puntos de apoyos y Cuadrilla Móvil a actividades de Recuperación y Embellecimiento de áreas de espacio público afectados por el manejo inadecuado de residuos sólidos.

Las actividades de recuperación y embellecimiento del espacio público se han desarrollado contando con personal distribuido en cuadrillas de trabajo; durante el mes de octubre el equipo de trabajo estaba conformado por 3 coordinador (GyS), y 97 promotores, asignados al Eje de Recuperación y Embellecimiento del Espacio Público (REP), del mismo modo se asignó un coordinador adicional con ocupación exclusiva La figura 16 (cuadro) detalla la distribución actual.

Figura N°16 Estructura equipo Eje de Recuperación y Embellecimiento de Espacios Públicos (REP).

Rol	Actividades	Cantidad
Coordinadores	Eje **de Recuperación y Embellecimiento de Espacios Públicos (REP).**	3
Promotores	Actividades de Recuperación y Embellecimiento de Espacio publico	97
TOTAL		**100**

A continuación, se detallan los puntos intervenidos en el periodo

1. **Carrera 52 entre Calle 1 y Calle 3 Oeste**

Se realizó lavado de superficies con equipo a presión (Se hizo uso de detergente, escobas industriales)






2. **Avenida 3 y Avenida 4 entre Calle 14 Norte y Calle 17 Norte (incluyendo zonas aledañas a la Fuente Miami)**

Se realizó lavado de plaza de fuente. Se utilizaron escobas industriales, jabón, escobas domésticas y mangueras






3. Carrera 39 entre Calle 26C y Calle 26E. (Barrio Maracaibo)

Se realizó actividad de lavado general. Se utilizaron escobas industriales y escobas domésticas.









4. **Autopista Suroriental con Calle 29**

Se realizó lavado de barandas, ventilas del hundimiento, andenes y bordillos. Se utilizaron escobas domésticas, escobas industriales, espumas y carro tanque con motobomba.






5. **Carrera 10 y Carrera 11 entre Calle 22A y Calle 23 (parque obrero)**

Se realizó actividades de lavado general de zonas comunes y base de monumento. Se utilizaron escobas industriales, rastrillos, palas, palínes, escobas domésticas y recogedores.





6. **Calle 15 norte entre Carrera 1 y Avenida 3 (Puente club Colombia)**

Se realizó Lavado de áreas comunes y paredes. Se utilizó carro tanque, hidrolavadora, escobas industriales y escobas domésticas.





7. **Carrera 1 entre Calle 13 y Calle 17(PUENTE COLORES)**

Se realizó lavado de áreas comunes y paredes. Se utilizó carro tanque, hidrolavadora, escobas industriales y escobas domésticas.







8. Calle 12 entre Carrera 3 y Carrera 4 (Calle Real)

Se realizó lavado de áreas comunes. Se utilizó carro tanque, hidrolavadora, escobas industriales y escobas domésticas.







9. Diagonal 23 entre Calle 12C y Calle 17 (La Luna)

Se realizó lavado bajo de paredes, columnas y líneas de apoyo del puente. Se utilizaron escobas industriales, escobas domésticas, jabón y carro tanque con motobomba.





10. Avenida 3 con Calle 23D Norte (Av. Estación) (Fuente Libanesa)

Se realizó lavado de la zona de andén alrededor de la fuente sobre la misma glorieta. Se utilizó carrotanque, hidro-lavadora, mangueras, escobas industriales y escobas domésticas.







11. Calle 5 con Carrera 16 (Loma de la Cruz)

1. Lavado de muro de piedra en zonas laterales y frontales de la fuente de piedra. Se utilizaron escobas industriales y carrotanque con motobomba.
2. Remoción de grafitis. Se utilizó químico removedor de grafitis e hidrolavadora a diesel.
3. Lavado con equipo a presión



12. Calle 5 carrera 15 parque Jovita

Se realizó lavado de zonas comunes, túnel peatonal y alrededor del monumento a Jovita.







13. Calle 3 Oeste con carrera 3 (Parque El Peñón)

Se realizó lavado con equipo a Presión. Se utilizó carrotanque, escobas industriales y escobas domésticas.





14. Calle 25 entre carrera 1 y 8

Se realizó lavado con equipo a Presión. Se utilizó carrotanque, escobas industriales y escobas domésticas.





15. Carrera 3 entre calle 8 y 9

Se iniciaron actividades de lavado en el punto de la carrera 3 entre calle 8 y 9 Liderado por el coordinador Juan Carlos Arenas, junto al líder de la cuadrilla (Juan Esteban Diaz Ruiz) y la cuadrilla conformada por 9 promotores; donde se ejecutaron las siguientes actividades:

Lavado de andenes con equipo a presión, por presencia de heces de perros y residuos biológicos humanos.






16. Carrera 3 entre calle 10 y 11

Se continuaron con las actividades de lavado, esta vez en el punto de la carrera 3 entre calle 10 y 11 Liderado por el coordinador Juan Carlos Arenas, junto al líder de la cuadrilla (Juan Esteban Diaz Ruiz) y la cuadrilla conformada por 9 promotores; donde se ejecutaron las siguientes actividades:

Lavado de andenes con equipo a presión, por presencia de heces de perros y residuos biológicos humanos.







17. Carrera 4 entre calle 9 y 10

Se continuaron con las actividades de lavado, esta vez en el punto de la Carrera 4 entre calle 9 y 10 Liderado por el coordinador Juan Carlos Arenas, junto al líder de la cuadrilla (Juan Esteban Diaz Ruiz) y la cuadrilla conformada por 9 promotores; donde se ejecutaron las siguientes actividades:

1. Recolección de residuos
2. Desmoñe de adoquines
3. Barrido de andenes
4. Lavado de andenes con equipo a presión.





APOYOS

1. Calle 25 entre carrera 1 y 8

Se inician actividades en el punto de la Calle 25 con carrera 1 a hasta la calle 8, se realizó bajo la supervisión de la coordinadora Daniela Barbosa y el coordinador Juan Carlos Arenas y 56 promotores que realizaron las siguientes actividades:

1. Desmonte de material vegetal a 50 cm del muro.
2. Recolección de residuos voluminosos y RCD
3. Pintura de muros de color blanco
4. Desmonte de material vegetal a 50 cm del muro.
5. Pintura de muros en colores














PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia




2. Boulevard de Oriente Transversal 103 con Cra 26P

Se iniciaron actividades en Boulevard de Oriente Transversal 103 con Cra 26P, se contó con el apoyo del coordinador Juan Carlos Arenas, el líder de la cuadrilla (Omar Burbano) junto a la cuadrilla 1 donde se realizaron las siguientes actividades:

1. Limpieza general
2.Control de arvenses
3.Pintura en bordillos
4.Recolección de residuos generados en la actividad









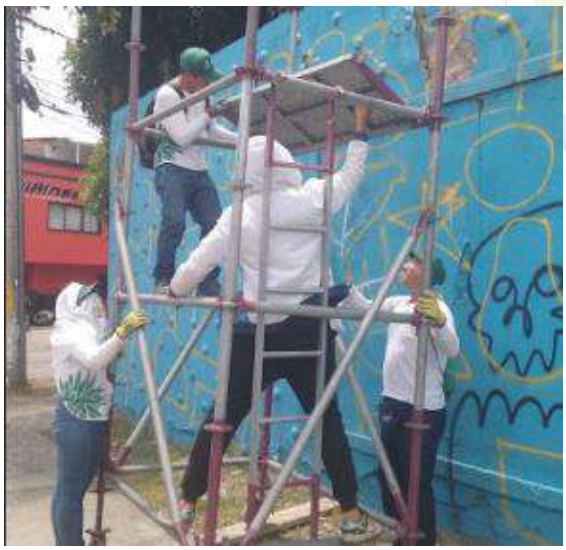

3. Calle 7ª Entre carrera 29 y 30 (cerca a La Milagrosa)

Se realizó el apoyo en las actividades de pintura de muros liderado por la secretaría de paz y cultura ciudadana de la alcaldía de Santiago de Cali mediante el proyecto denominado "Graficalia", el cual se ejecutó en la Calle 7ª Entre carrera 29 y 30 (cerca a La Milagrosa)








PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

4. Muro Emcali- Jornada de embellecimiento del corredor.

Se realizó el apoyo en la jornada de embellecimiento de muro liderado por EMCALI en la sede ubicada en la transversal 25 diagonal 23 barrio el Prado.










5. Carrera 9 Norte con calle 68 (Calima).

Se realizó Apoyo de jornada de limpieza y jardinería orientado por el programa Volvamos a mi Cali Bella en la carrera 9 Norte con calle 68 (Calima).










6. Avenida 6A con calle 36Norte. - Antiguo puente del tren Chipichape

Se iniciaron actividades en la Avenida 6A con calle 36 Norte. - Antiguo puente del tren Chipichape, se contó con el apoyo del coordinador Juan Carlos Arenas, el líder de la cuadrilla (Omar Fabian Burbano) y la supervisión del técnico de la UAESP (Diego Dorado) junto a la cuadrilla 3 donde se realizaron las siguientes actividades:

1. Retiro de avisos publicitarios de paredes.
2. Lavado
3. Pintura en paredes.
4. Recolección de residuos generados en la actividad










PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia



Cuadrilla Móvil

Se da inicio de actividades de ajuste en sitios intervenidos previamente y donde se requiera realizar algún tipo de actividad de pintura, lavado, retiro de grafiti, recolección de residuos RCD y jardinería con el objetivo de recuperar el espacio público según disposiciones de UAESP; Durante este día se llevó a cabo intervenciones en los sitios:

- CALLE 5 CON 23 B (Roosevelt)
- Calle 7 entre Cra 29 y 30 detrás de la milagrosa
- Teatro Jorge ISAAC
- Calle 5 con Cra 10


Minga
Cali






Por la Tierra
La Vi






La Liberación del
del MISM




NO hay
amb
el












NO hay Salvación
ambiental sin destruir
el Capital



4. Realizar encuentros ciudadanos en las zonas priorizadas, de fortalecimiento de interacción social y creación de la ruta multiplicadora de la estrategia a través de: Crear la ruta multiplicadora de la estrategia.

En el periodo comprendido entre el 2 y 18 de octubre de 20243 la Estrategia Promotores Mi Cali Bella, desarrollo una actividad denominada "Encuentros Ciudadanos" la cual a través de una transmisión de conocimientos tuvo por objetivo reunir diferentes líderes de 10 comunas y 3 corregimientos de la ciudad con el objetivo de promover la participación en iniciativas de cuidado y buen uso del espacio púbico, reciclaje, cuidado de las zonas verdes y jardinería, ampliar información sobre la COP 16 incentivando la participación de la comunidad en el evento, fomentar la colaboración entre organizaciones, instituciones y ciudadanos para fortalecer esfuerzos conjuntos en la protección del espacio público, identificar colectivos y población interesada en participar en una ruta multiplicadora de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella y proporcionar una herramienta para que los individuos puedan dar un manejo adecuado a los residuos que se generan en los hogares con potencial de aprovechamiento directo por parte de las comunidades.

Desarrollo

Programación corroborada encuentros ciudadanos estrategia Promotores Mi Cali Bella.

Comuna	Sitio	Fecha	Hora
Comuna 13	Centro de emprendimiento Cultural -Barrio El Pondaje	Miércoles 2 de octubre	4:30 p.m.
Comuna 17	Salón social Parroquia Corpus Christi Carrera 68, entre Calle 15 y Calle 15A #15A - 15,	Jueves 3 de octubre	2:30 p.m.
Comuna 3	Sede Comunal Libertadores ubicada en la Calle 2B #18-00.	Viernes 4 de octubre	2:00 p. m.
Comuna 2	Salón comunal La campiña avenida 7a norte #42N-0	Sábado 5 de octubre	3:00 p.m.

Comuna	Sitio	Fecha	Hora
Corregimiento Felidia	Caseta comunal	Lunes 7 de octubre	8:00 a.m.
Comuna 1	Unidad Recreativa Tory Castro	Martes 8 de octubre	4:30 p.m.
Comuna 9	Carrera 16 #15-79 (CALI # 9)	Miércoles 9 de octubre	2:30 pm.
Comuna 10	Calle 14 B N° 41A – 25, Barrio El Guabal (CALI # 10)	Viernes 11 de octubre	4:00 p.m.
Comuna 22	CALI 22 - Calle 24B N° 123 - 133 Parcelaciones Pance y la María. (Junto a la Estación de Policía Ciudad Jardín)	Martes 15 de octubre	5:00 p.m.
Comuna 20	Carrera 52 N° 2 – 00 Barrio Siloé.(CALI # 20)	Miércoles 16 de octubre	5:00 pm
Corregimiento Los Andes	Centro de Integración de la Ruralidad Vereda El Cabuyal, Sector Pepital	Jueves 17 de octubre	9:30 a.m.
Corregimiento Pance	Caseta comunal Vereda La Vorágine	Jueves 17 de octubre	4:00 p.m.
Comuna 19	CALI 19 - Calle 8 con Carrera 32 esquina Barrio El Cedro.	Viernes 18 de octubre	4:30 p.m.

Fuente: Propia.

Definición de contenido y agenda para cada encuentro:

Quedando establecida la agenda de la siguiente manera:

1. Presentación de la Actividad y de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella (10 minutos, Diapositivas 1-8)
2. 2. La COP16, su desarrollo e importancia para el Distrito especial Santiago de Cali (25-30 minutos Dispositivas 9-21)
3. Cali biodiverso (25 minutos Diapositivas 22-24)

4. Estrategia Residuos Cero – Taller Aprender Haciendo (35 minutos Diapositivas 25-35)
6. Diligenciamiento de formato para Multiplicación de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella (Ver Anexo N°1 de la carpeta adjunta)
5. Preguntas / Inquietudes (10 minutos)
6. Cierre

*Los refrigerios y agendas "Mi Cali Bella" se entregaron durante y en el cierre del encuentro.
*Desde el inicio de cada encuentro se ubicó una Estación de café abierta para los asistentes.
*La firma de asistencia se realizó durante el Encuentro ciudadano
*Al finalizar el Encuentro se documentó la información que estos suministraron, en relación con los grupos sociales, colectivos, organizaciones de base con quienes articularia la ruta multiplicadora de la estrategia Promotores Mi Cali Bella, principalmente con las actividades de aprovechamiento de residuos (Talleres de Eco-escobas, compost, lombri-compos y jabón a base de aceite de cocina usado), la cual tiene incluido un modelo de seguimiento que facilite la realimentación (en relación con las dificultades que se pueden presentar durante la réplica de la información), así como la evaluación de los resultados obtenidos a partir de los talleres.

RECURSOS.

Humanos: Equipo Orientador – Estrategia Promotores Mi Cali Bella.

- Directora Yaneth Hernández Montoya
- Coordinadora Carol Ambuila Ramírez
- Coordinadora Evelin García Cardona
- Profesional de Apoyo Sara Paulina Lozano
- Promotor Diego Francisco Martínez Cárdenas
- Apoyo Comunicación Angela Vera Kertznus

Materiales gestionados y disponibles por encuentro

- 35 sillas
- 1 Videobeam
- 2 Extensiones eléctricas
- 1 Parlante
- 2 Mesas rimax
- 1 Mantel
- 1 Cafetera (café, agua, filtros, mezcladores, endulzante, servilletas, vasos) por encuentro
- 1 Porta pendón araña por encuentro

Taller aprender haciendo

- Muestra Lombricompost
- Muestra Compost
- Muestra Jabón
- EPP´s
- 1 L Aceite de cocina Usado
- 0,98 g Soda Caustica
- 320 ml agua
- Esencia
- Recipiente para mezcla
- Recipiente para molde

Logísticos

- Sitios de encuentro
- Transporte 2 carros por trayecto. 2 trayectos.
- Formato listado de asistencia
- Formato listado solicitud agendamiento taller pedagógico
- Refrigerio estimado 35 personas por encuentro.

De comunicación

- 1 STAND
- 1 Pendón

- Separadores de hoja con información de prestador de servicio de recolección de acuerdo con cada sector.
- Presentación en diapositivas
- 31 Agendas
- 31 lapiceros

CONVOCATORIA DE ASISTENTES

Los diferentes líderes fueron convocados a través de correo electrónico llamada telefónica y WhatsApp usando el siguiente comunicado

Cali, Fecha

Señor:
XXXXX
(cargo/sector que representa)
Ciudad

Asunto: Invitación Encuentro Ciudadano – Estrategia Promotores Mi Cali Bella

Estimado/a Señor/a:

Desde la empresa Gestión y Servicios, operadores de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP) de Cali, nos complace invitarle a participar en el Encuentro Ciudadano Promotores Mi Cali Bella. Este será un espacio de interacción diseñado para ampliar el conocimiento y alistamiento para la COP 16, y al mismo tiempo, dinamizar la ruta multiplicadora de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella.

Nuestra iniciativa tiene como objetivo sensibilizar y concientizar a la población sobre el manejo adecuado de los residuos sólidos en el Distrito Especial de Cali, con el fin de evitar impactos negativos en los espacios públicos, tanto en los sectores donde se procederá con la COP 16, como en el entorno general de nuestra ciudad.

Dada su importante labor como líder y/o representante en su comuna, su participación es esencial para consolidar las acciones de esta estrategia. Como se comunicó anteriormente, el Encuentro Ciudadano se llevará a cabo el **FECHA a las HORA. en LUGAR.**

Para poder organizar adecuadamente este espacio, le agradecemos confirmar su participación a través del siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScW474JnY-KzvEMT12TgNFRT0Y1D4uqxxoUBMnl84KdDG85aQ/viewform

Saludos cordiales,

Yaneth Hernández Montoya

Yaneth Hernández Montoya
Directora Proyecto Promotores Mi Cali Bella
Tel: 323-5509834
Correo electrónico: directorpromotores@gestionyservicios.com.co

PBX: (572) 661 4040
Av. 2EN # 24N – 98, San Vicente
Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia

Así como las fichas graficas que apoyaron la convocatoria:



RESULTADOS

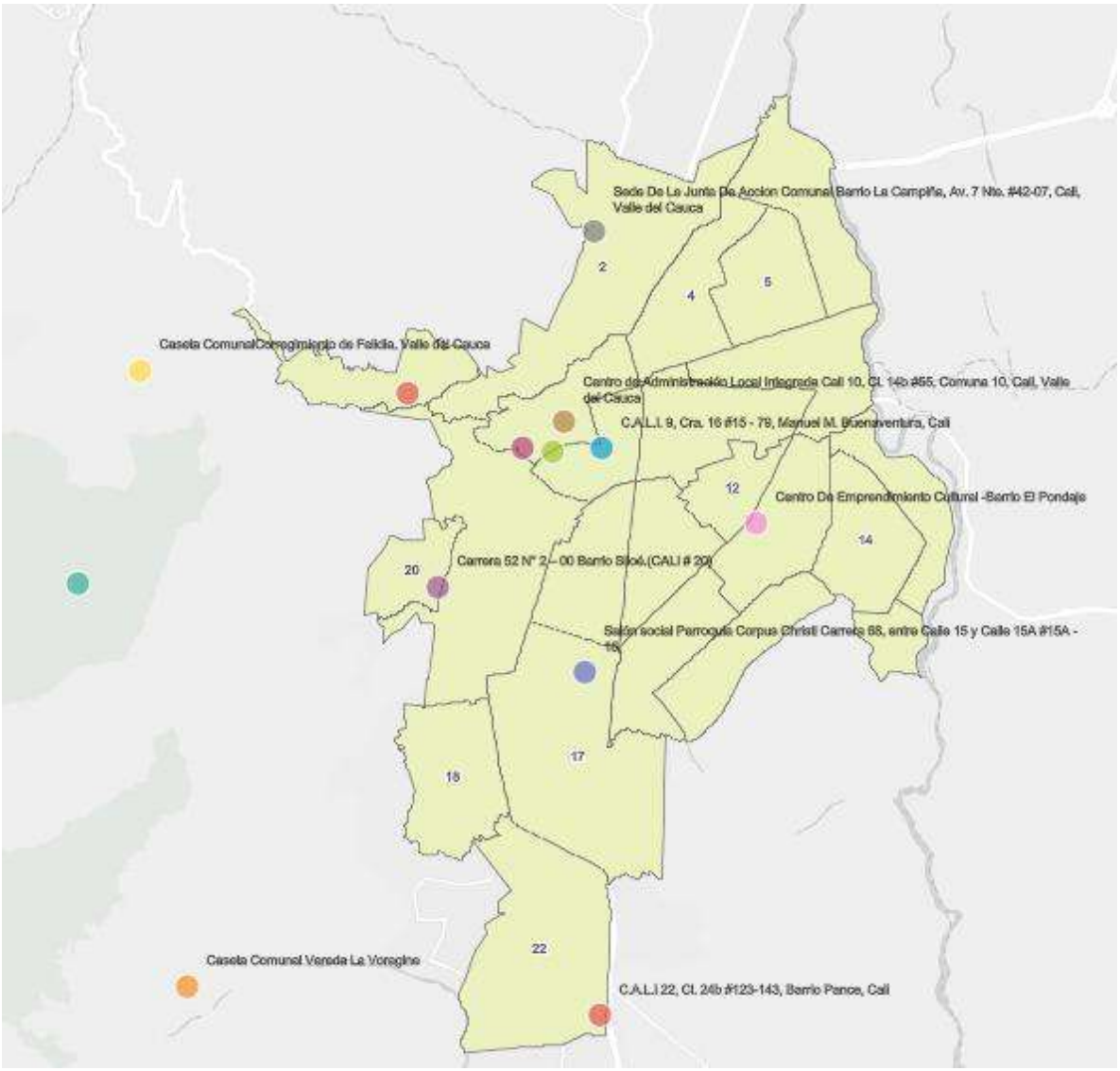
Se llevaron a cabo trece (13) encuentros ciudadanos en las comunidades priorizadas conforme al Contrato N°4182.010.26.1.452-2024. La Figura N°9 específica el número de asistentes en cada encuentro Ciudadano, en lo que se destaca la participación de un total de 391 personas con un promedio de 30 personas por encuentro. Este resultado respecto al valor estimado inicialmente (350) sobrepasa en 41 unidades (Anexo N° 5 de la carpeta adjunta).

Figura N°9 Asistencia de personas en cada uno de los encuentros.

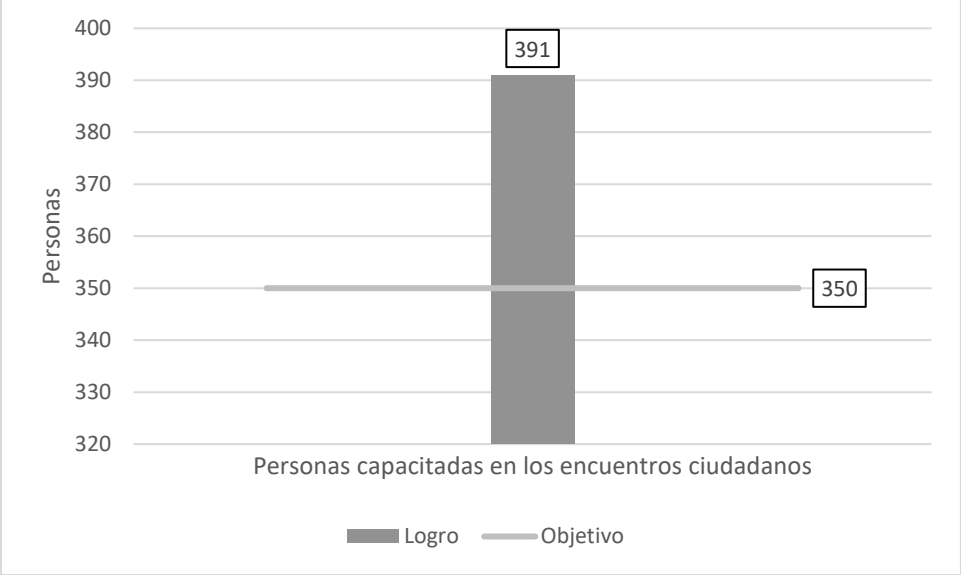
#	Comuna	N°Particip	#	Comuna	N°Particip
1	Comuna 13	29	8	Comuna 10	35
2	Comuna 17	26	9	Comuna 22	21
3	Comuna 3	27	10	Comuna 20	50
4	Comuna 2	23	11	Corregimiento Los Andes	27
5	Corregimiento Felidia	33	12	Corregimiento Pance	28
6	Comuna 1	31	13	Comuna 19	33
7	Comuna 9	28	14	TOTAL	391

En general, se contó con un total de 391 personas capacitadas, cumpliendo al 100% y superando en un 12% la meta estimada (350 personas). Estas 391 personas han sido habilitadas para ser multiplicadores de la estrategia orientada a la circularidad de la ciudad y reducción de residuos en el Distrito de Cali.

Geolocalización de los encuentros ciudadanos en la Distrito de Cali.

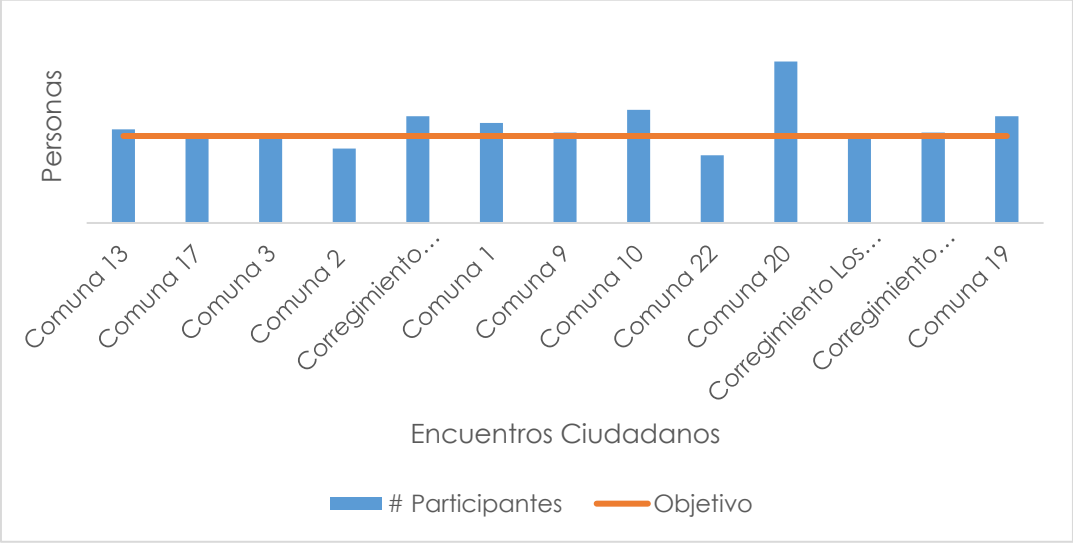


Total de personas participantes en los 13 encuentros ciudadanos en relación al objetivo propuesto para la actividad.

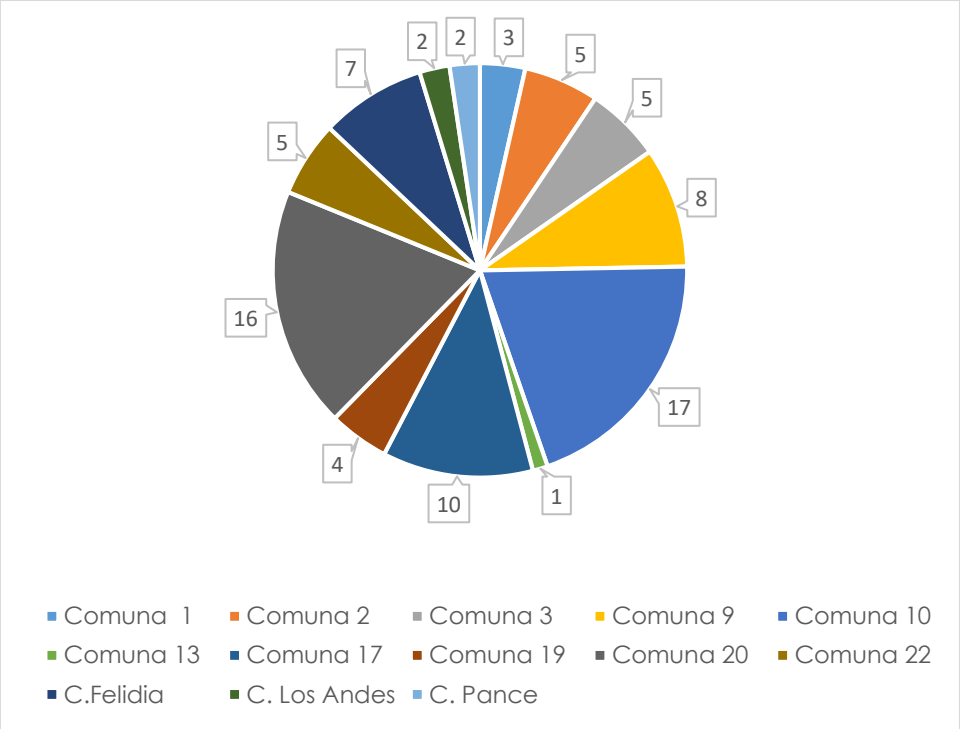


Se identifica que los sitios con mayor participación correspondieron a las Comuna 20 y 10, y el sitio con menor asistencia correspondió a la Comuna 22.

Personas participantes en cada uno de los encuentros en relación al objetivo propuesto para la actividad.



Confirmaciones de asistencia por medio de Forms Pre- Encuentros Ciudadanos.



Con base en la información tomada durante cada encuentro en relación con las organizaciones sociales, lideres, interesados en enrutar la estrategia hacia sus comunidades a partir de actividades de pedagogía y talleres prácticos (aprovechamiento de residuos sólidos), se consolidaron 52 solicitudes (Ver Anexo N° 6 en el Informe de Gestión)

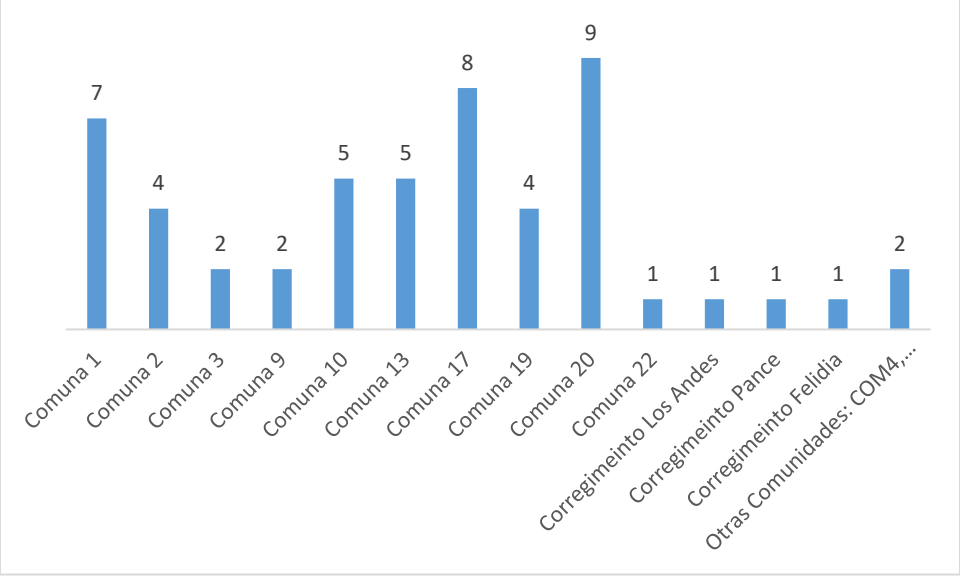
Solicitudes por Comunidad, para multiplicación de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella

N°	Comunidad	# Solicitudes
1	Comuna 1	7
2	Comuna 2	4
3	Comuna 3	2
4	Comuna 9	2
5	Comuna 10	5
6	Comuna 13	5

7	Comuna 17	8
8	Comuna 19	4
9	Comuna 20	9
10	Comuna 22	1
11	Corregimiento Los Andes	1
12	Corregimiento Pance	1
13	Corregimiento Felidia	1
14	Otras Comunidades: COM4, COM14	2
TOTAL		52

Las comunidades solicitaron 52 actividades distribuidas en las diez (10) comunas y tres (3) corregimientos priorizados y objeto del contrato. Del mismo modo es importante indicar que los participantes solicitaron tener en cuenta otras comunas para ampliar las actividades educativas con las organizaciones sociales y de base de estas zonas: comunas 4 y 14.

Solicitudes por Comunidad, para multiplicación de la Estrategia Promotores Mi Cali Bella.



El informe detallado de la actividad Encuentros Ciudadanos se presenta mayor profundidad en este tema, no obstante, a continuación, se resaltan las principales conclusiones:

- Se presento la Estrategia Promotores Mi Cali Bella a 391 personas líderes, representantes de comunidades en 10 Comunas y 3 corregimientos del distrito de Cali, promoviendo la participación de dichos ciudadanos en iniciativas de cuidado del espacio público y conservación de ecosistemas urbanos y mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía en general.

- Se socializaron 391 personas líderes, representantes de comunidades en 10 Comunas y 3 corregimientos del distrito de Cali, la información correspondiente a la COP16, detallando los aspectos más relevantes con relación a la Zona Azul, Zona Verde y espacios abiertos para la participación, uso y disfrute de la ciudadanía.

- La convergencia de instituciones y ciudadanos en espacios de interacción y dialogo, generan dinámicas positivas de interacción, intercambio de saberes y realimentación que, siendo integrados a la gestión pública, puede potencializar los beneficios sociales de las diferentes estrategias de Gestión de residuos, protección de los ecosistemas urbanos y cuidado, del espacio público.

- Exitosamente se obtiene una convocatoria de 52 líderes interesados en conformar grupos con una estimación de 30 personas cada uno para recibir los talleres del eje pedagógico consolidando una ruta multiplicadora de la estrategia Promotores Mi Cali Bella.

- De forma correspondiente, el método de confirmación de asistencia usado (Formulario Forms) arrojó un resultado de mayor proporción de participantes en la Comuna 20, resultado que coincidió con los resultados de asistentes. De lo anterior, se rescata que la estrategia de solicitar confirmación permitió una estimación en la motivación de participación de las personas, sin embargo,

cabe rescatar, que el uso de este tipo de herramientas en la actualidad sigue teniendo limitantes que impiden la garantía de uso, como por ejemplo el acceso o conocimiento tecnológico que una población tenga o el riesgo cibernético.

- Entre los aspectos que más reiteran las comunidades se ubica la necesidad de dar continuidad a los programas de educación ambiental con horizontes superiores a 1 año, considerando que las acciones de sensibilización y educación demanda mayor esfuerzo para lograr la capacidad instalada en las comunidades y por consiguiente la sostenibilidad de los resultados.

- Del mismo modo las comunidades reclaman la necesidad de acompañar acciones de la Policía Nacional con la implementación de comparendos ambientales, toda vez que se ha experimentado de acciones disuasivas como esta generan impactos importantes y son considerados por la comunidad como un método eficaz de persuasión.

- El desarrollo de actividades educativas con metodologías prácticas, permite mayor involucramiento de las comunidades, sosteniendo la atención y el interés de los participantes.






4R


5. Garantizar que el equipo de promotores desarrolle sus actividades tanto en la zona urbana como rural, indicadas por el supervisor del contrato.

Las actividades ejecutadas a la fecha se han llevado a cabo en los sitios solicitados, conforme a las necesidades del proyecto y a las programaciones que han sido validadas por la UAESP, considerando el conocimiento de la criticidad en los horarios de cuidado del espacio público, pedagogía e información, dado que este servicio se presta en coherencia con las necesidades en diagnósticos de Gestión de residuos que ha construido la UAESP.





7. EL CONTRATISTA presentará el balance del presupuesto con avance de actividades, valor a pagar y saldo pendiente; asociado al avance de ejecución del contrato de prestación de servicios de apoyo a la gestión operativa, este se realizará en la entrega de cada informe para pago.

A continuación, se presenta el balance presupuestal del proyecto Mi Cali Bella.

SUBACTIVIDAD	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD EJECUTADO	VALOR EJECUTADO	% DE AVANCE DE LA ACTIVIDAD ACUMULADO	VALOR ACUMULADO OCT	SALDO POR EJECUTAR NOV-DIC
Brindar acompañamiento técnico y pedagógico a la comunidad para el fortalecimiento de la participación ciudadana hacia una	0%	$ -	100.00%	$ 81.000.000,00	$ -

ciudad libre de residuos					
Desplegar la estrategia de Implementación de la educación y pedagogía ciudadana en el adecuado manejo de residuos y cultura de reciclaje.	12.26%	$ 1.207.914.903,25	75.49%	$ 7.440.397.541,50	$ 2.415.829.806,50
Realizar actividades de socialización y educación ciudadana con el apoyo de medios digitales y material POP.	15.64%	$ 48.468.685,75	68.71%	$ 212.907.734,50	$ 96.937.371,50
Realizar Intervención en las zonas priorizadas - Zonas Cop 16	19.59%	$ 316.646.891,00	60.81%	$ 982.833.764,00	$ 633.293.782,00
Crear la ruta multiplicadora de la estrategia.	8.02%	$ 10.969.520,00	83.96%	$ 114.860.960,00	$ 21.939.040,00
AVANCE DE EJECUCIÓN		**$ 1.584.000.000**		**$ 8,832,000,000**	**$ 3.168.000.000,00**

18. El CONTRATISTA, dará cumplimiento a las obligaciones mensuales en el pago de los recursos parafiscales y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, cuando a ello haya lugar (Ley 789 del 27 de diciembre de 2002 y Ley 828 del 10 de julio de 2003). Se presenta certificado de seguridad social expedido por el revisor fiscal.

CERTIFICACION DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES
PERSONA JURIDICA

El suscrito revisor fiscal **CAMILO ANDRES VALENCIA QUINTERO** identificado con C.C. **1.151.934.390** de Cali, en mi condición de Revisor Fiscal de la empresa **GESTION Y SERVICIOS CORPORATIVOS E.S.T. SAS** identificada con NIT. 900.158.315-9, debidamente inscrito en la Cámara de Comercio de Cali, certifico que se encuentra a Paz y Salvo por concepto del pago de sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a la Caja de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicios Nacionales de Aprendizaje de todo el personal que se encuentra laborando dentro de la misma, durante el último mes calendario.

Lo anterior, en cumplimiento de los dispuesto en el artículo 23 de la ley 1150 de 2007.

La presente se expide a los once (11) días del mes de noviembre de 2024.

Atentamente,

CAMILO ANDRÉS VALENCIA QUINTERO
C.C 1.151.934.390 de Cali. TP 179155-T
REVISOR FISCAL
GESTION Y SERVICIOS CORPORATIVOS E.S.T. SAS
Nit 900.158.315-9
Dirección: AV 2E Norte # 24N-98
Teléfono: 6614040
Ciudad: Santiago de Cali

Atentamente

Yaneth Hernández Montoya

YANETH HERNÁNDEZ MONTOYA
Director del proyecto
Promotores Mi Cali Bella

CARLOS ALBERTO MURILLAS GIRALDO
Representante Legal
GESTION Y SERVICIOS CORPORATIVOS E.S.T. SAS
Nit 900.158.315-9
Dirección: AV 2E Norte # 24N-98
Teléfono: 6614040
Ciudad: Santiago de Cali

Fecha de entrega: Santiago de Cali, 12 de noviembre de 2024.