de seguir trabajando juntos para asegurar el éxito de la iniciativa.

Finaliza la reunión.

En constancia de lo anterior firman:

Leidy Carolina Bolívar – Profesional agrónomo de la Fundación Escala al Desarrollo	**Kelly Johanna Carreño Martínez –** Representante legal de la Organización de Recicladores RECICONDOR

Anexos.




Objetivo estratégico 2: Bogotá Confía en su bien-estar
Programa 8 "Erradicación del hambre en Bogotá"
Desarrollar diferentes acciones para reducir los niveles de inseguridad alimentaria y contribuir a la garantía del derecho a la alimentación:
• Acciones solidarias contra el hambre, para lo cual se adelantarán un modelo de gestión solidaria de alimentos.
• Acciones orientadas al mejoramiento de la oferta alimenticia de la ciudad, orientada a fortalecer la eficiencia de los sistemas de abastecimiento alimentario.
Artículo 90: Estrategia de circuitos cortos de comercialización
Artículo 91: Bogotá Distrito Agroalimentario
Artículo 312: Desconcentración regional del SADA

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178:
"Consolidación del Sistema de Abastecimiento."

METAS PLAN:

Fortalecer técnica y/o comercialmente a 5.000 actores del Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos por una Bogotá con menos pobreza y menos hambre.

Generar 35.000 espacios individuales de comercialización directa para pequeños productores a través de mercados campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural - Bogotá Región.

METAS PROYECTO 2024:

1. **Fortalecer 357** actores del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos, generando estrategias que permitan consolidar las unidades productivas y promuevan una ciudadanía alimentaria en Bogotá D.C

2. **Generar 4.500 espacios individuales de comercialización** directa para pequeños productores/as a través de Mercados Campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural – Bogotá Región

3. **Desarrollar el 11% de las acciones definidas** para el cuatrienio en la Estrategia de Abastecimiento Alimentario de Bogotá, en pro de consolidar un sistema eficiente y articulado en perspectiva metropolitana y regional

Aporte del Convenio:

60 Actores fortalecidos (productores)

60 espacios individuales de comercialización generados.

1,4% a la Estrategia de Abastecimiento Alimentario: 15 Mercados solidarios

Mercados Solidarios

Localidades priorizadas

•La población altos niveles de inseguridad alimentaria:
Ciudad Bolivar (52.5%), Usme (52.2%), Tunjuelito (51.8%)
•**Ciudad Bolivar** donde se cuenta con la Plataforma Logística y Comercial Los Luceros





Ciudad Bolivar

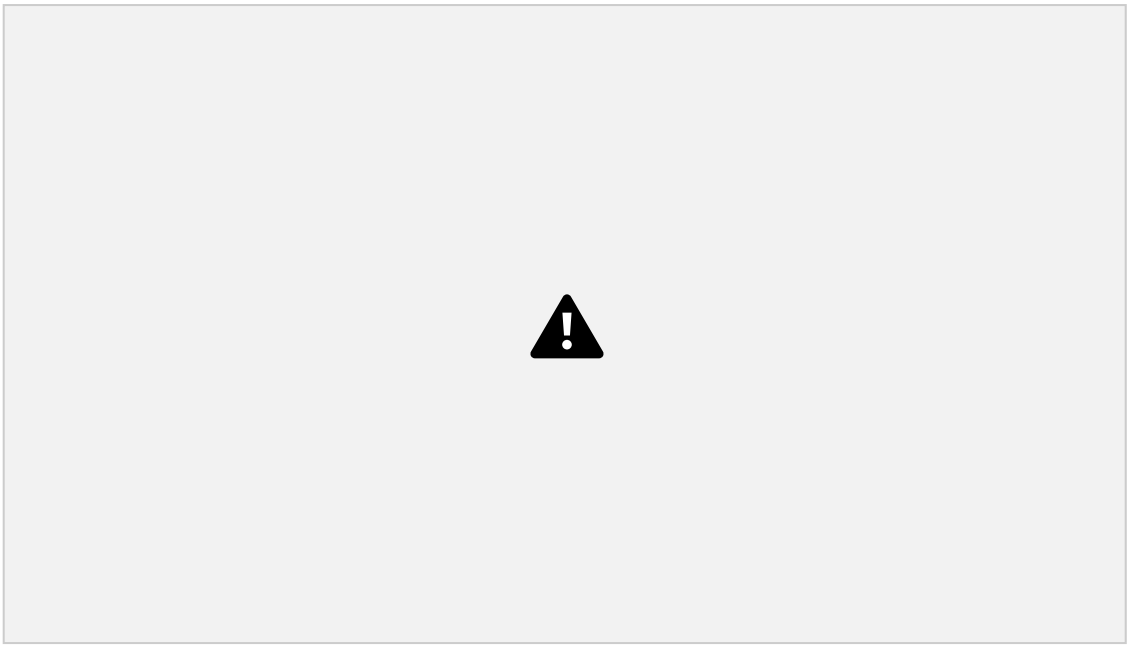


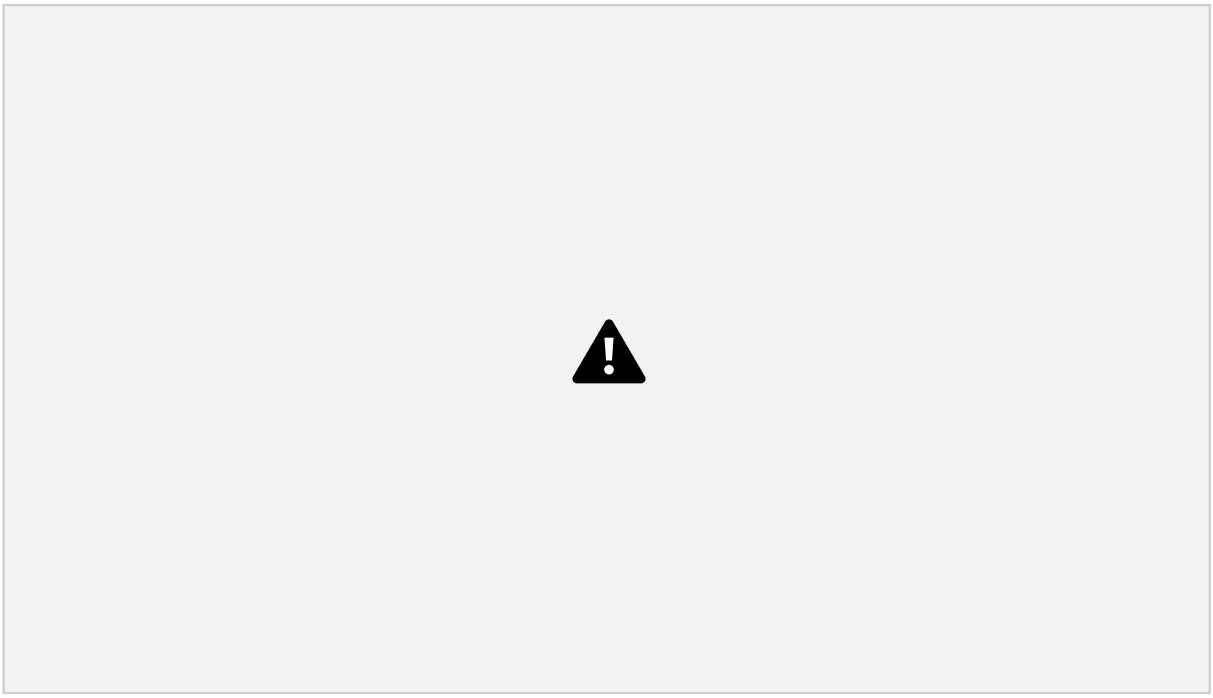
Tunjuelito



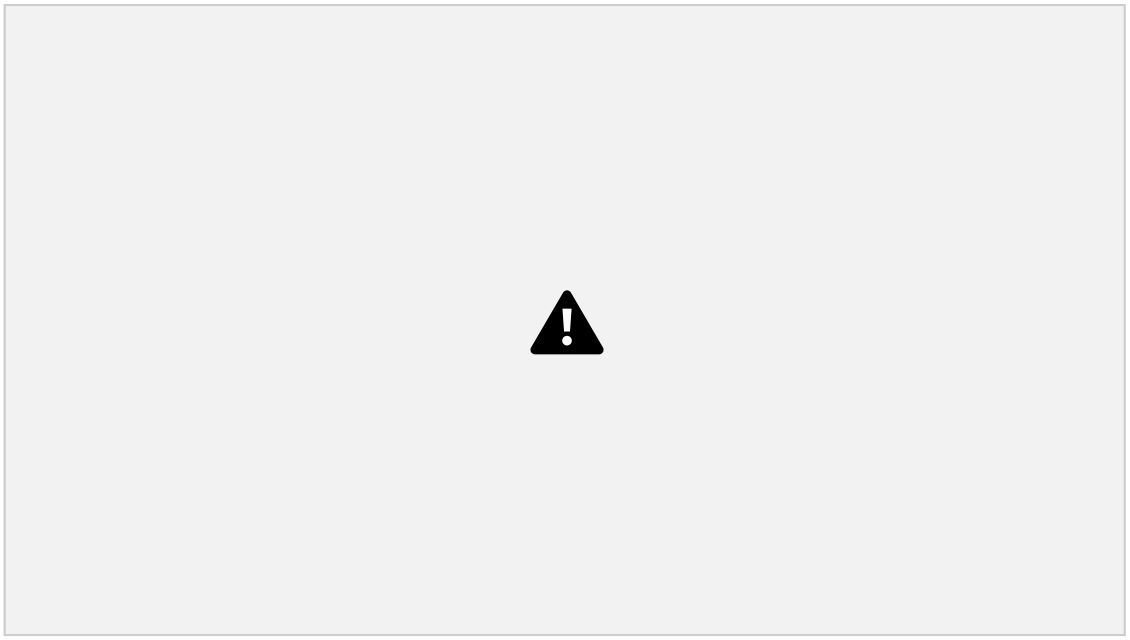
Usme

⚠	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	N BAJO ESTÁNDAR MIPG SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 6 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	





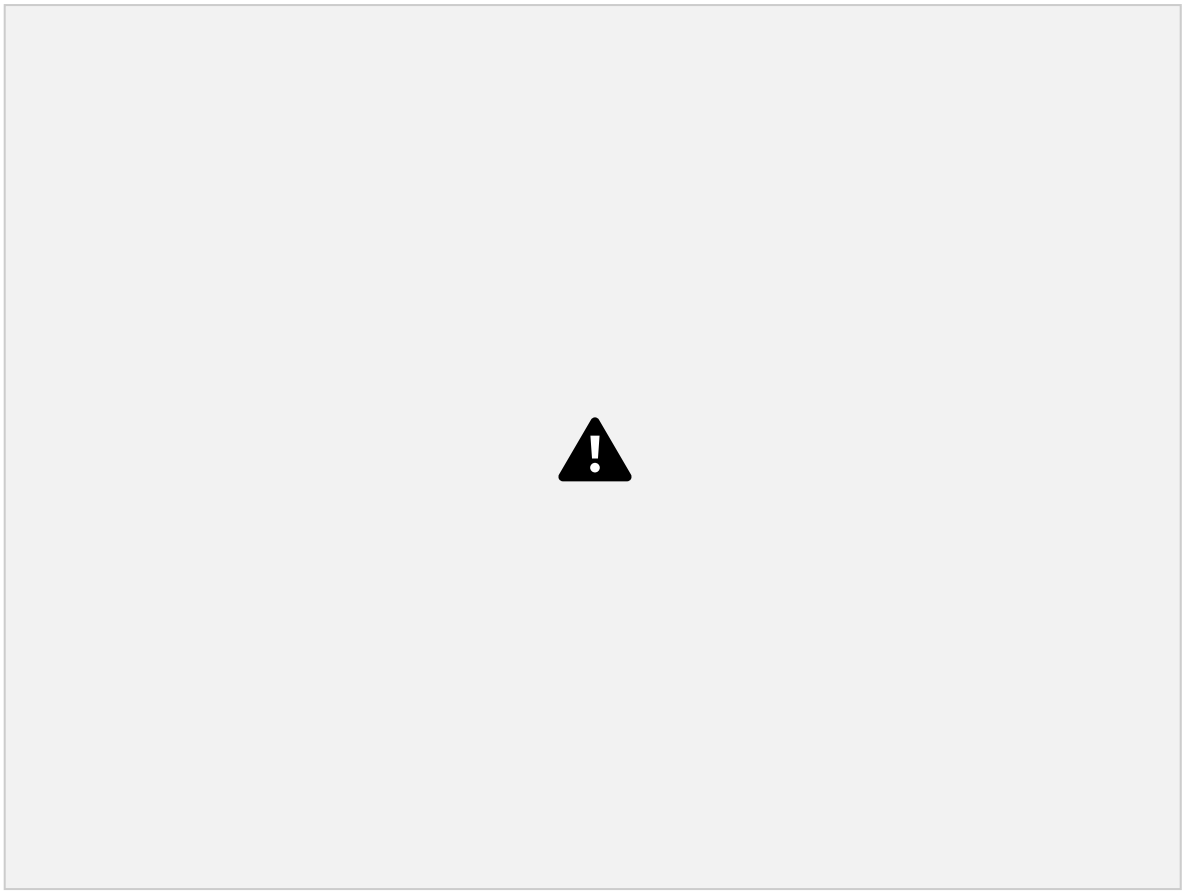
	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 8 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	



	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 10 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	



	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 12 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	



	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 13 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	



	Gestión Documental	Código:	GD-P1-F22	
		Versión:	3	
		Fecha:	13 de septiembre de 2023	
	Acta de Reunión	Página:	Página 15 de 15	
		Elaborado por:	Leidy Rocio Sierra / Prof. Univ. DGC	
		Revisado por:	Gloria Inés Patiño / Prof. Univ. SAF	
		Aprobado por:	Gloria Edith Martínez Sierra Directora Gestión Corporativa	



DATOS DE LA REUNIÓN	
Dependencia: Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario.	**Asunto:** Reunión de socialización con Organizaciones de Recicladores – convenio 1383-2024
Fecha: viernes 6 de diciembre de 2024	Lugar: presencial de 10:30 a 11:30– Carrera 44 B # 71-32 Sur – Ciudad Bolívar.

Asistentes/Participantes:

Leidy Carolina Bolívar – Profesional agrónomo de la Fundación Escala al Desarrollo

Ana Edilia Mosquera – Representante legal de la Organización de Recicladores de ciudad Bolívar
Orlando Lodoño Nieto – Miembro de la Organización y socio de la Organización de recicladores de ciudad Bolívar.

OBJETIVO DE LA REUNIÓN
Socialización del convenio 1383 -2024 con la Organización de Recicladores de Ciudad Bolívar.
AGENDA DE LA REUNIÓN
Bienvenida Presentación de equipos por parte de la fundación y de la organización de recicladores Presentación del convenio 1383-2024 Discusión abierta y preguntas de los miembros de la organización de recicladores. Próximos pasos y cronograma de implementación. compromisos Cierre

DESARROLLO DE LA SESIÓN

En la ciudad de Bogotá (Localidad de Ciudad Bolívar) el día 6 de diciembre de 2024, siendo las 10:30 am, se llevó a cabo la reunión de socialización de organización de recicladores de Ciudad Bolívar, con el propósito de presentar y socializar el convenio 1383 - 2024.

La reunión tuvo lugar en las instalaciones de la Organización ubicada en la Carrera 44 B # 71-32 Sur – Ciudad Bolívar.

Leydi Carolina Bolívar profesional encargada de la Fundación Escala al Desarrollo abrió la reunión con agradecimientos a la presencia de todos los asistentes. Se presentó brevemente y expuso cuál es su rol en la socialización del convenio 1383-2024.

Leidy explicó en detalle el concepto de los **mercados solidarios**, su origen, objetivos y el impacto esperado para la comunidad, haciendo especial énfasis en los beneficios para los recicladores, con el material reciclaje recolectado en las jornadas de mercados, también se le extendió la invitación a el acceso a productos a precios justos, la inclusión en cadenas de distribución.

El objetivo del convenio es Implementar un piloto de la Estrategia Mercados Solidarios en aras de Contribuir al mejoramiento del acceso a alimentos saludables, especialmente para la población Bogotana más vulnerable, así como generar espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria de Bogotá-Región, mediante la realización de al menos quince (15) jornadas en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Tunjuelito, en el marco del Proyecto de Inversión 8178 de la Subdirección de Abastecimiento Alimentario.

Asi mismo busca fortalecer la economía solidaria, promover la cooperación entre recicladores, quienes podrán participar en las jornadas de mercados solidarios y recibir el material reciclado clasificado para su posterior disposición.

Se explicó a los recicladores la dinámica de participación y roles en la ejecución dentro del convenio.

Durante la discusión abierta y preguntas, los miembros de la organización de recicladores hicieron preguntas y expresaron algunas inquietudes. Entre los temas discutidos se mencionaron la logística, días exactos de las jornadas, la distribución de los espacios en los mercados y la necesidad de incluir capacitaciones en manejo de productos reciclados y comercio justo.

Se acordaron las siguientes acciones:

- La organización de recicladores de ciudad bolívar se inscribirá.
- Estar en contacto con la fundación y las organización de recicladores para darle seguimiento al resultado de la convocatoria.

Acuerdos tomados:

1. Se distribuirán los materiales informativos sobre el proyecto entre los recicladores que no pudieron asistir.

Cierre

Leydi carolina, agradeció a todos los participantes por su tiempo y disposición para formar parte de este proyecto. Se reiteró el compromiso de seguir trabajando juntos para asegurar el éxito de la iniciativa.

Finaliza la reunión.

En constancia de lo anterior firman:

Leidy Carolina Bolívar – Profesional agrónomo de la Fundación Escala al Desarrollo	**Ana Edilia Mosquera –** Representante legal de la Organización de Recicladores de ciudad Bolívar
Orlando Lodoño Nieto – Miembro de la Organización y socio de la Organización de recicladores de ciudad Bolívar.	

Anexos.



Objetivo estratégico 2: Bogotá Confía en su bien-estar
Programa 8 "Erradicación del hambre en Bogotá"

Desarrollar diferentes acciones para **reducir los niveles de inseguridad alimentaria** y contribuir a la garantía del derecho a la alimentación:

- Acciones solidarias contra el hambre, para lo cual se adelantarán **un modelo de gestión solidaria** de alimentos.
- Acciones orientadas al **mejoramiento de la oferta alimenticia de la ciudad**, orientada a fortalecer la eficiencia de los sistemas de abastecimiento alimentario.

Artículo 90: Estrategia de circuitos cortos de comercialización

Artículo 91: Bogotá Distrito Agroalimentario

Artículo 312: Desconcentración regional del SADA

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178:
"Consolidación del Sistema de Abastecimiento."

METAS PLAN:

Fortalecer técnica y/o comercialmente a 5.000 actores del Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos por una Bogotá con menos pobreza y menos hambre.

Generar 35.000 espacios individuales de comercialización directa para pequeños productores a través de mercados campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural - Bogotá Región.

METAS PROYECTO 2024:

1. **Fortalecer 357** actores del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos, generando estrategias que permitan consolidar las unidades productivas y promuevan una ciudadanía alimentaria en Bogotá D.C

2. **Generar 4.500 espacios individuales de comercialización** directa para pequeños productores/as a través de Mercados Campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural – Bogotá Región

3. **Desarrollar el 11% de las acciones definidas** para el cuatrienio en la Estrategia de Abastecimiento Alimentario de Bogotá, en pro de consolidar un sistema eficiente y articulado en perspectiva metropolitana y regional

Aporte del Convenio:

60 Actores fortalecidos (productores)

60 espacios individuales de comercialización generados.

1,4% a la Estrategia de Abastecimiento Alimentario: 15 Mercados solidarios

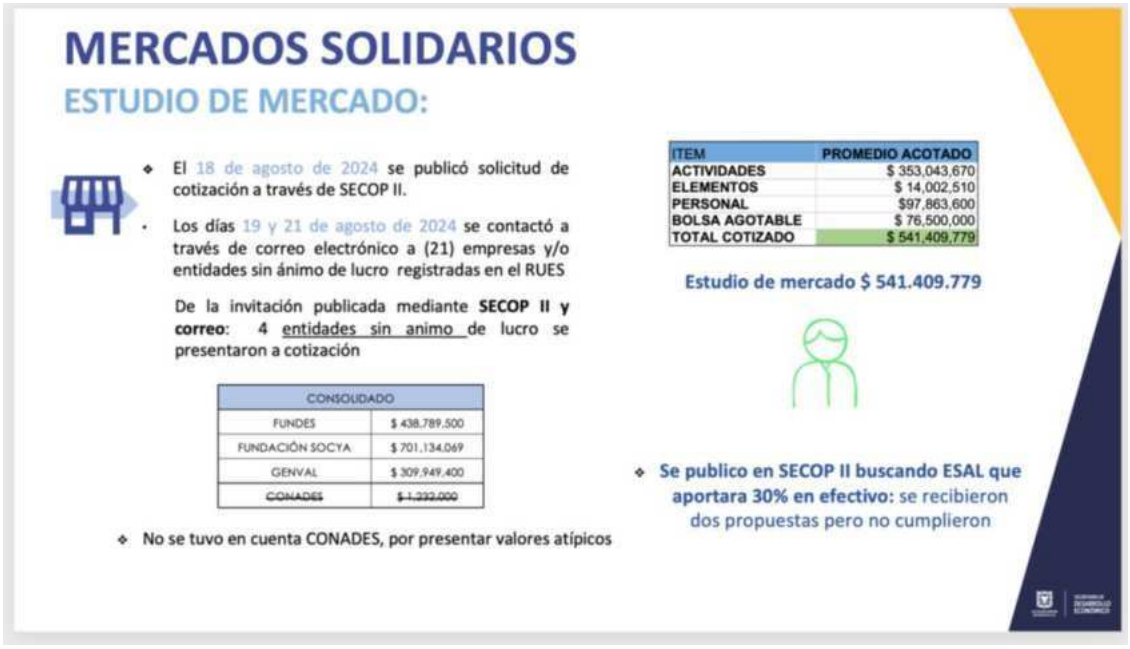
Necesidad

Mercados Solidarios



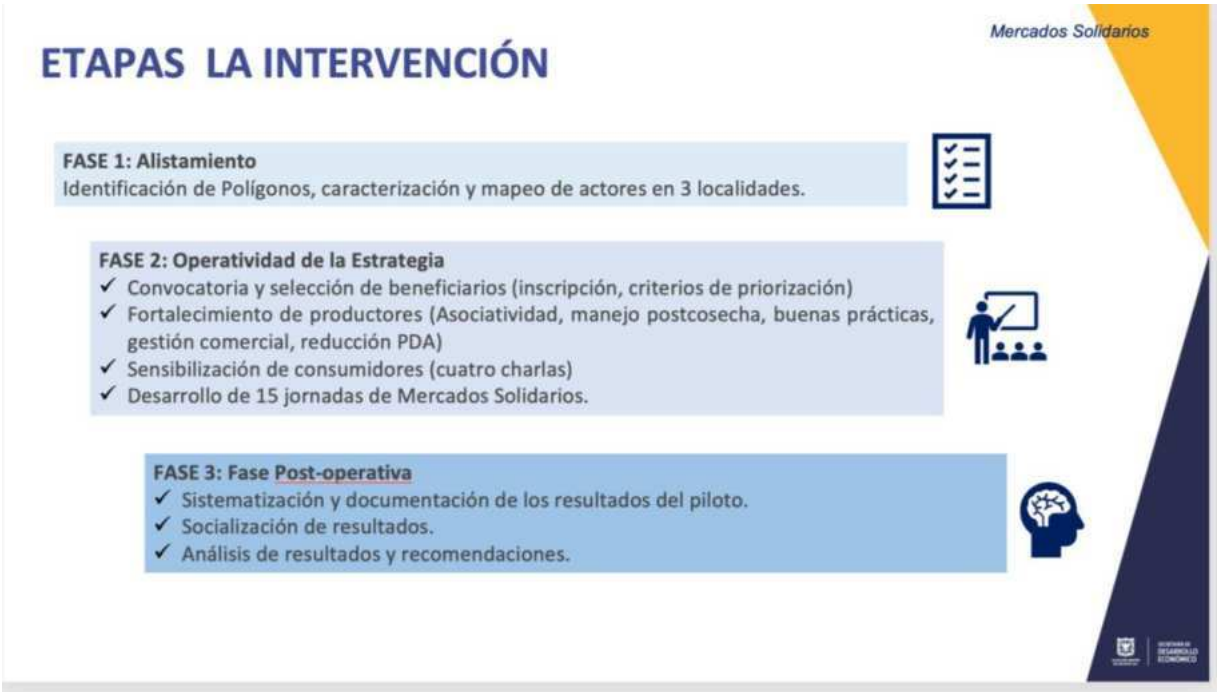

Mercados Solidarios
Localidades priorizadas
•La población altos niveles de inseguridad alimentaria:
Ciudad Bolívar (52.5%), Usme (52.2%), Tunjuelito (51.8%)
•Ciudad Bolívar donde se cuenta con la Plataforma Logística y Comercial Los Luceros
Ciudad Bolívar
Usme
Tunjuelito

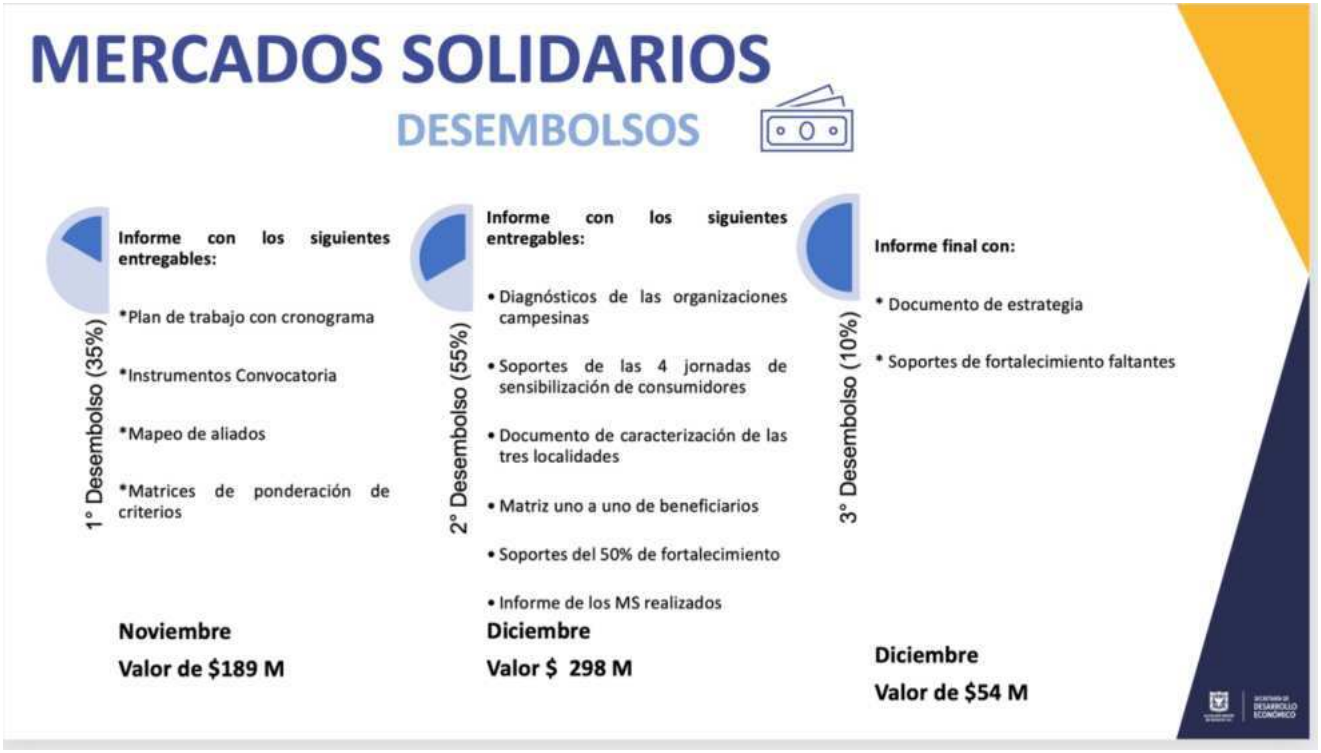

Mercados Solidarios
Estrategia que busca contribuir en el mejoramiento del acceso y disponibilidad de alimentos saludables, especialmente en sectores con dificultades en términos de seguridad alimentaria y nutricional.
Los Mercados Solidarios se basan en principios de solidaridad, cooperación y respeto por los derechos de los consumidores y los productores.
Fomenta la inclusión y participación de comunidades vulnerables, apoya la construcción de redes sociales y la cooperación entre diferentes actores de la cadena de abastecimiento alimentario de Bogotá.
OBJETO
Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.
VALOR
$541.409.800
Presupuesto SDDE
Contratación Directa.
Proceso competitivo- decreto 092 del 2017
PLAZO
Cuatro (4) meses


MERCADOS SOLIDARIOS
ESTUDIO DE MERCADO:
El 18 de agosto de 2024 se publicó solicitud de cotización a través de SECOP II.
Los días 19 y 21 de agosto de 2024 se contactó a través de correo electrónico a (21) empresas y/o entidades sin ánimo de lucro registradas en el RUES
De la invitación publicada mediante SECOP II y correo: 4 entidades sin animo de lucro se presentaron a cotización
CONSOLIDADO
FUNDES $ 438.789.500
FUNDACIÓN SOCYA $ 701.134.069
GENVAL $ 309.949.400
CONADES $ 1.232.000
No se tuvo en cuenta CONADES, por presentar valores atípicos
ITEM PROMEDIO ACOTADO
ACTIVIDADES $ 353,043,670
ELEMENTOS $ 14,002,510
PERSONAL $97,863,600
BOLSA AGOTABLE $ 76,500,000
TOTAL COTIZADO $ 541,409,779
Estudio de mercado $ 541.409.779
Se publico en SECOP II buscando ESAL que aportara 30% en efectivo: se recibieron dos propuestas pero no cumplieron


COMPONENTES DE LA INTERVENCIÓN
Mercados Solidarios
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONES CAMPESINAS
Cuatro (4) organizaciones
60 productores
SENSIBILIZACION
Ciudadanía ALIMENTARIA
300 personas
(60 personas por punto)
(3 canastas * $85)
JORNADAS: INTERCAMBIO Y VENTA
15 Mercados Solidarios
(5 Puntos con 3 Mercados por punto)
Identificar si el punto es comercialmente sostenible


BENEFICIOS
Productores
Ciudadanos
Recicladores
✓ Programa de fortalecimiento: diagnóstico, capacitación (Asociatividad, manejo postcosecha, buenas prácticas, gestión comercial, reducción PDA – 8h)
✓ Compra garantizada para el mercado solidario
✓ Un canal de comercialización alternativo
✓ Elementos para el punto
✓ Promoción redes solidarias de abastecimiento alimentario
✓ Sensibilización: hábitos de alimentación, consumo responsable, reducción de desperdicios de alimentos.
✓ Tres Mercados Solidarios (canje de puntos).
✓ Reconocimiento de la labor
✓ Recepción de material reciclado separado


Mercados Solidarios
ETAPAS LA INTERVENCIÓN
FASE 1: Alistamiento
Identificación de Polígonos, caracterización y mapeo de actores en 3 localidades.
FASE 2: Operatividad de la Estrategia
✓ Convocatoria y selección de beneficiarios (inscripción, criterios de priorización)
✓ Fortalecimiento de productores (Asociatividad, manejo postcosecha, buenas prácticas, gestión comercial, reducción PDA)
✓ Sensibilización de consumidores (cuatro charlas)
✓ Desarrollo de 15 jornadas de Mercados Solidarios.
FASE 3: Fase Post-operativa
✓ Sistematización y documentación de los resultados del piloto.
✓ Socialización de resultados.
✓ Análisis de resultados y recomendaciones.


MERCADOS SOLIDARIOS
DESEMBOLSOS
1° Desembolso (35%)
Informe con los siguientes entregables:
*Plan de trabajo con cronograma
*Instrumentos Convocatoria
*Mapeo de aliados
*Matrices de ponderación de criterios
Noviembre
Valor de $189 M
2° Desembolso (55%)
Informe con los siguientes entregables:
• Diagnósticos de las organizaciones campesinas
• Soportes de las 4 jornadas de sensibilización de consumidores
• Documento de caracterización de las tres localidades
• Matriz uno a uno de beneficiarios
• Soportes del 50% de fortalecimiento
• Informe de los MS realizados
Diciembre
Valor $ 298 M
3° Desembolso (10%)
Informe final con:
* Documento de estrategia
* Soportes de fortalecimiento faltantes
Diciembre
Valor de $54 M


GRACIAS


ASOCBOLIVAR
ASOCIACIÓN DE RECICLADORES
DE CIUDAD BOLIVAR
NIT:901.601.925-5
313 241 4035





DATOS DE LA REUNIÓN	
Dependencia: Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario.	**Asunto:** Reunión de socialización con Organizaciones de Recicladores – convenio 1383-2024
Fecha: Sábado 6 de diciembre de 2024	Lugar: presencial de 2:00 a 3:00– Localidad de Usme, san Felipe calle 88 G sur # 7D – 21

Asistentes/Participantes:

Leidy Carolina Bolívar – Profesional agrónomo de la Fundación Escala al Desarrollo

Kelly Johanna Carreño Martínez– Representante legal de la Organización de Recicladores Reciproca de la localidad de Usme. ASORECIPROCA.

OBJETIVO DE LA REUNIÓN
Socialización del convenio 1383 -2024 con la Organización de Recicladores ASORECIPROCA
AGENDA DE LA REUNIÓN
Bienvenida Presentación de equipos por parte de la fundación y de la organización de recicladores Presentación del convenio 1383-2024 Discusión abierta y preguntas de los miembros de la organización de recicladores. Próximos pasos y cronograma de implementación. compromisos Cierre

DESARROLLO DE LA SESIÓN

En la localidad de Usme de la Ciudad de Bogotá, siendo las dos (2) de la tarde se llevó a cabo la reunión del Socialización del convenio 1383 – 2024 “PROYECTO DE INVERSIÓN 8178 “CONSOLIDACIÓN DEL SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ D.C.”.

La reunión tuvo como objetivo presentar y socializar el convenio 1383 con los miembros de la organización de recicladores ASORECIPROCA, con el fin de promover su participación activa y resolver cualquier duda sobre la iniciativa.

Leydi Carolina Bolívar profesional encargada de la Fundación Escala al Desarrollo abrió la reunión con agradecimientos por aceptar la invitación de socialización y por la presencia de todos los asistentes. Se presentó brevemente, manifestando su rol en el convenio 1383-2024.

Leidy explicó en detalle el concepto de los **mercados solidarios**, su objetivos y el impacto esperado para la comunidad, haciendo especial énfasis en los beneficios para los recicladores, con el material reciclaje recolectado en las jornadas de mercados, también se le extendió la invitación a el acceso a productos a precios justos, la inclusión en cadenas de distribución.

El objetivo del convenio es Implementar un piloto de la Estrategia Mercados Solidarios en aras de Contribuir al mejoramiento del acceso a alimentos saludables, especialmente para la población Bogotana más vulnerable, así como generar espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria de la Bogotá-Región, mediante la realización de al menos quince (15) jornadas en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Tunjuelito, en el marco del Proyecto de Inversión 8178 de la Subdirección de Abastecimiento Alimentario.

Asi mismo busca fortalecer la economía solidaria, promover la cooperación entre recicladores, quienes podrán participar en las jornadas de mercados solidarios y recibir el material reciclado clasificado para su posterior disposición.

Se explicó a los recicladores la dinámica de participación y roles en la ejecución dentro del convenio.

Durante la discusión abierta y preguntas, los miembros de la organización de recicladores hicieron preguntas y expresaron algunas inquietudes. Entre los temas discutidos se mencionaron la logística, las fechas de las jornadas.

Compromisos

- La organización de recicladores ASORECIPROCA SE inscribirá.
- Se distribuirán los materiales informativos sobre el proyecto entre los recicladores que no pudieron asistir.
- Se facilitaran los contactos para no perder la comunicación.

Cierre

Leydi Bolívar, agradeció a todos los participantes por su tiempo y disposición para formar parte de este proyecto. Se reiteró el compromiso de seguir trabajando juntos para asegurar el éxito de la iniciativa.

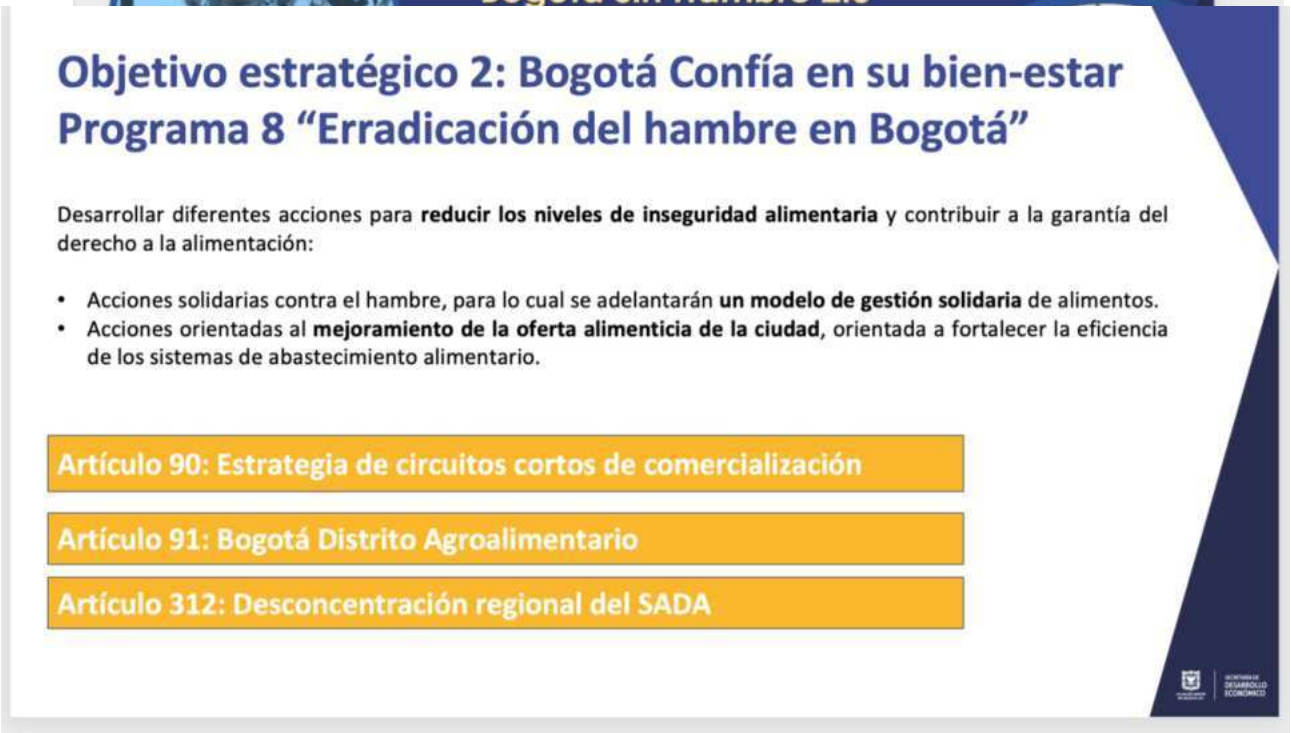
Finaliza la reunión.

En constancia de lo anterior firman:

Leidy Carolina Bolívar – Profesional agrónomo de la Fundación Escala al Desarrollo	**Kelly Johanna Carreño Martínez –** Representante legal de la Organización de Recicladores ASORECIPROCA.

Anexos.





PROYECTO DE INVERSIÓN 8178: "Consolidación del Sistema de Abastecimiento."

METAS PLAN:

Fortalecer técnica y/o comercialmente a 5.000 actores del Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos por una Bogotá con menos pobreza y menos hambre.

Generar 35.000 espacios individuales de comercialización directa para pequeños productores a través de mercados campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural - Bogotá Región.

METAS PROYECTO 2024:

1. **Fortalecer 357** actores del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos, generando estrategias que permitan consolidar las unidades productivas y promuevan una ciudadanía alimentaria en Bogotá D.C

2. **Generar 4.500 espacios individuales de comercialización** directa para pequeños productores/as a través de Mercados Campesinos en sus diferentes modalidades en el marco de Bogotá Rural – Bogotá Región

3. **Desarrollar el 11% de las acciones definidas** para el cuatrienio en la Estrategia de Abastecimiento Alimentario de Bogotá, en pro de consolidar un sistema eficiente y articulado en perspectiva metropolitana y regional

Aporte del Convenio:

60 Actores fortalecidos (productores)

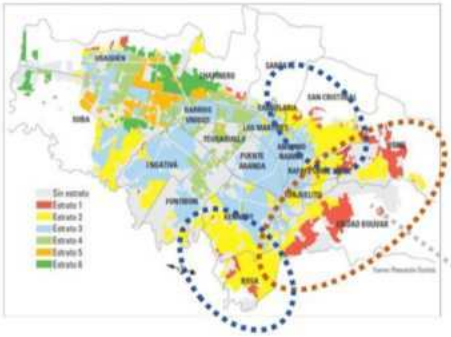
60 espacios individuales de comercialización generados.

1,4% a la Estrategia de Abastecimiento Alimentario: 15 Mercados solidarios

Mercados Solidarios

Localidades priorizadas

- La población altos niveles de inseguridad alimentaria: Ciudad Bolívar (52.5%), Usme (52.2%), Tunjuelito (51.8%)
- **Ciudad Bolívar** donde se cuenta con la Plataforma Logística y Comercial Los Luceros





Ciudad Bolívar



Tunjuelito



Usme

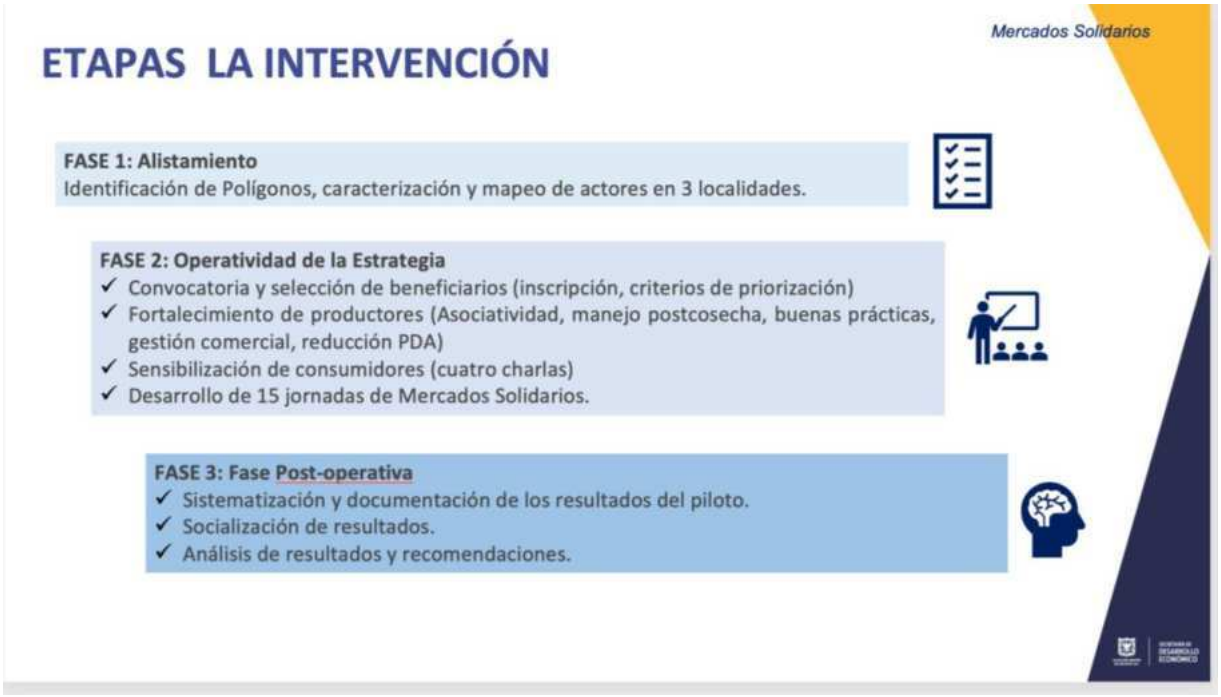

Necesidad
Mercados Solidarios
Las organizaciones de pequeños productores no cuentan con formación suficiente: comercialización, buenas prácticas de manejo postcosecha y gestión administrativa
Baja competitividad y escasos niveles de formalización para el acceso a mercados
Brechas sociales, económicas y comerciales.
Reduce el acceso y disponibilidad de alimentos
Dificultades de acceso a alimentos saludables por parte de familias, asociado a bajos ingresos y desconocimiento
Altos Niveles de Inseguridad Alimentaria en territorios vulnerables de la ciudad


Mercados Solidarios
Estrategia que busca contribuir en el mejoramiento del acceso y disponibilidad de alimentos saludables, especialmente en sectores con dificultades en términos de seguridad alimentaria y nutricional.
Los Mercados Solidarios se basan en principios de solidaridad, cooperación y respeto por los derechos de los consumidores y los productores.
Fomenta la inclusión y participación de comunidades vulnerables, apoya la construcción de redes sociales y la cooperación entre diferentes actores de la cadena de abastecimiento alimentario de Bogotá.
OBJETO
Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.
VALOR
$541.409.800
Presupuesto SDDE
Contratación Directa.
Proceso competitivo- decreto 092 del 2017
PLAZO
Cuatro (4) meses


MERCADOS SOLIDARIOS
ESTUDIO DE MERCADO:
El 18 de agosto de 2024 se publicó solicitud de cotización a través de SECOP II.
Los días 19 y 21 de agosto de 2024 se contactó a través de correo electrónico a (21) empresas y/o entidades sin ánimo de lucro registradas en el RUES
De la invitación publicada mediante SECOP II y correo: 4 entidades sin animo de lucro se presentaron a cotización
CONSOLIDADO
FUNDES $ 438.789.500
FUNDACIÓN SOCYA $ 701.134.069
GENVAL $ 309.949.400
CONADES $ 1.232.000
No se tuvo en cuenta CONADES, por presentar valores atípicos
ITEM PROMEDIO ACOTADO
ACTIVIDADES $ 353,043,670
ELEMENTOS $ 14,002,510
PERSONAL $97,863,600
BOLSA AGOTABLE $ 76,500,000
TOTAL COTIZADO $ 541,409,779
Estudio de mercado $ 541.409.779
Se publico en SECOP II buscando ESAL que aportara 30% en efectivo: se recibieron dos propuestas pero no cumplieron


BENEFICIOS
Productores
Programa de fortalecimiento: diagnóstico, capacitación (Asociatividad, manejo postcosecha, buenas prácticas, gestión comercial, reducción PDA – 8h)
Compra garantizada para el mercado solidario
Un canal de comercialización alternativo
Elementos para el punto
Ciudadanos
Promoción redes solidarias de abastecimiento alimentario
Sensibilización: hábitos de alimentación, consumo responsable, reducción de desperdicios de alimentos.
Tres Mercados Solidarios (canje de puntos).
Recicladores
Reconocimiento de la labor
Recepción de material reciclado separado


COMPONENTES DE LA INTERVENCIÓN
Mercados Solidarios
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONES CAMPESINAS
Cuatro (4) organizaciones
60 productores
SENSIBILIZACION
Ciudadanía ALIMENTARIA
300 personas
(60 personas por punto)
(3 canastas * $85)
JORNADAS: INTERCAMBIO Y VENTA
15 Mercados Solidarios
(5 Puntos con 3 Mercados por punto)
Identificar si el punto es comercialmente sostenible


ETAPAS LA INTERVENCIÓN
Mercados Solidarios
FASE 1: Alistamiento
Identificación de Polígonos, caracterización y mapeo de actores en 3 localidades.
FASE 2: Operatividad de la Estrategia
✓ Convocatoria y selección de beneficiarios (inscripción, criterios de priorización)
✓ Fortalecimiento de productores (Asociatividad, manejo postcosecha, buenas prácticas, gestión comercial, reducción PDA)
✓ Sensibilización de consumidores (cuatro charlas)
✓ Desarrollo de 15 jornadas de Mercados Solidarios.
FASE 3: Fase Post-operativa
✓ Sistematización y documentación de los resultados del piloto.
✓ Socialización de resultados.
✓ Análisis de resultados y recomendaciones.


GRACIAS


ASORECIPROC
Asociación De Recicladore
Nit. 90168970
313 295 2752 - 322 307 7941
Superservicios


ASORECIPROCA
Asociación De Recicladores
Nit. 90168970
313 295 2752 - 322 307 7941
asoreciproca2022@gmail.com
PARE


Self love
isn't
selfish

Cámara de Comercio de Bogotá

Sede Virtual

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 12 de enero de 2024 Hora: 13:24:39
Recibo No. AA24036314
Valor: $ 7,900

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN A240363146C686

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LAS INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: ASOCIACION DE RECICLADORES RECIPROCA
Sigla: ASORECIPROCA
Nit: 901.648.970-1 Administración : Direccion Seccional De Impuestos De Bogota
Domicilio principal: Bogotá D.C.

INSCRIPCIÓN

Inscripción No. S0061754
Fecha de Inscripción: 28 de octubre de 2022
Último año renovado: 2023
Fecha de renovación: 17 de mayo de 2023
Grupo NIIF: Grupo III.

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: Cl 88 G Sur No. 7 D 21 San Felipe
Municipio: Bogotá D.C.
Correo electrónico: asoreciproca2022@gmail.com
Teléfono comercial 1: 3223077941
Teléfono comercial 2: No reportó.
Teléfono comercial 3: No reportó.

Dirección para notificación judicial: Cl 88 G Sur No. 7 D 21 San Felipe
Municipio: Bogotá D.C.
Correo electrónico de notificación: asoreciproca2022@gmail.com
Teléfono para notificación 1: 3223077941
Teléfono para notificación 2: No reportó.
Teléfono para notificación 3: No reportó.

La Entidad SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Proceso y 67 del Código de

Constanza del Pilar Puentes Trujillo

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
22/02/25	Parque vecinal la glorieta	Jerusalen	Ciudad Bolivar
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Asociacion de recolectores de Ciudad Bolivar	

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Leidy Bolivar Firma: C.C: 1022360126	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Ana Cecilia Mosquera Firma: Ana C M CC: 28 033 494

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Nota: Total de Material entregado = 318,15 kg

Powered by CamScanner

Esmeralda Platas	Botellas	7	Kg.	
Martha Tapias	Cartón Chatarra.	10	Kg.	Martha Tapias
Luz Dary Cuscue	Caton - Botella	10.	Kg.	
Yury Narvaes	Caton.	5	Kg	Yury Narvaez
Gloria Fajardo	Carton - plastico	1	Kg	Gloria L Fajardo G
Angie Medina	Archivo - Chatarra	7	Kg.	Angie Medina
wendy Medina	Archivo - per	7	Kg	WENDY MEDINA
Alejandro Ochoa	Botellas	3	Kg.	Alejandro Ochoa
Leidy Nortes	Caton - plastico	15	Kg	Leidy Martinez
Ana Celina Fuentes	Botella - Vidrio	7	Kg.	
Amantina Colorado	Carton - Botella	3,5	Kg	Amantina C.
Maria Avila	Carton - Botella	2	Kg	maria eduarda avila
Maria Stella Abril	Carton - plastico	6,8	Kg.	Stella Abril
Milena Lopez	Carton	3,7	Kg	Milena López
Yaneth Beltran	Archivo Carton.	5,3	Kg	YanethBeltran.
Maria Gladys Cepeda	Botellas Caton -	3,6	Kg	Maria g cadenas
Angie Niño	Caton.	3,5	Kg	Angie Niño.
Liliana Rivera	Carton.	9,5	Kg	Liliana Rivera.
Solangy Diaz.	Petis - Bolsas	5	Kg	Solangy Diaz M.
Martha Chacon.	Carton - Vidrio	6	Kg.	Martha Chacon

Powered by CamScanner

Sandra Fonseca	Botella - Carton	4,5	Kg.	Sandra Fonseca
Lucia Cardenas	Carton - Botella	8,1	Kg	Lucia Cardenas.
Blanca Barbosa	Plastico - Carton	5,3	Kg.	Blanca Inés Barbosa.
Maria Vargas	Carton - Botella	3,6	Kg	Maria Dolis Vargas
Maria Castillo	Carton.	4.	Kg.	Elena Maria Castillo
Luz Dary Cabrera	Carton	6,3	Kg	
Maria Martinez	Carton - Botella	7	Kg	María E Martinez
Janeth Rodriguez	Carton	4,4	Kg	
Carmen Catalina Cla	Carton - plastico	8	Kg	
Elvira Bohorquez	Carton	2,5	Kg	
Diana Patricia Barbosa	Carton	4,5	Kg	Diana P. Barbosa
Jorge. Amador.	Carton	2,7	Kg.	Jorge R Amador
Gloria Guerrero	Plastico - Hierro	4,3	Kg.	
Lesly Cañas	Carton - plastico	5,5	Kg	Lesly Yohanna Cañas V.
Jesus Moreno	Carton.	5,8	Kg	
Blanca Melo	Carton - plastico	2	Kg	Blanca Melo R
Ruben Hernandez	Botella - Cobre.	5,7	Kg.	Ruben Hernandez
Edilma Gonzales.	Vidrio	6,2	Kg	Edilma Gonzales.
Sandra Rangel.	Botella - Vidrio	15,5	Kg.	Sandra Rangel.
Maria Flonncia Neto	Carton - Botella	7,3	Kg	Mariela Neto
Maycely Gomez.	Carton	6,25	Kg	

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Magali Garzon	Carton	5,8	Kg	
Floralba Arias	Carton	5,6	Kg	Flor Arias
Maria leonor Arias	Carton- Botella	7,1	Kg	Maria Arias Lesmes
Mercedes Lesmes	Carton -Botella	5	Kg	Mercedes Lesmes
Sandra Muñoz	Carton	1	Kg	Sandra Muñoz
Nubia Gonzalez	Carton	3,9	Kg	Nubia González
Vivian Sarmiento	Carton- plastico	5,2	Kg	
Jaime Bernal	Carton	5	Kg	Jaime Alberto Bernal
Lina Hernandez	Papel- Carton	13,5	Kg	Lina Hernandez
Gladys Maldonado	Carton- Botella	2,3	Kg	
Victor Diaz	Carton- plastico	6,2	Kg	
Marta Ciro	Botellas-Carton	4	Kg	Martha Janeth Ciro
Alejandro Bolaños	Carton	4	Kg	
Yhoana Torres	Carton	2,8	Kg	Johanna Rubio T.
Gloria Torres	Carton	2,4	Kg	Gloria Torres
Alquivar Lopez	Carton	3	Kg	Alquivar Lopez
Zuly Hernandez	Carton	4	Kg	Zuly Hernández
	Carton	2	Kg	Jorge Ramirez
Mercedes Niño Parra	Carton	2	Kg	Erika Niño Parra

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
05-Feb-25	Parque la Gloriela	Jerusalen	Ciudad Bolivar
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Asociación de Recolectores de Ciudad Bolivar	

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Jeidy Carolina Bolivar	Nombre: Dora Rincon
Firma:	Firma:
C.C: 1022360126	C.C: 35424784

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Ana Edilia Mosquera
Firma: Ana E M
CC: 28 033 494

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre:
Firma:
C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Martha Chacer	Botellas - Carton	Kg	6.	Martha E Ch
Glona Ines Fajardo	Carton - plastico	Kg	1	Gloria I Fajardo G
Maria Elena Montañes	plastico	Kg	5	Maria Elena
Jorge Amador	Botellas - Carton.	Kg	3+2	Jorge A Amador
Janeth del Pilar Rodriguez	plastico - Carton	Kg	6	
Diana Patricia Barbosa	Carton - plastico	Kg	5	Diana P. Barbosa
Blanca Ines Barbosa	Bolsas - plastico	Kg	3	Blanca Inés Barbosa Gil
Lesly Jhana Gañan	botellas - Carton	Kg	4.	Lesly Johana Gañan
Erika Niño Parra	Botellas	Kg	1	ERIKA PARRA.
Nubia Gonzalez.	Botellas	Kg	4	Jc Nubia Gonzalez
Eliana Bohorquez	Botellas - Carton	Kg	3	
Yaneth Isleni Beltran	Carton - Archivo	Kg	5	YanethBeltran.
Victor Jesus Diaz	Botellas - Carton	Kg	7	
Edilma Gonzalez	Carton - plastico	Kg	6.	Edilma gonzalez tejo
Gloria Guevara	Botellas - Carton	Kg	4.	
Floralba Arias	plastico	Kg	2.	Flor Arias.
Maria Fernanda Nieto	plastico - Carton	Kg	10	Maria Fernanda N
Vivian Liz Sarmiento	Carton - plastico	Kg	7	Vivian Sarmiento
Sandra Liliana Muñoz	Carton - Botella	Kg	2	Sandra Muñoz

Entrega total 315 Kg

Cra 20 # 27-83 Pasatiempo - Teléfonos: 7860906 / Montería - Córdoba - Colombia
Correo electrónico: fundacionescalaong@gmail.com
www.fundacionescala.org

Powered by CamScanner

Nombre	Material		Peso	
Jaime Alberto Bernal	Carton	Kg	6.	
Mayerly Gomez	Carton - plastico	Kg	4	
Maria Leona Arias	Carton.	Kg	3	
Mercedes Lesmes	Carton - plastico	Kg	2	
Maggali Garzon	plastico - Carton	Kg	5	
Magaly Garzon (Anstabulo - Verano)	Carton - plastico	Kg	5	
Ruben Hernandez	Botellas - plastico	Kg	6	Ruben Hernández
Sandra Fonseca	Plastico - Carton	Kg	11	Sandra Fonseca
Blanca Nieves Melo	plastico.	Kg	3	BlancaNieves M.
Sandra Polita Rangel	plastico - Carton	Kg	2	Sandra Rangel
Gladys Yolanda Maldonado	Carton - plastico	Kg	2	
Lina Marcela Hernandez	Carton - plastico	Kg	5	Lina Hernandez B.
Jorge Oswaldo Ramirez	Botella - Chatarra	Kg	5	
Martha Cano	archivo	Kg	11.	Martha Janeth Cano
Johanna Torres	papel - botella	Kg	4.	Johanna Rubio
Gloria Belinda Torres	Carton - plastico	Kg	4.	Gloria Torres R.
Alejandro Castellanos	Vidrio	Kg	8	
Alguien Lopez	Carton	Kg	8	
Angie Niño	Botellas	Kg	3	Angie Alexandra.
Maria Gladys Lesperdes	Carton - Botella	Kg	5	
Zuly Hernandez	Carton	Kg	2.	zuly hernandez

Powered by CamScanner

	Material	Cantidad	Peso	Firma
Wendy Lorena Medina	Carton - botellas	Kg	4,5	WENDY MEDINA
Leidy Montes	Carton - plastico	Kg	7	Leidy Montes
Lucia Cardenas	plastico - archivo	Kg	8	Lucia Cardenas
Angie Medina	plastico - Carton	Kg	4,5	Angie Medina
Daisy Rivera	pet y Carton	Kg	6	Liliana Rivera
Martha Tapias	Carton	Kg	5	Martha Tapias
Esmeralda Plazas	botellas - Archivo	Kg	7	Esmeralda plazas
Solangy Diaz	Vidrio - botellas - Carton	Kg	5	Solangy Diaz M.
Yury Vanesa Navarrete	Carton - plastico	Kg	6,9	YURY VANESA
Luz Dary Cabrera	Vidrio - plastico	Kg	15	
Maria Elena Castillo	plastico - vidrio	Kg	9,5	maria castillo
Maria Stella Abril	plastico - Carton	Kg	5	Stella Abril
Maria Dolu Vargas	plastico - Carton	Kg	1	Maria Dolis Vargas
Luz Dary Cuesce	botellas - Carton	Kg	6	Luz Dary Cuesce
Milena Carolina Lopez	Botellas - Carton	Kg	4	Milena López
Maria Lucila Avila	Botellas - plastico	Kg	3	imagina y crea tu vida
Ana Celina Cantes	Carton - Vidrio	Kg	4	
Amantina Colorado	pet - Carton	Kg	5	Amantina Colorado
Alejandro Ochoa	Carton - plastico	Kg	3	Alejandro Ochoa
Damaris Castañeda	Botella Vidrio - Carton	Kg	6	

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
25-01-25	calle 66 con k 67	Tunscalito	Isla del Sol
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Onoria Lucia Banguero	

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Gina Pada Cerego Firma: C.C: 1019066512	Nombre: ADRIAN CHAVEZ Firma: C.C: 80737191

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Onoria Lucia Banguero Firma: Onoria Lucia Banguero CC: 52089051 BT

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
MARINA CARO	Plastico	5	12	
MARIA GUTIERREZ	Carton	5	12	
MILVIA Gonzalez	carton	5	5	
VIVIANA Valencia	carton	5	5	
Miguel Tellez	carton	5	5,10	
Deicy Tellez	carton	5	5,30	
Carmen Perez	carton, Plastico	5	5,20	
Ingrid noque	Carton	5	5	
Heidi Marthos	Carton	5	5,10	
Sandra Perez	Carton	5	5,20	
Maribel Romero	carton, Plastico	5	5	
Ana Rios	Plastico, carton	5	5,20	
Maria Ordonez	Carton, Plastico	5	8,80	
Luz Marina Jimenez	Carton, Plastico	5	7,30	
Beatriz Piña	carton	5	5	
Blanca cubillos	Plastico	5	5	
Ernesto Robayo	Aluminio	5	5,40	
Ana Daza	Carton, Plastico	5	7,98	
Ingrid escobar	Plastico	5	5,40	

Cra 20 # 27-83 Pasatiempo - Teléfonos: 7860906 / Montería - Córdoba - Colombia
Correo electrónico: fundacionescalaong@gmail.com
www.fundacionescala.org

Powered by CamScanner

Harold Diaz	Pet, Archivo	5	5,0	Harold D.
Cindy Diaz	Pet, carton	5	5,10	Cindy Diaz Torres
Sonia Vivas	Pet	5	5,10	Sonia Torres
Teresa Murillo	carton	5	7,10	
Sandra Fernandez	carton	5	5,70	
Ana de Diaz	carton	5	5	
Oriana Pinzon	carton	5	5,10	Alejandra Pinzon.
Martha Pinto	Pet, carton	5	5,40	
Sandra Liana Diaz	Plega, carton	5	6,30	
Adriana Pinzon	Archivo	5	5,10	Adriana Pinzon
Daniela Rubio	Pet, Archivo	5	7,35	Daniela Rubio.
maria Judith Jaime	Pet	5	7	
Ana Amaya	Pet	5	3	Ana B Amaya
Dora Cardozo	carton, pet	5	5	Dora Avila Cardozo
Elena Delgado	Archivo	5	11,30	Elena Delgado
Diana Ruiz	carton, Archivo	5	5,20	DIANA RUIZ.
Luz Polido	Pet	5	5,10	
Raina Lugo	Carton, Pet	5	430	Raina Lugo.
Linda Lugo	Carton, pet	5	4	
Ana Ladino	Pet, Archivo	5	330	

Powered by CamScanner

Maria Rodriguez	Plastico, carton	5	3,38	MariaR
Mairi Hernandez	Papel, carton	5	5,40	
Alba Bolaños	carton, Plastico	5	7,10	
Yolima Lopez	Carton, Aluminio	5	10,10	
gloria Tibaquira	carton	5	5,8	
Marleba giraldo	carton	5	7,40	
Sulena gonzalez	plastico	5	6,40	
Maria Diaz	carton, Plastico	5	9,6	
Jose Dolores	Carton	5	6	
Adriana Castro	Carton, Archivo	5	6,50	
Lisa Martinez	Plegadiza	5	6,70	
Jhon Martinez	Carton, Plastico	5	6,90	
Liz Cortes	Pet, carton	5	6,90	
Edna Montaño	Archivo	5	5,70	
Rud Ortiz	Pet	5	5,50	
Alexandra Colorado	Archivo, Pet	5	8,10	
Ana Perez	Carton, Pet.	5	5,20	
Yudira Cuervo	Carton, Pet	5	8,70	
Janini Bermudez	Pet, carton	5	9,10	
Claudia Celis	Pet, carton	5	9,10	
Maria Olaveta	pet, carton	5	5,10	

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE
Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO

Objeto del Convenio:
"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"

1. Datos de entrega

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
07-02-2025	Plataforma los Luceros	Lucero	Ciudad Bolívar.
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Asoeol	

Total material: (Carton, Aluminio, PET, Papel) 16.090
+ 5
+ 5
16.010 Kg

Scanned with CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:				
Luz Mery León Delegat	PET.		5	Luz Mery León
Hermira Daza	PET. carton		5.10.	Hermira Daza
Sierra Nivid	carton		5.30	
Siara Bejarano	Carton		4.20	
Ana Delia Ospino	carton, PET		4.	Ana Delia Ospino
Ana Bertilda Almanza	Carton		5.10	Ana Bertilda
elva graciela Suarez	Carton		4.20	Elva Graciela Suarez
Carmen elisa Cortes	Carton		5.30.	Carmen Elisa Cortes
Pablo A Perez	Archivo		6.40.	Pablo A Perez
Triana Danna Alexandra	carton, PET, Archivo		4.20	Danna Triana
Yuli Martinez	PET.		5	
Elisabeth monroy	Archivo..		5	Elisabet Monroy
Analia Ariza	Archivo		7	Analia Ariza M.
ezequiel Avila	Carton		5.10	
Maria Ines Ortega	carton		5	Maria Inés Ortega
Jose Jairo gonzalez	PET, carton.		5.20	
maria Naranjo	Carton		4.20	Teresa
martha liliana Ruelo	Carton		4.50	Martha Menduelo

Scanned with CamScanner

Rafael Velazquez	Carton,		5	
Carlos Figueroa segundo	Pet, carton		4.40	
Jose Antonio Hurtado	Carton		5.30	
Maria lilia walteros	PET. Archivo		7	
Maria del carmen tovar	Plastico		4.20	
Raul palencia	carton, Pet		6.30	
Jesus Antonio Aldana	carton, Pet.		5	
Beatriz Vieira	Archivo, carton		5.10	
Maria Acevedes	carton, pet.		5.10	
Olivia casamachin.	Pet		5.30	
Flaminio Buitrago	carton		7.	
Jair Acuña lopez	Pet, carton		4	
Carmen Julia Rodriguez	carton, pet.		5.40	
Julian Antonio Turga	pet, carton		6.	
Maria del Socorro.	carton, Pet.		5.40	
maria luz otalora.	carton, pet		5.30	
miguel Angel munoz	Carton		8	
rena ayde cortes	Carton, PET		6.10	
gomes quitama Olando	carton		5	
martha ayala	carton		6	
alvio Rubiela	Carton		5.20	

Scanned with CamScanner

Uriel Rincon	Carton		6	
Yessica Rincon	Carton, PET		6	Yessica Rincon
Flor Alba guzman	carton, PET		5.40	Flor alba guzman
Ortiz maria	carton		5	Maria Ortiz Cortes
Rosalba Pulga	PET, carton		5.40	Rosalba Pulga
maria moyano	PET		5.30	
Javier Acuña	carton		4	Javier Acuña C.
Francelina Berrate	Carton, PET		5	Francelina Berrate C
ingrid Puentes	carton, PET		5	Ingrid Puente
gamboa maria	Archivo		7	
Cindy Rodriguez	PET		5.40	Cindy Alejandra
lilia Barreto	carton		5	Lilia Barreto
Trinidad cruz	Carton		5	Trinidad cruz
martha Cortes	Carton		540	MARTHA
Diana Ortiz	Archivo, PET		7	D.long antorcha
michel geira	Carton		540	Michell Guira
Yolanda mora	carton		6	Yolanda Mora
Claudia Torres	Carton		5.40	Claudia T.
David Aldana	Carton		5	
Ana millan	carton		5	

Scanned with CamScanner

mario Yovan	carton		5	

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Gina Paola Cerezo Firma: C.C: 1049066572	Nombre: John R. Bernal Firma: C.C: 79518351 D.C.

Cesar A. Gonzalez
79.160.314.

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Alfonso Oleda molina Firma: CC: 79704543

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Scanned with CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
08/02/25	Parque.	Isla del Sol.	Fontibón.
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	ECA RECOPIANET.		

Total del material: (papel, carton, Aluminio, PET) 20,700 kg
+ 2
+ 4.10
21,112 kg

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Gina Paola Cerezo Firma: C.C: 1019066512	Nombre: Dora Rincon Firma: RB C.C: 35424684

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Wilmer Ramirez. Guitan Firma: CC: 80202 762.

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	MATERIAL	Cantidad	PESO	Firma
Jose Tafur Incapie	Archivo		9.90	Jose Dvafur
Ana Rocio Cepeda	Carton, Pet		5	Rocio
Maria Oliva Martinez	carton, pet		8.40	Maria Oliva Martinez
marina caro de cates	carton, PET		14.2	
Deicy Tellez Sanchez	carton		5	
Carmen lucia Perez	Carton		5.40	Carmen L. Perez
miguel Tellez gonzalez	Carton		5.5	
milvia valencia	Carton		5	Milvia Valencia. C
viviana valencia	carton		5.30	Viviana C.
Ingrid moque	carton		6	Ingrid moque
maria del Rosario Diaz	carton		5	Maria del Rosario C.
jaidy David martos	carto		5.30	Jaidy David Martez
maria Argelia Orjuela	Plastico, Archivo		6.7	
Blanca cubillos Forero	Plastico, carton		7.90	Blanca Cecilia Cubillos
Jeanni matilde bermudez	Plastico, carton		8.60	
maria esmeralda gallo	carton		5.70	
Ana graciela Daza	carton		5.70	
Diana Katerino Ruiz	carton		9.80	Diana Katherine Ruiz.
maria Jaimes Agudelo	PET, carton		6.5	Maria Jaimes
Karen Rubio	PET, carton		6.5	Daneda Rubio.

Powered by CamScanner

Sandra Perez Godoy	Carton		5.1	
maribel Romero	PET.		5.3	Maribel Romero.
Sandra Moran	Archivo		5,6	
Adriana Pinzon	Carton		5	Adriana Pinzon
Sandra Diaz	carton		5	
maria Hernandez	carton, PET		5.10	
maria dolores Moya	carton, PET		5.20	Maria
Ingrid escobar	PET, carton		5	Ingrid Carolina Escobar.
Luz elizabeth pulido	PET, carton		5.30	Luz elizabeth Pulido.
Ernesto Barreto	PET, carton		7.60	
Alba ilba Bolaños	PET, carton		6.80	
Cindy Diaz Torres	PET, carton		5	cindy Diaz.
Harol Diaz Torres	Pet, carton		4.30	Harold Diaz.
sonia Patricia Torres	PET, carton		2.40	Sonia Torres
Yolima Lopez	carton		7.80	Yolima Lopez
Gloria maria Tibaquira	Cubeta Huevos		6.50	
Ruth Ydiro Ruiz	Carton, Pet		6.50	Ya'dira
castro Adriana	PET, carton		6	Adriana castro
Alexandra colorado	Archivo		6	Alexandra Colorado
Sulena Gonzalez	Archivo, PET.		6.40	sulena Gonzalez

Powered by CamScanner

Dora Jasmin Avilan	Archivo, PET		6.40	Dora Jasmin Avilán
Astrid Yadira Cuervo	PET		5	Astrid Yadira Cuervo
Ana maria Alfonso	Plastico		5	Ana Maria Alfonso.
Xaina Andrimar Lugo	Pet, carton		5	Xainay Lugo
linda linda lugo	Pet, carton		5	
Ana Beatriz Amaya	Pet, Archivo		5	Ana B Amaya
Luisa Johanna Castro	Plegadiza		11.7	
Jhon martinez	Plegadiza		12.6	JHON MARTINEZ
Claudia celis Hernandez	Archivo		6.30	Claudia Celis
mariceda giraldo	Archivo		6.90	Mariceda Giraldo
Luz Deisy cortes	Archivo		5	
teresa manave	Archivo		5	
Elena delgado	carton		5	Elena
Luz marina Jiménez	carton, Archivo		12.90	Luz Marina.
Ana mercedes Contreras	PET, Archivos		6.50	
Oriana Pinzon Rubiano	PET, Archivo		5.30	Alejandra Pinzon.
Edna mayerly montaño	Archivo		9.30	
Ana Alexandra ladino	carton		69	
martha lucia pinto	carton		2	Martha Pinto
Beatriz Peña menboza	PET, Archivo		9.30	

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
25-01-25	Parque Glorieta Arbolizadora Alta.	Jerusalem	Ciudad Bolivar.
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	Asociacion de recicladores de ciudad Bolivar.		

349 Kilos en total. se le entrego ala organizacion de reciclaros.

4 Kilos + 6 Kilos + 2 Kilos + 6 Kilos

Scanned with CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Anu Edilio Mosqu Firma: Anu E N C.C: 28 033 494	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Daniela Negreto Firma: Daniela Negreto CC: 1234988B4.

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Scanned with CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

	Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
1	Leidi Nuste Martinez.	Carton, Plastico	32	Kilos	Leidy Martinez
2	Deicy Liliana Dias	carton-vidrio	6	Kilos	Liliana Rivera
3	Carmen Castañeda	cartón plastico lata	20	Kilos	
4	Solangy Diaz	lata carton	10	Kilos	Solangy Diaz
5	Yesly Garcia Velandia	lata carton plastico	7	kilos	Yesli Garcia Velandia
6	Lucia cardenas Lozano	carton plastico lata	6	kilos	
7	Angie Medina	carton vidrio	5	Kilos	Angie Medina
8	WENDY MEDINA	Carton plastico latas	5	kilos	WENDY MEDINA
9	LUZ DORICA BRICEÑO	Carton pc	6	Kilos	
10	maria Dolis Vargas	Plastico Botella	4	Kilos	MARIA DOLIS VARGAS
11	Jaime Beinal.	Plastico Revuelto.	8	Kilos	
12	Ana Catalina Gaviria	Plastico papel	6	Kilos	
13	Amanibza Colorado	Plastico lata	5	Kilos	Amanibza C.
14	Gloria Emilia Guerrero	plastico papel lata	7	Kilos	
15	Martha Chavez.	Plastico, Papel lata.	6	Kilos	Martha Chavez
16	Johan Guzman	Plastico carton	4	Kilos	Johan G.
17	Alejandro Chavez	Plastico botella	2	Kilos	Alejandro C.
18	Floralba Arias	Plastico carton	3	Kilos	Flor Arias.
19	Maria leonor	Plastico papel	3	Kilos	Maria Lesmes

Scanned with CamScanner

20	Yaneth Beltrán R	Plastico lata carton	5	Kilos	Yaneth B.
21	Gladys Cespedes.	carton plastico	4	Kilos	X [illegible]
22	Martha Tapias	Plastico (cuotas)	6	Kilos	Martha Tapias
23	Yelena Lopez	Plastico lata	2	Kilos	Yelena Lopez
24	Jesus Serrano	archivo plastico	9	Kilos	
25	Esmeralda plaza	Plastico lata	2	Kilos	Esmeralda
26	YURY VANESSA	Plastico	9	Kilos	YURY VANESSA
27	Luz Dary Cuez	Plastico lata.	7	Kilos	Luz Dary Cuevas
28	Jorge Amador.	Plastico/lat.	7	Kilos	Jorge Amador
29	Maria Luca Avila	Plastico y la aja de arroz	6	Kilos	[illegible]
30	Maria Stella Abril	Plastico	4	Kilos	Stella Abril
31	Maria Elena Cantes	Plastico lata	6	Kilos	[illegible]
32	Janeth Rodriguez	Plastico	3	Kilos	[illegible]
33	D. Patricia Barbosa	Plastico lata	4	Kilos	D. Patricia Barbosa
34	Vivian Luz M Serrano	carton lata plastico	7	Kilos	[illegible]
35	Maleily Gomez V.	archivo carton lata	11	Kilos	[illegible]
36	yolanda Maldonado	carton lata archivo	10	Kilos	[illegible]
37	Ruben Hernandez	plastico archivo	6	Kilos	[illegible]
38	magaly arcos	Plastico y lata	5	Kilos	Magaly Arcos
39	Mercedes Lesmes	Plastico Carton	6	Kilos	Mercedes Lesmes
40	Sandra Rangel	Plastico vidrio	11	Kilos	Sandra Rangel

Scanned with CamScanner

41	Sandra Flores	Plastico lata vidrio	10	Kilos	Sandra Flores
42	Victor Jesus Diaz	Plastico lata aceite	8	Kilos	VictorDiaz
43	Edilma Gonzalez	Plastico lata	6	Kilos	Edilma Gonzalez.
44	Elvira Bolivar	Lata y aceite	3	Kilos	Elvira
—	[illegible]	Lata plastico	6	Kilos	DarlesQuiNP
45	Angie Alexandra	Plastico	2	Kilos	Angie Niño
46	Gloria Fajardo	Plastico	1	Kilo	GloriaFajardo.
47	ERICA NIÑOPARRA	Plastico	1	Kilo	ERICA NIÑO
48	Martha Sorely	Plastico	5	Kilo	Martha Oro
49	Lina Hernandez	Lata plastico aceite lata	25	Kilos	Lina Hernandez
50	Blanca Barbaso.	Carton	4.	Kilos.	BlancaInésBarbosa
51	Tatiana Gomez	Plastico	2.	Kilos	Tatiana A. Gomez.
53	Yohan Torres.	Plastico	2	Kilos	JohannTorres.
54	Elena Torres	carton	2	Kilo	Gloria torres
55	Maria Elena Castillo	vidrio	6	Kilos.	
56	Sandra Fonseca	Plastico, carton	6	Kilos	Sandra F.

Scanned with CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE
Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"

Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	Fundación Escala al Desarrollo

Objeto del Convenio

"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D C"

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**UPZ:**	**Localidad:**
07-Feb-2025	Plazoleta Iglesia La Micaela	La Flora	Usme

Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable

2. **Relación de material entregado por beneficiarios**

Nombre Completo	Descripción de material	Cantidad	Peso	Firma
CARLOS JULIO VELOZA C.	CARTON	1.5	KG	Carlos Julio Veloza
CARLOS ARTURO NARVAEZ	CARTON	4.5	KG	carlos Narvaez K
MARIA DIOCELINA CELY	PLASTICO	3.0	KG	Maria Diocelina Cely
CLEOFILDE MERCHAN	CARTON	3.75	KG	Cleofilde
ANA ELVIA SALAZAR	PLASTICO	4.6	KG	Ana Elvia Salazar
Miriam Maxima Beltrán	Cartón	35	Kg	Miriam Beltran

Powered by CamScanner

Escala

Fundación Escala al Desarrollo
NIT:900446301-1

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre Completo	Descripción de material	Cantidad	Peso	Firma
* LUIS FERNANDO BAUTISTA	PLASTICO Y CARTÓN	2.0	KG	Luis Bautista
* ESPEDITO PAEZ RODRIGUEZ	PLASTICO	1.2	KG	Espedito Paez
DELIA CESPEDES Ch.	PLASTICO	2.5	KG	delia cespedes
DORIS GONZALEZ DIAZ	PLASTICO	1.5.	KG	Doris G D
FELIX ANTONIO DIAZ O.	ALUMINIO	4.5	KG	
MIRIAM CASTILLO MORA	PLASTICO CARTON	2.75	KG	Miriam Castillo M
ANA ISABEL ARIAS. G.	PLASTICO	3,0	KG	Ana Isabel Arias G
MARIA SILVINA PIÑA	CARTON Y PLASTICO	2.25	KG.	Silvina Piña
MARCO HUBERTO ROSTREPO	PLASTICO	3.25	KG	
CARMEN RUT GALINDO V.	CARTON - PLASTICO	2.5	KG	Ruth Galindo
JENNIFER TORRES GALINDO	PLASTICO Y CARTON	4.7	KG	Jenifer Torres
GLADYS VALERIANO M.	PLASTICO CARTON	6.0	KG.	Gladys M Valeriano
GLORIA ESPERANZA MUÑOZ	PLASTICO CARTON	4.0	KG	Gloria E Muñoz
ISABEL BARINAS	ALUMINIO	0.5	KG	
MARTHA SUSI C.	CARTON - PLASTICO	5.0	KG.	Martha Susi C
LUZ TERESA OTAVO P.	ARCHIVO	6.25	KG	Luz Otavo P
MARIA MARGARITA MONGUI	CARTON PLASTICO	2.5 C 1.5 P.	KG.	Maria Margarita Mongui
PABLO EMILIO RODRIGUEZ	CARTON PLASTICO	6.0	KG	Pablo E Rodriguez

Powered by CamScanner

Escala

Fundación Escala al Desarrollo
NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre Completo	Descripción de material	Cantidad	Peso	Firma
SONIA ESPERANZA TORRES	PLASTICO CARTON	4.2	KG.	SoniaETorres
ORLANDO ALAPE	PLASTICO CARTON	6.2	KG	
OMAIRA PEREZ	PLASTICO CARTON	1.5	KG.	Omaira Perez
VANESA DIAZ GUTIERREZ	PLASTICO CARTON	1.25	KG	
NARCISO LOZANO VELA.	PLASTICO CARTON	2.60	KG	NARCISO
JOSE DANIEL FONSECA	HIERRO	6.0	KG	JosedanielFonseca
ANA ISABEL REYES	PLASTICO CARTON	3.5	KG	Ana Isabel Reyes V
BETULIA RAMIREZ	PLASTICO ALUMINIO	1.75	KG	Betulia Ramirez
LEOPOLDINA BUITRAGO	CARTON	3.5	KG.	
CINTHIA C. BELTRAN	CARTON	2.2	KG	cinthiabeltran
MANUELA FORERO R.	PLASTICO	1.70	KG.	Manuela Forero
NORMA CONSTANZA CASTILLO	PLASTICO	3.25	KGS	Norma castillo
DIEGO MARIO CASTILLO	CARTON	5.0	KG	Diego mario castillo
LUZ MERY SABOGAL S.	PLASTICO CARTON	2.75	KG	LuzMerySabogal
CLAUDIA ROCIO GRANADOS	PLASTICO ALUMINIO	2.25	KG	Claudia Rocio Granados
LUIS ANGEL OTALVARO	HIERRO	7.5	KG	Luis Angel Otalvaro
GLORIA OTALVARO G.	CARTON ALUMINIO	7.5	KG	GloriaOtalvaro
FLOR EMILIA SANCHEZ	PLASTICO	3.5	KG.	FlorEmiliaSanchez
ROSA ELENA PLAZAS.	PLASTICO	1.5	KG	RosaElena

Powered by CamScanner

Escala

Fundación Escala al Desarrollo
NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre Completo	Descripción de material	Cantidad	Peso	Firma
Leidy Johana Mora	Plastico	1.0	Kg.	
Evelin Garzón	plastico	2.0	kg	Evelin Garzón.
Liliana Villamil	Plastico	1.5	Kg	Liliana Villamil G.
Andrea Paola Moreno	Carton	2.0	Kg	Andrea Paola Moreno
Graciela Vera R.	Plastico	4.0	Kg	Graciela Vera R
María Rocío Pulido	Plastico	1.5	Kg	Mª Rocío Pulido S.
Gloria Amparo Fonseca	archivo	3.5	Kg	Gloria Amparo Fonseca
Brithney Herrera Paez	carton	3.5	Kg.	Michelle H.
Odilia Conrador	carton	3.5	Kg	Odilia Conrador
Erika Uribe Martinez	Plastico	1.25	Kg	Erika Uribe
Luis Alberto Paez G	plastico	1.5	Kg	
Liliana María Laverde	Carton	1.0	Kg.	liliana laverde.
Raul Fonseca Camargo	Archivo	3.75	Kg	Raúl Fonseca C.
Maria Amanda Alzate	Plastico	9.0	Kg	Albeiro Giraldo G A
Lisiana Carolina A.	Plastico	4.5	Kg	
Rita Antonia Pinzon	Papel	1.0	Kg.	Martha A Cubillos
Concepcion Paez C.	Plastico	4.0	Kg.	
Castro Leon Maria Eloy	carton	2.5	Kg.	Maria Eloy castro

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes.

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre Iván Gamboa Galeano	Nombre
Firma Iván Gamboa G.	Firma
C C 79795 508	C C

Delegado de la organización de recicladores

Nombre

Firma

CC

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021

Nombre

Firma 51.587139 Bto

C C

3. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE
Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Con la presente acta se realiza la entrega, a la organización de recuperadores, del material reciclable aportado por los beneficiarios que reciben la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	Fundación Escala al Desarrollo

Objeto del Convenio
"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**UPZ:**	**Localidad:**
25-Ene-2025	Parque Vecinal Nuevo Porvenir – Nuevo portal	Alfonso López	Usme
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	Asociación de Recicladores RECIPROCA NIT. 901.648.970-1		

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Organización de Recicladores

Carlos Javier Acevedo Garzon.
Nombre Carlos Javier Acevedo Garzon
C.C. 1033681172
Cargo: Aso RECIPROCA.

Delegado Fundación Escala al Desarrollo

Iván Eduardo Gamboa Galeano
C.C. 79.795.508 de Bogotá
Profesional - Contratista

Apoyo a la Supervisión
Convenio 1383/2024 SAA - SDDE

Subdirección de Abastecimiento Alimentario

Nombre:
C.C.
Cargo:

Nombre:
C.C
Cargo:

A continuación, se presenta en el anexo, la relación detallada del material aportado por cada uno de los beneficiarios que recibieron la canasta de alimentos.

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Lucero gomez				
BLANCA CORZO		4.15		Lucero Gomez.
Yenien Benitez		2.25.		Blanca I Corzo.
Yenien Benitez.		3.35		x Yenien Benitez
Benegna villalobos		5.85.		x Benegna villalobos
Diedra Benitez		2.45.		Elina
Jose Mercada.		2.25.		Jose x
Nicol amaya		9.20.		Isabel Mej x
Leonardo torres		5.20.		x Leonardo Rores
Miriam gonzalez		4.15.		x Mifiam6
JAIME Castaneda.		6.40.		x
Jairo cuervo		3.20		Jhon jairo cuervo
WILMA Morales.		4.20		x Norma Morales
MIRIAM Contreras		5.17		+ Myriam contreras.
Yanin Reyes		06.		Ulloa Ana Yeli
Elicena Rios.				
ricardo mancera		3.65		Ricardo Mancera.
Yeli Solorzo		4.00		EW Sobrano
Gloria valencia		3.8		+ Gloria Edit
Blanca barrera		P.J.		x Blanca Barrera

Luis Bestancourt.		4-8		
Jennifer Becerra.		5		
Gilberto Sierra		2		Gilberto Sierra
Jesus Castro		7.45		
Luis Betancourt.		9		Luis Betancourt
Elver Ruiz.		5.		
Urbano Santos.		—		—
—				
Luz Martinez.		3.5.		Luz Elena M
—		—		
Martha Tapiero		3.5		Martha.
Marco Arcelagez.		1.		
Yirsida Vasquez		10.5		Yirsida Vasquez.
Nancy Sanchez		5.8		Nancy Sanchez
Monica Sanabria.		4		Monica Sanabria
Angel Bohorquez		2		
Yenny Guerrero		8		
Jacinto Rocha.		5.5		
Jhon Rocero		3		Madrid
Carmen Puentes		2		Carmen Puentes.

gladis. otelvan		N.		
SANDRA RIAÑO		5.3		Sandra Milena R
YULY LOPEZ.		9.75		Yuly López
RUBEN ROJAS		2		
LUZ JIMENEZ.		3.5		
FRANCIELY LIVERA		3		Faisoliviera
VIVIANA QUIJANO		5.		VIVIANA QUIJANO
JOSE BELTRAN		6.		Ricardo Beltrán
Demetria RUIZ.		7.8.		Demetria Ruiz.
Graciela Flores		7.5		Graciela Flores
PAULA CARABALLO		5.3		Paola Caraballo
Esperanza Legra.				Esperanza Legra.
Hernandez.		5.5.		José Hernando
HILDA PACHECO		8.2.		Hilda Pacheco
ERIKA ORTIZ		4.8.		
amanda Valdado		8.5		
Lucy Perez		7.8.		LILIA OBREGA
vicente suarez		9.		

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE
Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Con la presente acta se realiza la entrega, a la organización de recuperadores, del material reciclable aportado por los beneficiarios que reciben la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	Fundación Escala al Desarrollo

Objeto del Convenio:
"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**UPZ:**	**Localidad:**
22-Feb-2025	Parque Vecinal Nuevo Porvenir – Nuevo portal	Alfonso López	Usme
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	Asociación de Recicladores RECIPROCA NIT. 901.648.970-1		

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Organización de Recicladores

Nombre
C.C.
Cargo: R. LEGAL.

Delegado Fundación Escala al Desarrollo

Iván Eduardo Gamboa Galeano
C.C. 79.795.508 de Bogotá
Profesional - Contratista

Apoyo a la Supervisión
Convenio 1383/2024 SAA - SDDE

Subdirección de Abastecimiento Alimentario

Nombre:
C.C.
Cargo:

Nombre:
C.C
Cargo:

A continuación, se presenta en el anexo, la relación detallada del material aportado por cada uno de los beneficiarios que recibieron la canasta de alimentos.

Nombre Completo	Descripción del material	Cantidad	Peso	Firma
LILIA parra.		3	3	LILIAPARRA
JAIRO BECERRA.		3	3	x.
JAIRO cuervo		1	1	xJhonjairo cuervo
HILDA PACHECO		3	3	xHilda Pacheco
[illegible] Bermeo.		1	1	x
Nicol. AMAYA.		2	2	x Nicol Amaya.
[illegible]		2	2	x
ELIANA Martinez		3	3	x Eliana Martinez
ELIEER RIOS		4	4	x. Eli E Rios
Benigno [illegible]		1	1	xBenigno Villalobos
Jose [illegible]		6	6	x
MIRIAM gonzalez.		4	4	xmiriam6
Maria amaya		1	1	xMaria amaya
amanda [illegible]		3	3	x
Maria [illegible]		6	6	x. Madi
Leonardo torres		2	2	Leonardo Torre
NANCY [illegible]		3	3	x nancy
NORMA. Morales		2.	2.	xNorma Morales
GILBERTO SORIA		3	3	x

Demetria Ruiz		4	4	x Demetria Ruiz
Luis pulido		2	2	x Luis Pulido
Maria Santos		2	2	x Maria Santos
Myriam Contreras		3	3	x Myriam Contreras
Luis Betancourt		2	2	x Luis Betancourt
Angel Bohorquez		1	1	x Angel B
Hernando Orozco		3	3	Hernando Orozco
Ana Flores		3	3	x Ana Graciela Flores
Paola Caraballo		1	1	x Paola Caraballo
Blanca Diaz		3	3	Blanca Diaz
Blanca Cerezo		2	2	x Blanca I Cerezo
Carlos Castañeda		1	1	Carlos A Castañeda
Monica Sanabria		2	2	x Monica Sanabria
Viviana Quiroga		3	3	Viviana Quiroga
Luz M Jimenez		2	2	x Luz
Luis Lopez		4	4	x Luis Lopez
Arnulfo Sanchez		3	3	x Arnulfo Sanchez
Familia Lopez		4	4	Familia Lopez
Lucia Gomez Rios		3	3	x Lucia Gomez
Gloria Bermudez		4	4	Gloria Edith
Carmen Puentes		2	2	Carmen Puentes

Marleny Benedez		3	3	x Monica Bermudez
Blanca PARRA.		5	5.	x Blanca Parra
Ernesto Ramirez		1	1	
gladis olmedo		6	6.	x
Sandra Rincon		4	4	x Sandra Milena R
Yuly Lopez.		5	5	T yuly lópez
Karen Nino		3	3	x Karen Niño
YULY SOLORZANO		2	2	x July Solorzano
AIDE LADINO		1	1	Aide Ladino
Carmen alegria.		3	3	+ Carmen
Yenny Guzman		5	5	VJ c N N/ GUZMAN
ELSA RIVERA		4	4	x Elsa Rivera
Kelly Camin		3	3	K Camin
Marin Linarez		1	1.	x
Mario Velazque		2	2	
Martha Tapiero		3	3	x Martha
Jacinto Rocha.		—	—	Jacinto
Griselda Vasquez		2	2	x Griselda Vasquez

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
21-Feb-25	Plataforma lucero	lucero	Ciudad bolivar
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Asocol.	

Total de reciclaje (Pet, Aluminio, Papel, plastico)

1.725 kg

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Luz Leon	carton		570	Luz Mery Leon
Hermina Pinzon	Carton		6	Hermina Pinzon
Bernardo sierra	carton		6	Bernardo
Dayanna Sierra	Carton		6	dayanna sierra
Ana Delia Orozco	carton, PET		7.50	Ana Delia Oroz
Lilia Barreto	PET		3	Lilia Barreto.
Ana Berilda murcia	PET, ArChivo		6	Ana Murcia
Elisabeth monroy	ArChivo		5	Elisabeth Monroy
Analia Ariza monroy	ArChivo		5	Analia Ariza
Danna Triana	ArChivo		5	Danna
Yuli martinez	ArChivo		5	
Javier Acuna	PET. Lata.		8	
Jair ACUTA	ArChivo		8.	
Ingrid Puentes	PET, carton		5	Ingrid Puentes
Jose Jairo Gonzales	Carton		5	
Maria Ortega	PET. Carton		10.	Maria Inés Ortega
Jose Antonio	Carton, lata		9	José Antonio Hurtado
Elva Suarez	Carton		6	Elva
Uriel Rincon	carton		6	

Powered by CamScanner

Yessica Rincon	PET		6	Yessica Rincón
maria Teresa	carton		6	Teresa
maria Walteros	Pet, carton		9	
Francelina Bernate	Pet, carton		5	Francelina Bernate C
segundo castro	Pet, carton		11	Segundo Castro
Rubiela elejo	Pet, carton		6	Rubiela Elejo
michel Guerra	carton		9	Michell tatiana Guerra
martha elejo	Pet		6	Martha Elejo
maria Ortiz	Carton, Pet		6	Maria Ortiz C
Flor Alba Guzman	Carton, Pet		8	Flor alba Guzmain
maria luz otalora	Carton		12	
Ezequiel Avila	Carton, Pet		8	
Pedro Alejandrino Peña	Carton		6	
Carmen elisa cortes	Carton		8	Carmen E Cortés
martha Ravelo	Carton. Pet		7	Martha Liliana M.
maria del carmen Tovar	Pet, carton		7	
Flaminio bultrago	Carton		13	
Orlando gomez	Pet, carton		6	
maria Sabina gamboa	Carton, pet		6	
Diana Antonia Ortiz.	Carton		6	Diana ortiz
maria del socorro	carton, pet		9	

Powered by CamScanner

martha Isabel Cortes	Carton, PET		5	MARTHA
nena Cortes	Carton, PET		9	Nena Ayde Cortés
Maria Praxedes Urueña	Carton, PET		6	MARIA URUEÑA
Beatriz Urueña.	PET, carton		5	Beatriz Urueña
Jesus Antonio Aldana	PET		1	
Harold Aldana	Carton, PET		5	Harold Alexander Aldana
Carmen Rodriguez	PET, carton		5	Carmen Rodriguez.
Julian Antonio Tuiga	Archivo, PET		6	JULIAN TUIGA.
maria moyano	Carton, PET		6	Maria Moyano
Rosalba Pulga	Carton		6	Rosalba Pulga
Ana Yhineth millan	carton		6	
Rafael Orlando	carton, PET		10	
Cruz Trinidad	Carton, PET		8	Trinidad Cruz
Cindy Rodriguez	Carton		8	
casamachin oliva	carton		5	
Raul palencia	Carton, PET		8	
Mario Yoban Carreño	Carton, PET		8	
Yolando mora	Pet, carton		8	Yolanda Mora
miguel muñoz	Carton, PET		11	Miguel Angel M.
Claudia patricia	carton		6	

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Ana Paula Cerezo Firma: C.C: 1019066512	Nombre: JOHN BEJARC Firma: C.C: 79528351 BTA

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Firma: CC:

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Alfonso Ojeda molina. Firma: C.C: 7170[illegible]5438

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
22-FEB-25	Isla del Sol.	Isla del Sol	Tonjuelito
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Recicondor, Rewplanet.	

Total de material recogido (plástico, carton, Aluminio, Pet).

393.9 kg

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Ana Cereda	carton		5.6	Rocio Cereda
Ana Contreras	Carton, Pet		5	Maria Amanda Ordoñez C.
Ana graciela daza	carton		5.1	
Alba Bolaños	carton		12.3	Alba Ilia Bolaños
Deicy Tellez	Plastico		5.2	Deicy T
Carmen Perez	carton, pet		5.4	Carmen J Perez
miguel Tellez	carton		5.1	
Milvia Valencia	Carton		5.4	Milvia Valencia G
Jaidy David	carton		6	Jaidy D Hurtas
Ingrid moque	carton		6.2.	Ingrid moque.
viviana gonzalez	Carton, plastico		5.1	Viviana G.
maria gutierrez	Carton, Plastico		10.	Maria Elvis
marina caro	Carton, Plastico		17.	
Jose Tafur	Carton		7	Jose Tafur
Sandra Perez	Carton, pet		5	
maribel Romero	Pet, carton		5	Maribel R.
Claudia celis	Carton		5	Claudia celis
Blanca Cubillos	carton, PET		7	Blanca C. Cubillos F.
Jeanni Bermudez	Carton, pet		7.3	

Powered by CamScanner

Ana maria yepes	carton		5.5	Ana Lopez Arango
Astrid Yadira Parra	carton, PET		6.1	Astrid Yadira Parra
Yolima Lopez	Carton		5	Yolima Lopez Toro
Gloria Tibaquira	PET		5.3	
Ruth Ruiz	Archivo, carton		6.2	Yadira
Alexandra Colorado	Archivo		9.1	Alexandra Colorado
maria Ovela	carton		6.3	
Sulena gonzalez	carton, pet		6.4	Sulena Gonzalez C.
Dora jasmin Avilan	carton, pet		4	Dora Jasmin Avilan
Ana Anaya	carton, plastico		8.2	Ana Beatriz Anaya
Martha PINTO	carton, PET		5	Martha Pinto
Luz jimenez	carton, pet		9.1	Luz Elena Jimenez
maricela giraldo	carton		6.6	Maricela Giraldo
Teresa manrique	Carton, PET		5.1	
Sandra moran	Plastico		2	Sandra Morantonio
Ernesto Robayo	Carton		4	
mirla nelsa Hernandez	carton		5	Maria
maria Rodriguez	carton		5	Maria dolores
Ingrid Escobar	Carton		5	Insrid carolina escobar
maria del Rosario Diaz	Archivo		5	Maria del Rosario Cordero
Luz elizabeth Rulido	Carton		6.2	

Powered by CamScanner

Ana mercedes	Archivo		7.	
Oriana Alejandra	Carton		5	Alejandra Pimón
Edna montaño	carton, Archivo		8	
Linda lugo	carton		7	
Kaina lugo	Plastico		5	
cindy Torres	Carton		5	Cindy Diaz.
Harold Diaz	Pet		5	Harold Diaz.
Sonia Torres	Carton		5	Sonia Torres
Luisa martinez	Archivo		12	
Adriana margaita	Archivo, carton		7	Adriana CASTRO
Jhon martinez	Chagadiza		24.	JHON MARTINEZ
Luz Cortes	Archivo		8	
Elena Delgado	Plastico		8	
Sedar Liliana Diaz	Carton		6	
Adriana pinzon	Pet		5	Adriana pinzón R.
Karen Rubio	Carton		5	Daniela Rubio
maria Judith Jaimes	Pet		5.J	Maria Judith Jaimes
Beatriz Ardeina	plastico.		1	
Diana Ruiz	Plastico		9	diana Katerin Ruiz O.
Ana Ladino	Carton		5	

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Gina Paola Cerezo Firma: C.C: 1074066512	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Wilmar . Ramirez . Gaitan . Firma: CC: 80.707.767 .

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Upz:**	**Localidad:**
21-02-25	Parroquia Santa Maria mirela	La flora usme	Usme
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	Ecus Barajas.		

Scanned with CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
CARLOS JULIO VELOZA	CARTON	Kg.	3.4 kg	Carlos Julio Veloza
CARLOS ARTURO NARANJO	PLASTICO	kg	2.60	Carlos Naranjo
FELIX ANTONIO DIAZ O.	Metal-PV	Kg	3.70	
RITA ANTONIA PINZON	PLASTICO	Kg.	2.85	
CONCEPCION PAEZ G	CARTON	Kgs	1.30	
Martha Susi Coronado	carton - Plastico	Kgs	4.90	Martha Susi Coronado
Luz Mery Sabogal S	Carton	Kg	1.80	Luz Mery Sabogal S
CARMEN ROT GALINDO	CARTON PLASTICO	Kg	3.50	Roth Galindo
DORIS R. GONZALEZ D.	PLASTICO	Kg	0.5	Doris R Gonzalez D.
GLADYS M. VALERIANO M	PLASTICO	Kg	2.80	Gladys M Valeriano
GLORIA E. MUÑOZ	CARTON - PLASTICO	Kg	6.40	Gloria Esperanza Muñoz
Claudia R. Granados	VARIADO	Kg	1.35	Claudia Rocio Granados
Delia Cospedes Ch.	PLASTICO	Kg	2.75	delia cospedes
MARIA S. PIÑO F.	Vidrio CARTON -	Kg	3.0	Silvia Piño
ANA I. Reyes A.	CARTON.	Kg	8.0	Ana Isabel Reyes
Oleotilde Monsalvo Jimenez	carton Vidrio	Kg	3,25	Oleotilde
Maria D. Coley de Cifuentes.	VARIADO	Kg	0.50	
ANA E. SALAZAR	Plastico	Kg	6.0	Ana Elvia Salazar
Norma C. Castillo O.	CARTON.	Kg	2.30	Norma Costanzo Castillo

Scanned with CamScanner

DIEGO M. CASTILLO.	CARTON	2.70	Kg.	Diego Mauricio Castillo
Luis D. OTALVARO G.	PLASTICO Mixto	8.40	Kg	Luis Angel Otalvaro
MARCELO LOZANO V	CARTON	2.0	Kg	Marcela
MARIA M. MONGUI Q	CARTON	4.0	Kg	María Magdalena
MIRIAM CASTILLO M.	VARIADO	3.75	Kg	Miriam Castillo M
MARIO E. CASTRO DAVI	CARTON	1.30	Kg	Mario Elsy castro.
JENNIFER A. TORRES.	VARIADO	2.85	Kg	Jenniffer Torres
ANA ISABEL ARIAS G.	VARIADO	1.0	Kg	Ana Isabel Arias G
JOSE D FONSECA C.	MIXTO	3.75	Kgs	José Daniel Fonseca
Claudia J. GARCIA B	Carton	1.0	Kgs	Claudia
Cynthia C. Beltran	VARIADO	1.0	Kg	Cynthia Beltran
JUR T. ORTEGA P.	VARIADO	2.0	Kg	Jurtegas Ortega
Orlando Arape P.	VARIADO	4.5	Kg	Orlando
Betulia Ramirez	VARIADO	3.75	Kg	Betulia Ramirez
Graciela Vera R.	Carton	3.10	Kg	Graciela vera
Pablo E. Rodriguez	VARIADO	5.20	Kg	Pablo E Rodriguez
MARIA R PULIDO S.	VARIADO	2.45	Kg	Maria Rocio Pulido
MARCO H. ROSTRO P.	PLASTICO	2.20	Kg	Marco
GLORIA OTALVARO.	VARIADO	5.0	Kg	Gloria Otalvaro
Flor E. Sanchez.	VARIADO	2.10	Kg	Flor Emilia Sanchez.
MARIELA FORERO R.	VARIADO	6.0	Kg	Mariela Forero Riera

Scanned with CamScanner

Lisbeth Coronado	Variados	4.80	Kg	
Vanessa Díaz G.	Variados	30	Kg	
Miriam M. Beltrán C	Varios	1.0	Kg	Miriam Beltrán
Omaira Pérez	Revuelto	2.0	Kg.	Omaira Perez
Liliana M. Caballero C	Variado	1.0	Kg	Liliana Caballero
Luz M. Páez C	Variado	1.8	Kg	LUZ MPAEZ
Rosa E Plazas Páez	Revuelto	1.01	Kg	Rosa Helena Plaza
Odilia Corredor S	Cartón	2.01	Kg	Odilia Corredor
Erika M. Ortega M.	Variado	4.0	Kg	Erika Ortega
Raúl Fonseca C	Archivo	5.01	Kg	Raúl Fonseca C
Sonia E. Torres R	Chatarra.	10.	Kg	Sonia Torres
Leidy J. Mora P.	Variado	5.0	Kg	Leidy Mora
Brithany Michelle Herrera P.	Variados	4.0	Kg	Yiliclelle Herrera
Gloria A. Fernández Bedoya	Varios	75	Kg.	Gloria Fernández
María Isleida Cardona	Variado	6.30	Kg	María Isleida Cardona A.
Andrea P. Moreno C	Variado	5.9	Kg	Andrea Moreno
Evelin D. Villamil G.	Plastico	2.0	Kg	Evelin Villamil G.
Liliana Villamil G.	Plastico	2.0	Kg	Liliana Villamil G.

Scanned with CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: FRANCISCO MARÍA ALGARÍN Firma: C.C: 5.042.795	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Graciela Cobos Cuesta Firma: Graciela Cobos C CC: 51 587 139

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Marco Antonio López Lora Firma: C.C: 3251077

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Se recibieron 196.73 Kg de material Reciclado (plastico, metal, carton, vidrio).

Scanned with CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE

Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Con la presente acta se realiza la entrega, a la organización de recuperadores, del material reciclable aportado por los beneficiarios que reciben la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"

Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** Fundación Escala al Desarrollo

Objeto del Convenio:
"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**UPZ:**	**Localidad:**
08-Feb-2025	Parque Vecinal Nuevo Porvenir – Nuevo portal	Alfonso López	Usme
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable	Asociación de Recicladores RECIPROCA NIT. 901.648.970-1		

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Organización de Recicladores

Nombre KELLY Johanna Carreño
C.C. 52 459 081
Cargo: R. LEGAL

Delegado Fundación Escala al Desarrollo

Iván Eduardo Gamboa Galeano
C.C. 79.795.508 de Bogotá
Profesional - Contratista

Apoyo a la Supervisión
Convenio 1383/2024 SAA - SDDE

Subdirección de Abastecimiento Alimentario

Nombre:
C.C.
Cargo:

Nombre:
C.C.
Cargo:

A continuación, se presenta en el anexo, la relación detallada del material aportado por cada uno de los beneficiarios que recibieron la canasta de alimentos.

Nicol Amaya		3.7	3.7	x Nicol Amaya Riaño
Leonardo Torres		9.4	9.4	x Leonardo Torres
Sandra Riaño.		1	1	x Sandra Milena R
Carmen Arciniega		3.5	3.5.	Carmen Alegría x Ruben Rojas
Criselda Vasquez		1.	1.	Cristo Vasquez
Carlos Castañeda		1	1	x Carlos Alberto
Luis Ramirez.		3.7	3.7	x
Maria Ingrez.		10.5	10.5	x
Luis Cespedes.		5.15	5.15	Luis Cespedes
Arnulfo Sanches		7.15.	7.15	x Arnol Fosanda
Kelly Carreño		8.	8	K
Yenny Guzman		3.5	3.5.	x Jenny Guzmán
Elsa Rivera		3.15	3.15	Elsa
Karen Niño		9.5.5	9.55	x Karen Niño
Martha Papiew.		7	7.	x
Jhon Jairo Cuervo			2,27	
Jairo Becerra			2,27	
Misael Gomez		—	—	x Misael Gom
Gabriela Cadena		9.5.	9.5	x Gabriel
Edwar Ramirez		—	—	x
Marco Arciniega		1	1	x

Nombre Completo	Descripción del material	Cantidad	Peso	Firma
LILIAN PARA		6.7	6.7	x LILIA PARRA
MIRIAM GONZALEZ		6	6	x miriam G
NANCY SANCHEZ		17	17.	x nancy Sanchez
Benigna villalba		7	7.	Benigna villalba
antonio Mancera.		14	14	x
ANA flores		5	5.	x ana Graciela F.
PAOLA CARABALLO		3.5	3.5	x Paola Caraballo
jose URQUIJO		5.7	5.7	x jose Urquijo
HILDA PACHECO		4	4	x Hilda Pacheco
MARIA AMAYA.		2.4.	2.4.	x Maria Amaya
Monica Bermudez.		2.6.	2.6.	x Monica Bermudez.
BLANCA CORZO		1.5	1.5	x Blanca I Corzo N.
Demetria Ruiz.		9	9	x Demetria Ruiz.
VIRGINIA SALAS		11.3	11.3.	x Maria Virginia Salas
MIRIAM Contreras		5.4	5.4.	x Myriam contre
Luis Betancourt		4.7	4.7	x Luis Betancourt
diana Martinez		4.7	4.7	x LUZELIANA MARTINEZ
Eliecer. RIOS		3.7	3.7.	x Eliecer
Ricardo Mancera		3.45.	3.45	x Ricardo Mancera

BLANCA DIAZA		5.	5	xBlanca VDSQ
Jose Beltran		9.1.	91.	xRicardo Beltrán
Monica Sanabria.		4.3	4.3	Monica Sanabria
NORMA MORALES		1.2	1.2	x Norma Morales
Norma Morales		———	———	———
MARIA ROSERO		2.7	2.7	x. MdVd
GILDARDO SILVA		1.4.	1.4	x Gildardo Sa
BLANCA PARRA		~~7.8.~~	~~7.8~~	x. Blanca Parra
JULY SOLORZANO		2.3	2.3	xJuly Solorza
ANDY LADINO		9.05	9.5	x Andy Ladino Tur
DULCELIA BERNAL		3.7	3.7	x Dulcelia Bernal
YULY LOPEZ		4.7	4.7.	x. Yuly lópez
GLADYS. OTALORA		6.8	6.8	x.
ANGEL. BOHORQUES.		1.3.	1.3.	+
LUCELLA GOMEZ		5.8	5.8	x Lucelia Gom
KARINA JIMENEZ		5.8	5.8	x
FAISULY VIVEROS		3.7	3.7	xFaisuly Viveros
amanda Maldonado		4.4	4.4	x
Carmen puentes.		2.4	2.4	x Carmen Puentes
gloria VALVERDE		4.9	4.9	x GLORIA Valverde
VIVIANA QUIJANO		3.2	3.2.	VIVIANA Q.

ACTA DE ENTREGA DE RECIBO Y ENTREGA DE MATERIAL RECICLAJE **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**	
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Departamento:**	**Localidad:**	**Cuenca:**
MARZO 1 2025	CUNDINAMARCA	SUMAPAZ	Rio blanco Rio Sumapaz
Organización de recicladores encargada recibir el material aprovechable		Miembro de la comunidad de la vereda Santa Rosa	

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Germán Antonio Vasquez	Botella.	1.	Unidad	Germán Vasquez
Flor Dalila Silva	Botella	1.	Unidad	Flor Dalila Silva
Karen Pilar Sancha	Botella	1	Unidad	Karen Sancha C.
Iver Vergara Rioja	Botella	1	Unidad	Iver
Sandra edith Rincon	Botella	1	Unidad	Sandra Rincon Blanco
Elisa Rincon Blanco	Botella	1	Unidad	Elisa Rincon Blanco
Feliciano Ojeda	Botella	1	Unidad	
Javier Delgado	Botella	1	Unidad	
Lyda Yamira Morales	Botella	1	Unidad	Lyda Morales B
Yenny Esperanza Duque.	Botella	2	Unidad	
Rosalba Sanabria Villa	Botella	1	Unidad	Rosalba Sanabria
Mario Vergara	Carton	2	Unidad	Mario Bota
Jose. Alvis Gutierrez	Botella	1	Unidad	
Eunice. Ardila	Botella	2	Unidad	Eunice Ardila
Enaida Jimenez	Botella	1	Unidad	Enaida Jimenez
Alvaro Beltran	Latas	4.	Unidad	Javier Beltrán
Adriana Tautica	Botella	3	Unidad	
Jose. Torres	Botellas	1	Unidad	
John Jairo Espitia	Botellas	4.	Unidad	

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Luis Alberto Rey	Botellas	1	Unidad	Luis Alberto Rey
Francy Sanabria	Botellas	1	Unidad	Francy Sanabria
Luz Mary Duarte	Botellas	1	Unidad	
Luz Marcela Guzman	Botellas	1	Unidad	
Alcira Guzman	Botellas	1	Unidad	Alcira Guzman R
Edilma Melo	Botellas	2	Unidad	
Wuilid Delgado	Botellas	1	Unidad	
Monica Melo	Botellas	1	Ciudad	
Eduardo Sosa	Botellas	1	Unidad	
Edna Guzman	Botellas	4	Ciudad	Edna Eloisa
Arnidia Rueda	Botellas	1	Ciudad	ARNIDIA RUEDA
Flor Alcira Gonzalez	Botellas	1	Ciudad	
Alsamendi Rey	Botellas	1	Unidad	Alsamendi Rey
Cesar Sosa	Botellas	2	Unidad	Cesar Sosa
Yani Sosa	Botellas	2	Ciudad	Yani Sosa.
Hector Gonzales	Botellas	1	Ciudad	Hector Gonzales
Carmen Aide Torres	Botellas	1	Ciudad	
Jose Gonzalez	Botellas	1	Ciudad	Raul Gonzales
Miriam Gonzalez	Botellas	1	Ciudad	Miriam Gonzalez.

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Mary Luz Celeita	Botella	1	Unidad	Mary Luz Celeita
Elsa Emma Cifuentes	Carton	1	Unidad	Elsa Emma Cifuentes
Raquel Cifuentes	Botella	1	Unidad	Raquel Cifuentes
Celso Morales	Botella	1	Unidad	
Maria Morales	Botella	1	Unidad	Maria Morales
Jesus Emigdio Arevalo	Botella	2	Unidad	
Rogelio Garcia	Botella	2	Unidad	Rogelio Grecia
Vicente Olaya	Botella	1	Unidad	
Jose Jacob Peñaloza	Botella	1	Unidad	
Jacinta Peñaloza	Botella	2	Unidad	Jacinta Peñaloza
Hector Ramirez	Botella	1	Unidad	Ferney Ramirez
Maira Torres	Botella	2	Unidad	Maira Torres
Sandra Ardila	Botella	1	Unidad	Sandra Ardila
Jose Morales	Botella	1	Unidad	Jose Buenaventura Morales
Deicy Gonzalez	Botella	1	Unidad	Deisi Gonzalez
Manuel Perdomo	Botella	1	Unidad	
Didaco Guzman	Botella	1	Unidad	Didacio Guzmán T
Elisania Delgado	Botella	1	Unidad	Elisa
Elsi Sosa	Botella	1	Unidad	

Powered by CamScanner

Elisabeth Hernandez	Botella	1	Unidad	
Judith Acosta	Botella	1	Unidad	Judith Acosta
Fanny Milena Peña	Botella	1	Unidad	Fanny Peña
Angela Ramirez	Botella	1	Unidad	
Veronica Poveda	Botella	1	Unidad	
Luz Alba Cruz	Botella	1	Unidad	
~~Maria Stella Cruz~~	———	———	—	———
Maria Stella Cruz	Botella	1	Unidad	
Graciela Gonzalez	Botella	2	Unidad	
Ana Oyuela	Botella	1	Unidad	
Rosenbert Oyuela	Botella	1	Unidad	
Maribel Guzman	Botella	1	Unidad	Maribel Guzman
Maria Eugenia Cruz	Botella	1	Unidad	
Jhon wilson Riveros	Botella	1	Unidad	Jhon Riveros G
Arleidi Riveros RC	Botella	1	Unidad	Yurani Riveros G.
Nicomedes Cifuentes	Botella	3	Unidad	
Filiberto Barbosa	Botella	1	Unidad	
Hermenegildo Fmo.	Botella	1	Unidad	
Flor. Barbosa	Botella	6	Unidad	
Florinda Guevara	Botella	1	Unidad	Florinda Guevara
Adelaida Pinzon	Botella	1	Unidad	

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Blanca Sosa	Botella	1	Unidad	Blanca Sosa
Luisa Dimate	Carton	1	Unidad	luisa dimate
Lucia Poveda	Carton	1	Unidad	Lucia Poveda
Leidy Poveda	Latas	6	Unidad	Leidy Poveda
Luis Villalba	plastico	1	Unidad	Guillermo Villalba
Leonardo Jimenez	Botella	1	Unidad	Leonardo Jimenez
Mary Pulido	plastico	1	Unidad	Mary custodia
Gonzalo Baquero	Botella	1	Unidad	Gonzalo Baquero
Rosalba Sanchez	Botella	1	Unidad	Rosalba sanchez
Valentina Cadenas	Botella	1	Unidad	valentina lancheros
Yenni Montilla	Latas	2	Unidad	Yenny Yolanda Montilla
William Alvarado	Botella	1	Unidad	William
Olga Penagos	Botella	1	Unidad	Olga Lucia Penagos
Oscar Tautiva	Botella	1	Unidad	Oscar tautiva
Yon Pechene	Carton	1	Unidad	
Ferney Vasquez	Botella	1	Unidad	Ferney vasquez
Yaqueline Lopez	Botella	1	Unidad	JACQUELINE LOPEZ
Berenice Castellanos	Botella	1	Unidad	Berenice Castellanos
Blanca Diaz	Botella	1	Unidad	Blanca Diaz

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Yaret Maturana	Botella	1	Unidad	
Manuel Penagos	Botella	1	Unidad	Alonso Penagos
Jairo Torres	Botella	1	Unidad	Jairo A Torres G.
Jose Gomez	Botella	1	Unidad	Jose Ariel G
Sandra Marcela Romero	Botellas	1	Unidad	Marcela Romero Flora
Estela Ibarra	Botellas	1	Unidad	Stella Ibarra A
Placido Cuentes	Botellas	1	Unidad	
Sandra Chavarro	Botellas	1	Unidad	Sandra Chavarro
Edgar Gonzalez	Botellas	1	Unidad	
Jenny Torres	plastico	2	Unidad	Jenny P torres G.
Valentina Arias	Carton	4	Unidad	Sebastian Arias
Florinda Guevara	Botellas	1	Unidad	Florinda Guevara
Luz Dary Cubillos	Botellas	1	Unidad	Luz Dary Cubillos
Juan de Dios Polo	Botellas	1	Unidad	Juan pablo Polo
Mauricio Penaloza	Botellas	3	Unidad	Mauricio Peñaloza
Sebastian mayorga	Botellas	1	Unidad	Sebastian mayorga
Jory Romero	Botellas	1	Unidad	Jory romero
Mary Cruz	Botellas	1	Unidad	Mary Cruz
Nancy Castañeda	Botellas	1	Unidad	Nancy Castañeda

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
Yeferson Ovuche	Botellas	1	Unidad	Yeferson Ovuche
Nancy Torres	Botella	1	Unidad	Nancy Torres Peñaloza
Edgar Peña	Botella	1	Unidad	Edgar peña

Powered by CamScanner

Fundación Escala al Desarrollo

NIT:900446301-1

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Nombre y Apellido	Descripción de material	Cantidad	peso	Firma
JAVIER ALEXANDER PARRA	PLASTICO	1.00	KG	
HERCILIA PELAEZ	PLASTICO	2.0	KG	
MARIA A. PELAEZ	PLASTICO	2.0	KGS	
LILIANA GUTIERREZ	CARTON	0.5	KGS	
MARIA Y. GUTIERREZ	PLASTICO	0.3	KGS	
MARITZA Y. CALDERON A.	PLASTICO - METAL	1.0	KGS	
MARITZA YANILE ISAACS	PLASTICO	1.0	KGS	
MARIA AURORA HOYOS	PLASTICO	2.0	KGS	
LEIDY GISEL GARCIA	PLASTICO	3.0	KGS	
MADELEY ELENA CAMACHO	PLASTICO	05	KGS	
CARLOS ARTURO MEJIAS	PLASTICO	05	KGS	
ALBALUZ VERGARA	CARTON	05	KGS	
LUCIANO ARNOLDO MORALES	PLASTICO	05	KGS	
IGNACIO BENAVIDES	CARTON	1.0	KGS	
MARIELA MOLINA P	CARTON	05	KGS	
RUTH NELLY VILLALBA	PLASTICO	05	KGS	
YEIMY DAIRETH GONZALEZ	CARTON - PLASTICO	2.0	KGS	
FILOADELFO MARTINEZ	PLASTICO	1.0	KG	
JORGE LUIS OSORIO	PLASTICO	1.5	KG	

Powered by CamScanner

Jhon Medinez	Plastico	1.8	Kg	Jhon medinez C.
Hugo Diaz	Plastico	1.0	Kg	Hugo alfonso Diaz
Mary Diz	Plastico	0.5	Kg	Mary Emilse Diaz
Fidel Muñoz	"	0,5	Kg	Fidel Martinez
Cloribel Medinez	"	-0-	-0-	cloribel martinez
Alberto Medinez	Plastico	-0.5	-Kg	Alberto Martinez
Martha C Vergara	Plastico	1.0	Kg	Martha C Vergara
Rudy Dig Diaz	Plastico	0.5	Kg	Amparo Diaz D.
Carlos A Cifuentes	Plastico	0.2	Kg	Carlos Alberto cifuentes
Cloribel Meneses V.	Plastico	0.5	Kg	cloribel Meneses V
Eva Palacios Vergara	Plastico	6.3	Kg	Eva Harlen palacios v
Claudia P. Arroyo C	Plastico plata	0.1	Kg	Claudia Arroyo
Paz Anabel Ortega	Plastico	0.5	Kg	P. Anabell ortega
Neby Rubiano Cifuentes	Plastico	0.3	Kg	Neby Rubiano C
Pablo Adelmo	Plastico	0.5	Kg	Pablo Rey
Leidy Ortiz Medina	Plastico	0.3	Kg	LeidyOrtiz
LEUDOVIS PULIDO	PLASTICO	1.0	Kgs	LEUDOVIS PULIDO
ROSALBA ROJAS T	PLASTICO	1.0	Kgs	Rosalba Rojas
LEIDY ORTEGA PULIDO	PLASTICO	1.0	Kgs	LeidyORTIZ.
JAIDER ROJANO		1.0	Kgs	
ELVIS COLINA		1.0	KGS	ELVIS

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Leidy Bolivar Firma: C.C: 1022360128	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: [illegible] Rojas Abeyra Firma: CC: 1014223022

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

En constancia se certifica que se hace entrega de material reciclaje, y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes

Delegado de la Fundación Escala	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: FRANCISCO M. MACENA Firma: C.C: 1.075.227.795	Nombre: Firma: C.C:

Delegado de la organización de recicladores
Nombre: Firma: CC:

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C:

2. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Powered by CamScanner

Fundación Escala Al desarrollo	**MERCADOS SOLIDARIOS** **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CONSUMIDORES ESTRATEGÍA MERCADOS SOLIDARIOS

FICHA TÉCNICA

AÑO	2024
Tema	Preguntas de satisfacción y percepción entre consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios.
Tipo de encuesta	Instrumento impreso con baterías de dimensiones y variables de interés
Ámbito geográfico	Puntos presenciales de entrega de canastas de alimentos de la estrategia de Mercados Solidarios, localidades de Sumapaz, Tunjuelito, Usme y Ciudad Bolívar,
Diseño del instrumento	Secretaria Distrital de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Bogotá
Responsable de la aplicación	Equipo de profesionales de apoyo de la Organización Asociada – Fundación Escala al Desarrollo
Procesamiento	Fundación Escala al Desarrollo
Periodo y momento	Durante la ejecución de la Estrategia y al momento de la entrega de las canastas de alimentos a los consumidores
Población	Todos los consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios, sujetos de atención en las localidades de Sumapaz, Tunjuelito, Usme y Ciudad Bolívar.
Metodología	Encuesta presencial
Tamaño de la muestra del periodo	371 instrumentos aplicados a igual número de consumidores
Confiabilidad	95%
Margen de error	2%
Nivel de satisfacción	Satisfacción con la Calidad, Cantidad, Puntualidad, Contenido, Acceso, Trato del Equipo Responsable en las Entregas, Continuidad para Entregas Futuras, y Sugerencias al Proceso y Contenido.
Rangos de Valoración	Escala de Valoración Cualitativa (Excelente, Buena, Aceptable, Pobre, Mala, ver instrumento anexo).
Propósito	Medir, evaluar, recomendar
Técnica	Muestreo Aleatorio Simple.

CARACTERISTICAS GENERALES

El instrumento de levantamiento de información primaria contiene una batería de datos de ocho (8) preguntas, 7 cerradas y una abierta, con 22 variables de interés sobre el servicio recibido para el consumidor y su hogar o familia. Las preguntas se agrupan en indicadores de (calidad, accesibilidad, oportunidad) principalmente, con las variables que dan cuenta de los niveles de medición sobre el impacto entre los consumidores en la implementación de un pilotaje de la Estrategia de Mercados Solidarios.

Las preguntas cerradas tienen como propósito principal medir y evaluar satisfacción. La pregunta abierta busca obtener información que permita orientar el proceso hacia la mejora funcional de la Estrategia de Merados Solidarios.

DATOS GENERALES

Se aplicaron 371 instrumentos físicos de satisfacción a igual numero de consumidores, en forma presencial, lo que corresponde al 74,2% de todo el universo de la población atendidas en las cuatro localidades como son Sumapaz, Tunjuelito, Usme y Ciudad Bolívar en un universo de 500 consumidores. El 45,5% de las encuestas aplicadas corresponden a consumidores mujeres y el 54,5% a hombres. El 100% de las encuestas aplicadas a consumidores (371), fueron respondidas en el 100% correspondientes a variables de las 7 preguntas cerradas, mientas que a la pregunta abierta número 8, solo el (33,4%):124 consumidores aportaron información sobre esta variable.

Distribución de población encuestada por localidad.

El análisis de datos de población en la localidad atendida y encuestada, muestra que en Sumapaz se encuestaron durante toda la implementación de la estrategia al 63,5%:(127) consumidores, de una población total de 200 consumidores atendidos.

El mismo análisis de datos en la localidad de Usme (sectores de Alfonso López y La Flora), muestra que, durante la ejecución de la estrategia, se encuestaron a 96 consumidores, lo que representa el 80% de una población atendida de 120 consumidores.
En la localidad de Tunjuelito (Tunjuelito – Isla del Sol), se atendieron 60 consumidores, y se encuestaron durante toda la ejecución de la estrategia a igual número de consumidores, lo que representa al 100% de toda la población que resulto encuestada.

En la localidad de Ciudad Bolívar (sectores de Lucero y Jerusalén), se atendieron 120 consumidores, se encuestaron a 88 de los mismo, lo que representa el 74% de la población atendida.

Tabla de distribución comparada de población atendida por localidad y sector, versus número de encuestas aplicadas, en la ejecución de la Estrategia de Mercados Solidarios

Localidad	Sector	Población Consumidores atendidos	Número Encuestas aplicadas	Valor porcentual
Sumapaz	Cuenca Rio Blanco – Cuenca Rio Sumapaz	200	127	63,5%
Usme	Alfonso López – La Flora	120	96	80%
Tunjuelito	Isla del Sol – Tunjuelito	60	60	100%
Ciudad Bolívar	Lucero - Jerusalén	120	88	74%
TOTAL		500	371	74,2%

Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Complementariamente, al comparar el valor de la población encuestada por localidad frente al total de consumidores atendidos, muestra los siguientes datos:

Para las localidades de Sumapaz, Usme, Tunjuelito y Ciudad Bolívar, el número de consumidores encuestados frente al universo de consumidores atendidos en términos porcentuales corresponde a valores del 25,4%, 19,2%, 12%, y 17,6%, respectivamente.

Tabla de distribución de número de consumidores encuestados, comparados con el número total de consumidores atendidos, en el marco de la ejecución de la Estrategia de Mercados Solidarios.

Localidad	Sector	Población Consumidores atendidos	Número Encuestas aplicadas	Valor porcentual
Sumapaz	Cuenca Rio Blanco – Cuenca Rio Sumapaz	200	127	25,4%
Usme	Alfonso López – La Flora	120	96	19,2%
Tunjuelito	Isla del Sol – Tunjuelito	60	60	12%
Ciudad Bolívar	Lucero - Jerusalén	120	88	17,6%
TOTAL		500	371	74,2%

Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo.

RESULTADOS EN LA MEDICIÓN DE SATISFACCION

Resultados de Medición de Satisfacción por Categoría y Localidad.

Las categorías de medición contenidas en el instrumento y aplicadas a los 371 consumidores en las 4 localidades, corresponden a:

- Calidad de los productos.
- Cantidad de Productos.

- Puntualidad en la entrega
- Acceso al punto de entrega
- Contenido adecuado de la canasta
- Satisfacción en el trato
- Continuidad en la entrega
- Sugerencias al proceso o contenido

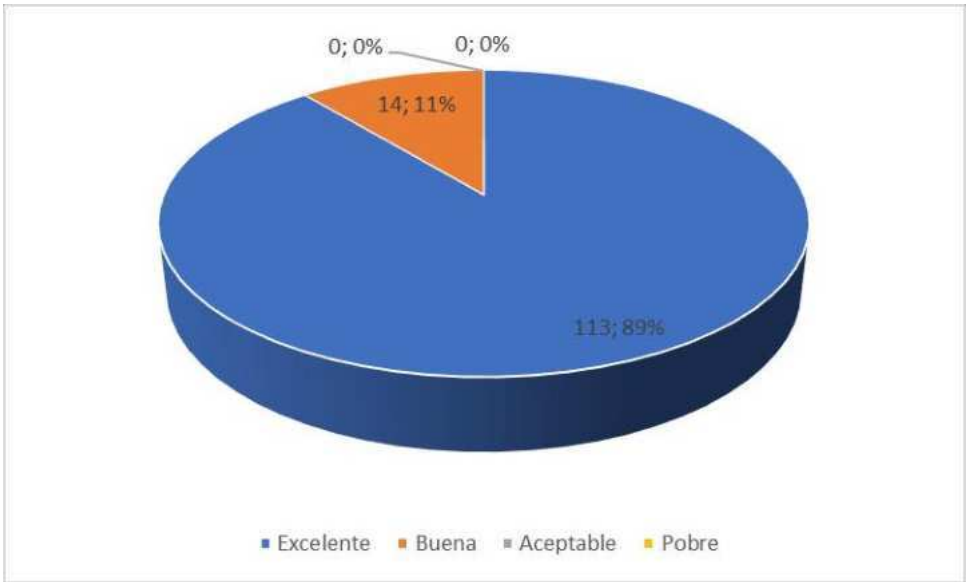
Los resultados en la medición y la calificación de las diferentes categorías, son los siguientes:

Satisfacción con la Calidad de los productos en los consumidores de la localidad de Sumapaz

En la localidad de Sumapaz, se aplicaron encuestas al azar correspondientes a 127 consumidores 63,5%% del total de la población de 200 consumidores atendidos, con población muestral de 43, 43, y 41 consumidores encuestados en la primera, segunda y tercera entrega respectivamente, para un total de 127 instrumentos aplicados.

En la localidad de Sumapaz se aplicaron un total de 127 encuestas de satisfacción, de las el 89%:(113) de los consumidores, calificaron la calidad de los productos como excelente; mientras que el 11%:(14), calificaron como buena. Para los criterios de calificación aceptable y pobre, no se registraron calificaciones.

Grafica de Satisfacción de consumidores frente a la calidad de los productos de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.

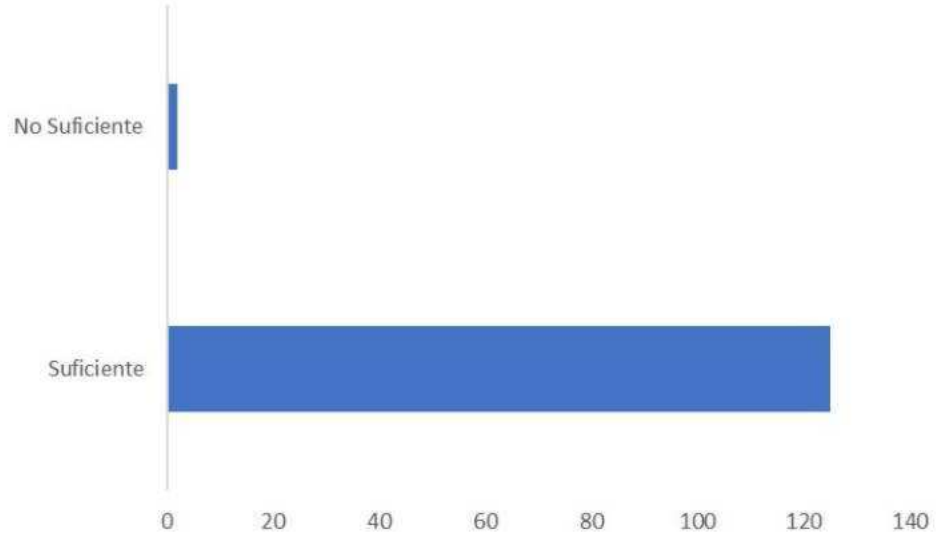


Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Satisfacción con la Cantidad de los productos en los consumidores en la localidad de Sumapaz

El 98%:(125) de los consumidores encuestados, considera que la cantidad de los productos si es suficiente para sus necesidades, mientras que el 2%:(2) de los consumidores. Califico como no suficiente.

Grafica de Satisfacción de consumidores frente a la cantidad de los productos de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.

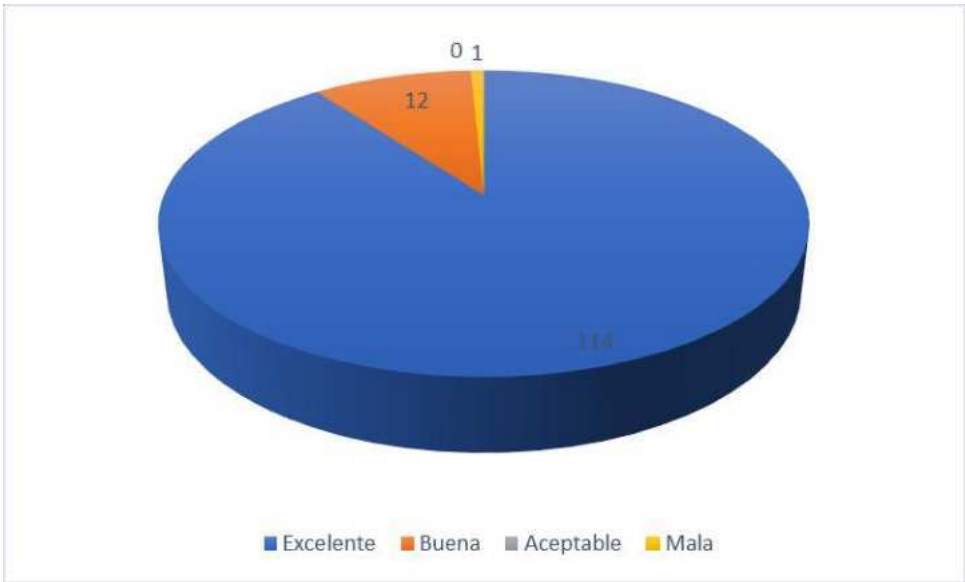


Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Satisfacción con la puntualidad en la entrega por los consumidores de la localidad de Sumapaz

El 89,76%:(114) de los consumidores encuestados, considera como excelente la puntualidad, mientras que el 9,45%:(12) de los consumidores califico como buena, y el 0,79%:(1), la calificó como mala.

La calificación negativa puede derivarse del hecho que, en la primera entrega en la Cuenca del Río Sumapaz, se abarco el mayor número de consumidores para entregas y las mayores distancias entre puntos de entrega, y el hecho que los beneficiarios de esta cuenca son los que quedaron más retirados de los puntos de entrega lo que ameritaba la espera para la entrega de su canasta de mercados, generando retrasos por la espera, las distancias y el volumen de consumidores.
Grafica de Satisfacción de consumidores frente a la puntualidad en la entrega de los productos de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.

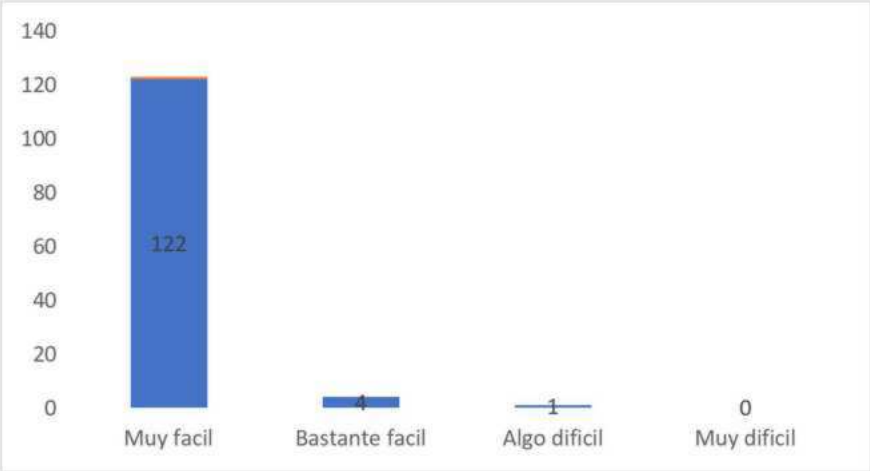


Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Satisfacción con el acceso a la entrega del mercado por los consumidores de la localidad de Sumapaz

El 96,06%:(122) de los consumidores encuestados, considero como muy fácil el acceder al sitio de entrega, mientras que el 3,15%:(4) de los consumidores califico como bastante fácil, y el 0,79%:(1), la calificó como algo difícil. Esta calificación de algo difícil corrobora una de las consideraciones asociadas a la calificación de puntualidad como mala, debido a las esperas a consumidores con residencia distante del puente de entrega, lo que genero retrasos.

Grafica de Satisfacción de consumidores frente a la facilidad en la entrega de los productos de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.



Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Satisfacción con el mercado frente al criterio de adecuado para el hogar o familia en la localidad de Sumapaz

El 99,21%:(122) de los consumidores encuestados, considera como adecuado el contenido del mercado para su hogar o familia, mientras que el 0.79%:(1) califico como no adecuado.

Grafica sobre Satisfacción de los consumidores con el contenido del mercado, si es adecuado para el hogar o familia, Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.

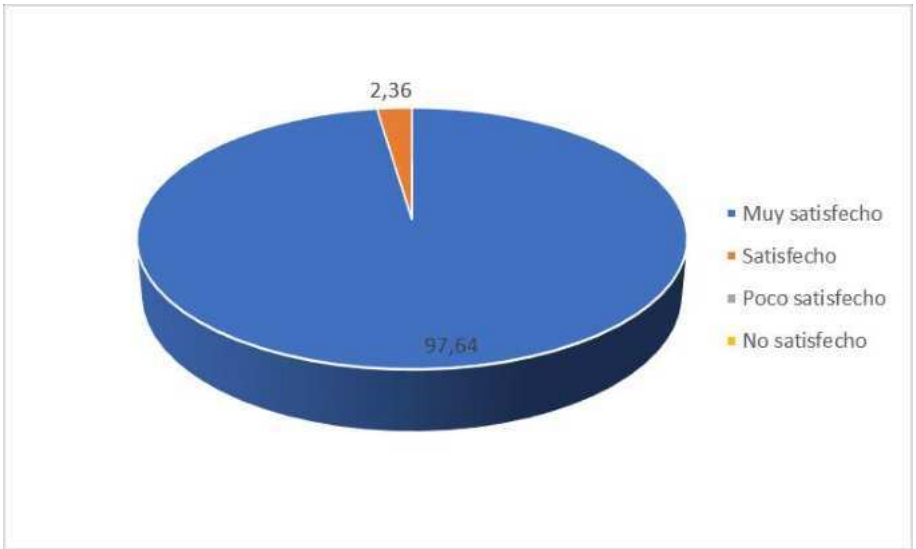


Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Satisfacción en los consumidores con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega en la localidad de Sumapaz.

El 97,64%:(124) de los consumidores encuestados, considera como muy satisfecho con el trato recibido por el equipo responsable de la entrega, y 2,36%:(3) califico como satisfecho. Para los criterios de Poco Satisfecho y No Satisfecho, no se registraron calificaciones.

Grafica de Satisfacción por los consumidores con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega de los productos de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.

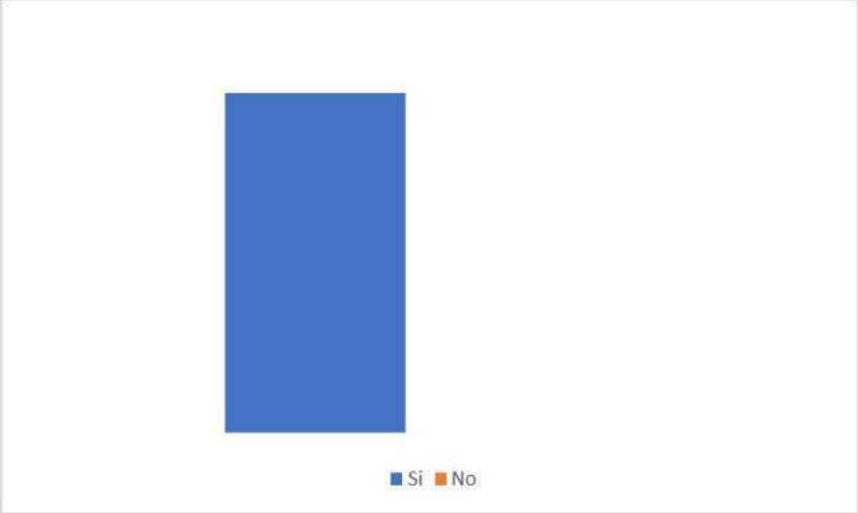


Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Manifestación de Interés en recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro por los consumidores de la localidad de Sumapaz.

El 100%:(127) de los consumidores encuestados, manifestó que si le gustaría recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro. Para el criterio de no existir interés en recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro, no se registraron calificaciones. Ver grafica 7.

Grafica de manifestación de interés en recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro por parte de los consumidores de la Estrategia Mercados Solidarios Localidad Sumapaz.



Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

Manifestación de sugerencias para mejorar el proceso de entregas o el contenido del mercado propuesto por los consumidores de la localidad de Sumapaz

El 26%:(33) de los consumidores encuestados, manifestó que, si le gustaría la continuidad de la Estrategia, no se registraron sugerencias sobre el proceso y en el contenido de los mercados. El 8,7%:(11) de los consumidores, solicitaron ampliación de coberturas en el número de consumidores; y el 23,6%:(30) consumidores expresaron los agradecimientos a la SDDE por la atención a través de la Estrategia de Mercados Solidarios.

Satisfacción con la de Calidad de los productos en los consumidores de la Localidad de Usme.

En la localidad de Usme se aplicaron un total de 96 encuestas de satisfacción, de las cuales el 91,6%:(88) de los consumidores, calificaron la calidad de los productos como excelente; mientras que el 8,4%:(2), consumidores calificaron a la canasta de productos como de buena calidad. Para los criterios de calificación aceptable y pobre, no se registraron calificaciones.

Satisfacción con la Cantidad de los productos en los consumidores de la localidad de Usme.

El 96,9%:(93) de los consumidores encuestados, considera que la cantidad de los productos si es suficiente para sus necesidades, mientras que el 3,1%:(3) de los consumidores, califico la cantidad de alimentos como no suficiente.

Satisfacción con la puntualidad en la entrega de los productos en consumidores de la localidad de Usme.

El 86,5%:(83) de los consumidores encuestados, considera como excelente la puntualidad, mientras que el 10,4%:(10) de los consumidores califico como buena, y el 3,1%:(3) de los consumidores, la calificó como aceptable.

Satisfacción con el acceso a la entrega del mercado en consumidores en la localidad de Usme

El 86,5%:(83) de los consumidores encuestados, considera como muy fácil el acceder al sitio de entrega, mientras que el 12,5%:(12) de los consumidores califico como bastante fácil, y el 1,04%:(1), de los consumidores, la calificó como algo difícil. En la categoría de muy difícil no se registraron calificaciones.

Satisfacción con el mercado frente al criterio de adecuado para el hogar o familia por los consumidores de Usme.

El 98,96%:(95) de los consumidores encuestados, considera como adecuado el contenido del mercado para su hogar o familia, mientras que el 1,04%:(1) califico como no adecuado para el hogar o la familia. En las opciones que ofrece la categoría de sugerencias para la mejora del contenido o el proceso, el 15,6%:(15) de los consumidores, sugirieron ampliar el tamaño o componentes de los productos que integran la canasta.

Satisfacción de los consumidores con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega en la localidad de Usme.

El 98%:(94) de los consumidores encuestados, se considera como muy satisfecho con el trato recibido por el equipo responsable de la entrega, y el 2%:(2) de los consumidores, califico sentirse satisfecho por el trato recibido. Para los criterios de Poco Satisfecho y No Satisfecho, no se registraron calificaciones.

Manifestación de Interés en recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro en los consumidores de la Localidad de Usme.

El 100%:(96) de los consumidores encuestados, manifestó que si le gustaría recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro. Para el criterio de no existir interés en recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro, no se registraron calificaciones.

Manifestación de sugerencias para mejorar el proceso de entregas o el contenido del mercado en los consumidores de la localidad de Usme.

El 36,5%:(35) de los consumidores encuestados, manifestó que, si le gustaría la continuidad de la Estrategia, y que adicionalmente se ampliara el contenido y volumen de los productos de la canasta, con frutas, verduras. El 20,8%:(20) de los consumidores agradecen el apoyo recibido y consideran que las entregas se hicieron muy bien.

Satisfacción con la Calidad de los productos en consumidores de la localidad de Ciudad Bolívar.

En la localidad de Ciudad Bolívar se aplicaron un total de 88 instrumentos de satisfacción, de las cuales el 96,6%:(85) de los consumidores, calificaron la calidad de los productos como excelente; mientras que el 3,4%:(3), consumidores calificaron a la canasta de productos como de buena calidad. Para los criterios de calificación aceptable y pobre, no se registraron calificaciones.

Satisfacción con la cantidad de los productos en consumidores de la Localidad de Ciudad Bolívar.

El 97,7%:(86) de los consumidores encuestados, considera que la cantidad de los productos si es suficiente para sus necesidades, mientras que el 2,3%:(2) de los consumidores, califico la cantidad de alimentos como no suficiente.

Satisfacción con la puntualidad en la entrega de los productos a consumidores en la localidad de Ciudad Bolívar.

El 94,2%:(81) de los consumidores encuestados, considera como excelente la puntualidad en las entregas, mientras que el 5,2%:(7) de los consumidores califico como buena. No se registraron calificaciones en las categorías de aceptable y mala.

Satisfacción con el acceso a la entrega del mercado en consumidores de la localidad de Ciudad Bolívar

El 95,45%:(84) de los consumidores encuestados, considera como muy fácil el acceder al sitio de entrega, mientras que el 3,4%:(3) de los consumidores califico como bastante fácil, y el 1,15%:(1),

de los consumidores, la calificó como algo difícil. En la categoría de muy difícil no se registraron calificaciones.

Satisfacción con el mercado frente al criterio de adecuado para el hogar o familia por los consumidores de Ciudad Bolívar.

El 100%:(88) de los consumidores encuestados, considera como adecuado el contenido del mercado para su hogar o familia.

Satisfacción en los consumidores con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega en la localidad de Ciudad Bolívar.

El 100%:(88) de los consumidores encuestados, se considera como muy satisfecho con el trato recibido por el equipo responsable de la entrega.

Manifestación de Interés en recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro en los consumidores de la Localidad de Ciudad Bolívar.

El 100%:(88) de los consumidores encuestados, manifestó que si le gustaría recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro. Para el criterio de no existir interés en recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro, no se registraron calificaciones.

Manifestación de sugerencias para mejorar el proceso de entregas o el contenido del mercado en Ciudad Bolívar

El 22,7%:(20) de los consumidores encuestados, manifestó que, si le gustaría la continuidad de la Estrategia, y que adicionalmente se ampliara el contenido de los productos de la canasta, con lácteos, frutas, verduras.

Satisfacción con la Calidad de los productos en los consumidores de la localidad de Tunjuelito

En la localidad de Tunjuelito se aplicaron un total de 60 instrumentos de satisfacción, de las cuales el 96,7%:(58) de los consumidores, calificaron la calidad de los productos como excelente; mientras que el 3,3%:(2), consumidores calificaron a la canasta de productos como de buena calidad. Para los criterios de calificación aceptable y pobre, no se registraron calificaciones.

Satisfacción con la cantidad de los productos en los consumidores de la localidad de Tunjuelito.

El 100%:(60) de los consumidores encuestados, considera que la cantidad de los productos si es suficiente para sus necesidades. No se registraron calificaciones en la categoría de no suficiente.

Satisfacción con la puntualidad en la entrega de los productos en consumidores de la localidad de Tunjuelito

El 93,3%:(56) de los consumidores encuestados, considera como excelente la puntualidad en las entregas, mientras que el 6,7%:(4) de los consumidores califico como buena. No se registraron calificaciones en las categorías de aceptable y mala.

Satisfacción con el acceso a la entrega del mercado en consumidores de la localidad de Tunjuelito

El 90%:(54) de los consumidores encuestados, considera como muy fácil el acceder al sitio de entrega, mientras que el 10%:(6) de los consumidores califico como bastante fácil el acceso. No se registraron calificaciones en las categorías de algo difícil y muy difícil.

Satisfacción con el mercado frente al criterio de adecuado para el hogar o familia por los consumidores de Tunjuelito

El 100%:(60) de los consumidores encuestados, considera como adecuado el contenido del mercado para su hogar o familia.

Satisfacción de los consumidores con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega en la localidad de Tunjuelito.

El 98,3%:(59) de los consumidores encuestados, se considera como muy satisfecho con el trato recibido por el equipo responsable de la entrega. El 1,7%:(1) de los consumidores encuestados, considero quedar satisfecho con el trato.

Manifestación de Interés en recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro en los consumidores de la Localidad de Tunjuelito.

El 100%:(60) de los consumidores encuestados, manifestó que si le gustaría recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro. Para el criterio de no existir interés en recibir este tipo de ayudas nuevamente en el futuro, no se registraron calificaciones.

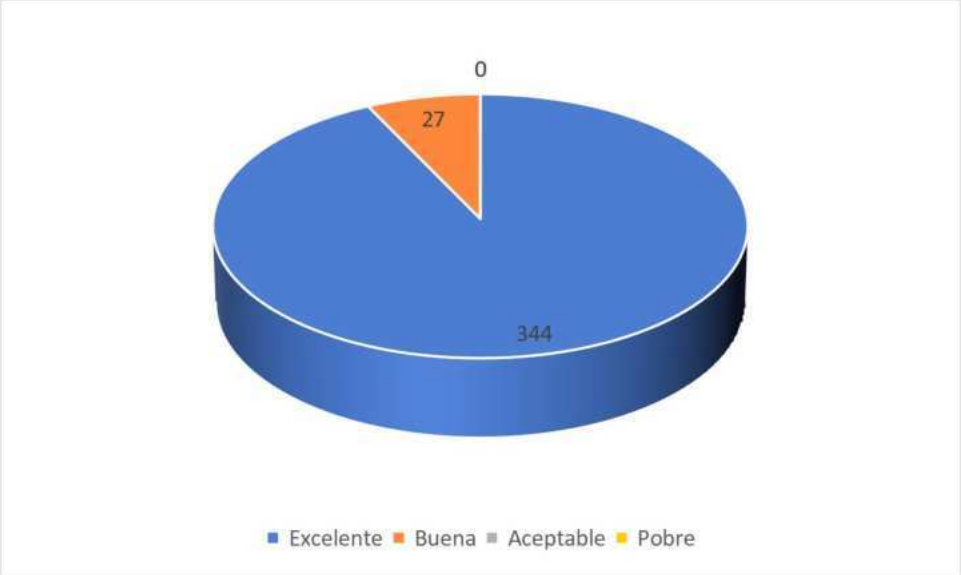
Manifestación de sugerencias para mejorar el proceso de entregas o el contenido del mercado en Tunjuelito

El 16,7%:(10) de los consumidores encuestados, manifestó que, si le gustaría la continuidad de la Estrategia. El 25%:(15) de los consumidores encuestados, considera que se deben agregar otros productos a las canastas, como lácteos, frutas y verduras. El 20%:(12) de los consumidores encuestados, considera que se debe aumentar el volumen de las canastas de alimentos.

RESULTADOS CONSOLIDADOS DE SATISFACCION

El análisis consolidado de datos de SATISFACCIÓN EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS en los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 92,7%:(344) de los consumidores, tuvo calificaciones de satisfacción con el criterio de EXCELENTE, mientras que el 7,3%:(27) consumidores califico el criterio de BUENA CALIDAD, lo cual permite inferir una SATISFACCIÓN del 100% en los consumidores, y para los criterios de aceptable o pobre, no se registraron puntuaciones.

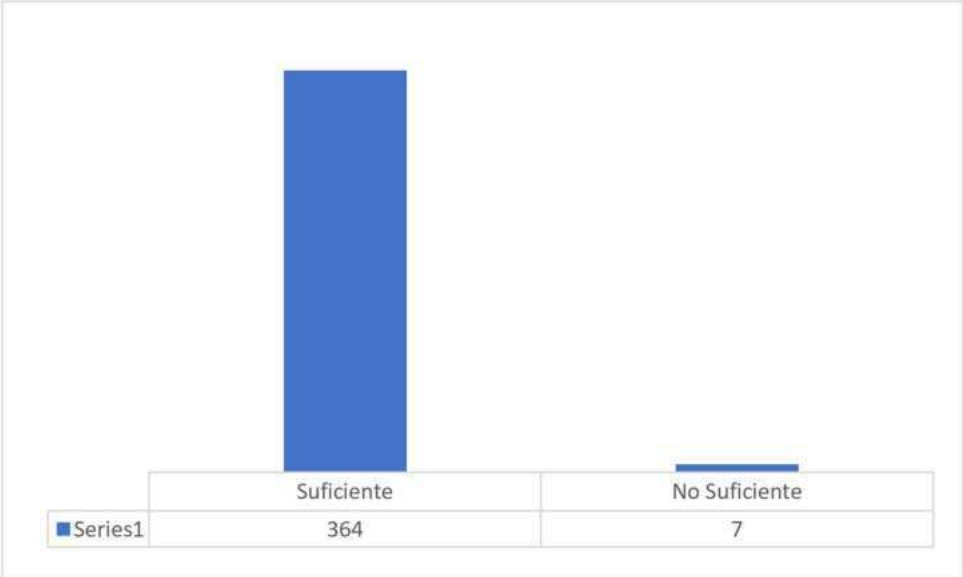
Grafica con datos consolidados de satisfacción de calidad de los productos de la canasta en las cuatro localidades atendidas, por consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: equipo Fundación Escala al Desarrollo

Los datos consolidados de satisfacción en consumidores en las cuatro (4) localidades, para la categoría de SATISFACCIÓN CON LA CANTIDAD DE LOS PRODUCTOS, muestra que el 98,1%;(364) consumidores, calificaron en el instrumento con el criterio de SI, FUE SUFICIENTE, y solo el 1,9%:(7) consumidores, puntearon el criterio de NO FUE, SUFICIENTE. Esto se asocia al número de integrantes en el núcleo familiar.

Grafica con datos consolidados de satisfacción en la cantidad de los productos de la canasta en las cuatro localidades atendidas, por consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: Equipo Fundación Escala al Desarrollo

El análisis consolidado de datos de SATISFACCIÓN EN LA PUNTUALIDAD EN LA ENTREGA de los productos a los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 90,02%:(334) de los consumidores, tuvo calificaciones de satisfacción con el criterio de EXCELENTE, mientras que el 8,90%:(33) consumidores califico el criterio de BUENA, el 0,80%:(3) registro calificaciones de ACEPTABLE, y finalmente, el 0,27%:(1) consumidor, registro el criterio de satisfacción como MALA Puntualidad.

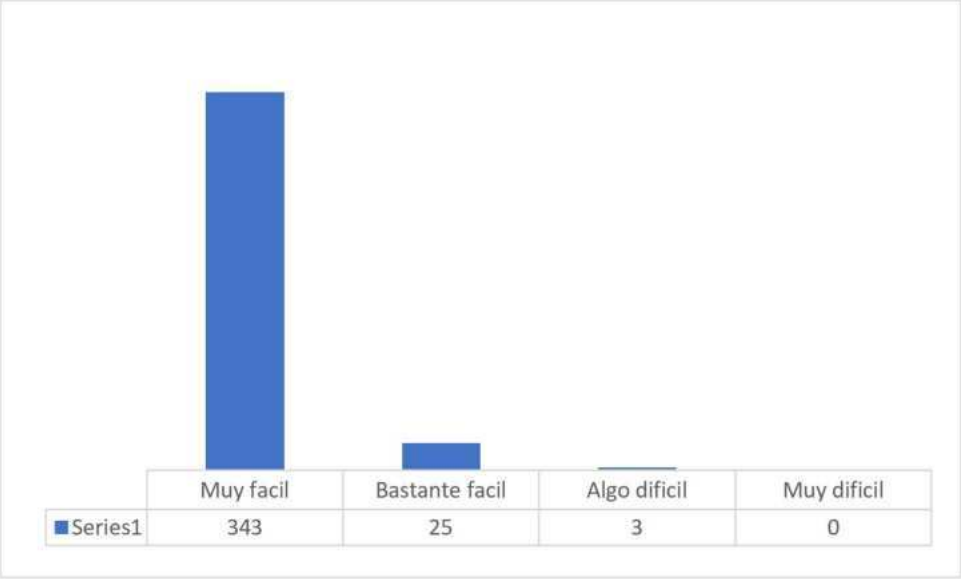
Grafica con datos consolidados de satisfacción en puntualidad en la entrega de los productos de la canasta en las cuatro localidades atendidas, por consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: Fundación Escala al Desarrollo

El análisis consolidado de datos de SATISFACCIÓN CON EL ACCESO A LA ENTREGA de los productos a los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 92,45%:(343) de los consumidores, tuvo calificaciones de satisfacción para el acceso fácil, con el criterio de MUY FACIL, mientras que el 6,74%:(25) consumidores califico el criterio de BASTANTE FACIL, el 0,80%:(3) registro calificaciones de ALGO DIFICIL. En el criterio de la variable MUY DIFICIL, no se presentaron calificaciones.

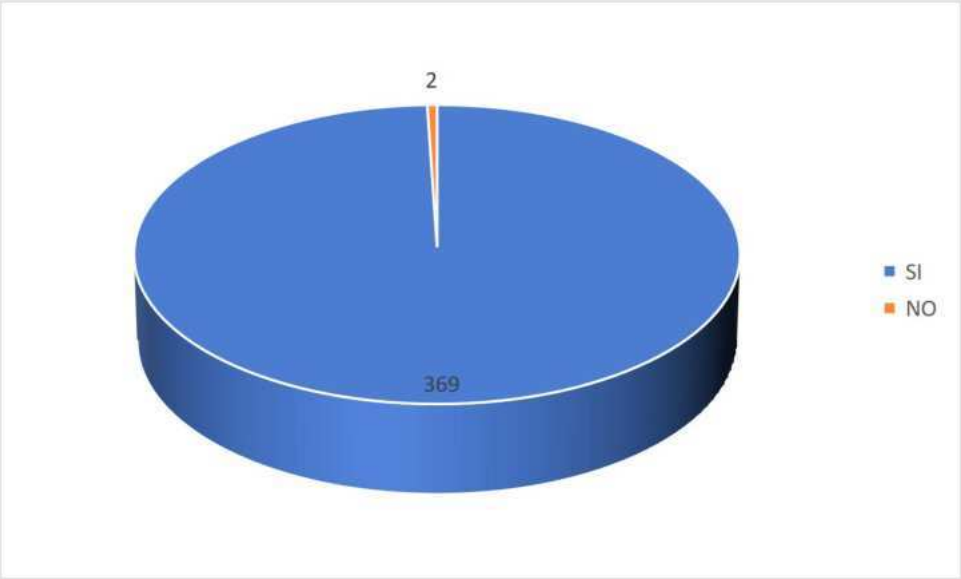
Grafica con datos consolidados de satisfacción con acceso fácil a la entrega de los productos de la canasta en las cuatro localidades atendidas, por consumidores de la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: Fundación Escala al Desarrollo

El análisis consolidado de datos de SATISFACCIÓN CON EL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS entregados a los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 99,46%:(369) de los consumidores, tuvo calificaciones de satisfacción, con el criterio de SI es adecuado el contenido del mercado, mientras que para el criterio de contenido de mercado no es adecuado solo se registraron puntuaciones por valor porcentual de 0,54% y en valores absolutos, solo 2 consumidores. Esto se asocia a las percepciones reflejadas en SUGERENCIAS, donde consideran que a la canasta se deben agregar otros productos como verduras, frutas, lácteos, mayor cantidad de proteína.

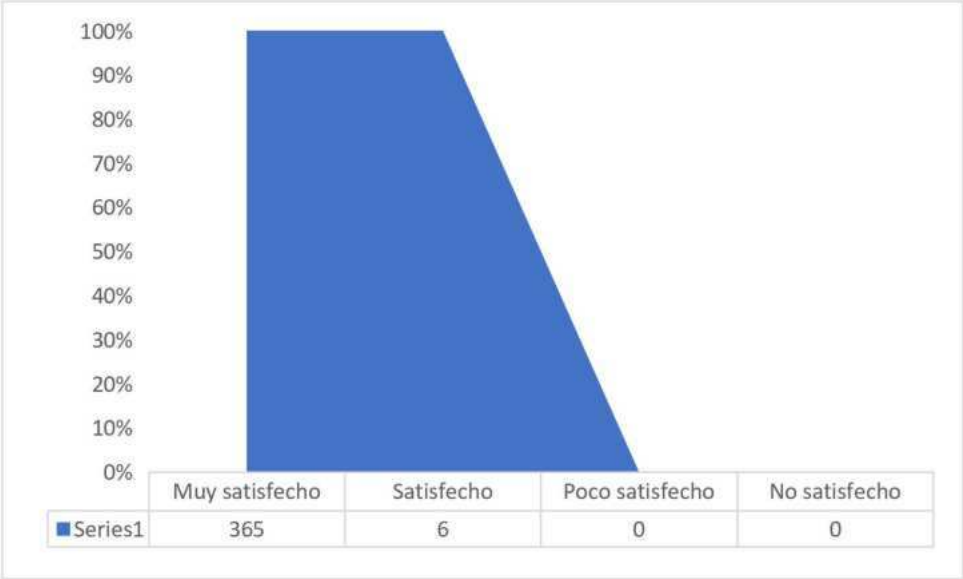
Grafica con datos consolidados de satisfacción con el contenido del mercado entregado a consumidores en las cuatro localidades atendidas, atendidas en la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: Fundación Escala al Desarrollo

El análisis consolidado de datos de SATISFACCIÓN CON EL TRATO RECBIDO POR EL EQUIPO QUE HIZO LA ENTREGA de los productos a los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 98,4%:(365) de los consumidores, tuvo calificaciones con el criterio de MUY SATISFECHO con el equipo que hizo la entrega, lo cual se asocia a la satisfacción con el equipo de la Organización Asociada, que implemento las acciones de fortalecimiento a las capacidades en los consumidores. En ese mismo sentido, solo el 1,6%:(6) consumidores, calificaron el trato por parte del equipo de entrega con el criterio de SATISFECHO. Para los criterios de poco satisfecho y no satisfecho, no se registraron puntuaciones.

Grafica con datos consolidados de satisfacción con el trato recibido por parte del equipo que hizo la entrega de los mercados a consumidores en las cuatro localidades atendidas, atendidas en la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos. Equipo Fundación Escala al Desarrollo

El análisis consolidado de datos de SI LE GUSTARIA RECIBIR ESTE TIPO DE AYUDA NUEVAMENTE EN EL FUTURO, los consumidores de las cuatro (4) localidades, muestra que el 100%:(371) de los consumidores, tuvo calificaciones con el criterio de SI LE GUSTARIA RECIBIR EN EL FUTURO NUEVAMENTE ESTE TIPO DE AYUDA. Para el criterio de NO LE GUSTARIA, no se registraron puntuaciones.

Grafica con datos consolidados de si le gustaría recibir este tipo de ayuda nuevamente en el futuro, en las cuatro localidades atendidas, atendidas en la Estrategia de Mercados Solidarios.



Cálculos: Fundación Escala al Desarrollo

Con relación a la pregunta abierta sobre sugerencias para la mejora del proceso de entrega o el contenido del mercado, solo 33,4%:124) consumidores presentaron sugerencias, las cuales giraron alrededor de los siguientes aspectos:

El 24,2%:(30) consumidores expresaron sus agradecimientos a la secretaria Distrital de Desarrollo Económico, por la implementación de la Estrategia de Mercados Solidarios.

El 8,87%:(11) consumidores, sugirieron la continuidad de la Estrategia de Mercados Solidarios.

El 13%:(15) consumidores, sugirieron la ampliación en la cobertura poblacional de atención a través de la Estrategia de Mercados Solidarios.

El 40,3%:(25) consumidores sugirieron en el contenido la inclusión de lácteos, verduras y frutas, y el aumento en la cantidad de proteína.

El 34,7%:(43) de los consumidores expresaron opiniones que describen opiniones sobre conceptos sobre muchas gracias y todo muy bien.

Finalmente, el 66,6%:(247) consumidores encuestados, no respondieron a la pregunta abierta numero 8 del instrumento de satisfacción.

No se presentaron sugerencias relacionadas con el proceso.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar las encuestas en linea, dentro del compromiso global de reducción en el uso de impresión en papel.
- Se recomienda realizar las encuestas después de realizadas las entregas a fin de minimizar los sesgos de interpretación asociados a sentimientos de agradecimientos por la atención
- En algún tipo de preguntas del instrumento, se recomienda evitar el uso de términos asociados a la pregunta o categoría, que pueden generar sesgos de favorabilidad o interpretación. Ejemplo: pregunta No. 4 del instrumento de satisfacción:

  ¿Te resulto fácil acceder a la entrega del mercado? Pregunta que se interrelaciona con las variables: muy fácil y Bastante Fácil. Se recomienda utilizar preguntas como: Como calificas el acceso al punto de entrega de la canasta. Como podemos ver, no existe asociación de términos utilizados en el cuestionario y las variables de interés.

INFORME MENSUAL DE PRODUCTOS (ALIMENTOS) TRANSADOS EN LAS JORNADAS DE MERCADOS SOLIDARIOS

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178 "CONSOLIDACIÓN DEL SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ D.C.".

CONVENIO 1383 – 2024 SDDE

Objeto: "*Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.*"

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO

Abril de 2025

Tabla de contenido

1. Introducción …… 3
2. Productos adquiridos con los recursos de la bolsa agotable ……4
3. Alimentos adquiridos directamente por los ciudadanos mediante compra directa……13
4. Conclusión……18

1. INTRODUCCION

El presente informe mensual tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de los productos alimenticios transados durante las jornadas de Mercados Solidarios, en el marco de los esfuerzos para garantizar el acceso a alimentos de calidad a las comunidades más vulnerables. Este informe abarca tanto los productos adquiridos con los recursos de la bolsa agotable de alimentos como aquellos adquiridos directamente por los ciudadanos a través de la compra directa.

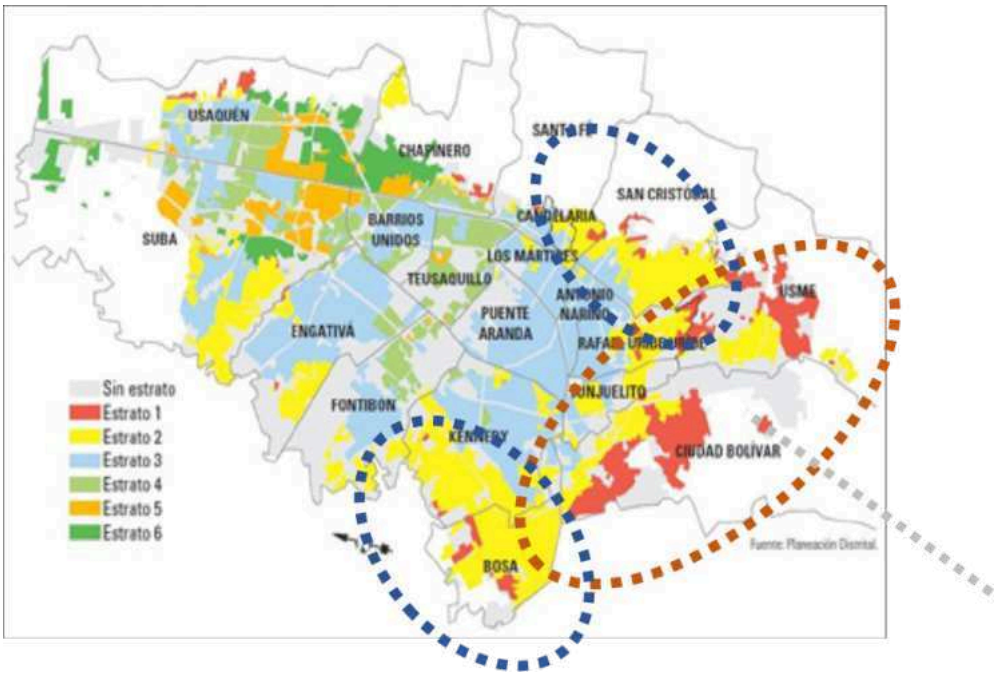
En este informe se detallan los mercados individuales entregados en cada polígono, los beneficiarios, así como los productos entregados, los kilogramos distribuidos y los precios correspondientes. Además, se incluye un resumen de los soportes de pago a las organizaciones encargadas de la distribución y venta de los productos, asegurando la transparencia y trazabilidad en el proceso de transacciones.

La información presentada en este informe tiene como finalidad ofrecer una visión clara y completa de las operaciones realizadas durante la ejecución de los mercados solidarios, contribuyendo al seguimiento y evaluación del impacto de las Jornadas de Mercados Solidarios, y facilitando la toma de decisiones para mejorar la eficiencia de futuras ediciones del programa.

2. **Productos adquiridos con los recursos de la bolsa agotable y puntos de entrega.**

   En la ejecución de los recursos de la bolsa agotable en lo concerniente a mercados solidaros es de precisar que se adquirieron 1.500 mercados de acuerdo a las ofertas de cada organización productora por un valor de $85.000 cada uno los cuales una vez adquiridos fueron entregados a las 500 familias participantes de manera escalonada, realizando tres entregas a cada familias, una cada 15 días, los mercados recibidos en cada entrega era suministrado eran suministrado por las organizaciones, lo que permitió que las diferentes organizaciones realizaran en varios puntos de entrega permitiendo así variar los productos recibido por cada familia.

   Los polígonos Ciudad Bolívar, Tunjuelito y Usme Urbano y rural Sumapaz



El inicio de estas actividades se llevó a cabo el día 24 de enero de 2025 donde se inició en dos localidades como fue Lucero en Ciudad Bolívar y La Flora en Usme, posterior el día 25 de enero se realizó en Jerusalén Ciudad Bolívar, Isla del Sol en Tunjuelito y Alfonso López en Usme, esta misma dinámica de entrega de un día dos y el otro dia tes comunidades se llevó a cabo los días 7 y 8 de Febrero de 2025 y al finalizar en zona Urbana se culminó las entregas los días 21 y 22 de febrero cumpliendo con los tiempos establecidos de acuerdo al anexo técnico y el cronograma, una vez

culminada la actividad de entrega de alimentos transados en las jornadas de Mercados Solidarios en la zona Urbana, se procedió a realizar las jornadas en la zona rural de Bogotá en la zona de Sumapaz con 200 familias en las zonas de rio Sumapaz y rio Blanco, a partir del 01 de marzo de 2025 15 de marzo y 29 de marzo las diferentes jornadas fueron realizadas garantizando la totalidad de los alimentos programas para cada jornada, con las suministrados por las organizaciones de productores como son: ASOCIACION DE PRODUCTORES DE LECHE DE CHOCONTA **APROLECHO,** ASOCIACION COLOMBIANA DE FRUTAS Y VERDURAS **ASOCOLFRUVER,** ASOCIACION DEPARTAMENTAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL META **CAMPOMETA,** ASOCIACION DE

GANADEROS Y PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE VENECIA **CAPROLAVE** Y ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS **ASOAGROVIVO**. Con una entrega aproximada de 14.610 kilos de productos Ofreciendo productos directamente del productor entregados a las familias de la siguiente manera como se refleja en la Tabla N°1

Punto de Entrega	N° de Familias	Fecha de la Actividad	Organización Productora
lucero	60	24 de enero	aprolecho
		07 de febrero	Campo Meta
		21 de febrero	caprolave
Flora	60	24 de enero	Campo Meta
		07 de febrero	Asocolfruver
		21 de febrero	Aprolecho
jerusalen	60	25 de nero	Asocolfruver
		08 de febrero	Campo Meta
		22 de febrero	Aprolecho
Isla del Sol	60	25 de nero	Asocolfruver
		08 de febrero	Caprolave
		22 de febrero	Campo Meta
Alfonso Lopez	60	25 de nero	Caprolave
		08 de febrero	Aprolecho
		22 de febrero	Asocolfruver
Sumapaz	200	01 de marzo	Asoagrovivo
		15 de marzo	Asoagrovivo
		29 de marzo	Asoagrovivo

Donde podemos evidenciar donde cada familia transa material reciclado por mercado solidario, para describir de manera mas detallada lo que recibe en canje cada familia en el punto de entrega Iniciamos con el punto el Lucero donde canjeaban 60 familias recibieron o siguiente: Ver Tabla N°2 EL LUCERO

	MERCADOS SOLIDARIOS Convenio 1383-2024 SDDE	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO

EL LUCERO		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Queso Campesino	500 Gr	1
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1 kg	1
Papa Superior	2 kg	2
Huevos AA	Cubeta x 30	5,5
Tomate	1kg	3
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	2
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayana	1kg	1

APROLECHO ENTREGA		
PRODUCTOS	RESENTACIÓ	CANT
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1000 Gr	1
Papa Superior	1000 Gr	2
Huevos AA	Cubeta x 30	3
Tomate	1000 Gr	1

CAMPO META		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2

COPROLAVE		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Lulo	1kg	1
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Tomate larga vida	1kg	2
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayana	1kg	1
Huevos A	cubeta X 30	2

En este punto de entrega realizaban el canje 60 familias, las cuales alcanzaron a recibir un promedio de 38,5 kilos de alimento en las tres jornadas, donde recibieron productos de las tres organizaciones de productores, un aproximado de 2.310 kilos de alimentos transados representado en 18 productos, donde podemos Evidenciar que el alimento mas recibido fue el huevo, una proteína muy apetecida en la dieta alimentaria, las familias mostraron su satisfacción por lo recibido, donde su mayor petición era que atendieran más familias en ese punto.

LA Flora Localidad de Usme

Flora	24 de enero	CAMPOMETA
	07 de febrero	Asocolfruver
	21 de febrero	Aprolecho

Tabla N°3 Punto de entrega la Flora Usme

LA FLORA		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	3
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
ZANAHORIA	1kg	2
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1kg	1
Papa Superior	1kg	2
Huevos AA	Cubeta x 30	4,5

CAMPO META		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2
ASOCOLFRUVER		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	2
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1
ZANAHORIA	1kg	2
APROLECHO ENTREGA		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1000 Gr	1
Papa Superior	1000 Gr	2
Huevos AA	Cubeta x 30	3
Tomate	1000 Gr	1

En esta localidad en canje de material reciclado por Mercados solidaros, la tabla anterior describe todos productos que recibió cada una de las 60 familias lo que asciende a 41,5 kilos aproximadamente y un total de 2.490 kilos representados en 19 productos, lo que contribuye significativamente a la canasta familiar de estas familias en condición de pobreza, generando ganancias por la vía del no gasto monetario, donde los productos con mas predominancia fueron el huevo y la papa, dos productos importantes en la cocina de esta región del país. En la tabla anterior se consolida todo lo recibido durante las tres jornadas como se detalla en las canastas entregadas por cada organización.

JERUSALEN: Ciudad Bolívar.

Jerusalén	25 de enero	Asocolfruver
	08 de febrero	Campo Meta
	22 de febrero	Aprolecho

Tabla N°4 PUNTO Jerusalén Ciudad Bolívar.

JERUSALEN		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	3
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
ZANAHORIA	1kg	2
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1kg	1
Papa Superior	1kg	2
Huevos AA	Cubeta x 30	4,5

ASOCOLFRUVER		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	2
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1
ZANAHORIA	1kg	2
CAMPO META		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2
APROLECHO ENTREGA		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1000 Gr	1
Papa Superior	1000 Gr	2
Huevos AA	Cubeta x 30	3
Tomate	1000 Gr	1

En este punto de canje recibieron 60 familias donde ofrecieron los productos tres organizaciones de productores donde cada familia alcanzó en promedio 41,5 kilos de alimentos en las tres entregas, para un total de 2.490 kilos de alimentos transados en este punto, en la tabla N°4 se refleja el consolidado de 19 productos recibidos durante el proceso, donde productos como papa y huevos en la tabla simultanea se refleja entregada por cada organización en cada evento,

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO



Entrega en Jerusalén



Entregas en la Flora.

ISLA DEL SOL: Tunjuelito.

Isla del Sol	25 de Enero	Asocolfruver
	08 de febrero	Caprolave
	22 de febrero	Campo Meta

ISLA DEL SOL		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	4
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
Huevo A	cubeta X 30	5
ZANAHORIA	1kg	2
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Lulo	1kg	2
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayana	1kg	1
Arroz Blanco	1kg	3
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3

ASOCOLFRUVER		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	2
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1
ZANAHORIA	1kg	2
COPROLAVE		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Lulo	1kg	1
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Tomate larga vida	1kg	2
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayana	1kg	1
Huevos A	30	2
CAMPO META		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Arroz Blanco	1kg	3
Lulo	1kg	1
Piña	1kg	2
Platano	1kg	1
Maracuya	1kg	3
Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2

En este punto de canje recibieron 60 familias donde ofrecieron los productos tres organizaciones de productores donde cada familia alcanzó en promedio 42 kilos de alimentos en las tres entregas, para un total de 2.520 kilo aproximadamente, en la tabla N°5 se refleja el consolidado de 20 productos recibidos durante el proceso, donde productos como papa y huevos en la tabla simultanea se refleja entregada por cada organización en cada evento.

ALFONSO LOPEZ: Localidad de Usme.

Alfonso López	25 de Enero	Caprolave
	08 de Febrero	Aprolecho

	22 de Febrero	Asocolfruver

ALFONSO LOPEZ		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Lulo	1kg	1
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Tomate larga vida	1kg	5
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayana	1kg	1
Huevos A	30	4,5
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1000 Gr	1
Papa Superior	1000 Gr	2
MANZANA SEGUNDA O PARE	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
ZANAHORIA	1kg	2

COPROLAVE		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Aguacate hass	1kg	1
Limon Tahiti	1kg	2
Lulo	1kg	1
Habichuela	1kg	1
Naranja Común	1kg	1
Tomate larga vida	1kg	2
Pepino de Guiso	1kg	2
Mandarina Arrayan	1kg	1
Huevos A	30	2
APROLECHO ENTREGA		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
Queso Campesino	500 Gr	0,5
Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2
Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1
Fresa	1000 Gr	1
Papa Superior	1000 Gr	2
Huevos AA	Cubeta x 30	3
Tomate	1000 Gr	1
ASOCOLFRUVER		
PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT
MANZANA SEGUNDA O	1kg	1
DURAZNO PAREJO	1kg	1
PERA PAREJA	1kg	2
CEBOLLA CABEZONA PA	1kg	2
CIRUELA SEGUNDA	1kg	2
TOMATE CHONTO PARE	1kg	2
PAPA CRIOLLA	1kg	4,5
Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1
ZANAHORIA	1kg	2

En este punto de canje recibieron 60 familias donde ofrecieron los productos tres organizaciones de productores donde cada familia alcanzó en promedio 42 kilos de alimentos en las tres entregas, en la tabla N°5 se refleja el consolidado de 21 productos recibidos durante el proceso, donde productos como papa y huevos dos productos de gran importancia para la alimentación, en la tabla simultanea se refleja entregada por cada organización en cada evento.

SUMAPAZ Localidad 20

SUMAPAZ	01 de marzo	Aso Agro Vivo

	15 de marzo	Aso Agro Vivo
	29 de marzo	Aso Agro Vivo

SUMAPAZ			
Organización	Detalles	Unidad de medida	x mercado
Aso AgroVivo	CARNE CERDO PORC (Carne de Brazo)	KG	1,65
	GOULASH CERDO (Pierna)	KG	1,662
	BONDIOLA (Bondiola)	KG	1,8624
	MOLIDA DE RES (cadera)	KG	1,86225
	GOULASH RES (cadera)	KG	2,1627
	CARNE RES PORC (Brazo)	KG	2,1627
			11,36205

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ASOAGROVIVO			
Organización	Detalles	Unidad de medida	x mercado
Aso Agro Vivo	CARNE CERDO PORC (Carne de Brazo)	KG	0,55
	GOULASH CERDO (Pierna)	KG	0,554
	BONDIOLA (Bondiola)	KG	0,6208
	MOLIDA DE RES (cadera)	KG	0,62075
	GOULASH RES (cadera)	KG	0,7209
	CARNE RES PORC (Brazo)	KG	0,7209

En este punto de canje recibieron 200 familias donde ofrecieron los productos tres organizaciones de productores donde cada familia alcanzó en promedio 11,3 kilos de alimentos en las tres entregas, en la tabla N°6 se refleja el consolidado de 6 productos recibidos durante el proceso, en las dos cuencas que componen la zona del Sumapaz como son las cuencas del rio Sumapaz y la cuenca del rio Blanco en la tabla simultanea se refleja los entregados por la organización, a diferencia de las entregas urbanas aquí en esta zona se realizó entrega de las misma canasta en las tres sesiones toda vez que los productos cárnicos son difícil que conseguir el territorio por dos razones muy fundamentales como son la poca producción de animales en la zona debido a las condiciones climáticas y la principal razón es la capacidad adquisitiva de las familias es muy baja, no les alcanza para adquirir este producto, no se realiza entrega de frutas y vegetales al tratarse de una zona rural donde varios de estos productos son producidos en la zona aunque no sea a gran escala.

Entregas en Sumapaz







3. Alimentos adquiridos directamente por los ciudadanos mediante compra directa

Esta actividad de compra directa del consumidor directamente al productor, se convierte en una oportunidad para el consumidos, poder adquirir los estos productos ofertados, lo que garantiza productos frescos y sin intermediarios, con la única desventaja que la poblacion que se encuentra en el vecindario de los punto de venta es población de bajos recursos con bajo poder adquisitivo, aun así los productores presentaron las ofertas de productos incluidos en el mercado solidario como productos alternos lo que permitía a la comunidad poder elegir variedades de productos.

ORGANIZACIÓN	VALOR VENDIDO	KILOS REPRESENTADOS
Aprolecho	$ 1.871.000	112,57
Caprolave	$ 590.000	178
Campo Meta	$ 4.122.000	1235,5
Asocolfruver	$ 1.279.400	272

TOTAL	**$ 7.862.400**	**1.798,07**

En esta tabla se refleja el valor de las ventas directas de cada organización de productores y lo kilos vendidos por cada organización, siendo Campo Mata la organización con mayor volumen de venta seguido de Aprolecho con los productos Lácteos, posterior mente Asocolfruver y con menor venta la organización Caprolave, existe una quinta organización denominada AsoAgroVivo la cual he hizo una oferta de ventas en la zona del Sumapaz lo que no le resulto toda vez que los cárnicos representan para la comunidad un alto valor adquisitivo, por lo que la organización Campo Meta realizo oferta de sus productos alcanzando una venta significativa especialmente el productos tubérculos,(Yuca) musáceas(Plátano) y cereales(Arroz) que no se dan en la zona. Estos productos representan mayor importancia en la dieta de la comunidad por tal motivo fueron adquiridos en mayor proporción por las familias, toda vez que de no adquirirlos allí deben salir a la Ciudad a conseguirlos que lo represento una oportunidad para obtener estos productos frescos y de manera directa. Alcanzando una venta de casi 8 millones y casi dos tenadas de productos.



Ventas de productos Lacteos.



Ventas en Sumapaz

VENTA DIRECTA DE LAS ORGANIZACIONES				
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDIDO**	**KILOS REPRESENTADOS**
24/01/2025	La flora	Campometa	$ 220.000	58
24/01/2025	Lucero	Aprolecho	$ 260.000	17,2
25/01/2025	Isla del sol	Asocolfruver	$ 260.000	64
25/01/2025	Jerusalen	Asocolfruver	$ 128.000	47
25/01/2025	Alfonso Lopez	Caprolave	$ 180.000	61
			$ 1.048.000	**247,2**
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDID**	**KILOS REPRESENTADOS**
7/02/2025	La flora	Asocolfruver	$ 246.000	67
7/02/2025	Lucero	campometa	$ 245.000	65
8/02/2025	Isla del sol	Caprolave	$ 130.000	55
8/02/2025	Jerusalen	campometa	$ 175.000	35
8/02/2025	Alfonso Lopez	Aprolecho	$ 570.000	34,22
			$ 1.366.000	**256,22**
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDID**	**KILOS REPRESENTADOS**
21/02/2025	La flora	Aprolecho	$ 552.000	33,5
21/02/2025	Lucero	Caprolave	$ 280.000	62
22/02/2025	Isla del sol	campometa	$ 625.000	50
22/02/2025	Jerusalen	Aprolecho	$ 489.000	27,65
22/02/2025	Alfonso Lopez	Asocolfruver	$ 645.400	94
			$ 2.591.400	**267,15**
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDID**	**KILOS REPRESENTADOS**
1/03/2025	Sumapaz	campometa	$ 856.000	290
			$ 856.000	
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDID**	**KILOS REPRESENTADOS**
15/03/2025	Sumapaz	campometa	$ 1.126.000	507,5
			$ 1.126.000	
FECHA	**UPZ**	**ORGANIZACIÓN**	**VALOR VENDID**	**KILOS REPRESENTADOS**
29/03/2025	Sumapaz	campometa	$ 875.000	230
			$ 875.000	

En esta tabla podemos observar las ventas detalladas en cada uno de los 18 eventos por parte de cada una de las organización productoras directamente a las comunidad tanto a familias participantes como a la comunidad en general con una venta de $7.862.400 representado en aproximadamente 1800 kilos de productos frescos dinamizando la economía y brindando una experiencia que permite a cada organización

proyectarse e impulsar la comercialización directa de sus producción, es de señalar que la Organización Campo Meta aunque no suministro mercados solidarios en el Sumapaz participó realizando ventas directas lo que la constituye en la organización con mayor ventas como se refleja en el siguiente Grafico:



Podemos evidenciar que esta organización alcanzo una venta del 52% de todas las ventas realizadas en los 18 eventos lo que demuestra la fortaleza y la capacidad de la organización para futuros eventos, sin dejar de lado la capacidad de respuesta de cada organización de productores en cada evento, lo que impulsa a las organizaciones generar la capacidad de respuesta ante posibles clientes potenciales.

CONCLUSION

Durante la implementación de las jornadas se presentaron avances significativos en capacidad de respuesta por parte de las organizaciones, para entregar los suministros correspondientes a los Mercados Solidarios, el manejo de las ventas, así también la capacidad administrativa de las organizaciones , siendo este un aprendizaje importante brindándole la capacidad de participar, competir técnica y administrativamente ya que fueron de menos a mas especialmente las mas pequeñas, este proceso de canje permitió una descontaminación de residuos solidos en las localidades participantes e impulsando la cultura de separación en la fuente, generando un habito positivo al interior de cada familia estimulando a todos los miembros de la misma. Por lo que en cada mercado solidario aparecían miembros de la comunidad ofreciendo reciclaje, lo que puede convertirse en una practica en cada localidad de realizar trueque de material reciclado por alimentación, entendiendo que se encuentran en las localidades con mayor índice de pobreza.

INFORME MENSUAL DE LA BOLSA AGOTABLE DESTINADA AL SUMINISTRO Y PRODUCCIÓN DEL MATERIAL EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES.

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178 "CONSOLIDACIÓN DEL SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ D.C.".

CONVENIO 1383 – 2024 SDDE

Objeto: "*Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.*"

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO

Abril de 2025

Tabla de contenido

1. Introducción …… 3
2. Adquiridos de elementos de Comunicación de la bolsa agotable ……..…4
3. suministro y producción del material en la Estrategia de Comunicaciones……8

1. INTRODUCCION

El presente informe mensual tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de los diferentes productos publicitarios durante las jornadas de Mercados Solidarios, en el marco de los esfuerzos para garantizar el acceso a la información oportuna a las comunidades más vulnerables. Este informe abarca tanto los productos entregados a las familias como los utilizados como estrategia de comunicación.

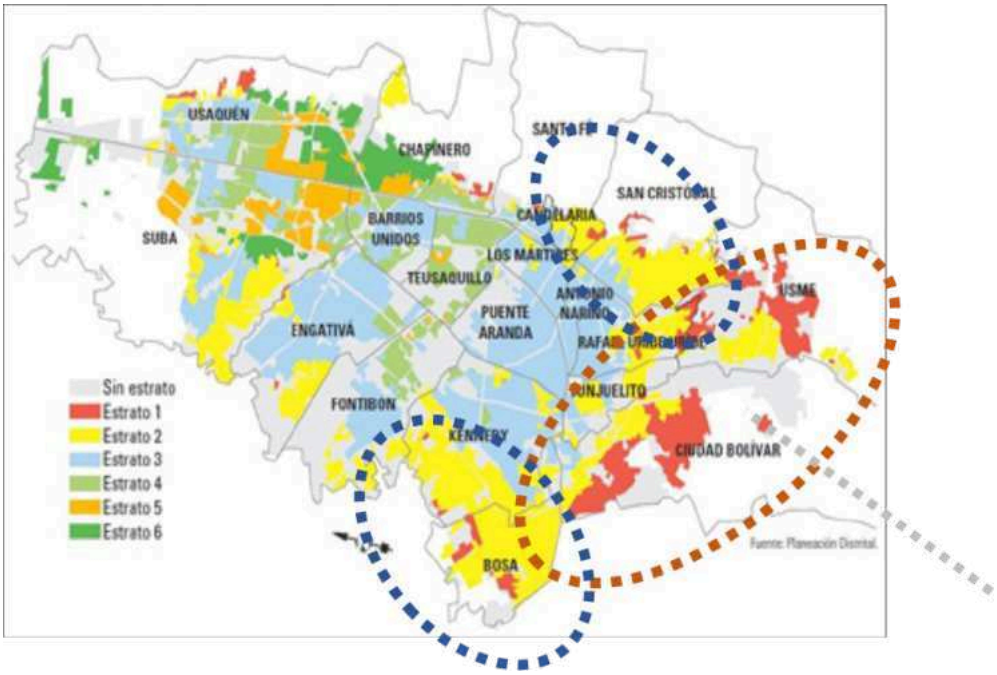
En este informe se detallan el material individual entregados en cada polígono, a los beneficiarios, así como las estrategias utilizadas, los diferentes métodos de comunicación y divulgación del programa genera un ambiente de responsabilidad de dejar a los beneficiarios informados de manera oportuna con material que puede perdurar aun después de culminada la intervención.

La información presentada en este informe tiene como finalidad ofrecer una visión clara y completa de las operaciones realizadas durante la ejecución de los mercados solidarios, contribuyendo al seguimiento y evaluación del impacto de las Jornadas de Mercados Solidarios, y facilitando la toma de decisiones para mejorar la eficiencia de futuras ediciones del programa.

2. **bolsa agotable destinada al suministro y producción del material en la Estrategia de Comunicaciones.**

   En la ejecución de los recursos de la bolsa agotable en lo concerniente a material para la estrategia de comunicación y difusión del programa es de precisar que se adquirieron alrededor de 2350 piezas de acuerdo al anexo técnico y las necesidades del proyecto mismos, las cuales fueron utilizadas en las tres jornadas realizadas en cada polígono dejando suficiente información e identificación del programa por parte de los participantes,

   Los polígonos Ciudad Bolívar, Tunjuelito y Usme Urbano y rural Sumapaz



Las actividades donde se utilizaron los elementos de comunicaciones llevaron cabo a partir del día 24 de enero de 2025 donde se inició en dos localidades como fue Lucero en Ciudad Bolívar y La Flora en Usme, posterior el día 25 de enero se realizó en Jerusalén Ciudad Bolívar, Isla del Sol en Tunjuelito y Alfonso López en Usme, esta misma dinámica de entrega de un día dos y el otro día tes comunidades se llevó a cabo los días 7 y 8 de Febrero de 2025 y al finalizar en zona Urbana se culminó las entregas los días 21 y 22 de febrero cumpliendo con los tiempos establecidos de acuerdo al anexo técnico, el cronograma y al protocolo de comunicación de la Secretaria de desarrollo Económico de Bogotá.

Una Vez culminada la actividad de entrega de alimentos transados en las jornadas de Mercados Solidarios en la zona Urbana, se procedió a realizar las jornadas en la zona rural de Bogotá en la zona de Sumapaz con 200 familias en las zonas de rio Sumapaz y rio Blanco a partir del 01 de marzo de 2025 15 de marzo y 29 de marzo las diferentes jornadas fueron realizadas garantizando la totalidad de los alimentos programas para cada jornada, con las suministrados por las organizaciones de productores como son: ASOCIACION DE PRODUCTORES DE LECHE DE CHOCONTA **APROLECHO,** ASOCIACION COLOMBIANA DE FRUTAS Y VERDURAS **ASOCOLFRUVER,** ASOCIACION DEPARTAMENTAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL META **CAMPOMETA,** ASOCIACION DE GANADEROS Y PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE VENECIA **CAPROLAVE** Y ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS **ASOAGROVIVO**. Con una entrega aproximada de 14.610 kilos de productos Ofreciendo productos directamente del productor entregados a las familias de la siguiente manera como se refleja en la Tabla N°1

Punto de Entrega	N° de Familias	Fecha de la Actividad	Organización Productora
lucero	60	24 de enero	aprolecho
		07 de febrero	Campo Meta
		21 de febrero	caprolave
Flora	60	24 de enero	Campo Meta
		07 de febrero	Asocolfruver
		21 de febrero	Aprolecho
jerusalen	60	25 de nero	Asocolfruver
		08 de febrero	Campo Meta
		22 de febrero	Aprolecho
Isla del Sol	60	25 de nero	Asocolfruver
		08 de febrero	Caprolave
		22 de febrero	Campo Meta
Alfonso Lopez	60	25 de nero	Caprolave
		08 de febrero	Aprolecho
		22 de febrero	Asocolfruver

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO

Aqui podemos evidenciar las las fechas de las 18 actividades realizadas el numero de familias que participaron y la organización que suministro los productos, asi mismo poder detallar las actividades que fueron comunicadas donde se entregaron Bolsas Biodegradables con publicidad del proyecto asi como bolsas Publicitarias Tela Ecológica, Calendarios Imantados, Carnet y pendones que fueron utilizados para evidenciar informacion permanebte del programa en cada evento.

MATERIAL PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES		
ELEMENTO	**ESPECIFICACIÓN TÉCNICA**	**UNIDAD**
Bolsas Publicitarias en tela	Bolsas Publicitarias Tela Ecológica Cambre, 30 x 40 cm, con fuelle. 10 cm de ancho, impresión a una sola tinta por una cara (El diseño debe cumplir con los requerimientos del manual de identidad corporativa). Las cuales serán entregadas a los beneficiarios consumidores y a compradores de alimentos.	1155
Carné plástico	Carnet institucional para el registro de los beneficiarios consumidores. Este será entregado en la primera capacitación y servirá para ir registrando los puntos solidarios asignados. Tendrá que cumplir con las especificaciones: calibre 30 micras, plastificado brillante, de 9 cm x 5.5 cm, impreso a cuatro tintas de 4x2. El diseño deberá seguir la estrategia de comunicaciones diseñada. Se debe incluir el costo del portacarné y cordón.	520
Calendario con Imán	Calendario con imán para pegar a la nevera, en dos tintas con imagen alusiva a Mercados Solidarios, acorde a la estrategia aprobada. Las cuales serán entregadas a los beneficiarios consumidores y a compradores de alimentos. (Tamaño A5 14,8 x 21 cms).	620
Alquiler de parlante	Alquiler de parlante principal con trípode de 15" Tweeter con potencia 400W conectividad Bluetooth, Reproductor MP3, Radio FM digital, Control Remoto. Micrófono, Ecualizador para micrófono, Efecto Echo para micrófono, Prioridad de micrófono, Entrada para micrófono, Ecualizador, Entrada Auxiliar RCA. Alimentación directa a 110V AC, Agarraderas laterales y superior, Rodachines Fabricada en ABS, Frecuencia: 50Hz a 20KHz, Sensibilidad: 89dB, Impedancia: 8 Ohm, Peso 14Kg, Dimensiones: 70 x 45 x 36. con una extensión disponible (Se aclara que se debe hacer el alquiler en cada jornada)	15
Pendones	Pendones tipo araña impresión full color sobre banner en policromía con seis ojales (en las esquinas y en el centro superior e inferior) de 2 mts de alto x 1 metro de ancho. El diseño deberá seguir la estrategia de comunicaciones diseñada.	5
Bolsas biodegradables	Bolsas biodegradables con diseño impreso a una tinta (20 * 30 cms), rollo x 100 uds.	16
Pendones Imantados	Pendones para instalar en el vehículo impresión full color sobre banner en policromía de 2 mts de alto x 1 metro de ancho.	2

En la tabla anterior podemos evidenciar la totalidad de material aquirido para la estrategia de comunicación del proyeccto, junto al material digital que genera un gran impacto en el manejo de la informacion como son WhatsApp, instagram, facebook entre otras donde se debulgo informacion acertada del la intervencion, de los elementos de comunicación podemos detallara la entrega los diguentes MATERIALES:

-Bolsa en tela ecologica con el logo de la Secretaria de desarrollo Economico apta para recibir los mercados solidarios y poder llevar la informacion del propyecto permanete mente en esta bolsa en las diferntes actividades que pudieron usarla.

-Bolsa Biodegradable con publicidad de la Secretaria y el proyeccto implementado con mensaje aludsivos a cuidar el medio ambiente la cual esra utilizada para empacar los alimnentos pequeños que no alcanzaban a empacar en la bolsa de tela.
-Calendario con imán para pegar a la nevera u otra superficie que la familia dispusiera, con imagen alusiva a Mercados Solidarios, acorde a la estrategia aprobada. Las cuales fueron entregados a los beneficiarios consumidores y a compradores de alimentosque llegaban a los enventos.
- Carnet institucional para el registro de los beneficiarios consumidores. Este se entregó en la primera capacitación y sirvió para ir registrando los puntos solidarios asignados. Este carnet cumplió con las especificaciones. El diseño fue realizado siguiendo la estrategia de comunicaciones diseñada, el cual se entrego en porta carnet y cuerdo para evita perdida, lo que fue útil para identificar a las familias en cada punto de entrega.
-Pendones tipo araña impresión full color sobre banner en policromía con seis ojales de 2 mts de alto x 1 metro de ancho. Con un diseño según la estrategia de comunicaciones diseñada para el proyecto el cual fue utilizado con la identificación de cada evento realizado durante la ejecución de las actividades de capacitación y jornadas de mercados Solidarios.
-Pendones Imantados para instalar en el vehículo los cuales fueron impresos a full color sobre banner en policromía de 2 mts de alto x 1 metro de ancho, estos fueron usados para identificar los vehículos termokin que transportaban los cárnicos hacia la zona rural del Sumapaz como una forma de seguridad en el territorio entendiendo la complejidad del territorio.
-Para las 15 Actividades Urbana se hizo necesario el alquiler de parlante principal con trípode de 15¨Tweeter con potencia 400W conectividad Bluetooth, Reproductor MP3, Radio FM digital, Control Remoto. Micrófono, Ecualizador para micrófono, Efecto Echo para micrófono, Prioridad de micrófono, Entrada para micrófono, Ecualizador, Entrada Auxiliar RCA. Alimentación directa a 110V AC, Agarraderas laterales y superior, Rodachines Fabricada en ABS, Frecuencia: 50Hz a 20KHz, Sensibilidad: 89dB, Impedancia: 8 Ohm, Peso 14Kg, Dimensiones: 70 x 45 x 36. con una extensión disponible, este equipo fue fundamental para ambientar el sitio de los eventos, divulgar la actividad e invitar a la comunidad a participar del evento realizando compras así mismos ofrecer los productos ofertados por cada organización y principalmente difundir el alcance del proyecto haciendo énfasis en el cuidado del medio ambiente y la importancia de reciclar, reutilizar y reducir la contaminación, como un aporte de la secretaria de desarrollo económico de la alcaldía mayor de Bogotá y su enfoque de dinamización de la economía campesina donde se ejerció la comercialización alternativa de

productos, sin intermediarios; lo cual garantizo el mejoramiento de los ingresos los productores asociados a la Organización

ANEXO Fotográficos:



Uso de Bolsa de tela



Uso de Bolsa Biodegradable



Bolsas con mercados



Carnet de Identificación

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO







Beneficiario con Carnet, Calendario, bolsa y Pendón Pendón Imantado para Carro







Publicidad Digital Comunicación Digital







	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO

Locutor para difusión López

Bolsas más parlante

Difusión en Alfonso

	MERCADOS SOLIDARIOS **Convenio 1383-2024 SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | DESARROLLO ECONÓMICO





Comunicación Digital

CONCLUSION

Como es de conocimiento Común la comunicación tanto digital como física se convierte en el medio importante de transmitir cualquier información y marcas un programa aunque sea piloto , consideramos acertada toda la estrategia de comunicación como una herramienta que difunde un programa que independiente de si magnitud, consideramos que para una próxima eventualidad difundir material digital o físico sobre temas de importancia del programa como reciclaje, calentamiento Global, alimentación Saludable, separación en la fuente y videos educativos, que puede general hábitos saludables en todo el núcleo familiar, que representa el núcleo de la comunidad

ObjectID	GlobalID	1.1 TIPO DE DOCUMENTO	1.2. NÚMERO	VALIDACION P	PRIMER NOMBRE	OTROS NOMBRES	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	1.4 NOMBR
701	bf48561c	CEDULA DE CIUDADANIA	1030675016	VALIDADO	ELVIS	STID	MARIN	GALVIS	S/D
704	e1451ba	CEDULA DE CIUDADANIA	20816537	VALIDADO	Lida		Castiblanco		S/D
705	5756972	CEDULA DE CIUDADANIA	52175267	VALIDADO	Olga	Lucis	Villamil		S/D
707	cdad79ea	CEDULA DE CIUDADANIA	3110806	VALIDADO	Ignacio		Castellanos	Mahecha	S/D
709	b222955	CEDULA DE CIUDADANIA	80803323	VALIDADO	Geobany		Mejia	Fuentes	S/D
711	b5b594a	CEDULA DE CIUDADANIA	36588171	VALIDADO	Anayivis		Mejia	Fuentes	S/D
730	be2a0b5(	CEDULA DE CIUDADANIA	3064169	VALIDADO	Nelson		Beltran	Varila	S/D
733	06df3f17	CEDULA DE CIUDADANIA	80792657	VALIDADO	Fredy		Gomez		S/D
734	5ab74bel	CEDULA DE CIUDADANIA	1069853194	VALIDADO	Carlos	ALEJANDRO	Cortes	C ARRION	S/D
736	9112320	CEDULA DE CIUDADANIA	3065259	VALIDADO	Oscar	DANILO	Achury	RODRIGUEZ	S/D
737	b7f0eacc	CEDULA DE CIUDADANIA	11225253	VALIDADO	Luis	ARISTIDES	Corrion	BELTRAN	S/D
738	733c545	CEDULA DE CIUDADANIA	11225278	VALIDADO	Emiliano		Peña	BELTRAN	S/D
739	68676f5	CEDULA DE CIUDADANIA	19443298	VALIDADO	Alberto		VARILA	GARZON	S/D
740	4fb71aa2	CEDULA DE CIUDADANIA	3065451	VALIDADO	Oscar	ARMANDO	Velasquez	BELTRAN	S/D
741	2752792	CEDULA DE CIUDADANIA	3065020	VALIDADO	Eduardo	HUMBERTO	Achury	BELTRAN	S/D
750	2e388eef	CEDULA DE CIUDADANIA	1069853402	VALIDADO	Angie	LIZETH	Rodriguez	ACOSTA	S/D
751	d5b4ef46	CEDULA DE CIUDADANIA	223998	VALIDADO	CENEN		RIAÑO	PINZON	S/D
752	6387fc8f	CEDULA DE CIUDADANIA	24016451	VALIDADO	JOSEFA		GUAYAMBUCO	MURCIA	S/D
753	a244ef28	CEDULA DE CIUDADANIA	20492252	VALIDADO	FLORINDA		LOPEZ	UMBARILA	S/D
754	897e884	CEDULA DE CIUDADANIA	20491348	VALIDADO	ANA	DELMIRA	HERNANDEZ	BENAVIDES	S/D
755	3c95190	CEDULA DE CIUDADANIA	3003184	VALIDADO	JOSE	SAUL	DUARTE	RIAÑO	S/D
756	f4c59319	CEDULA DE CIUDADANIA	20363134	VALIDADO	CLAUDIA	PATRICIA	MARIN	SARMIENTO	S/D
757	fa41458e	CEDULA DE CIUDADANIA	39689237	VALIDADO	MARIA	DE LOS ANGELES	VELEZ	PARDO	S/D
758	c3fe3f2a-	CEDULA DE CIUDADANIA	3242792	VALIDADO	SAMUEL		FIGUEREDO	MONTENEGRO	S/D
759	45e4ca6b	CEDULA DE CIUDADANIA	1069261840	VALIDADO	WILLIAM	ALFONSO	DONCEL	BUITRAGO	S/D
760	b24f9b9(	CEDULA DE CIUDADANIA	80394963	VALIDADO	JORGE	LUIS	CABUYA	CABUYA	S/D
761	7ecac4bf	CEDULA DE CIUDADANIA	20491554	VALIDADO	MARIA	ALICIQ	FORERO	FORERO	S/D
762	17dee3ec	CEDULA DE CIUDADANIA	7225968	VALIDADO	ISIDRO		PAEZ	CARO	S/D
763	adbb70f9	CEDULA DE CIUDADANIA	20490996	VALIDADO	ROSA	DELIA	UMBARILA	DE MURCIA	S/D
764	b11fc46e	CEDULA DE CIUDADANIA	11325108	VALIDADO	CESAR	AUGUSTO	FORERO	MORA	S/D
765	ae1a03e3	CEDULA DE CIUDADANIA	20491447	VALIDADO	BLANCA	LIGIA	MONTENEGRO	DE GARZON	S/D
766	4a8ceb3a	CEDULA DE CIUDADANIA	20362704	VALIDADO	ALCIRA		AREVALO	GOMEZ	S/D
767	16e398e(	CEDULA DE CIUDADANIA	20363425	VALIDADO	ADELINA		AREVALO	GOMEZ	S/D

768	93c4810	CEDULA DE CIUDADANIA	3003470	VALIDADO	VICTOR	MANUEL	QUINTERO	MONTENEGRO	S/D
770	9406bcc	CEDULA DE CIUDADANIA	80395416	VALIDADO	JOSE	HERNAN	GARZON	MONTENEGRO	S/D
776	89dff647	CEDULA DE CIUDADANIA	1072646337	VALIDADO	Rodrigo		Carrion	PRIETO	S/D
777	a6be642	CEDULA DE CIUDADANIA	3065065	VALIDADO	Elber	GREGORIO	Beltran	ACOSTA	S/D
778	7c62a28	CEDULA DE CIUDADANIA	3064802	VALIDADO	Merardo	HERNAN	Martinez	RODRIGUEZ	S/D
779	f97b2fa6	CEDULA DE CIUDADANIA	20670119	VALIDADO	Irma	MARLENY	Achury	BELTRAN	S/D
781	17a0258	CEDULA DE CIUDADANIA	3064863	VALIDADO	Juan	Jesus	Rozo	Ramos	S/D
782	6eb1252	CEDULA DE CIUDADANIA	1069852333	VALIDADO	Nefer	Harvey	Peña	Carrion	S/D
783	f7e6d3fc	CEDULA DE CIUDADANIA	3063946	VALIDADO	Luis	Dumar	Rodriguez	Beltran	S/D
784	307c265	CEDULA DE CIUDADANIA	3065067	VALIDADO	Pedro	Emilio	Reyes	Cardenas	S/D
785		CEDULA DE CIUDADANIA	1069853023	VALIDADO	Daniel	Higinio	Carrion	Garzon	S/D
829	b06d80c	CEDULA DE CIUDADANIA	10162479	VALIDADO	HERNANDO		PULIDO	CHIRIVI	S/D
830	b189525	CEDULA DE CIUDADANIA	41766199	VALIDADO	MARTHA	ROSA	ALVAREZ	SANCHEZ	S/D
831	b48b3b6	CEDULA DE CIUDADANIA	1002583274	VALIDADO	JUAN	DAVID	GOMEZ	PARRA	S/D
832	ac03df90	CEDULA DE CIUDADANIA	4285454	VALIDADO	GONZALO		ORJUELA	CORONEL	S/D
833	93901cd	CEDULA DE CIUDADANIA	6752342	VALIDADO	JAIRO	ANTONIO	ORJUELA	CORONEL	S/D
834	e9a49aa9	CEDULA DE CIUDADANIA	23823907	VALIDADO	MARY	LUZ	PARADA		S/D
835	c150dad4	CEDULA DE CIUDADANIA	7170916	VALIDADO	PABLO	JAVIER	BAUTISTA	COTTE	S/D
836	b69949b	CEDULA DE CIUDADANIA	41619142	VALIDADO	EUDORA		GUERRERO	GUERRERO	S/D
837	bba2dc34	CEDULA DE CIUDADANIA	4182875	VALIDADO	IGNACIO		GOMEZ		S/D
838	01b25b4	CEDULA DE CIUDADANIA	4183073	VALIDADO	LUIS	VALDO	SANCHEZ	COTE	S/D
839	607efdce	CEDULA DE CIUDADANIA	19284894	VALIDADO	REINALDO		RODRIGUEZ	RODRIGUEZ	S/D
840	b497894	CEDULA DE CIUDADANIA	4182559	VALIDADO	LUIS	EDUARDO	SANCHEZ		S/D
841	d6cc7d6	CEDULA DE CIUDADANIA	40033248	VALIDADO	CLAUDIA	YANET	PULIDO	SANCHEZ	S/D
847	ca59d7f6	CEDULA DE CIUDADANIA	19072889	VALIDADO	MIGUEL	ANGEL	SANCHEZ	GUTIERREZ	S/D
848	bd2e719	CEDULA DE CIUDADANIA	1000127293	VALIDADO	CARLOS	EDUARDO	ROMERO	GUTIERREZ	S/D
858	d3af493b	CEDULA DE CIUDADANIA	212693	VALIDADO	JOSE	OCTAVIO	AVENDAÑO	GUERRERO	S/D
859	3e3baf10	CEDULA DE CIUDADANIA	52253709	VALIDADO	Gladys	Patricia	Forero	Tellez	S/D
860	7302e12	CEDULA DE CIUDADANIA	79006238	VALIDADO	MAURICIO		MUÑOZ	VERA	S/D
861	47c61d5	CEDULA DE CIUDADANIA	79671900	VALIDADO	Bernardo	Enrique	Leon	Buitrago	S/D
862	ad52503	CEDULA DE CIUDADANIA	52269320	VALIDADO	Juanita	Catalina	Acero	Baez	S/D
863	6c8ff707	CEDULA DE CIUDADANIA	52529840	VALIDADO	Maryuri	Yaneth	Alvarado	Becerra	S/D
864	ca7c477f	CEDULA DE CIUDADANIA	80207039	VALIDADO	CARLOS	ANDRES	REINA	BARRERO	S/D
865	da5451e	CEDULA DE CIUDADANIA	7133572	VALIDADO	Jose	Walter	Tellez		S/D

866	1a22641	CEDULA DE CIUDADANIA	1031642579	VALIDADO	JUAN	ESTEBAN	JIMENEZ	FORERO	S/D
867	45defccc	CEDULA DE CIUDADANIA	1000793893	VALIDADO	Valentina		Jimenez	Forero	S/D
868	9cecc14d	CEDULA DE CIUDADANIA	10285870	VALIDADO	JOSE	MAURICIO	SANCHEZ	GOMEZ	S/D
869	6d18916	CEDULA DE CIUDADANIA	79752145	VALIDADO	Cesar	Alexander	Jimenez	Jara	S/D
870	f166606	CEDULA DE CIUDADANIA	52085757	VALIDADO	angelica	maria	forero	mantilla	S/D
871	859c920	CEDULA DE CIUDADANIA	52390400	VALIDADO	Ana	Maria	Roa	Vivas	S/D
872	2a6b322	CEDULA DE CIUDADANIA	1020833979	VALIDADO	ADOLFO	LEON	HERNANDEZ	GARCIA	S/D
MANUAL		CEDULA DE CIUDADANIA	1069852128	VALIDADO	DANNER	YAREDT	BELTRAN	CARRION	S/D
MANUAL		CEDULA DE CIUDADANIA	11225019	VALIDADO	GERARDO	ANTONIO	VELASQUEZ	CARRION	S/D
MANUAL		CEDULA DE CIUDADANIA	20363277	VALIDADO	ALEXANDRA	QUINTERO	QUINTERO		S/D
925	8926c02	CEDULA DE CIUDADANIA	20781573	VALIDADO	Yaniry	Astrid	MARIN	FLOREZ	S/D
926	fe5f2d65	CEDULA DE CIUDADANIA	1074576159	VALIDADO	Aurora		Mejia	Fuentes	S/D
927	c8644cb	CEDULA DE CIUDADANIA	3110955	VALIDADO	Yimi	Alexander	Marin	Flores	S/D
930	eb59f5bc	CEDULA DE CIUDADANIA	1024512930	VALIDADO	Maria	Dilsa	Lombana	Cuastumal	S/D
931	b884803	CEDULA DE CIUDADANIA	20781781	VALIDADO	Marleny		Gallego	Cabrera	S/D
932	e66b000	CEDULA DE CIUDADANIA	52170309	VALIDADO	Nidia		Rojas	Ballen	S/D
933	5d42f987	CEDULA DE CIUDADANIA	1074577152	VALIDADO	Enuar	Manuel	Perez		S/D
729	46fa5384	CEDULA DE CIUDADANIA	3111132	VALIDADO	Jhon	Gelman	Marin		S/D
710	7c62724	CEDULA DE CIUDADANIA	3154643	VALIDADO	Pedro		Apolinar	Velasquez	S/D

SEXO ASIGNADO	FECHA DE NACIMIE	2.1. I	2.2. MUN	2	2.4. BARRIC	2.5. ZONA D	2.6. ESTRAT	2.16. VEREI	2.17. NOME	UPZ	3.1. TELÉFONO CE	3.4. CORREO	4.1. ¿SABE L
HOMBRE	22/01/97 17:00	25	25506		NA	RUAL	1 BAJO-BAJ	Cabecera m	CASA 25		3228074406	Elvismarin1	SI
MUJER	21/06/72 17:00	25	25506		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	EL TREBOL	MIRADOR		3158087493	Cacprolave	SI
MUJER	18/07/73 17:00	25	25506		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHORRERA	BELLA VISTA		3148817015	Cacprolave	SI
HOMBRE	28/12/65 17:00	25	25506		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	La chorrera	LA HERMOSA		3112235794	Castellanos	SI
HOMBRE	20/10/82 17:00	25	25506		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	Sabaneta ba	LA PONDEROSA		314236178	Cacprolave	NO
MUJER	24/07/71 17:00	25	25506		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	La chorrera	EL TRIUNFO		3112672477	Nayimf@hc	SI
HOMBRE	10/03/79 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	VISTA HERMOSA		3203712262	campometa	SI
HOMBRE	23/04/79 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	LA HACIENDA		3132880477	campometa	SI
HOMBRE	9/07/66 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	BELLA VISTA		3102738879	campometa	SI
HOMBRE	10/03/67 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	EL CAMPANARIO		3103910575	campometa	SI
HOMBRE	19/05/73 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	LA Y		3138789273	campometa	SI
HOMBRE	25/11/72 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	EL REFUGIO		3103403678	campometa	SI
HOMBRE	24/03/71 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	SAN FERNANDO		3208166564	campometa	SI
HOMBRE	10/02/71 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	VILLA CLAUDIA		3124771507	campometa	SI
HOMBRE	30/07/86 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	LA HERMOSA		3202318987	campometa	SI
MUJER	12/10/89 17:00	25	25372		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHUSCALES	BELLA VISTA		3219389022	campometa	SI
HOMBRE	31/07/50 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	RETIRO DE E	EL ARRAYAN		3144662178	aprolecho@	SI
MUJER	26/06/60 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	PUEBLO VIE	PIEDRA DE SAL		3202237005	aprolecho@	SI
MUJER	31/07/62 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	AGUA CALIE	LOS CAMBULOS		3138739295	aprolecho@	SI
MUJER	31/01/56 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	AGUA CALIE	LOS ALISOS		3142595990	aprolecho@	SI
HOMBRE	21/07/62 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	AGUA CALIE	EL RETIRO		3118129619	aprolecho@	SI
MUJER	5/12/78 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	APOSENTOS	LA ESMERALDA		3125260061	aprolecho@	SI
MUJER	2/08/64 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	APOSENTOS	EL PEÑON		3103079000	aprolecho@	SI
HOMBRE	28/07/68 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHINGACIO	OJO DE AGUA		3115230541	aprolecho@	SI
HOMBRE	6/05/92 16:00	25	25183		NA	RURAL	2 BAJO	CHINGACIO	LOS RECUERDOS		3102100324	wadoncelb	SI
HOMBRE	12/10/68 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CRUCES	MI RANCHITO		3209044843	aprolecho@	SI
MUJER	20/09/62 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	CHINGACIO	BUENAVISTA		3227161200	aprolecho@	SI
HOMBRE	21/04/68 17:00	25	25873		NA	RURAL	2 BAJO	CASABLANC	LAS PEÑITAS		3138544528	aprolecho@	SI
MUJER	6/07/56 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	PUEBLO VIE	ARRAYANES		3133823512	aprolecho@	SI
HOMBRE	23/02/83 17:00	25	25183		NA	RURAL	2 BAJO	PUEBLO VIE	EL ENCENILLO		3123506010	aprolecho@	SI
MUJER	9/11/53 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	RETIRO DE E	LOS RECUERDOS		3136842436	aprolecho@	SI
MUJER	8/06/75 17:00	25	25183		NA	RURAL	1 BAJO-BAJ	PUEBLO VIE	EL SALITRE		3118823115	aprolecho@	SI
MUJER	27/03/80 17:00	25	25183		NA	RURAL	2 BAJO	PUEBLO VIE	BUGANBIL		3123721076	aprolecho@	SI

HOMBRE	6/01/62	17:00	25	25183	NA	RURAL	2 BAJO	CRUCES	EL ENCENILLO	3207522742	aprolecho@	SI
HOMBRE	5/03/71	17:00	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	RETIRO DE E	CASA DE TEJA	3213709867	aprolecho@	SI
HOMBRE	11/08/79	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL TENDIDO	3125916650	campometa	SI
HOMBRE	18/05/68	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LOTE 7	3144837800	campometa	SI
HOMBRE	10/04/82	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA HERIENCIA	3135059642	campometa	SI
MUJER	15/05/76	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL MIRADOR	3115220235	campometa	SI
HOMBRE	17/08/84	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA BONITA	3233287349	campometa	SI
HOMBRE	18/11/69	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	BELLA VISTA	3103403378	campometa	SI
HOMBRE	19/05/73	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TERRERO	3138789273	campometa	SI
HOMBRE	16/09/78	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TERRUÑO	3227550945	campometa	SI
HOMBRE	14/12/70	17:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL LLANO	3233245529	campometa	SI
HOMBRE	18/06/58	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CARBONERA	EL ROSAL	3203437695	contacto@	SI
MUJER	5/09/59	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	EL RANCHITO	3133613894	contacto@	SI
HOMBRE	12/10/02	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	ALFARAS	EL CIELO	3148796140	contacto@	SI
HOMBRE	4/09/57	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	LOS TRONCOS	3115200968	contacto@	SI
HOMBRE	15/06/51	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL DURUELO	3213333624	contacto@	SI
MUJER	15/11/76	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL ESPINO	3144007630	contacto@	SI
HOMBRE	22/08/62	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	FIOTA	LAS PIEDRAS	3124090117	contacto@	SI
MUJER	9/10/53	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	EL UVO	RENACER	3108611961	contacto@	SI
HOMBRE	31/12/64	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	LLANO GRA	EL ENCENILLO	3132796456	contacto@	SI
HOMBRE	5/02/69	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	LLANO GRA	LOS ALISOS	3144801156	contacto@	SI
HOMBRE	19/07/55	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL OCASO	3108560287	contacto@	SI
HOMBRE	25/02/56	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	EL RECUERDO	3118739347	contacto@	SI
MUJER	29/05/79	17:00	15	15494	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CENTRO	EL DURAZNERO	3113574368	contacto@	SI
HOMBRE	8/09/53	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	LAS DELICIAS	3234879687	contacto@	SI
HOMBRE	23/07/01	17:00	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	LA DONCELLA	3115473621	contacto@	SI
HOMBRE	11/09/51	17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CANAVITA	SAN ANTONIO	3052032155	asoagrovivc	SI
MUJER	12/10/73	17:00	25	25817	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	El porvenir	El encanto	3013623674	Asoagrovivc	SI
HOMBRE	28/11/84	17:00	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	SANTANDER	LA HERMOSA	3233041078	ASOAGROVI	SI
HOMBRE	16/09/74	17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Guangata	El triunfo	3192522294	Asoagrovivc	SI
MUJER	10/05/77	17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Poveda 2	El refugio	315 2803795	Asoagrovivc	SI
MUJER	3/10/78	17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Canavita	Villa esperanza	3203932388	Asoagrovivc	SI
HOMBRE	18/08/82	17:00	25	25799	NA	RURAL	4 MEDIO	SANTANDER	SAN ANDRES	3118479399	ASOAGROVI	SI
HOMBRE	6/11/44	17:00	25	25817	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Porvenir	Villa laura	3013623674	Asoagrovivc	SI

HOMBRE	10/06/04 17:00	25	25817	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	LA FUENTE	SAN SABAS	3219927982	ASOAGROVI	SI	
MUJER	23/06/00 17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Santandersi	Buscavida	3212526459	Asoagrovivc	SI	
HOMBRE	23/11/69 17:00	25	25817	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	EL PORVENI	CRIADERO SANCHEZ	3026895994	ASOAGROVI	SI	
HOMBRE	17/07/74 17:00	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	Santanderci	El totumo	3118474298	Asoagrovivc	SI	
MUJER	20/05/75 17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	GUANGATA	LA QUINTA LOTE G	3118479399	ASOAGROVI	SI	
MUJER	26/03/78 17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Canavita	La reforma	3016928770	Asoagtovivc	SI	
HOMBRE	9/07/98 17:00	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CANAVITA	LA HERMOSA	3118797173	ASOAGROVI	SI	
HOMBRE	21/11/86 0:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA VELETA	3206772758	campometa	SI	
HOMBRE	22/12/68 0:00	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TESORO	3224569275	campometa	SI	
MUJER	21/04/65 17:00	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHINGACIO	EL ROSAL	N.A	aprolecho@	SI	
MUJER	27/04/71 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Cabecera	municipal	3144874689	Nayimf@hc	SI	
MUJER	17/12/85 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda	la chorrera	3132329198	Cacprolave(	SI	
HOMBRE	18/12/68 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda san (	LOS MARTIRES	3102671685	Yimy.Marin	SI	
MUJER	9/09/90 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda las n	LOS OCOBOS	3132322998	Cacprolave(	SI	
MUJER	30/01/79 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda agua	ARRAYANES	3213702880	Marlenycab	SI	
MUJER	8/06/80 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda san (	LAS PALMAS	3132329198	Nidia.rojasl	SI	
HOMBRE	12/02/68 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	La chorrera	EL CEDRO	3102671681	Manuelpere	SI	
HOMBRE	14/03/70 17:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	san cristoba	el cristo	3228074406	Jhongelmar	SI	
HOMBRE	11/02/67 0:00	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Centro	N.A	3203440324	Pedroapolir	SI	

4.2 ¿CUÁL E	4.3. ¿EL/LA	4.4. ¿EL/LA	4.5. ¿A CUÁ Specify othe	4.6. IDENTII Specify othe	4.7. ORIENT Specify othe	4.8. REALIZ/	4.9. ¿EL/LA	4.10. ¿CUEI	4.11. ¿TIENI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	NO
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	NO
PRIMARIA	COGNITIVA	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	NO
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NINGUNO	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		NO INFORMA	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		NO INFORMA	NO INFORMA	NINGUNO_I	NINGUNA_I	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADOR_	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	FISICA	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADOR_	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
NINGUNO	FISICA	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
NINGUNO	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADOR_	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES		FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI

NINGUNO	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	NO INFORMA	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	NO INFORMA	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
TECNICA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	CUIDADO_D	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	SI	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	SI	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI

UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
TECNICA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	SI	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	SI	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
UNIVERSITA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
NO INFORM	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	NINGUNA_D	NO	SI
TECNICA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	CUIDADOR_	CAMPESINC	SI	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
SECUNDARI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
TECNICA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	FEMENINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
PRIMARIA	FISICA	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	SI
PRIMARIA	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	SI	SI
TECNOLOGI	NO PRESENT	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	MASCULINO	HETEROSEXUAL	NINGUNO_I	CAMPESINC	NO	NO

1.1 ¿CUÁL E	1.2. NOMBF	1.3. TIPO DI	1.4. NÚMER	1.5. ¿ESTE N	1.6. ¿ESTE N	1.7. RAZÓN	1.8. ¿LA IDE	1.9. ESTADC	1.10. ¿FECHA DE INICIO DI	1.11. ¿SU N	1.12. TIPO D
COLABORAD	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	24/05/14 17:00	NO	ECONOMIA S
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	19/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	10/03/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	3/03/17 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	18/06/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/25 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/25 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACIOI	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D

SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACION	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACION	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/25 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/25 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	18/06/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	SI	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	NO	NO	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	NO	SIN ANIMO D
PROPIETARI	Asocolfruve	NIT	9,01E+08	SI	NO	Asociacion (	SI	FORMALIZA	20/01/20 17:00	NO	SIN ANIMO D
PROPIETARI	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	1/03/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Sin animo d	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	SIN ANIMO I	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Sin animo d	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Sin animo d	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Sin animo d	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Asoagrovivc	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D

SOCIO-A	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Asoagrovivc	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Asoagrovivc	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
REPRESENTA	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Asoagrovivc	NIT	9,02E+08	SI	SI	Asoagrovivc	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	NO	SIN ANIMO D
SOCIO-A	ASOAGROVI	NIT	9,02E+08	SI	SI	ASOAGROVI	SI	FORMALIZA	20/10/23 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	CAMPOMET	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociación (	SI	FORMALIZA	4/02/16 17:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	APROLECHC	NIT	9E+08	SI	SI	ASOCIACION	SI	CONSOLIDA	12/12/07 0:00	SI	SIN ANIMO D
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
REPRESENTA	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
REPRESENTA	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C
SOCIO-A	Caprolave	NIT	9,01E+08	SI	SI	Asociacion (	SI	FORMALIZA	27/05/14 17:00	NO	SOCIEDAD C

Specify othe	1.13. ¿PRIN	Specify othe	1.14. ¿PRIN	Specify othe	2.1. ¿CUÁN	2.2. ¿CUÁN	2.3. ¿CUÁN	2.4. ¿CUÁN	3.1. ¿CUÁLE	3.2. ¿CUÁL	3.3. ¿CUÁL ES	3.4. ¿EN CU
SOLIDARIA -(	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			5	2	3	0	EFECTIVO,V/	1000000	400000	DICIEMBRE
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			45	25	20	0	PSE,VALOR_	1200000	7000000	FEBRERO
COLECTIVA	CAMPO TERRENO ARREN	FERIAS Y EVENTOS			45	25	20	0	PSE,VALOR_	2000000	25000000	MAYO
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			43	17	27	0	PSE,VALOR_	9000000	95000000	ABRIL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			43	17	26	0	PSE,VALOR_	1000000	15000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			43	17	26	0	PSE,VALOR_	15000000	90000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	20000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	17000000	17000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	VALOR_NEC	15000000	17000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	18000000	16000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	12000000	11000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	20000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	15000000	11000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	VALOR_NEC	18000000	15000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	13000000	12000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS			100	17	83	0	EFECTIVO,V/	10000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	350000	280000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	280000	260000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	360000	320000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	320000	300000141	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	420000	380000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	360000	300000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	450000	400000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	680000	650000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	2800000	2600000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	2100000	1900000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	1200000	1000000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	960000	900000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	720000	700000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	1344000	1200000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	1536000	1500000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	864000	850000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL			420	170	250	0	EFECTIVO	864000	800000	MAYO

DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL	420	170	250	0	EFECTIVO	816000	750000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	420	170	250	0	EFECTIVO	720000	700000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	VALOR_NEC	16000000	11000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	VALOR_NEC	19000000	15000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V	10000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V	14000000	13000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V	20000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	VALOR_NEC	16000000	14000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V	12000000	11000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	VALOR_NEC	14000000	11000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V	20000000	2000000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	680000	600000	ABRIL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	540000	520000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	1	0	1	0	EFECTIVO	700000	550000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	650000	600000	MAYO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	650000	600000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	510000	500000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	780000	720000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	690000	650000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	0	2	0	EFECTIVO	850000	800000	JUNIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	680000	600000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	850000	800000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	790000	760000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	2	0	0	EFECTIVO	870000	820000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	2	1	1	0	EFECTIVO	820000	760000	AGOSTO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	1	0	1	0	EFECTIVO	630000	520000	JULIO
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL	1	0	1	0	BILLETERAS_	2000000	1000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	5	2	3	0	EFECTIVO,P	3000000	5000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	5	1	4	0	EFECTIVO,P	30000000	5000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T	30000000	5000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,C	30000000	5000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T	30000000	5000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	PSE,TARJET	30000000	3000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T	30000000	5000000	NOVIEMBRE

DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,P	30000000	3500000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T/	30000000	4200000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,P	32000000	4200000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T/	29000000	4650000	OCTUBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T/	45000000	8000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,T/	29600000	4680000	OCTUBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO ARREN	PUNTO DE VENTA LOCAL	15	6	9	0	EFECTIVO,P	33000000	4000000	DICIEMBRE
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V/	15000000	3500000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	100	17	83	0	EFECTIVO,V/	18000000	2600000	MES NO APL
DE LUCRO	CAMPO TERRENO PROPI	PUNTO DE VENTA LOCAL	420	170	250	0	EFECTIVO	650000	620000	MAYO
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	42	19	23	0	EFECTIVO,P	15000000	50000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	42	19	23	0	EFECTIVO,P	9000000	35000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	42	19	23	0	EFECTIVO,P	6000000	65000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO ARREN	other Venta a la as	42	19	23	0	EFECTIVO,V/	4000000	37000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	42	19	23	0	EFECTIVO,P	12000000	98000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	42	19	23	0	EFECTIVO,P	2500000	30000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	CALLE -AMBULANTE EST/	42	19	23	0	EFECTIVO	7100000	42000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	43	17	26	0	PSE,VALOR_	5200000	15000000	MES NO APL
COLECTIVA	CAMPO TERRENO PROPI	FERIAS Y EVENTOS	43	17	26	0	PSE,VALOR_	2000000	45000000	JULIO

3.5. SELECC	3.6. ¿REPOF	3.7. ¿LA UN	3.8. RELACI	4.1. DEPART	2.2. MUNIC	2.4. BARRIC	4.5. ZONA D	4.6. ESTRAT	4.17. VEREDA	4.18. NOME	5.1. TELÉFONO D	5.4. CORREO
ALIMENTOS	9499	SI	MielTarro d	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Cabecera muni	CASA 25	3228074406	Elvismarin1
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de ha	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	EL TREBOL	MIRADOR	3158087493	Cacprolave(
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de ha	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHORRERA	BELLA VISTA	,3140817815	Cacprolave(
ALIMENTOS	9499	SI	Comercializ	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	La chorrera	LA HERMOS	3112235794	Castellanos
ALIMENTOS	9499	NO	Porcicultur	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Sabaneta baja	LA PONDER(	3142361078	Cacprolave(
ALIMENTOS	9499	SI	Banano, hal	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	La chorrera	EL TRIUNFO	3112672477	Nayimf@ho
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	VISTA HERM	3203712262	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA HACIEND	3132880477	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	BELLA VISTA	3102738879	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL CAMPAN	3103910575	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA Y	3138789273	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL REFUGIO	314880537	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	SAN FERNAN	3208166564	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	VILLA CLAUI	3124771507	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de fei	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA HERMOS	3202318988	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de fei	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	BELLA VISTA	3219389022	campometa
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	RETIRO DE BLAN	EL ARRAYAN	3144662178	campometa
ALIMENTOS	4722	NO	Producción	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	PUEBLO VIEJO	PIEDRA DE S	3202237005	campometa
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	AGUA CALIENTE	LOS CAMBU	3138739295	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	AGUA CALIENTE	LOS ALISOS	3142595990	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	AGUA CALIENTE	EL RETIRO	3118129619	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	LA ESMERAL	3125260061	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	EL PEÑON	3103079000	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	2 BAJO	CHINGACIO	OJO DE AGU	3115230541	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CHINGACIO	LOS RECUER	3102100324	wadoncelb(
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	2 BAJO	CRUCES	MI RANCHIT	3209044843	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	2 BAJO	CHINGACIO	BUENAVISTA	3227161200	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Gandería bo	25	25873	NA	RURAL	2 BAJO	CASABLANCA	LAS PEÑITAS	3138544528	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	PUEBLO VIEJO S	ARRAYANES	3133823512	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	2 BAJO	PUEBLO VIEJO	EL ENCENILL	3123506010	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	RETIRO DE BLAN	LOS RECUER	3136842436	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	PUEBLO VIEJO	EL SALITRE	3118823115	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	PUEBLO VIEJO	BUGANBIL	3133721076	aprolecho@

ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CRUCES	EL ENCENILL	3207522742	aprolecho@
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	RETIRO DE BLAI	CASA DE TEJ	3213709867	aprolecho@
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de fei	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL TENDIDO	3125916650	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LOTE 7	3144837800	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA HERIENC	3135059642	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL MIRADOI	3115220235	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA BONITA	3232287394	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	BELLA VISTA	3103403678	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TERRERC	3138789273	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TERRUÑ(	3227550945	campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	EL LLANO	3233245529	campometa
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CARBONERA	EL ROSAL	3203437695	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	EL RANCHIT	3133613894	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	ALFARAS	EL CIELO	3148796140	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	APOSENTOS	LOS TRONC(	3115200968	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL DURUEL(	3213333624	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivobde	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL ESPINO	3144007630	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	FIOTA	LAS PIEDRA	3124090117	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivobde	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	EL UVO	RENACER	3108611961	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	LLANO GRANDE	EL ENCENILL	3132796457	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	LLANO GRANDE	LOS ALISOS	3144801156	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CENTRO	EL OCASO	3108560287	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	EL RECUERD	3118739347	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CENTRO	EL DURAZNI	3113574368	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	LAS DELICIA	3234879687	contacto@a
ALIMENTOS	9499	NO	Cultivo de fi	15	15494	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	TEJAR BAJO	LA DONCELI	3115473621	contacto@a
ALIMENTOS	4723	NO	venta de car	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CANAVITA	SAN ANTON	3118479399	asoagrovivo
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	El porvenir	El encanto	3118479399	Asoagtovivo
ALIMENTOS	4723	NO	PRODUCCIC	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	SANTANDERCIT	LA HERMOS	3118479399	ASOAGROVI
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Guangata	El triunfo	3118479399	Asoagrovivo
ALIMENTOS	4723	NO	Producion (	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Poveda 2	El refugio	3118479399	Asoagrovivo
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	Canavita	Villa esperai	3118479399	Asoagrovivo
ALIMENTOS	4723	NO	PRODUCCIC	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	SANTANDERCIT	SAN ANDRE	3118479399	ASOAGROVI
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	Porvenir	Villa laura	3118579399	Asoagrovivo

ALIMENTOS	4723	SI	PRODUCCIC	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	LA FUENTE	SAN SABAS	3118479399		ASOAGROVI
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Santandersito	Buscavida	3118479399		Asoagrovivc
ALIMENTOS	4723	SI	PRODUCCIC	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	EL PORVENIR	CRIADERO S	3118479399		ASOAGROVI
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	2 BAJO	Santandercito	El totumo	3118479399		Asoagrovivc
ALIMENTOS	4723	SI	COMERCIO /	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	GUANGATA	LA QUINTA I	3118479399		ASOAGROVI
ALIMENTOS	4723	NO	Produccion	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	Canavita	La reforma	3118479399		Asoagrovivc
ALIMENTOS	4723	SI	COMERCIO /	25	25799	NA	RURAL	3 MEDIO-BA	CANAVITA	LA HERMOS	3118479399		ASOAGROVI
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	LA VELETA	3206772758		campometa
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de frij	25	25372	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHUSCALES	MI TESORO	3224569275		campometa
ALIMENTOS	4722	NO	Ganadería b	25	25183	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	CHINGACIO	EL ROSAL			aprolecho@
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de ha	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda la chorrera		3144874689		Yanimf@ho
ALIMENTOS	9499	SI	Porcina, tra	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda la chorrera		3132329198		Cacprolave(
ALIMENTOS	9499	NO	Vebta de mi	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda san crist	LOS MARTIR	3102671685		Yimi.Marinf
ALIMENTOS	9499	SI	Venta de hu	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda las merc	LOS OCOBO	3132322998		Cacprolave(
ALIMENTOS	9499	NO	Comercializ	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda agua du	ARRAYANES	3213702880		Marlenycab
ALIMENTOS	9499	NO	Vebta de pla	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Vereda san crist	LAS PALMAS	3132329198		Nidia.rojasb
ALIMENTOS	9499	NO	Venta de pr	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	La chorrera	EL CEDRO	3102671681		Manuelpere
ALIMENTOS	9499	SI	Habichuela,	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	san cristobal	el cristo	3228074406		Jhongelmar
ALIMENTOS	9499	NO	Ganado	25	25506	NA	RURAL	1 BAJO-BAJ(	Centro	N.A	3203440324		Pedroapolir

NOMBRE DE	CreationDate	EditDate	ESTADO CIV	SELECCIONE	x	y
Gina cerezo	02/12/2025 20:57:17,778	02/12/2025 20:57:17,778	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,1299	4,718587
Gina cerezo	02/17/2025 21:04:13,908	02/17/2025 21:04:13,908	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1299	4,718793
Gina cerezo	02/17/2025 21:13:48,810	02/17/2025 21:13:48,810	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,13	4,718665
Gina cerezo	02/20/2025 16:34:48,980	02/20/2025 16:34:48,980	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1299	4,718718
Gina cerezo	02/20/2025 16:51:57,180	02/20/2025 16:51:57,180	NO INFORM	FORTALECIN	-74,1299	4,718718
Gina cerezo	02/20/2025 18:10:01,588	02/20/2025 18:10:01,588	NO INFORM	FORTALECIN	-74,1299	4,718722
Gina paola	03/01/2025 16:59:31,700	03/01/2025 16:59:31,700	CASADO-A-	FORTALECIN	0	0
Gina paola	03/03/2025 19:11:17,476	03/03/2025 19:11:17,476	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/03/2025 19:38:23,484	03/03/2025 19:38:23,484	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/03/2025 22:42:07,323	03/03/2025 22:42:07,323	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/03/2025 22:55:11,875	03/03/2025 22:55:11,875	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/03/2025 23:10:22,135	03/03/2025 23:10:22,135	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/03/2025 23:11:41,524	03/03/2025 23:11:41,524	NO INFORM	FORTALECIN	-74,1017	4,744299
Gina paola (	03/03/2025 23:27:55,123	03/03/2025 23:27:55,123	UNION LIBR	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/04/2025 03:41:11,204	03/04/2025 03:41:11,204	UNION LIBR	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/04/2025 05:00:22,499	03/04/2025 05:00:22,499	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
IVAN EDUAF	03/04/2025 15:03:45,630	03/04/2025 15:03:45,630	VIUDO-A-	FORTALECIN	-73,6574	4,639968
IVAN EDUAF	03/04/2025 15:23:19,025	03/04/2025 15:23:19,025	SEPARADO-	FORTALECIN	-74,1157	4,589228
IVAN EDUAF	03/04/2025 15:36:58,735	03/04/2025 15:36:58,735	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589262
IVAN EDUAF	03/04/2025 15:50:04,670	03/04/2025 15:50:04,670	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1156	4,589238
IVAN EDUAF	03/04/2025 16:03:08,588	03/04/2025 16:03:08,588	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589247
IVAN EDUAF	03/04/2025 16:23:13,824	03/04/2025 16:23:13,824	DIVORCIAD(	FORTALECIN	-74,1157	4,589277
IVAN EDUAF	03/04/2025 16:33:36,232	03/04/2025 16:33:36,232	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,58926
IVAN EDUAF	03/04/2025 17:42:28,070	03/04/2025 17:42:28,070	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1156	4,589241
IVAN EDUAF	03/04/2025 17:55:13,968	03/04/2025 17:55:13,968	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1156	4,589293
IVAN EDUAF	03/04/2025 18:11:18,722	03/04/2025 18:11:18,722	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1157	4,589267
IVAN EDUAF	03/04/2025 18:24:27,724	03/04/2025 18:24:27,724	VIUDO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589275
IVAN EDUAF	03/04/2025 19:10:50,806	03/04/2025 19:10:50,806	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589298
IVAN EDUAF	03/04/2025 19:20:45,098	03/04/2025 19:20:45,098	VIUDO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589285
IVAN EDUAF	03/04/2025 19:31:18,410	03/04/2025 19:31:18,410	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1157	4,589303
IVAN EDUAF	03/04/2025 20:14:42,496	03/04/2025 20:14:42,496	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1156	4,589307
IVAN EDUAF	03/04/2025 20:29:54,104	03/04/2025 20:29:54,104	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,58929
IVAN EDUAF	03/04/2025 20:44:59,406	03/04/2025 20:44:59,406	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1157	4,589313

IVAN EDUAF	03/04/2025 20:54:01,777	03/04/2025 20:54:01,777	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,58931
IVAN EDUAF	03/04/2025 21:51:56,449	03/04/2025 21:51:56,449	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1157	4,58932
Gina paola (	03/05/2025 00:32:07,762	03/05/2025 00:32:07,762	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:36:43,989	03/05/2025 00:36:43,989	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:39:38,993	03/05/2025 00:39:38,993	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:42:17,213	03/05/2025 00:42:17,213	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:48:10,685	03/05/2025 00:48:10,685	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:50:56,940	03/05/2025 00:50:56,940	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 00:57:29,982	03/05/2025 00:57:29,982	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 01:17:41,828	03/05/2025 01:17:41,828	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
Gina paola (	03/05/2025 01:22:51,459	03/05/2025 01:22:51,459	NO INFORM	FORTALECIN	0	0
IVAN EDUAF	03/14/2025 20:44:50,292	03/14/2025 20:44:50,292	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,6841	5,143928
IVAN EDUAF	03/14/2025 20:52:17,217	03/14/2025 20:52:17,217	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143947
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:03:56,666	03/14/2025 21:03:56,666	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-73,6841	5,144013
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:12:20,630	03/14/2025 21:12:20,630	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143972
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:26:07,200	03/14/2025 21:26:07,200	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143938
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:33:30,544	03/14/2025 21:33:30,544	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,14401
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:42:30,288	03/14/2025 21:42:30,288	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143975
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:50:52,596	03/14/2025 21:50:52,596	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,144005
IVAN EDUAF	03/14/2025 21:57:15,137	03/14/2025 21:57:15,137	SEPARADO-A	FORTALECIN	-73,6841	5,14396
IVAN EDUAF	03/14/2025 22:05:48,738	03/14/2025 22:05:48,738	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143973
IVAN EDUAF	03/14/2025 22:13:38,714	03/14/2025 22:13:38,714	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143977
IVAN EDUAF	03/14/2025 22:28:25,965	03/14/2025 22:28:25,965	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,144048
IVAN EDUAF	03/14/2025 22:35:08,332	03/14/2025 22:35:08,332	CASADO-A-	FORTALECIN	-73,684	5,143945
IVAN EDUAF	03/17/2025 17:06:08,602	03/17/2025 17:06:08,602	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1157	4,589133
IVAN EDUAF	03/17/2025 17:14:07,122	03/17/2025 17:14:07,122	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1156	4,589262
leidy boliva	03/24/2025 23:55:22,972	03/24/2025 23:55:22,972	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8284	4,39918
Leidy boliva	03/25/2025 13:47:57,085	03/25/2025 13:47:57,085	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8282	4,399095
LEIDY BOLIV	03/25/2025 14:19:35,571	03/25/2025 14:19:35,571	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8284	4,39918
Leidy boliva	03/25/2025 14:21:27,579	03/25/2025 14:21:27,579	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,8282	4,39902
Leidy boliva	03/25/2025 14:37:13,151	03/25/2025 14:37:13,151	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8284	4,399055
Leidy boliva	03/25/2025 15:55:32,726	03/25/2025 15:55:32,726	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8328	4,396396
LEIDY BOLIV	03/25/2025 16:06:01,930	03/25/2025 16:06:01,930	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,8283	4,399095
Leidy boliva	03/25/2025 16:23:58,447	03/25/2025 16:23:58,447	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8328	4,396396

LEIDY BOLIV	03/25/2025 16:25:24,732	03/25/2025 16:25:24,732	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,8283	4,399095		
Leidy boliva	03/25/2025 16:39:47,740	03/25/2025 16:39:47,740	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,8328	4,396396		
LEIDY BOLIV	03/25/2025 16:40:24,518	03/25/2025 16:40:24,518	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,8284	4,39918		
Leidy boliva	03/25/2025 16:52:09,045	03/25/2025 16:52:09,045	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8328	4,396396		
LEIDY BOLIV	03/25/2025 16:56:29,712	03/25/2025 16:56:29,712	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,8283	4,399095		
Leidy boliva	03/25/2025 17:04:04,020	03/25/2025 17:04:04,020	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,8328	4,396396		
LEIDY BOLIV	03/25/2025 17:06:43,299	03/25/2025 17:06:43,299	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,8283	4,399095		
LEIDY BOLIV	8/04/25	8/04/25	SOLTERO-A-	FORTALECIMIENTO SADA - CONVENIO 1383				
LEIDY BOLIV	8/04/25	8/04/25	SOLTERO-A-	FORTALECIMIENTO SADA - CONVENIO 1383				
IVAN EDUARDO GAMBOA GALEANO			CASADO-A-	FORTALECIMIENTO SADA - CONVENIO 1383				
Gina cerezo	45756,08302	45756,08302	UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1299	4,719018		
Gina cerezo	45756,08797	45756,08797	SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,13	4,718702		
Gina cerezo			CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1299	4,718802		
Gina cerezo			CASADO-A-	FORTALECIN	-74,13	4,718983		
Gina cerezo			SOLTERO-A-	FORTALECIN	-74,13	4,718862		
Gina cerezo			CASADO-A-	FORTALECIN	-74,13	4,71895		
Gina cerezo			VIUDO-A-	FORTALECIN	-74,1299	4,718998		
Gina cerezo			UNION LIBR	FORTALECIN	-74,1021	4,602217		
Gina cerezo	02/20/2025 18:03:40,850	02/20/2025 18:03:40,850	CASADO-A-	FORTALECIN	-74,1296	4,71908		

INFORME FINAL

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178 "CONSOLIDACIÓN DEL SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ D.C.".

CONVENIO 1383 -2024

Objeto: "*Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.*"

Abril de 2025

Tabla de contenido

INFORME FINAL 1

INTRODUCCIÓN 3

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 4

BENEFICIOS PARA PRODUCTORES Y AGRICULTORES URBANOS 6

BENEFICIOS PARA CONSUMIDORES 6

BENEFICIOS PARA ORGANIZACIONES DE RECICLADORES 7

METODOLOGÍA 7

FASE DE ALISTAMIENTO 8

FASE DE OPERATIVA 14

FASE POST OPERATIVA 34

RESULTADOS Y RETOS: 34

RECOMENDACIONES: 37

LECCIONES APRENDIDAS 39

CONCLUSIONES 39

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo detallar el proceso de implementación de la estrategia Mercados Solidarios, abarcando todas las fases del proyecto: Fase de alistamiento, Fase operativa y fase post-operativa. En cada fase se documentan las actividades realizadas, los resultados obtenidos, los principales desafíos enfrentados, así como las lecciones aprendidas y las recomendaciones para futuras iniciativas.

La Estrategia de Mercados Solidarios es una iniciativa de la Administración Distrital que surge a partir de las acciones definidas en el Plan Distrital de Desarrollo "*Bogotá Camina Segura: 2024-2027*", en el marco del programa "*Bogotá sin Hambre 2.0*". Su principal objetivo es mejorar el acceso a alimentos saludables para la población más vulnerable de la ciudad, al tiempo que se generan espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC) de la Bogotá-Región.

Esta estrategia no solo busca contribuir a la seguridad alimentaria, sino también promover la equidad social y la sostenibilidad ambiental, bajo principios de solidaridad, cooperación y respeto entre consumidores y productores campesinos. Así mismo, fomenta la inclusión y participación ciudadana desde una perspectiva de Ciudadanía Alimentaria, incentivando la construcción de redes solidarias entre los distintos actores de la cadena de abastecimiento alimentario en Bogotá.

Con esta apuesta estratégica se busca una concurrencia efectiva entre el sector público y privado para garantizar el derecho a la alimentación, mientras se fortalece a los actores del sistema alimentario local, especialmente a los más vulnerables: los productores campesinos y las comunidades que enfrentan mayores barreras para acceder a alimentos nutritivos.

El modelo planteado en este piloto es el resultado de la articulación de dos estrategias reconocidas y validadas en Bogotá y la región:

- Los Mercados Campesinos Distritales, implementados por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE).
- La estrategia Cambio Verde, desarrollada por la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAP-E) en diversos territorios de la Región Central.

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

Implementar un piloto de la Estrategia Mercados Solidarios en aras de contribuir al mejoramiento del acceso a alimentos saludables, especialmente para la población Bogotana más vulnerable, así como generar espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria de la Bogotá-Región, mediante la realización de al menos diesiocho (18) jornadas de mercados soslidarios en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme Tunjuelito y Sumapaz, en el marco del Proyecto de Inversión 8178 de la Subdirección de Abastecimiento Alimentario. Esta acción está orientada al mejoramiento de

la oferta alimenticia de la ciudad, fortalecer la eficiencia de los sistemas de abastecimiento alimentario y a promover la variedad, disponibilidad y calidad de los alimentos con actividades orientadas a la organización del Sistema, mediante la articulación de las políticas y estrategias de abastecimiento a nivel metropolitano y regional, la promoción de la agricultura urbana sin intermediarios, los mercados campesinos, la red de plazas de mercado, el fortalecimiento de los actores del sistema y la gestión de circuitos de comercialización inclusivos, a nivel distrital y de forma articulada en las regiones de origen, procurando un precio justo tanto para quienes producen como para quienes consumen.

En este contexto, la estrategia de "Mercados Solidarios" permitirá contribuir a las diferentes dimensiones de la seguridad alimentaria para promover la garantía del derecho a la alimentación de los Bogotanos más vulnerables, a la vez que permita el fortalecimiento de los actores del sistemas de abastecimiento de alimentos, especialmente de los productores de la economía campesina, familiar y comunitaria, generando que los dos eslabones más frágiles de la cadena se beneficien de la apuesta estratégica de ciudad "Bogotá sin Hambre 2.0".

Con el desarrollo de esta Estrategia se busca además, promover la equidad social y la sostenibilidad ambiental, basándose en los principios de solidaridad, cooperación y respeto entre consumidores y productores campesinos.

El modelo que se plantea en este piloto, es el resultado de la combinación de dos estrategias que se vienen desarrollando durante los últimos años, las cuales gozan de reconocimiento y aceptación en Bogotá y la región como

son: los Mercados Campesinos Distritales que viene implementando la SDDE y la estrategia de Cambio Verde que ha implementado la RAP-E en los diferentes territorios de la Región Central.

LOCALIDADES PRIORIZADAS: Usme, Ciudad Bolivar, Tunjuelito y Sumapaz.

BENEFICIOS PARA PRODUCTORES Y AGRICULTORES URBANOS

● Implementación de un programa de fortalecimiento para las organizaciones de productores y/o las redes de la agricultura urbana.

● Promoción de la generación de un canal de comercialización alternativo, sin intermediarios, que contribuya en el mejoramiento de los ingresos de los productores campesinos de la ruralidad de Bogotá y la región.

BENEFICIOS PARA CONSUMIDORES

● Generación de un piloto de redes solidarias de abastecimiento alimentario entre actores públicos y comunitarios que permitan superar barreras del acceso de alimentación de los bogotanos que tienen dificultades para acceder a productos de la canasta básica.
● Generación de mejores hábitos de consumo de alimentos en la población Bogotana, que permita la promoción de una ciudadanía alimentaria, el reconocimiento de la labor del campesino y sus organizaciones, la

promoción del consumo responsable, la generación de hábitos de alimentación saludable y la reducción de desperdicios de alimentos.

● Cada beneficiario podrá recibir hasta tres (3) Mercados Solidarios individuales, de acuerdo al presupuesto establecido para este rubro a través del canje de puntos.

BENEFICIOS PARA ORGANIZACIONES DE RECICLADORES

● Reconocimiento de la labor de los recicladores de oficio por los ciudadanos.

● Recepción de material reciclado separado y en buenas condiciones para su posterior procesamiento.

● Contribución en la reducción de los niveles de pérdidas y desperdicios de alimentos del Distrito Capital y la región y sus respectivos impactos ambientales.

● Contribución a los procesos de separación en la fuente, reutilización y reciclaje.

METODOLOGÍA

La estrategia fue implementada siguiendo una estructura que comprendió tres fases claves:

- **Fase de Alistamiento**: Preparación y planificación de todos los aspectos necesarios para el desarrollo del mercado solidario.

- **Fase Operativa**: Ejecución del mercado solidario, que incluyó la participación activa de los productores, recicladores y consumidores.
- **Fase Post-Operativa**: Evaluación de resultados, análisis de impacto y recopilación de información para futuras mejoras.

FASE DE ALISTAMIENTO

Actividades Realizadas:

En esta fase arranca la ejecución del convenio 1383 dando inicio a un documento de **plan de Trabajo y cronogramas de actividades** el cual proporciona la base informativa y el plan de trabajo que establece el camino para llevar a cabo la ejecución.

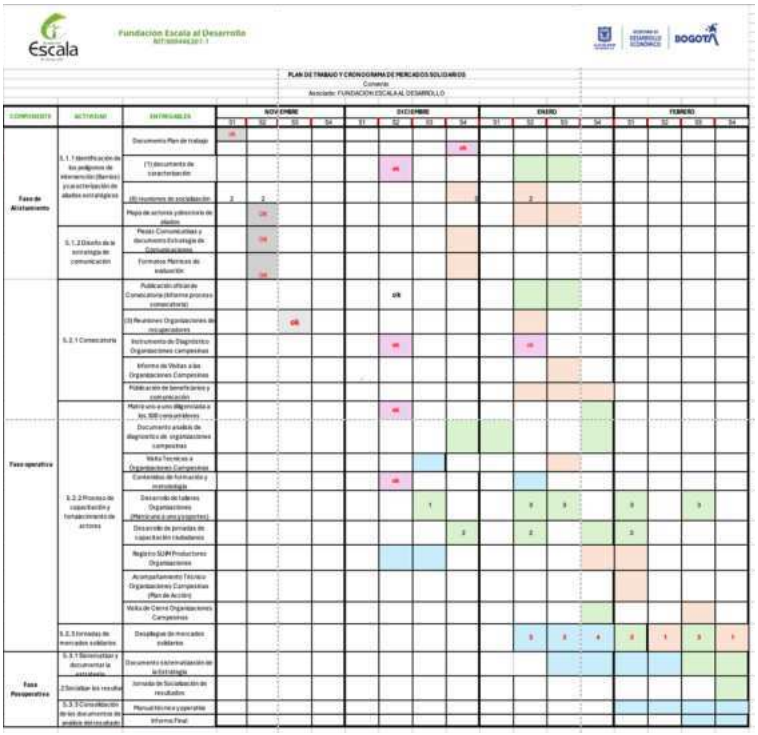


Ilustración 1- Cronograma de actividades

En la primera semana de ejecución del convenio 1383 la fundación escala llevo a cabo (6) reuniones de socialización con varias entidades las cuales fueron, la secretaria de integración social (SIS), la Unidad local de asistencia técnica agropecuaria (Ulata) , Unidad administrativa especial de servicios públicos (Uaesp), alcaldías de cada una de las localidades priorizadas (Alcaldía de Tunjuelito, Alcaldía de Usme, Alcaldía de Ciudad Bolívar), las juntas de acción comunal de cada una de las upz priorizadas. En estas reuniones se les socializó la estrategia del piloto de mercados solidarios, detallando los objetivos, población beneficiaria fechas estimadas para los eventos, fases de implementación resultados esperados también se les invitó que fueran un apoyo activo en el proceso de ejecución.

Tabla 1-Relacion de socializaciones

FECHA	ENTIDAD	LUGAR
12-11-2024	Secretaria Integración social (Tunjuelito)	Virtual
13-11-2024	Secretaria Integración Social (Usme)	Virtual
19-11-2024	Unidad administrativa especial de servicios públicos UAESP	Sala de reuniones, Avenida caracas 53-80 piso 3
22-11-2024	Secretaria Integración Social (Ciudad Bolívar)	Virtual
25-11-2024	Junta de acción comunal La glorieta de la localidad de Jerusalén	Salón comunal
25-11-2024	Junta de acción comunal de la localidad de Tunjuelito	Isla del sol Fundación Ximena Yépez

Es importante resaltar que, aunque durante las socializaciones previas todos los involucrados se comprometieron a desempeñar un papel activo tanto durante la convocatoria como en la ejecución del convenio, al final no brindaron el apoyo esperado. A pesar de haber mostrado disposición inicial, muchos dejaron de responder a nuestras llamadas y correos electrónicos, lo que dificultó considerablemente el avance del proceso. Además, cuando se les solicitaba apoyo documental necesario para la correcta implementación del convenio, simplemente nos dejaban en espera sin dar una respuesta concreta. Esta falta de colaboración afectó el desarrollo de diversas actividades y retrasó el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Una vez terminada las socializaciones se inicia un **mapa de actores y directorio de aliados** para la ejecución del convenio 1383. Se realizó un documento el cual incluía nombre, apellido, celular, correo, direcciones entre otros, tanto para las entidades de la socialización como también para las organizaciones de campesinos en la región central y de Cundinamarca para que hicieran parte del proceso de convocatoria, también se realizó una base de datos con la UAESP e organizaciones de recicladores.

- **Identificación de Actores Clave**: Se seleccionaron productores locales, organizaciones sociales y cooperativas interesadas en participar en el mercado solidario.

Para más información revisar el documento de mapa de actores.

En la segunda semana de ejecución del convenio 1383, la Fundación Escala inicia la recopilación de información secundaria de cada una de las localidades priorizadas (Usme, Tunjuelito, ciudad Bolívar), relacionada con la seguridad alimentaria y los niveles de pobreza y así identificar los posibles polígonos de

intervención, posibles lugares de intervención de las jornadas de mercados solidarios, lugares para las capacitaciones y/o sesiones de fortalecimientos de actores.

Con la realización del documento de caracterización se logró la priorización de las 5 upz en las 3 localidades priorizadas en el aérea urbana de Bogotá. Se tomo información de la geodatabase de la secretaria distrital de integración social que maneja los porcentajes de la población por niveles de inseguridad alimentaria.

Las upz priorizas y aprobadas en comité luego de la socialización y resultados del documento fueron: Ciudad Bolívar (Upz Lucero y Upz Jerusalén) Tunjuelito (Upz - Isla del sol), Usme (Upz la flora – Upz Alfonso López).

Una vez identificadas las upz con prioridad muy alta se procede a vincular los polígonos (Barrios) presentes en cada una de estas teniendo en cuenta el alcance del proyecto. Se realizaron visitas de campo, con el fin de levantar un inventario de espacios públicos donde se puedan realizar los mercados solidarios. Una vez realizada las visitas a cada uno de estos espacios se le socializa a la Secretaría de Desarrollo Económico los resultados del trabajo de campo calificándolos y asignándoles puntajes de acuerdo a los criterios de facilidad de acceso, condición de espacio físico, entorno residencial, seguridad entre otros. Se seleccionaron 5 polígonos:

- **USME (UPZ La flora) :** polígono Juan José Rondón en la dirección CALLE 87 SUR #17D- 04 ESTE)
- **USME (UPZ Alfonso López):** Parque Público Vecinal Nuevo Porvenir / Nuevo Portal, ubicado en la dirección Calle 101 sur # 6A este – 03).

- **CIUDAD BOLÍVAR (Lucero):** polígono Plataforma Lucero ubicado en la dirección carrera 17F # 69-50 SUR).
- **CIUDAD BOLIVAR (Upz Jerusalén):** polígono Arboleda Alta sector III en la dirección CARRERA 44B #71-33 SUR).

Estos polígonos y upz priorizadas fueron socializados y aprobados en el comité del 29 de noviembre de 2024.

Para mayor información revisar documento de caracterización.

Al concluir la caracterización, priorización de upz y definición de polígonos se inicia el diseño de la estrategia de comunicación y Piezas Comunicativas el cual se estructuro una campaña de comunicación, un carrusel de imágenes, un boletín de prensa, formularios de convocatorias y diseño de elementos para las entregas que fue enviado a la secretaria desarrollo económico para su aprobación.



Ilustración 3- Planimetrías Jerusalén



Ilustración 2- planimetrías La Flora



Ilustración 5- Planimetrías Isla del Sol



Ilustración 4- Planimetrías Alfonso López

La Fundación Escala elaboró tres formatos matriz de evaluación para la aplicación de los criterios de priorización, uno para cada actor los cuales fueron presentados y aprobados por la Secretaría de Desarrollo Económico. Una vez que cierre la convocatoria, si el número de beneficiarios u organizaciones, ya sean campesinos o recicladores, supera la cantidad establecida en el anexo técnico, se deberá aplicar el proceso de priorización.

Las matrices de priorización tienen varios criterios establecidos en el anexo técnico, aquellos ciudadanos que tengan un enfoque diferencial, ciudadanos de poblaciones étnicas, ciudadanos con miembros en

su núcleo familiar que pertenezca a poblaciones diferenciales o étnicas, quienes tengan mayor número de miembros en su núcleo familiar.

FASE DE OPERATIVA

Actividades Realizadas

El 19 de noviembre de 2024 se abre la convocatoria inicialmente para las 3 localidades urbanas en la ciudad de Bogotá para beneficiarios, organizaciones de productores campesinos y organizaciones de recicladores. En conjunto con la Secretaria Desarrollo Económico se difundió y replico el link del formulario para las inscripciones, la primera semana se invitó a la comunidad para que hicieran parte de este proyecto.

Se realizaron 3 reuniones de socialización con organizaciones de recuperadores con el fin de incentivarlos a que hicieran parte del ejercicio de mercados solidarios.

Tabla 2- Socializaciones con organizaciones de recicladores

FECHA	ENTIDAD	LUGAR
6-DIC-2024	ORGANIZACIÓN DE RECICLADORES DE CIUDAD BOLIVAR	Carrera 44 B # 71-32 Sur– Ciudad Bolívar.
6-DIC-2024	ASORECIPROCA	Localidad de Usme, san Felipe calle 88 G sur # 7D – 21
9 -DIC-2024	RECICONDOR	Tunjuelito en la calle 2 Bis # 14-42.

Una semana después de la apertura de la convocatoria, se observó que el número de inscritos hasta ese momento era bajo. Ante esta situación, se da inicio al trabajo de campo, llevando a cabo inscripciones presenciales en las UPZ priorizadas. Simultáneamente, comenzamos las inscripciones de las organizaciones de recicladores ubicadas cerca de los polígonos priorizados. La Secretaría de Desarrollo Económico envió diversos correos electrónicos a una base de datos que incluía distintas organizaciones campesinas de Cundinamarca.

El martes 10 de diciembre de 2024 se cerró el link de las inscripciones teniendo en total:

Tabla 3- número de inscritos por actor

BENFICIARIOS	497
ORGANIZACIÓN DE CAMPESINOS	9
ORGANIZACIÓN DE RECUPERADORES	5

El ejercicio de mercados solidarios tiene como objetivo fortalecer y beneficiar a 500 consumidores, lo que nos lleva aplicar la matriz de priorización para los beneficiarios. Ya que en estas 3 localidades se deben seleccionar 300 beneficiarios y 200 en la localidad de Sumapaz. De los 497 posibles consumidores que se inscribieron se priorizaron 60 consumidores por cada upz.

En cuanto a las organizaciones de campesinos, una de ellas se inscribió dos veces, lo que nos llevó a calificar un total de 8 organizaciones. Se les realizó un diagnóstico a las 8, de las cuales quedaron seleccionadas 4.

Tabla 4- Organizaciones campesinas inscritas

1	Asociación de productores de leche de Chocontá Aprolecho	900190963-6
2	Asociación de productores del mercado campesino de Sesquilé	901621331-6
3	Asociación de ganaderos y productores agropecuarios de Venecia	900735450-0
4	Asociación de ganaderos y productores agropecuarios de Venecia	9007354500
5	Asociación Departamental de Productores Agrícolas del Meta	900959669
6	CORPROAGROS	900790665-0
7	Asoprocota	900581430-0
8	Asoagricota	901124554-1

En lo que refiere a las organizaciones de recuperadores quedaron priorizadas las 5 inscritas, una por polígono.

ASOCIACIÓN DE RECICLADORES DE CIUDAD BOLIVAR	Ciudad Bolívar - Jerusalén
ASOCIACION DE RECICICLADORES CÍRCULO AMBIENTAL DE COLOMBIA	Usme - La Flora
ASOCIACIÓN DE RECICLADORES RECICONDOR	Tunjuelito – Isla del sol
ASOCIACION DE RECICLADORES RECIPROCA	Usme – Alfonso López
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE RECICLADORES DE OFICIO	Ciudad Bolívar Lucero

Se diseñó y aplicó un formato de instrumento de diagnóstico especialmente concebido para las organizaciones campesinas, con el objetivo de recabar información detallada y exhaustiva sobre cada una de ellas. Este formato no solo permite obtener una visión clara y precisa de las características, necesidades y contextos de las organizaciones, sino que también proporciona un panorama integral del estado y funcionamiento de cada una. El proceso de diagnóstico se lleva a cabo mediante visitas de campo personalizadas a cada organización, lo que permite una recolección de datos directa y en contexto. De esta manera, se asegura una comprensión profunda de las dinámicas y retos que enfrentan las organizaciones campesinas, contribuyendo a la elaboración de estrategias de apoyo más efectivas y ajustadas a la realidad de cada una de ellas.

Se elaboraron los contenidos para la intervención del programa de fortalecimiento, tanto para consumidores como para productores, en concordancia con los lineamientos de la SDDE y las necesidades de los actores involucrados. Dichos contenidos fueron entregados a la SDDE y recibieron su aprobación.

En la tercera semana de diciembre, se realizó la publicación oficial de los 300 beneficiarios seleccionados inicialmente para formar parte del proyecto de mercados solidarios en las UPZ priorizadas. Este paso marcó un hito importante en el avance del proyecto, ya que se dio a conocer públicamente a las personas que serían beneficiadas con la iniciativa. Paralelamente, se comenzó con el proceso de digitalización de la matriz de beneficiarios, que se realizó de manera individualizada para asegurar que cada uno de los seleccionados fuera debidamente registrado en la matriz.

A partir de este momento, se contactó a cada uno de los beneficiarios, notificándoles de manera directa que habían sido priorizados para participar en las jornadas de mercados solidarios. Este proceso de comunicación fue fundamental para garantizar que todos los beneficiarios estuvieran al tanto de su inclusión en el proyecto y pudieran participar activamente en las actividades que se organizarían.

Sin embargo, durante este ejercicio de contacto, se debieron afrontar varios desafíos. Hubo un número considerable de personas a las que no pudimos contactar en el primer intento, lo que generó retrasos en la confirmación y formalización de su participación. Esta situación ocasionó una dilatación en el proceso de convocatoria para la primera jornada de capacitación, ya que, para garantizar que todos los beneficiarios tuvieran la oportunidad de participar, fue necesario realizar múltiples intentos de contacto, lo que retrasó la planificación y ejecución de las actividades previstas inicialmente. Este retraso en la convocatoria fue un aspecto a tener en cuenta, ya que afectó los tiempos establecidos, pero al mismo tiempo nos permitió revisar y ajustar algunos de los métodos de contacto para futuros procesos.

Transcurrido el primer mes de ejecución del convenio 1383, la Fundación Escala presentó el primer informe técnico y financiero antes del 10 de cada mes, conforme a los lineamientos establecidos por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Este informe fue entregado periódicamente hasta la finalización del convenio. Asimismo, se presentó una matriz de ponderación mensual y la batería de indicadores de indicadores.

Una vez presentado el avance correspondiente al primer mes del convenio, la SDDE presentó a la Fundación Escala una propuesta de adición para la localidad de Sumapaz, la cual la Fundación informó que analizaría.

El 20 de diciembre, después de una serie de reuniones y deliberaciones, la Fundación Escala y SDDE, a través de un comité interno, aprobaron la adición necesaria para llevar a cabo la ejecución del proyecto de mercados solidarios en la localidad de Sumapaz el cual beneficiara a 200 familias. Esta decisión fue el resultado de un proceso exhaustivo de análisis y evaluación, durante el cual se discutieron diversos aspectos clave del proyecto, garantizando que cumpliera con los objetivos y requisitos establecidos para beneficiar a la comunidad de Sumapaz. La aprobación formal por parte de la fundación marcó un hito importante en el avance del proyecto, permitiendo que se diera inicio a las siguientes etapas de implementación en esta localidad.

Se inicia el empalme del mapeo de actores, las reuniones de socialización y la elaboración del documento de caracterización para Sumapaz, previo al inicio de la convocatoria. Este trabajo se realizó durante las dos últimas semanas de diciembre y la primera semana de enero. Se realizaron 2 reuniones de socialización, el cual incluía a la Secretaria de Integración Social y a las juntas de acción comunal de las veredas de Sumapaz.

El 10 de enero se llevó a cabo una reunión del comité de aprobación, un evento clave en el avance del proyecto, en el cual se sometieron a revisión y aprobación los ajustes realizados en la matriz de beneficiarios, la cual

había sido actualizada con los datos más recientes de cada uno de los participantes. Este proceso fue fundamental para asegurar que la información estuviera completamente verificada y alineada con los criterios establecidos para el proyecto.

Durante este comité, además de la aprobación de la matriz ajustada, se presentó y socializó la selección final de las 4 organizaciones definitivas que serían parte del proyecto, aquellas que cumplían a cabalidad con los requisitos establecidos en el anexo técnico del proyecto. Este proceso de selección fue exhaustivo, ya que se evaluaron diversos factores y criterios de acuerdo con las necesidades del proyecto y las capacidades de las organizaciones. Asimismo, se dieron a conocer las 5 organizaciones de recicladores que también habían sido seleccionadas para participar activamente en el proyecto, las cuales cumplirían un papel esencial en la implementación de las acciones previstas.

Con la aprobación de estas organizaciones y la validación final de la matriz de beneficiarios, se marcó un avance significativo, ya que se completó el proceso de identificación, validación y formalización de los beneficiarios y organizaciones participantes, lo que permitió avanzar a la siguiente fase del proyecto con una base sólida y claramente definida.

El 17 de enero de 2025 dio inicio la convocatoria dirigida a la localidad de Sumapaz, la cual tuvo una duración mínima de tres semanas.

Una vez abierta la convocatoria, se dio inicio al trabajo de campo en cada una de las veredas de la localidad de Sumpaz. En este proceso, se realizaron

socializaciones tanto con las juntas de acción comunal como con la comunidad en general, con el fin de asegurar que toda la población objetivo estuviera debidamente informada sobre los beneficios y requisitos del programa.

En total, se registraron 307 inscripciones de personas interesadas en participar. Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de priorización, siguiendo los criterios establecidos en los lineamientos del programa, lo que permitió seleccionar a 200 beneficiarios que cumplen con los requisitos y que podrían acceder a los beneficios del proyecto. Además, un total de **80 personas** quedaron en lista de espera, con la posibilidad de ser incluidas en caso de que se liberen cupos adicionales.

Para esta convocatoria en particular, se decidió que la organización beneficiaria sería una **Organización del Sector Cárnico**, cuyo perfil y características se alinean con los objetivos del programa. Este tipo de organización debía cumplir con ciertos criterios específicos, los cuales fueron detallados en el anexo técnico del proyecto. Uno de los requisitos fundamentales para la selección de las organizaciones era que estas hicieran parte de la Agencia de Comercialización, organismo con el que se realizó una socialización detallada. A través de esta instancia, las organizaciones que cumplían con los requisitos fueron debidamente inscritas, asegurando que se seleccionara a las más idóneas para formar parte del proceso.

Este proceso de convocatoria y selección ha sido diseñado para asegurar que las organizaciones y personas seleccionadas reciban el acompañamiento adecuado, y que puedan aprovechar al máximo los recursos y oportunidades que se ofrecerán durante la implementación del programa.

Una vez que la matriz uno a uno para las localidades de Bogotá urbana que había sido diligenciada con la información correspondiente de los

consumidores, fue debidamente aprobada, se dio inicio a la primera jornada de capacitación en la segunda semana de enero. Este proceso se desarrolló de manera organizada en cada una de las UPZ priorizadas, garantizando que todos los beneficiarios tuvieran acceso a la formación necesaria para participar activamente en el proyecto de mercados solidarios. La jornada de capacitación se diseñó con el fin de proporcionar a los participantes las herramientas y conocimientos esenciales para optimizar su involucramiento y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecería el proyecto.

El 21 de enero se da la aprobación final de la canasta de mercados que se entregaría a cada uno de los beneficiarios seleccionados. Esta canasta, que estaba conformada por productos de la canasta básica de alimentos para los consumidores, fue cuidadosamente diseñada teniendo en cuenta las necesidades y características de los beneficiarios, con el objetivo de brindarles un apoyo real y tangible que les permitiera mejorar su calidad de vida. La selección de los productos que conformaban la canasta fue un proceso meticuloso que contempló tanto aspectos nutricionales como la disponibilidad y accesibilidad de los mismos dentro de las zonas priorizadas.

Adicionalmente, en esa misma fecha, se llevó a cabo la elección y aprobación de las fechas para las jornadas de mercados solidarios, otro de los aspectos fundamentales del proyecto. Estas fechas fueron definidas en función de la disponibilidad de los beneficiarios y las condiciones logísticas de cada una de las UPZ, asegurando que las jornadas se pudieran realizar de manera eficiente y que los beneficiarios tuvieran tiempo suficiente para

participar sin inconvenientes. La planificación detallada de estas jornadas fue clave para garantizar el éxito del proyecto y asegurar que los beneficiarios pudieran recibir los productos de las canastas de manera oportuna y en condiciones adecuadas.

De esta manera, con la aprobación de la canasta de mercados y la programación de las jornadas, se avanzó de manera significativa en la ejecución del proyecto, cumpliendo con los plazos establecidos y asegurando que cada beneficiario estuviera debidamente preparado para los siguientes pasos en el proceso:

	APROLECHO ENTREGA				
	PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT	VALOR UNIT.	VALOR PROPUESTO ESC.
APROLECHO	Queso Campesino	500 Gr	1	$ 15.400	$ 15.400
	Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2	$ 4.000	$ 8.000
	Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1	$ 11.900	$ 11.900
	Fresa	1000 Gr	1	$ 12.000	$ 12.000
	Papa Superior	1000 Gr	2	$ 3.500	$ 7.000
	Huevos AA	Cubeta x 30	1,5	$ 16.500	$ 24.750
	Tomate	1000 Gr	1	$ 5.950	$ 5.950
					$ 85.000

	CAMPO META				
	PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT	VALOR UNIT.	VALOR PROPUESTO ESC.
CAMPOMETA	Arroz Blanco	1kg	3	$ 3.250	$ 9.750,00
	Lulo	1kg	1	$ 6.500,00	$ 6.500,00
	Piña	1kg	2	$ 4.900,00	$ 9.800,00
	Platano	1kg	1	$ 4.850,00	$ 4.850,00
	Maracuya	1kg	3	$ 6.700,00	$ 20.100,00
	Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2	$ 17.000,00	$ 34.000,00
					$ 85.000,00

ASOCULFRUVER					
	PRODUCTOS	**PRESENTACIÓN**	**CANT**	**VALOR UNIT.**	**VALOR PROPUESTO ESC.**
	MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1	$ 3.000	$ 3.000
	DURAZNO PAREJO	1kg	1	$ 8.000	$ 8.000
	PERA PAREJA	1kg	2	$ 4.950	$ 9.900
	CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2	$ 3.000	$ 6.000
	CIRUELA SEGUNDA	1kg	2	$ 3.000	$ 6.000
	TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	2	$ 5.000	$ 10.000
	PAPA CRIOLLA	1kg	4,5	$ 4.000	$ 18.000
	Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1	$ 17.500	$ 17.500
	ZANAHORIA	1kg	2	$ 3.300	$ 6.600
					$ 85.000

COPROLAVE					
	PRODUCTOS	**PRESENTACIÓN**	**CANT**	**VALOR UNIT.**	**VALOR PROPUESTO ESC.**
	Aguacate hass	1kg	1	$ 9.600	$ 9.600
	Limon Tahiti	1kg	2	$ 4.100	$ 8.200
	Lulo	1kg	1	$ 6.500	$ 6.500
	Habichuela	1kg	1	$ 4.750	$ 4.750
	Naranja Común	1kg	1	$ 4.200	$ 4.200
	Tomate larga vida	1kg	2	$ 4.100	$ 8.200
	Pepino de Guiso	1kg	2	$ 4.200	$ 8.400
	Mandarina Arrayana	1kg	1	$ 4.750	$ 4.750
	Huevos A	30	2	$ 15.200	$ 30.400
					$ 85.000

Fechas aprobadas de las jornadas de mercados solidarios :

	UPZ Entrega	Organización
24-ene	Flora	CAMPOMETA
	Lucero	ASOCULFRUVER
25-ene	Jerusalem	ASOCULFRUVER
	Alfonso Lopez	COPROLAVE
	Isla del Sol	APROLECHO
7-feb	Flora	APROLECHO
	Lucero	COPROLAVE
8-feb	Jerusalem	COPROLAVE
	Alfonso Lopez	CAMPOMETA
	Isla del Sol	ASOCULFRUVER
21-feb	Flora	APROLECHO
	Lucero	APROLECHO (45)+ CAMPOMETA (15)
22-feb	Jerusalem	CAMPOMETA
	Alfonso Lopez	COPROLAVE (45)+ CAMPOMETA (15)
	Isla del Sol	ASOCULFRUVER (45)+ CAMPOMETA (15)

Se asignó una organización a cada punto de venta, sin embargo, dado que había 5 puntos y solo 4 organizaciones disponibles, se tomó la decisión en conjunto con la Secretaría de que una de las 4 organizaciones participantes repitiera su participación al día siguiente. De esta manera, cada jornada contó con una organización diferente en cada punto, rotando su participación de manera equitativa.

La Fundación diseñó una serie de formatos para optimizar la gestión durante las jornadas, los cuales fueron aprobados por la SDDE. Estos incluyeron formatos para la entrega de kits, el recibo y la entrega de material reciclado, así como el de la entrega de elementos a las organizaciones campesinas. Además, se prepararon encuestas de satisfacción que debían ser llenadas en cada uno de los puntos de entrega, durante cada jornada, con el fin de evaluar el proceso y recoger retroalimentación valiosa de los beneficiarios y participantes.

Debido a las demoras y contratiempos en el proyecto, no se pudieron implementar adecuadamente los dos mecanismos sugeridos en el anexo técnico como lo fueron los puntos solidarios:

"Dado que los tiempos de ejecución del convenio eran limitados, se acordó de manera unánime entre la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) y la Fundación Escala implementar una estrategia que permitiera optimizar los procesos. En este sentido, se decidió realizar una jornada de capacitación dirigida a los consumidores beneficiarios, la cual tendría lugar antes de cada entrega de mercados. Esta capacitación tuvo como objetivo brindar información relevante sobre el adecuado manejo de los

productos, promover hábitos de consumo responsable y fortalecer el impacto positivo del proyecto en las comunidades atendidas."

Mecanismo 1 – Trueque o intercambio: las personas participantes (consumidores Bogotanos) en las jornadas de Mercados Solidarios podrán intercambiar los "puntos solidarios" por alimentos de la canasta básica, especialmente de cosecha. Los puntos los obtienen por asistir a las jornadas de capacitación que le sean asignados y por material reciclable que entreguen el día del mercado;

Mecanismo 2 – Mercado: los participantes podrán adquirir a precio de mercado los alimentos ofertados por las organizaciones campesinas, los cuales, debido al proceso de fortalecimiento y acompañamiento a las organizaciones campesinas, se espera tengan un precio accesible para la población y las condiciones de la localidad donde se realiza el mercado.

Antes de la primera jornada de los mercados solidarios, se llevó a cabo una sesión de capacitación, en la cual se indicó a los beneficiarios que trajeran material reciclable. Además, como incentivo por asistir a la capacitación, se les entregaba una canasta de mercado. Durante la jornada, los beneficiarios también tuvieron la oportunidad de adquirir productos ofrecidos por las organizaciones campesinas a precios muy competitivos, lo que les permitió acceder a productos de calidad a un excelente costo.

La primera jornada de los mercados solidarios se llevó a cabo con éxito, logrando la entrega de 60 mercados en cada una de las UPZ, lo que sumó un total de 300 mercados distribuidos en los dos días de actividad. En el informe detallado de los

mercados solidarios ejecutados se encuentran los pormenores de cada jornada.

Tabla 5-Primera jornada de mercados solidarios

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
24-01-2025	LA FLORA	CAMPOMTA	60
24-01-2025	LUCERO	APROLECHO	60
25-01-2025	JERUSALEN	ASOCOLFRUVER	60
25-01-2025	ALFONSO LOPEZ	CAPROLAVE	60
25-01-2025	TUNJUELITO	ASOCOLFRUVER	60

La primera jornada, aunque no estuvo exenta de dificultades, nos permitió comprender mejor los desafíos logísticos y operativos que podemos encontrar en las siguientes jornadas. Los aprendizajes obtenidos fueron fundamentales para mejorar la coordinación, la comunicación con las organizaciones participantes y la gestión de los tiempos, lo que sin duda contribuirá a que las próximas entregas se lleven a cabo de manera más eficiente y sin contratiempos.

Finalizada la primera jornada de mercados solidarios se sigue con la segunda jornada de capacitación a los consumidores el cual se extiende a no solo una semana si no dos semanas porque los beneficiarios nunca asistían de manera puntual a las capacitaciones lo cual se requerían hasta 3 reuniones por una upz para el fortalecimiento de cada beneficiario.

La segunda jornada de mercados solidarios comenzó el 7 de febrero y finalizó el 8 de febrero, con un total de dos mercados realizados el viernes 7 y tres el sábado 8. Esta jornada se llevó a cabo con total éxito, ya que contábamos con las referencias

y aprendizajes obtenidos de la jornada anterior. Las organizaciones de productores llegaron puntualmente y con las canastas de los mercados ya listas para ser entregadas, lo que permitió una distribución más ágil y eficiente. Además, las organizaciones de recicladores también cumplieron con los tiempos establecidos, lo que contribuyó a que el proceso se desarrollara sin contratiempos. Es importante destacar que, para poder realizar las entregas, era necesario presentar el carnet. Sin embargo, nos dimos cuenta de que algunas personas no lo llevaban consigo, y en su lugar, prestaban el carnet después de recibir el mercado. Ante esta situación, se tomó la decisión de solicitar el documento de identidad como alternativa para garantizar la correcta entrega.

Tabla 6-Segunda jornada de mercados solidarios

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
7-02-2025	LA FLORA	ASOCOLFRUVER	60
7 -02-2025	LUCERO	CAMPOMETA	60
8 -02-2025	JERUSALEN	CAMPOMETA	60
8 -02-2025	ALFONSO LOPEZ	APROLECHO	60
8 -02-2025	TUNJUELITO	CAPROLAVE	60

En la segunda semana de febrero, se lleva a cabo la tercera jornada de capacitaciones para los beneficiarios, iniciando simultáneamente el primer proceso de fortalecimiento a las organizaciones de productores. Este incluye el desarrollo de un plan de acción específico para cada una de las organizaciones. Debido a las limitaciones de tiempo de las organizaciones para asistir a las capacitaciones, se acuerda realizar sesiones de formación en jornadas continuas en unos varios días.

El 10 de febrero se lleva a cabo un comité con la SDDE para aprobar y actualizar la matriz uno a uno con la información de los beneficiarios de Sumapaz. Por otro lado, el 17 de febrero se presentan los diagnósticos realizados a las organizaciones de cárnicos, junto con la matriz de priorización, a partir de la cual se selecciona una organización.

Tabla 7-Organizaciones de cárnicos inscritas para el ejercicio en Sumapaz

Asotganang	gacheta
Asociación de comercializadores y transformadores de comestibles derivados la producción agropecuaria del municipio de Supatá	Supatá
Asociación de ganaderos de la región central	Tenjo
asociación de productores agropecuarios Asoagrovivo	Tenjo

Luego de la priorización se seleccionó la organización Asoagrovivo.

En el mismo comité, la Fundación Escala expresa su preocupación respecto a los tiempos de ejecución para la localidad de Sumapaz. La situación se plantea debido a que se aprobó una adición al presupuesto para la realización de tres mercados solidarios móviles, los cuales deben ejecutarse en un plazo de 15 días cada uno. Sin embargo, no se ha prorrogado el tiempo para llevar a cabo esta labor, a pesar de que el convenio tiene una fecha de finalización establecida para el 5 de marzo de 2025. Esto hace evidente que el tiempo disponible no es suficiente para cumplir con los plazos establecidos. Para lo cual se socializa con la SDDE la posibilidad de presentar una prórroga en tiempo de 40 días hábiles, el cual la Secretaría acepta y queda al pendiente de la presentación de la misma.

El 21 y 22 de febrero se realiza la última jornada de mercados solidarios correspondiente a las localidades de Usme, Tunjuelito y ciudad Bolívar. El cual se

llevó a cabo a satisfacción, las organizaciones de recicladores recibieron su material puntual, los productores traían sus productos seleccionados y empacados listos para entregar.

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
21-02-2025	LA FLORA	APROLECHO	60
21-02-2025	LUCERO	CAPROLAVE	60
22-02-2025	JERUSALEN	CAPROLAVE	60
22-02-2025	ALFONSO LOPEZ	CAMPOMETA	60
22-02-2025	TUNJUELITO	ASOCOLFRUVER	60

La aprobación de la canasta de cárnicos para los mercados solidarios de Sumapaz se lleva a cabo el 24 de febrero, se reciben indicaciones y recomendaciones de los camiones refrigerados que transportaron la carne y se programa una visita la planta de sacrificio y empacado por parte de la SDDE. En esa misma semana, se inicia la primera jornada de capacitaciones en las veredas de Sumapaz, se entregan las rutas y se establecen las fechas para los mercados solidarios las cuales fueron 1 – 15 – 29 de marzo.

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ASOAGROVIVO								
Organización	**Detalles**	**Unidad de medida**	**x mercado**	**N° Mercados**	**Cantida Total**	**V. Unitario**	**V. Total**	**TOTAL**
Aso Agro Vivo	CARNE CERDO PORC (Carne de Brazo)	KG	0,55	200	110	$ 23.000	$ 12.650	$ 2.530.000
	GOULASH CERDO (Pierna)	KG	0,554	200	110,8	$ 23.500	$ 13.019	$ 2.603.800
	BONDIOLA (Bondiola)	KG	0,6208	200	124,16	$ 19.900	$ 12.354	$ 2.470.784
	MOLIDA DE RES (cadera)	KG	0,62075	200	124,15	$ 19.900	$ 12.353	$ 2.470.585
	GOULASH RES (cadera)	KG	0,7209	200	144,18	$ 23.500	$ 16.941	$ 3.388.230
	CARNE RES PORC (Brazo)	KG	0,7209	200	144,18	$ 24.500	$ 17.683	$ 3.536.610
			3,78735		757,47		$ 85.000	$ 17.000.009

Rutas de entrega de mercados en Sumapaz.





El 26 de febrero, la Fundación Escala presenta formalmente la solicitud de prórroga para el convenio 1383. Dicha solicitud fue aprobada, estableciendo una nueva fecha de finalización del contrato para el 14 de abril de 2025.

El sábado 1 de marzo se lleva a cabo la primera jornada de los mercados solidarios en Sumapaz. Días antes, se había acordado con la Alcaldía de

Sumapaz la colaboración de vehículos tipo volqueta para apoyar las rutas de recolección de material reciclable. Aunque inicialmente se confirmó la disponibilidad de estos vehículos, un día antes notificaron que no se contaría con ellos. Debido a la dificultad de acceso a la zona y la distancia, lo que impidió coordinar un transporte alternativo, imposibilitando la recolección del material reciclable previsto.

La jornada de mercados comenzó a las 3 de la mañana en el frigorífico Guadalupe, donde se realizó la recolección de las canastas de cárnicos, las cuales llegaron empacadas al vacío y organizadas en bolsas listas para ser entregadas a cada beneficiario. Sin embargo, hubo contratiempo en la planta debido a problemas internos, ya que la totalidad de la carne no estaba empacada y aún se encontraba en proceso de empaque. Esto causó una espera de casi dos horas, saliendo del frigorífico a las 7 de la mañana.

La entrega de las canastas de carne comenzó puntualmente a las 9:30 de la mañana, con un vehículo asignado a cada una de las dos rutas establecidas para la jornada. En cuanto al material reciclable que se logró recolectar durante el recorrido, se almacenó en los vehículos encargados del transporte de la logística y de la SDDE. Posteriormente, este material fue entregado a una persona natural que se encarga de la comercialización del reciclaje. La jornada de la ruta de mercados solidarios finalizó a alas 5 de la tarde.

En una reunión previa, y en coordinación con la SDDE, se acordó que, debido a las dificultades de acceso a las zonas, la considerable distancia entre las veredas y la limitación en la disponibilidad de vehículos adecuados para la recolección, no se llevaría a cabo la recolección de material reciclable en las próximas jornadas de mercado. Esta decisión fue tomada para optimizar los recursos y adaptarse a las condiciones de la región.

La semana siguiente el equipo de la fundación documenta la primera jornada de mercados solidarios y la semana del 10 se dirigen a la localidad de Sumapaz a realizar la segunda capacitación ya que les toca hacer una capacitación vereda por vereda para luego documentarla y espera la segunda jornada de mercados solidarios en campo. La segunda jornada se realizó el 15 de marzo con una lección aprendida de la primera jornada el cual ya no hubo contratiempo y la ruta empezó a las 8 de la mañana y culmino a las 3:30 de la tarde en la última vereda.

En la tercera semana de ejecución del mes de marzo, se registraron satisfactoriamente 75 productores en el registro SUIM. Además, se llevó a cabo la tercera jornada de capacitación dirigida a la población beneficiaria de la localidad 20 de Sumapaz.

El proceso de fortalecimiento a la organización de cárnicos Asoagrovivo experimentó un cambio significativo en su modalidad de capacitación. Inicialmente, se había previsto llevar a cabo las capacitaciones de forma presencial; sin embargo, la organización manifestó que, debido a sus estrictas normas de bioseguridad en las granjas, no podían recibir capacitación presencial. Ante esta situación, se decidió adaptar el enfoque y llevar a cabo el fortalecimiento de manera virtual, garantizando así que la formación y el apoyo se pudieran continuar sin poner en riesgo la salud de los participantes. Las

capacitaciones virtuales permitieron que el proceso de fortalecimiento se llevara a cabo de forma efectiva, respetando las normativas sanitarias vigentes y asegurando la continuidad del apoyo a la organización.

Por otro lado, se concluyeron los procesos de fortalecimiento a las organizaciones de productores, finalizando con la entrega de un diagnóstico final y una visita de cierre. Durante esta visita, se entregó a los productores un certificado de participación en el fortalecimiento de las temáticas abordadas en las capacitaciones.

FASE POST OPERATIVA

En la fase post operativa se hace entrega de la documentación y sistematización de la estrategia, jornadas de socialización de resultados, manual técnico operativo e informe final. También se subsanaron pendientes para la el cierre a satisfacción del convenio.

RESULTADOS Y RETOS:

- **Resultados**:

Mercados Entregados

- Se realizaron 3 jornadas en Bogotá urbana, con un total de 900 canastas alimentarias entregadas (300 por jornada).
- En Sumapaz, se ejecutaron 3 jornadas adicionales, con 600 canastas de productos cárnicos distribuidas.(200 por jornada)

Beneficiarios

- 300 beneficiarios seleccionados en zonas urbanas.
- 200 beneficiarios seleccionados en Sumapaz.
- Todos recibieron capacitaciones previas y participaron en actividades de fortalecimiento comunitario.

Productores Campesinos

- 8 organizaciones inscritas, de las cuales se seleccionaron 4 para ejecutar las jornadas.
- Participaron activamente en la entrega de productos frescos y de calidad en cada jornada.

Organizaciones de Recicladores

- 5 organizaciones fueron seleccionadas y asignadas a cada jornada por polígono.
- Participaron en las actividades de intercambio de material reciclable y sensibilización ambiental.

Satisfacción del Proyecto

- Según encuestas aplicadas:
  - 92.7% calificó el proyecto como *Excelente*.
  - 7.3% como *Buena Calidad*.
  - 0% de calificaciones negativas.
- Se evidencia un 100% de satisfacción entre los beneficiarios.

Fortalecimiento y Formación

- Se realizaron jornadas de capacitación para consumidores y productores en todas las localidades.
- Las organizaciones de productores recibieron un diagnóstico individual, plan de acción y certificación final.

- Se logró establecer una red de productores comprometidos con el comercio justo y la producción sostenible. La campaña de comunicación generó interés en la comunidad local.
- Uno de los retos identificados al iniciar las actividades en la localidad de Sumapaz fue enfrentar la percepción generalizada —aunque muchas veces infundada— de que se trata de una zona peligrosa o de difícil acceso. Este estigma, presente en algunos sectores urbanos, puede influir negativamente en la disposición de ciertos actores a participar activamente en procesos comunitarios en el territorio.

  Si bien Sumapaz ha sido históricamente una zona rural estratégica para el ecosistema de Bogotá, también ha enfrentado problemáticas derivadas del conflicto armado, el abandono estatal y las limitaciones en infraestructura, lo que ha generado dificultades reales como:

- **Accesibilidad limitada:** Vías en mal estado o con acceso restringido dificultan el transporte de bienes, personal y recursos.

- **Conectividad y comunicación deficientes:** La falta de señal de internet o telefonía móvil en algunos sectores complica la coordinación logística y el seguimiento de actividades.
- **Presencia de dinámicas sociales complejas:** Aunque la situación de seguridad ha mejorado, aún persisten tensiones sociales y desafíos para la construcción de confianza entre instituciones y comunidad.

Recomendaciones:

- Ajustar los tiempos de convocatoria debido que fue la fase que más tomó tiempo en el diligenciamiento de datos exactos en la matriz uno a uno, cruce base datos con Sisbén entre otros.
- Reestructurar el tamaño de las bolsas biodegradables y telas.
- Las capacitaciones y/o fortalecimientos presenciales a las organizaciones de campesinos, especialmente a las organizaciones de cárnicos, resultan imposibles debido a las restricciones sanitarias. Por lo tanto, se recomienda reestructurar estos procesos de fortalecimiento, trasladándolos del formato presencial al virtual.
- Se recomienda reconsiderar el uso de carnés como único medio de identificación de los beneficiarios, ya que durante la ejecución del proyecto se evidenció que estos no fueron de gran utilidad. Para verificar la identidad de los beneficiarios y evitar la duplicidad en la entrega de los productos, fue necesario solicitar la cédula de ciudadanía, lo que demuestra que este documento oficial resulta más efectivo y confiable para estos fines.

- La colaboración del perfil de comunicador social del equipo mínimo fue insuficiente, ya que este profesional no se encarga de realizar diseños gráficos. Se recomienda contar con un diseñador gráfico para cubrir esta necesidad de manera adecuada.
- Se sugiere evaluar la continuidad de la participación de las organizaciones de recicladores en el proyecto, dado que su vinculación ha representado dificultades logísticas y operativas, especialmente en lo relacionado con la coordinación, recolección y transporte de materiales. En este sentido, se recomienda establecer mecanismos claros de corresponsabilidad que definan compromisos específicos, cronogramas realistas y canales efectivos de comunicación. Alternativamente, se podría considerar la articulación con entidades que cuenten con mayor capacidad operativa o experiencia comprobada en procesos logísticos, garantizando así el cumplimiento de los objetivos ambientales sin afectar el desarrollo del proyecto.
- **Fortalecer Redes de Apoyo**: Establecer relaciones más cercanas con otras iniciativas de comercio justo y organizaciones de la sociedad civil para compartir recursos y experiencias, un ejemplo es las Universidades y centros de investigación como aliados para desarrollar estudios de impacto, sistematizar experiencias y formar a los participantes del proyecto,

Lecciones Aprendidas

1. **Compromiso Comunitario**: El éxito de los mercados solidarios depende en gran medida del compromiso de los actores, tanto productores como consumidores.
2. **Importancia de la Capacitación**: La formación constante es clave para garantizar que los actores involucrados entiendan y se adapten a las exigencias del mercado y del comercio justo.
3. **Logística y Organización**: Una planificación logística efectiva es crucial para evitar problemas durante la ejecución del mercado. Las coordinaciones previas permiten gestionar mejor los recursos y el flujo de personas y productos.
4. **Sostenibilidad a Largo Plazo**: Asegurar que el proyecto tenga una fuente de financiamiento constante es vital para su permanencia. La búsqueda de alianzas estratégicas es esencial, algunas estrategias claves para lograr vinculaciones; alianzas publico privadas, articulaciones con entidades gubernamentales, donaciones, fortalecimientos institucionales, entre otros.

Conclusiones

La estrategia de mercados solidarios ha demostrado ser una herramienta eficaz para promover la economía social y solidaria, generando impacto positivo en las comunidades involucradas. Sin embargo, para que este tipo de iniciativas puedan mantenerse y crecer, es fundamental garantizar un

soporte continuo y la capacidad de adaptación a los retos y oportunidades que surjan en el camino.

La implementación del piloto de Mercados Solidarios en Bogotá representó un esfuerzo coordinado y multisectorial orientado a fortalecer el sistema de abastecimiento alimentario, con un enfoque en la equidad social, el comercio justo y la sostenibilidad. El proyecto no solo logró beneficiar a productores campesinos, recicladores y comunidades vulnerables, sino que también permitió evidenciar la viabilidad de un modelo de distribución inclusivo, resiliente y orientado al bienestar colectivo.

A pesar de los desafíos logísticos, los tiempos ajustados y las limitaciones territoriales, la experiencia demostró que la articulación entre instituciones públicas, organizaciones sociales y actores comunitarios puede generar impactos concretos y significativos en la seguridad alimentaria de la ciudad. La alta satisfacción de los beneficiarios, la organización de jornadas exitosas y el compromiso de los productores participantes son prueba del potencial transformador de esta estrategia.

Este piloto sienta las bases para escalar la iniciativa, con ajustes y aprendizajes clave. El fortalecimiento de capacidades, la mejora en los canales de comunicación, y la consolidación de alianzas interinstitucionales son elementos esenciales para asegurar la sostenibilidad del modelo y ampliar su cobertura en el mediano y largo plazo.

Plan de Intervención

CAMPOMETA

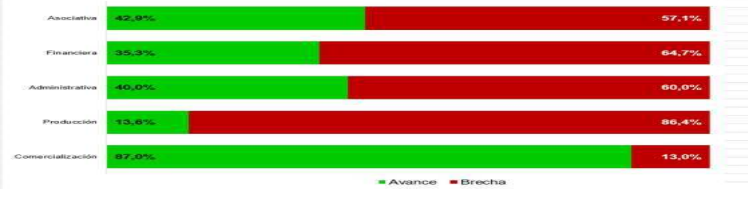
1. INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES

Fecha	**3/4/2025**	**Responsable**	Luz Mery Avila
Nombre de la organización	ción departamental de pequeños productores agropecurios de	**Teléfono**	3147825893
Tipo identificación	Nit 900.959.669-8	**Número de Identificación**	40443780

2. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Área		Número de Preguntas	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	%
Asociativa	Asociados	4,0	5,0	1,0	20,0%
	Inclusión	2,0	2,0	2,0	100,0%
	Subtotal	**6,0**	**7,0**	**3,0**	**42,9%**
Financiera	Patrimonio	7,0	9,0	3,0	33,3%
	Capital de trabajo	2,0	4,0	0,0	0,0%
	Rendición de cuentas	4,0	4,0	3,0	75,0%
	Subtotal	**13,0**	**17,0**	**6,0**	**35,3%**
Administrativa	Planeación	5,0	7,0	4,0	57,1%
	Administración / Gerencia	4,0	4,0	2,0	50,0%
	Gestión	3,0	4,0	0,0	0,0%
	Subtotal	**12,0**	**15,0**	**6,0**	**40,0%**
Producción	Gestión asociativa de la producción	5,0	5,0	2,0	40,0%
	Buenas prácticas	3,0	5,0	1,0	20,0%
	Prácticas sostenibles y de conservación	4,0	12,0	0,0	0,0%
	Subtotal	**12,0**	**22,0**	**3,0**	**13,6%**
Comercialización	Esquemas comerciales colectivos	6,0	14,0	12,0	85,7%
	Poscosecha, transformación y valor agregado	4,0	5,0	5,0	100,0%
	Equipo de soporte para la actividad comercial	1,0	4,0	3,0	75,0%
	Subtotal	**11,0**	**23,0**	**20,0**	**87,0%**
	Total	**54,0**	**84,0**	**38,0**	**45,2%**

3. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN



4. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO POR COMPONENTE

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS

BRECHAS IDENTIFICADAS	DESCRIPCIÓN DE LA BRECHA

Asociatividad	Se identifica que de 7 puntos posibles se adquirieron 3, dejando este item con un porcentaje de brecha del 57,1%
Financiero	Se identifica que de 17 puntos posibles se adquirieron 6, dejando este item con un porcentaje de brecha del 64,7% lo que la coloca en la segunda posición de las oportunidades de mejora que tiene la organización
Administrativo	Se identifica que de 15 puntos posibles se adquirieron 6, dejando este item con un porcentaje de brecha del 60,0%
Producción	Se identifica que de 22 puntos posibles se adquirieron 3, dejando este item con un porcentaje de brecha del 86,4% conviertiendo este item en aquel donde tenemos que hacer énfasis.
Comercialización	Se identifica que de 23 puntos posibles se adquirieron 20, dejando este item con un porcentaje de brecha del 13,0% lo que se convierte en una fortaleza para la organización

5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN QUE CIERRE LA BRECHA

Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	Coordinación en la comercialización,Planificación agrícola
Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	Buenas prácticas agrícolas, rotación de cultivos, uso del agua,Manejo integrado de plagas
Gestión comercial y mercadeo	Investigación de mercado,Segmentación del mercado,Promoción y publicidad,Fidelización de clientes
Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	Manejo responsable de residuos,Uso eficiente de los alimentos,Reutilización de materiales,Consumo responsable

6. PRIORIZACIÓN CIERRE DE BRECHAS

Gestión Organizacional y Administrativa (Asociatividad): Fortalecer la estructura organizacional mediante la mejora de procesos administrativos y fomento de la asociatividad para mejorar la cooperación y el desarrollo conjunto.

Manejo Postcosecha, Producción Sostenible y Buenas Prácticas: Implementar prácticas adecuadas para el manejo postcosecha, promover la producción sostenible y garantizar el cumplimiento de buenas prácticas en todas las etapas de la producción.

Gestión Comercial y Mercadeo: Desarrollar estrategias comerciales eficaces para posicionar los productos de manera competitiva en el mercado, aprovechando las oportunidades y mejorando la visibilidad de la marca.

Gestión de Residuos y Disminución de Pérdidas: Optimizar la gestión de residuos y reducir las pérdidas en el proceso productivo, implementando medidas que favorezcan la eficiencia y la sostenibilidad.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN POR ORGANIZACIÓN			
Asociatividad / Administrativo	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No.1	Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	2/11/2025	3
Producción	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**

Sesión No. 1	Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	2/11/2025	3
Financiero	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión comercial y mercadeo	3/4/2025	3
Comercialización	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	3/4/2025	3
Otros	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Acompañamiento	2/11/2025	2
TIEMPO DE INTERVENCIÓN PROPUESTO		**EN SEMANAS**	**EN HORAS**
		3	**14**

Representante legal de la Organización	**FIRMA DE APROBACIÓN DEL PROFESIONAL**
Luz mery Avila	Gina Paola Cerezo

Plan de Intervención

CAPROLAVE

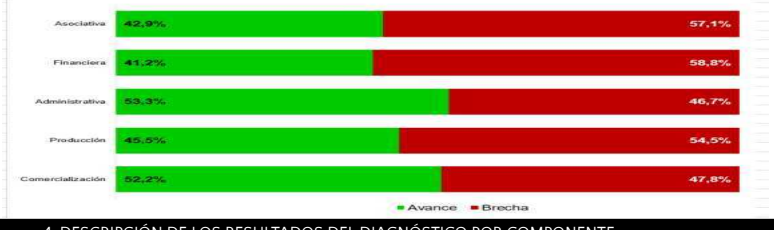
1. INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES

Fecha	**3/3/2025**	**Responsable**	Aurora Mejia
Nombre de la organización	Asociación de Ganaderos y Productores Agropecuarios de Ve	**Teléfono**	3132329198
Tipo identificación	Nit 900.735.450-0	**Número de Identificación**	1079576159

2. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Área		Número de Preguntas	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	%
Asociativa	Asociados	4,0	5,0	1,0	20,0%
	Inclusión	2,0	2,0	2,0	100,0%
	Subtotal	**6,0**	**7,0**	**3,0**	**42,9%**
Financiera	Patrimonio	7,0	9,0	3,0	33,3%
	Capital de trabajo	2,0	4,0	0,0	0,0%
	Rendición de cuentas	4,0	4,0	4,0	100,0%
	Subtotal	**13,0**	**17,0**	**7,0**	**41,2%**
Administrativa	Planeación	5,0	7,0	2,0	28,6%
	Administración / Gerencia	4,0	4,0	2,0	50,0%
	Gestión	3,0	4,0	4,0	100,0%
	Subtotal	**12,0**	**15,0**	**8,0**	**53,3%**
Producción	Gestión asociativa de la producción	5,0	5,0	2,0	40,0%
	Buenas prácticas	3,0	5,0	1,0	20,0%
	Prácticas sostenibles y de conservación	4,0	12,0	7,0	58,3%
	Subtotal	**12,0**	**22,0**	**10,0**	**45,5%**
Comercialización	Esquemas comerciales colectivos	6,0	14,0	5,0	35,7%
	Poscosecha, transformación y valor agregado	4,0	5,0	4,0	80,0%
	Equipo de soporte para la actividad comercial	1,0	4,0	3,0	75,0%
	Subtotal	**11,0**	**23,0**	**12,0**	**52,2%**
	Total	**54,0**	**84,0**	**40,0**	**47,6%**

3. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN



4. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO POR COMPONENTE

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS

BRECHAS IDENTIFICADAS	DESCRIPCIÓN DE LA BRECHA

Asociatividad	Se identifica que de 7 puntos posibles se adquirieron 3, dejando este item con un porcentaje de brecha del 57,1%
Financiero	Se identifica que de 13 puntos posibles se adquirieron 7, dejando este item con un porcentaje de brecha del 58,8% lo que significa que su oportunidad de mejora mas pronunciada es esta.
Administrativo	Se identifica que de 15 puntos posibles se adquirieron 8, dejando este item con un porcentaje de brecha del 46,7%
Producción	Se identifica que de 22 puntos posibles se adquirieron 10, dejando este item con un porcentaje de brecha del 54,5% conviertiendo este item en el tercero de priorización
Comercialización	Se identifica que de 23 puntos posibles se adquirieron 12, dejando este item con un porcentaje de brecha del 47,8%, aunque muestra oportunidad en el desarrollo se quiere impactar de manera directa los 3 primeros con mayor oportunidad de mejora.

5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN QUE CIERRE LA BRECHA

Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	Coordinación en la comercialización,Planificación agrícola
Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	Buenas prácticas agrícolas, rotación de cultivos, uso del agua,Manejo integrado de plagas
Gestión comercial y mercadeo	Investigación de mercado,Segmentación del mercado,Promoción y publicidad,Fidelización de clientes
Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	Manejo responsable de residuos,Uso eficiente de los alimentos,Reutilización de materiales,Consumo responsable

6. PRIORIZACIÓN CIERRE DE BRECHAS

Gestión Organizacional y Administrativa (Asociatividad): Fortalecer la estructura organizacional mediante la mejora de procesos administrativos y fomento de la asociatividad para mejorar la cooperación y el desarrollo conjunto.

Manejo Postcosecha, Producción Sostenible y Buenas Prácticas: Implementar prácticas adecuadas para el manejo postcosecha, promover la producción sostenible y garantizar el cumplimiento de buenas prácticas en todas las etapas de la producción.

Gestión Comercial y Mercadeo: Desarrollar estrategias comerciales eficaces para posicionar los productos de manera competitiva en el mercado, aprovechando las oportunidades y mejorando la visibilidad de la marca.

Gestión de Residuos y Disminución de Pérdidas: Optimizar la gestión de residuos y reducir las pérdidas en el proceso productivo, implementando medidas que favorezcan la eficiencia y la sostenibilidad.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN POR ORGANIZACIÓN			
Asociatividad / Administrativo	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No.1	Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	12/27/2024	5
Producción	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**

Sesión No. 1	Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	2/12/2025	6
Financiero	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión comercial y mercadeo	3/3/2025	3
Comercialización	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	3/3/2025	3
Otros	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Acompañamiento	2/12/2025	2
TIEMPO DE INTERVENCIÓN PROPUESTO		**EN SEMANAS**	**EN HORAS**
		9	**19**

Representate legal de la Organización	**FIRMA DE APROBACIÓN DEL PROFESIONAL**
Aurora Mejia	Gina Paola Cerezo

Plan de Intervención

Asociación de Productores de Leche de Chocontá – APROLECHO

1. INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES

Fecha	1-feb-25	**Responsable**	Ricardo Álvarez García
Nombre de la organización	Asociación de Productores de Leche de Chocontá	**Teléfono**	312 4507208
Tipo identificación	NIT.	**Numero de Identificación**	90.190.963-6

2. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Asociación de Productores de Leche de Chocontá – APROLECHO, es una organización de base campesina, con más de quince de años de trabajo con pequeños productores de leche de los municipios de Chocontá, Villapinzón y Suesca, del departamento de Cundinamarca. Más que una organización de pequeños productores, APROLECHO se concibe como un movimiento social y político que busca dignificar la labor campesina y defender los derechos e intereses de los campesinos, resaltando la importancia que tienen en la producción de alimentos de la canasta básica de los colombianos. Actualmente, a través de la empresa DELA, cuyos propietarios son APROLECHO y el grupo de más de trescientos cincuenta productores que la conforman, realizan la transformación industrial de la leche, ofreciendo al mercado derivados lácteos de alta calidad y contenido nutricional. APROLECHO es una organización en proceso de consolidación con un crecimiento importante en los últimos años, que le ha permitido soportar las crisis a las que se ha visto sometido el sector lácteo, lo que le permite que sea reconocida como referente organizativo a nivel local y regional.

3. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

4. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO POR COMPONENTE

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS

BRECHAS IDENTIFICADAS	DESCRIPCIÓN DE LA BRECHA
Asociatividad	Inclusión de jóvenes dentro de la Junta Directiva de la organización
Financiero	La organización no cuenta con bienes inmuebles propios. La sede administrativa es en arriendo y las instalaciones donde funciona el acopio y la planta de transformación, están en comodato con el municipio.
Administrativo	Los ejercicios de planeación que realiza la organización sólo se desarrollan con los mimebros de la Junta Directiva y no se cuenta con procesos y mecanismos que incluyan a la base de asociados.
Producción	No cuenta con certificaciones de calidad, ni procesos de conservación.
Comercialización	No tiene brechas relacionadas con los aspectos evaluados.

Otros	

5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN QUE CIERRE LA BRECHA

Asociatividad	Promover la participación de los jóvenes en la Junta Directiva de APROLECHO. Sin embargo, el nombramiento de los miembros se realiza en la Asamblea de Socios, la cual está programada para finales del mes de marzo o inicios del mes de abril.
Financiero	Excede el alcance de la intervención
Administrativo	Excede el alcance de la intervención
Producción	Fortalecer la adopción de protocolos de limpieza y desinfección de utensilios que mejoren la calidad higiénica de la leche. Adopción de Buenas Prácticas Ganaderas (BPG). Normatividad y ruta para lograr la certificación. Alimentación, alternativas de manejo de praderas y métodos para la producción de forrrajes y su conservación.
Comercialización	No aplica para esta intervención
Otros	

6. PRIORIZACIÓN CIERRE DE BRECHAS

En concertación con el Representante Legal, se acordó trabajar en dos componentes:

1) Asociatividad - explicando al grupo de asociados la apuesta política de APROLECHO en el marco de la dinámica que afronta el sector lechero colombiano y detallando el esquema de articulación entre APROLECHO y la empresa DELA.

2) Productivo, que abarca tres aspectos: a) Calidad higiénica de la leche, b) Buenas Prácticas Ganaderas (BPG) y c) Experiencias en la producción de forrajes para alimentación de los bovinos de leche en éocas críticas.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN POR ORGANIZACIÓN			
ASOCIATIVIDAD	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No.1	El modelo asociativo de APROLECHO, su apuesta por la pequeña producción campesina y la estructura de la empresa DELA		2.0
PRODUCCIÓN	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Buenas Prácticas Ganaderas (BPG) y su importancia en la consolidación de nuevos mercados		4.0
Sesión No. 2	Normatividad higiénica y sanitaria asociada a la producción y comercialización de la leche. Formación del precio pagado por bonificaciones.		2.0
Sesión No. 3	Alternativas de producción de forrajes para épocas críticas. Manejo de praderas y viabilidad financiera de ensilajes con especies adaptadas a la zona.		2.0
	TIEMPO DE INTERVENCIÓN PROPUESTO		**EN HORAS**
			10.0

FIRMA DEL RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN	**FIRMA DEL PROFESIONAL**

Plan de Intervención

ASOCOLFRUVER

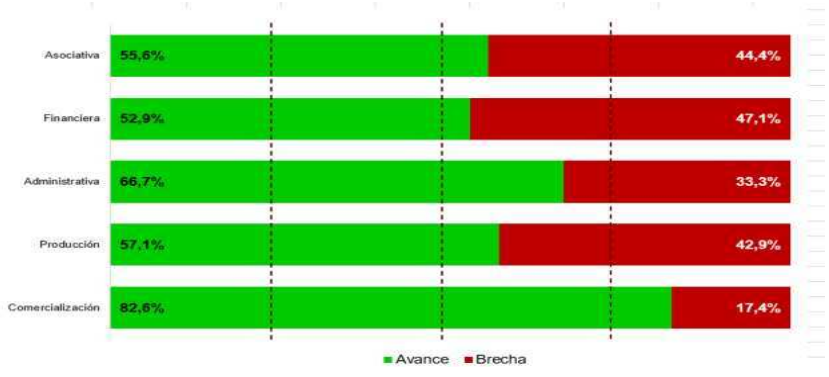
1. INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES

Fecha	**3/3/2025**	**Responsable**	Ignacio Gomez
Nombre de la organización	Asociación colombiana de frutas y verduras	**Teléfono**	3132796456
Tipo identificación	Nit 901.358.343-7	**Número de Identificación**	4182875

2. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Área		Número de Preguntas	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	%
Asociativa	Asociados	4,0	5,0	1,0	20,0%
	Inclusión	2,0	4,0	4,0	100,0%
	Subtotal	**6,0**	**9,0**	**5,0**	**55,6%**
Financiera	Patrimonio	7,0	9,0	4,0	44,4%
	Capital de trabajo	2,0	4,0	2,0	50,0%
	Rendición de cuentas	4,0	4,0	3,0	75,0%
	Subtotal	**13,0**	**17,0**	**9,0**	**52,9%**
Administrativa	Planeación	5,0	7,0	7,0	100,0%
	Administración / Gerencia	4,0	4,0	2,0	50,0%
	Gestión	3,0	4,0	1,0	25,0%
	Subtotal	**12,0**	**15,0**	**10,0**	**66,7%**
Producción	Gestión asociativa de la producción	4,0	4,0	0,0	0,0%
	Buenas prácticas	3,0	5,0	4,0	80,0%
	Prácticas sostenibles y de conservación	4,0	12,0	8,0	66,7%
	Subtotal	**11,0**	**21,0**	**12,0**	**57,1%**
Comercialización	Esquemas comerciales colectivos	6,0	14,0	16,0	114,3%
	Poscosecha, transformación y valor agregado	4,0	5,0	0,0	0,0%
	Equipo de soporte para la actividad comercial	1,0	4,0	3,0	75,0%
	Subtotal	**11,0**	**23,0**	**19,0**	**82,6%**
	Total	**53,0**	**85,0**	**55,0**	**64,7%**

3. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN



4. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO POR COMPONENTE
IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS

BRECHAS IDENTIFICADAS	DESCRIPCIÓN DE LA BRECHA
Asociatividad	Se identifica que de 9 puntos posibles se adquirieron 5, dejando este item con un porcentaje de brecha del 44,4%
Financiero	Se identifica que de 17 puntos posibles se adquirieron 9, dejando este item con un porcentaje de brecha del 47,1%
Administrativo	Se identifica que de 15 puntos posibles se adquirieron 10, dejando este item con un porcentaje de brecha del 33,3%
Producción	Se identifica que de 21 puntos posibles se adquirieron 12, dejando este item con un porcentaje de brecha del 42,9%
Comercialización	Se identifica que de 23 puntos posibles se adquirieron 19, dejando este item con un porcentaje de brecha del 17,4%

5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN QUE CIERRE LA BRECHA

Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	Coordinación en la comercialización,Planificación agrícola
Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	Buenas prácticas agrícolas, rotación de cultivos, uso del agua,Manejo integrado de plagas
Gestión comercial y mercadeo	Investigación de mercado,Segmentación del mercado,Promoción y publicidad,Fidelización de clientes
Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	Manejo responsable de residuos,Uso eficiente de los alimentos,Reutilización de materiales,Consumo responsable

6. PRIORIZACIÓN CIERRE DE BRECHAS

Gestión Organizacional y Administrativa (Asociatividad): Fortalecer la estructura organizacional mediante la mejora de procesos administrativos y fomento de la asociatividad para mejorar la cooperación y el desarrollo conjunto.

Manejo Postcosecha, Producción Sostenible y Buenas Prácticas: Implementar prácticas adecuadas para el manejo postcosecha, promover la producción sostenible y garantizar el cumplimiento de buenas prácticas en todas las etapas de la producción.

Gestión Comercial y Mercadeo: Desarrollar estrategias comerciales eficaces para posicionar los productos de manera competitiva en el mercado, aprovechando las oportunidades y mejorando la visibilidad de la marca.

Gestión de Residuos y Disminución de Pérdidas: Optimizar la gestión de residuos y reducir las pérdidas en el proceso productivo, implementando medidas que favorezcan la eficiencia y la sostenibilidad.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN POR ORGANIZACIÓN			
Asociatividad / Administrativo	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No.1	Gestión Organizacional y administrativa (Asociatividad)	2/15/2025	3
Producción	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Manejo postcosecha, producción sostenible y buenas prácticas	2/15/2025	3
Financiero	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión comercial y mercadeo	3/3/2025	2
Comercialización	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Gestión de residuos y disminución de pérdidas.	3/3/2025	2
Otros	**TEMÁTICA**	**FECHA**	**NÚMERO DE HORAS**
Sesión No. 1	Acompañamiento	2/15/2025	2
TIEMPO DE INTERVENCIÓN PROPUESTO		**EN SEMANAS**	**EN HORAS**
		4	**12**

Representante legal de la Organización	**FIRMA DE APROBACIÓN DEL PROFESIONAL**
Ignacio Gomez	Gina Paola Cerezo

INFORME FINAL

PROYECTO DE INVERSIÓN 8178 "CONSOLIDACIÓN DEL SISTEMA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DE BOGOTÁ D.C.".

CONVENIO 1383 -2024

Objeto: "*Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C. para generar una red de abastecimiento en zonas con baja disponibilidad y acceso de alimentos.*"

Abril de 2025

Tabla de contenido

INFORME FINAL 1

INTRODUCCIÓN 3

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 4

BENEFICIOS PARA PRODUCTORES Y AGRICULTORES URBANOS 6

BENEFICIOS PARA CONSUMIDORES 6

BENEFICIOS PARA ORGANIZACIONES DE RECICLADORES 7

METODOLOGÍA 7

FASE DE ALISTAMIENTO 8

FASE DE OPERATIVA 14

FASE POST OPERATIVA 34

RESULTADOS Y RETOS: 34

RECOMENDACIONES: 37

LECCIONES APRENDIDAS 39

CONCLUSIONES 39

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo detallar el proceso de implementación de la estrategia Mercados Solidarios, abarcando todas las fases del proyecto: Fase de alistamiento, Fase operativa y fase post-operativa. En cada fase se documentan las actividades realizadas, los resultados obtenidos, los principales desafíos enfrentados, así como las lecciones aprendidas y las recomendaciones para futuras iniciativas.

La Estrategia de Mercados Solidarios es una iniciativa de la Administración Distrital que surge a partir de las acciones definidas en el Plan Distrital de Desarrollo "*Bogotá Camina Segura: 2024-2027*", en el marco del programa "*Bogotá sin Hambre 2.0*". Su principal objetivo es mejorar el acceso a alimentos saludables para la población más vulnerable de la ciudad, al tiempo que se generan espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC) de la Bogotá-Región.

Esta estrategia no solo busca contribuir a la seguridad alimentaria, sino también promover la equidad social y la sostenibilidad ambiental, bajo principios de solidaridad, cooperación y respeto entre consumidores y productores campesinos. Así mismo, fomenta la inclusión y participación ciudadana desde una perspectiva de Ciudadanía Alimentaria, incentivando la construcción de redes solidarias entre los distintos actores de la cadena de abastecimiento alimentario en Bogotá.

Con esta apuesta estratégica se busca una concurrencia efectiva entre el sector público y privado para garantizar el derecho a la alimentación, mientras se fortalece a los actores del sistema alimentario local, especialmente a los más vulnerables: los productores campesinos y las comunidades que enfrentan mayores barreras para acceder a alimentos nutritivos.

El modelo planteado en este piloto es el resultado de la articulación de dos estrategias reconocidas y validadas en Bogotá y la región:

- Los Mercados Campesinos Distritales, implementados por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE).
- La estrategia Cambio Verde, desarrollada por la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAP-E) en diversos territorios de la Región Central.

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

Implementar un piloto de la Estrategia Mercados Solidarios en aras de contribuir al mejoramiento del acceso a alimentos saludables, especialmente para la población Bogotana más vulnerable, así como generar espacios de comercialización justa para los pequeños productores de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria de la Bogotá-Región, mediante la realización de al menos diesiocho (18) jornadas de mercados soslidarios en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme Tunjuelito y Sumapaz, en el marco del Proyecto de Inversión 8178 de la Subdirección de Abastecimiento Alimentario. Esta acción está orientada al mejoramiento de

la oferta alimenticia de la ciudad, fortalecer la eficiencia de los sistemas de abastecimiento alimentario y a promover la variedad, disponibilidad y calidad de los alimentos con actividades orientadas a la organización del Sistema, mediante la articulación de las políticas y estrategias de abastecimiento a nivel metropolitano y regional, la promoción de la agricultura urbana sin intermediarios, los mercados campesinos, la red de plazas de mercado, el fortalecimiento de los actores del sistema y la gestión de circuitos de comercialización inclusivos, a nivel distrital y de forma articulada en las regiones de origen, procurando un precio justo tanto para quienes producen como para quienes consumen.

En este contexto, la estrategia de "Mercados Solidarios" permitirá contribuir a las diferentes dimensiones de la seguridad alimentaria para promover la garantía del derecho a la alimentación de los Bogotanos más vulnerables, a la vez que permita el fortalecimiento de los actores del sistemas de abastecimiento de alimentos, especialmente de los productores de la economía campesina, familiar y comunitaria, generando que los dos eslabones más frágiles de la cadena se beneficien de la apuesta estratégica de ciudad "Bogotá sin Hambre 2.0".

Con el desarrollo de esta Estrategia se busca además, promover la equidad social y la sostenibilidad ambiental, basándose en los principios de solidaridad, cooperación y respeto entre consumidores y productores campesinos.

El modelo que se plantea en este piloto, es el resultado de la combinación de dos estrategias que se vienen desarrollando durante los últimos años, las cuales gozan de reconocimiento y aceptación en Bogotá y la región como

son: los Mercados Campesinos Distritales que viene implementando la SDDE y la estrategia de Cambio Verde que ha implementado la RAP-E en los diferentes territorios de la Región Central.

LOCALIDADES PRIORIZADAS: Usme, Ciudad Bolivar, Tunjuelito y Sumapaz.

BENEFICIOS PARA PRODUCTORES Y AGRICULTORES URBANOS

● Implementación de un programa de fortalecimiento para las organizaciones de productores y/o las redes de la agricultura urbana.

● Promoción de la generación de un canal de comercialización alternativo, sin intermediarios, que contribuya en el mejoramiento de los ingresos de los productores campesinos de la ruralidad de Bogotá y la región.

BENEFICIOS PARA CONSUMIDORES

● Generación de un piloto de redes solidarias de abastecimiento alimentario entre actores públicos y comunitarios que permitan superar barreras del acceso de alimentación de los bogotanos que tienen dificultades para acceder a productos de la canasta básica.
● Generación de mejores hábitos de consumo de alimentos en la población Bogotana, que permita la promoción de una ciudadanía alimentaria, el reconocimiento de la labor del campesino y sus organizaciones, la

promoción del consumo responsable, la generación de hábitos de alimentación saludable y la reducción de desperdicios de alimentos.

● Cada beneficiario podrá recibir hasta tres (3) Mercados Solidarios individuales, de acuerdo al presupuesto establecido para este rubro a través del canje de puntos.

BENEFICIOS PARA ORGANIZACIONES DE RECICLADORES

● Reconocimiento de la labor de los recicladores de oficio por los ciudadanos.

● Recepción de material reciclado separado y en buenas condiciones para su posterior procesamiento.

● Contribución en la reducción de los niveles de pérdidas y desperdicios de alimentos del Distrito Capital y la región y sus respectivos impactos ambientales.

● Contribución a los procesos de separación en la fuente, reutilización y reciclaje.

METODOLOGÍA

La estrategia fue implementada siguiendo una estructura que comprendió tres fases claves:

- **Fase de Alistamiento**: Preparación y planificación de todos los aspectos necesarios para el desarrollo del mercado solidario.

- **Fase Operativa**: Ejecución del mercado solidario, que incluyó la participación activa de los productores, recicladores y consumidores.
- **Fase Post-Operativa**: Evaluación de resultados, análisis de impacto y recopilación de información para futuras mejoras.

FASE DE ALISTAMIENTO

Actividades Realizadas:

En esta fase arranca la ejecución del convenio 1383 dando inicio a un documento de **plan de Trabajo y cronogramas de actividades** el cual proporciona la base informativa y el plan de trabajo que establece el camino para llevar a cabo la ejecución.

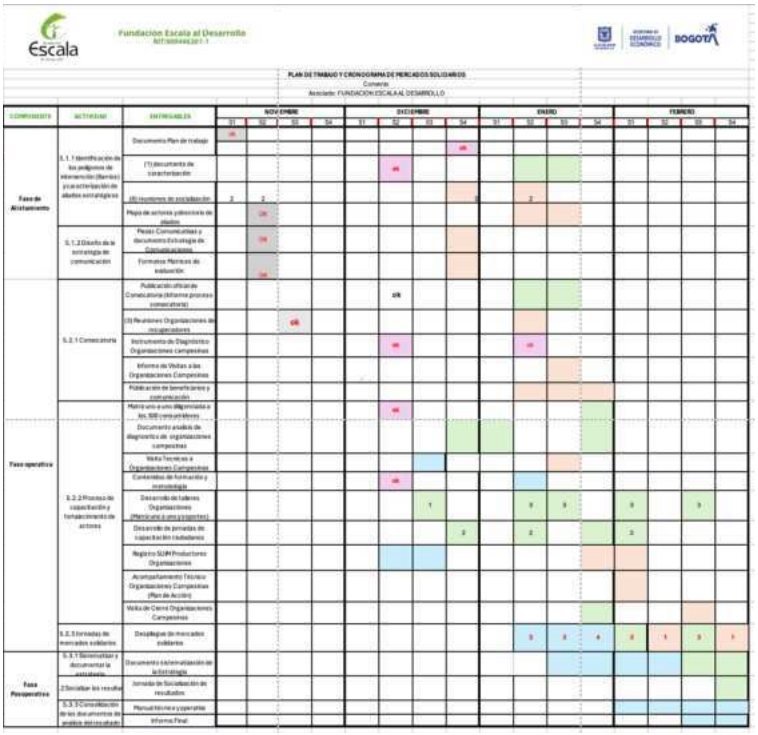


Ilustración 1- Cronograma de actividades

En la primera semana de ejecución del convenio 1383 la fundación escala llevo a cabo (6) reuniones de socialización con varias entidades las cuales fueron, la secretaria de integración social (SIS), la Unidad local de asistencia técnica agropecuaria (Ulata) , Unidad administrativa especial de servicios públicos (Uaesp), alcaldías de cada una de las localidades priorizadas (Alcaldía de Tunjuelito, Alcaldía de Usme, Alcaldía de Ciudad Bolívar), las juntas de acción comunal de cada una de las upz priorizadas. En estas reuniones se les socializó la estrategia del piloto de mercados solidarios, detallando los objetivos, población beneficiaria fechas estimadas para los eventos, fases de implementación resultados esperados también se les invitó que fueran un apoyo activo en el proceso de ejecución.

Tabla 1-Relacion de socializaciones

FECHA	ENTIDAD	LUGAR
12-11-2024	Secretaria Integración social (Tunjuelito)	Virtual
13-11-2024	Secretaria Integración Social (Usme)	Virtual
19-11-2024	Unidad administrativa especial de servicios públicos UAESP	Sala de reuniones, Avenida caracas 53-80 piso 3
22-11-2024	Secretaria Integración Social (Ciudad Bolívar)	Virtual
25-11-2024	Junta de acción comunal La glorieta de la localidad de Jerusalén	Salón comunal
25-11-2024	Junta de acción comunal de la localidad de Tunjuelito	Isla del sol Fundación Ximena Yépez

Es importante resaltar que, aunque durante las socializaciones previas todos los involucrados se comprometieron a desempeñar un papel activo tanto durante la convocatoria como en la ejecución del convenio, al final no brindaron el apoyo esperado. A pesar de haber mostrado disposición inicial, muchos dejaron de responder a nuestras llamadas y correos electrónicos, lo que dificultó considerablemente el avance del proceso. Además, cuando se les solicitaba apoyo documental necesario para la correcta implementación del convenio, simplemente nos dejaban en espera sin dar una respuesta concreta. Esta falta de colaboración afectó el desarrollo de diversas actividades y retrasó el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Una vez terminada las socializaciones se inicia un **mapa de actores y directorio de aliados** para la ejecución del convenio 1383. Se realizó un documento el cual incluía nombre, apellido, celular, correo, direcciones entre otros, tanto para las entidades de la socialización como también para las organizaciones de campesinos en la región central y de Cundinamarca para que hicieran parte del proceso de convocatoria, también se realizó una base de datos con la UAESP e organizaciones de recicladores.

- **Identificación de Actores Clave**: Se seleccionaron productores locales, organizaciones sociales y cooperativas interesadas en participar en el mercado solidario.

Para más información revisar el documento de mapa de actores.

En la segunda semana de ejecución del convenio 1383, la Fundación Escala inicia la recopilación de información secundaria de cada una de las localidades priorizadas (Usme, Tunjuelito, ciudad Bolívar), relacionada con la seguridad alimentaria y los niveles de pobreza y así identificar los posibles polígonos de

intervención, posibles lugares de intervención de las jornadas de mercados solidarios, lugares para las capacitaciones y/o sesiones de fortalecimientos de actores.

Con la realización del documento de caracterización se logró la priorización de las 5 upz en las 3 localidades priorizadas en el aérea urbana de Bogotá. Se tomo información de la geodatabase de la secretaria distrital de integración social que maneja los porcentajes de la población por niveles de inseguridad alimentaria.

Las upz priorizas y aprobadas en comité luego de la socialización y resultados del documento fueron: Ciudad Bolívar (Upz Lucero y Upz Jerusalén) Tunjuelito (Upz - Isla del sol), Usme (Upz la flora – Upz Alfonso López).

Una vez identificadas las upz con prioridad muy alta se procede a vincular los polígonos (Barrios) presentes en cada una de estas teniendo en cuenta el alcance del proyecto. Se realizaron visitas de campo, con el fin de levantar un inventario de espacios públicos donde se puedan realizar los mercados solidarios. Una vez realizada las visitas a cada uno de estos espacios se le socializa a la Secretaría de Desarrollo Económico los resultados del trabajo de campo calificándolos y asignándoles puntajes de acuerdo a los criterios de facilidad de acceso, condición de espacio físico, entorno residencial, seguridad entre otros. Se seleccionaron 5 polígonos:

- **USME (UPZ La flora) :** polígono Juan José Rondón en la dirección CALLE 87 SUR #17D- 04 ESTE)
- **USME (UPZ Alfonso López):** Parque Público Vecinal Nuevo Porvenir / Nuevo Portal, ubicado en la dirección Calle 101 sur # 6A este – 03).

- **CIUDAD BOLÍVAR (Lucero):** polígono Plataforma Lucero ubicado en la dirección carrera 17F # 69-50 SUR).
- **CIUDAD BOLIVAR (Upz Jerusalén):** polígono Arboleda Alta sector III en la dirección CARRERA 44B #71-33 SUR).

Estos polígonos y upz priorizadas fueron socializados y aprobados en el comité del 29 de noviembre de 2024.

Para mayor información revisar documento de caracterización.

Al concluir la caracterización, priorización de upz y definición de polígonos se inicia el diseño de la estrategia de comunicación y Piezas Comunicativas el cual se estructuro una campaña de comunicación, un carrusel de imágenes, un boletín de prensa, formularios de convocatorias y diseño de elementos para las entregas que fue enviado a la secretaria desarrollo económico para su aprobación.



Ilustración 3- Planimetrías Jerusalén



Ilustración 2- planimetrías La Flora



Ilustración 5- Planimetrías Isla del Sol



Ilustración 4- Planimetrías Alfonso López

La Fundación Escala elaboró tres formatos matriz de evaluación para la aplicación de los criterios de priorización, uno para cada actor los cuales fueron presentados y aprobados por la Secretaría de Desarrollo Económico. Una vez que cierre la convocatoria, si el número de beneficiarios u organizaciones, ya sean campesinos o recicladores, supera la cantidad establecida en el anexo técnico, se deberá aplicar el proceso de priorización.

Las matrices de priorización tienen varios criterios establecidos en el anexo técnico, aquellos ciudadanos que tengan un enfoque diferencial, ciudadanos de poblaciones étnicas, ciudadanos con miembros en

su núcleo familiar que pertenezca a poblaciones diferenciales o étnicas, quienes tengan mayor número de miembros en su núcleo familiar.

FASE DE OPERATIVA

Actividades Realizadas

El 19 de noviembre de 2024 se abre la convocatoria inicialmente para las 3 localidades urbanas en la ciudad de Bogotá para beneficiarios, organizaciones de productores campesinos y organizaciones de recicladores. En conjunto con la Secretaria Desarrollo Económico se difundió y replico el link del formulario para las inscripciones, la primera semana se invitó a la comunidad para que hicieran parte de este proyecto.

Se realizaron 3 reuniones de socialización con organizaciones de recuperadores con el fin de incentivarlos a que hicieran parte del ejercicio de mercados solidarios.

Tabla 2- Socializaciones con organizaciones de recicladores

FECHA	ENTIDAD	LUGAR
6-DIC-2024	ORGANIZACIÓN DE RECICLADORES DE CIUDAD BOLIVAR	Carrera 44 B # 71-32 Sur– Ciudad Bolívar.
6-DIC-2024	ASORECIPROCA	Localidad de Usme, san Felipe calle 88 G sur # 7D – 21
9 -DIC-2024	RECICONDOR	Tunjuelito en la calle 2 Bis # 14-42.

Una semana después de la apertura de la convocatoria, se observó que el número de inscritos hasta ese momento era bajo. Ante esta situación, se da inicio al trabajo de campo, llevando a cabo inscripciones presenciales en las UPZ priorizadas. Simultáneamente, comenzamos las inscripciones de las organizaciones de recicladores ubicadas cerca de los polígonos priorizados. La Secretaría de Desarrollo Económico envió diversos correos electrónicos a una base de datos que incluía distintas organizaciones campesinas de Cundinamarca.

El martes 10 de diciembre de 2024 se cerró el link de las inscripciones teniendo en total:

Tabla 3- número de inscritos por actor

BENFICIARIOS	497
ORGANIZACIÓN DE CAMPESINOS	9
ORGANIZACIÓN DE RECUPERADORES	5

El ejercicio de mercados solidarios tiene como objetivo fortalecer y beneficiar a 500 consumidores, lo que nos lleva aplicar la matriz de priorización para los beneficiarios. Ya que en estas 3 localidades se deben seleccionar 300 beneficiarios y 200 en la localidad de Sumapaz. De los 497 posibles consumidores que se inscribieron se priorizaron 60 consumidores por cada upz.

En cuanto a las organizaciones de campesinos, una de ellas se inscribió dos veces, lo que nos llevó a calificar un total de 8 organizaciones. Se les realizó un diagnóstico a las 8, de las cuales quedaron seleccionadas 4.

Tabla 4- Organizaciones campesinas inscritas

1	Asociación de productores de leche de Chocontá Aprolecho	900190963-6
2	Asociación de productores del mercado campesino de Sesquilé	901621331-6
3	Asociación de ganaderos y productores agropecuarios de Venecia	900735450-0
4	Asociación de ganaderos y productores agropecuarios de Venecia	9007354500
5	Asociación Departamental de Productores Agrícolas del Meta	900959669
6	CORPROAGROS	900790665-0
7	Asoprocota	900581430-0
8	Asoagricota	901124554-1

En lo que refiere a las organizaciones de recuperadores quedaron priorizadas las 5 inscritas, una por polígono.

ASOCIACIÓN DE RECICLADORES DE CIUDAD BOLIVAR	Ciudad Bolívar - Jerusalén
ASOCIACION DE RECICICLADORES CÍRCULO AMBIENTAL DE COLOMBIA	Usme - La Flora
ASOCIACIÓN DE RECICLADORES RECICONDOR	Tunjuelito – Isla del sol
ASOCIACION DE RECICLADORES RECIPROCA	Usme – Alfonso López
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE RECICLADORES DE OFICIO	Ciudad Bolívar Lucero

Se diseñó y aplicó un formato de instrumento de diagnóstico especialmente concebido para las organizaciones campesinas, con el objetivo de recabar información detallada y exhaustiva sobre cada una de ellas. Este formato no solo permite obtener una visión clara y precisa de las características, necesidades y contextos de las organizaciones, sino que también proporciona un panorama integral del estado y funcionamiento de cada una. El proceso de diagnóstico se lleva a cabo mediante visitas de campo personalizadas a cada organización, lo que permite una recolección de datos directa y en contexto. De esta manera, se asegura una comprensión profunda de las dinámicas y retos que enfrentan las organizaciones campesinas, contribuyendo a la elaboración de estrategias de apoyo más efectivas y ajustadas a la realidad de cada una de ellas.

Se elaboraron los contenidos para la intervención del programa de fortalecimiento, tanto para consumidores como para productores, en concordancia con los lineamientos de la SDDE y las necesidades de los actores involucrados. Dichos contenidos fueron entregados a la SDDE y recibieron su aprobación.

En la tercera semana de diciembre, se realizó la publicación oficial de los 300 beneficiarios seleccionados inicialmente para formar parte del proyecto de mercados solidarios en las UPZ priorizadas. Este paso marcó un hito importante en el avance del proyecto, ya que se dio a conocer públicamente a las personas que serían beneficiadas con la iniciativa. Paralelamente, se comenzó con el proceso de digitalización de la matriz de beneficiarios, que se realizó de manera individualizada para asegurar que cada uno de los seleccionados fuera debidamente registrado en la matriz.

A partir de este momento, se contactó a cada uno de los beneficiarios, notificándoles de manera directa que habían sido priorizados para participar en las jornadas de mercados solidarios. Este proceso de comunicación fue fundamental para garantizar que todos los beneficiarios estuvieran al tanto de su inclusión en el proyecto y pudieran participar activamente en las actividades que se organizarían.

Sin embargo, durante este ejercicio de contacto, se debieron afrontar varios desafíos. Hubo un número considerable de personas a las que no pudimos contactar en el primer intento, lo que generó retrasos en la confirmación y formalización de su participación. Esta situación ocasionó una dilatación en el proceso de convocatoria para la primera jornada de capacitación, ya que, para garantizar que todos los beneficiarios tuvieran la oportunidad de participar, fue necesario realizar múltiples intentos de contacto, lo que retrasó la planificación y ejecución de las actividades previstas inicialmente. Este retraso en la convocatoria fue un aspecto a tener en cuenta, ya que afectó los tiempos establecidos, pero al mismo tiempo nos permitió revisar y ajustar algunos de los métodos de contacto para futuros procesos.

Transcurrido el primer mes de ejecución del convenio 1383, la Fundación Escala presentó el primer informe técnico y financiero antes del 10 de cada mes, conforme a los lineamientos establecidos por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Este informe fue entregado periódicamente hasta la finalización del convenio. Asimismo, se presentó una matriz de ponderación mensual y la batería de indicadores de indicadores.

Una vez presentado el avance correspondiente al primer mes del convenio, la SDDE presentó a la Fundación Escala una propuesta de adición para la localidad de Sumapaz, la cual la Fundación informó que analizaría.

El 20 de diciembre, después de una serie de reuniones y deliberaciones, la Fundación Escala y SDDE, a través de un comité interno, aprobaron la adición necesaria para llevar a cabo la ejecución del proyecto de mercados solidarios en la localidad de Sumapaz el cual beneficiara a 200 familias. Esta decisión fue el resultado de un proceso exhaustivo de análisis y evaluación, durante el cual se discutieron diversos aspectos clave del proyecto, garantizando que cumpliera con los objetivos y requisitos establecidos para beneficiar a la comunidad de Sumapaz. La aprobación formal por parte de la fundación marcó un hito importante en el avance del proyecto, permitiendo que se diera inicio a las siguientes etapas de implementación en esta localidad.

Se inicia el empalme del mapeo de actores, las reuniones de socialización y la elaboración del documento de caracterización para Sumapaz, previo al inicio de la convocatoria. Este trabajo se realizó durante las dos últimas semanas de diciembre y la primera semana de enero. Se realizaron 2 reuniones de socialización, el cual incluía a la Secretaria de Integración Social y a las juntas de acción comunal de las veredas de Sumapaz.

El 10 de enero se llevó a cabo una reunión del comité de aprobación, un evento clave en el avance del proyecto, en el cual se sometieron a revisión y aprobación los ajustes realizados en la matriz de beneficiarios, la cual

había sido actualizada con los datos más recientes de cada uno de los participantes. Este proceso fue fundamental para asegurar que la información estuviera completamente verificada y alineada con los criterios establecidos para el proyecto.

Durante este comité, además de la aprobación de la matriz ajustada, se presentó y socializó la selección final de las 4 organizaciones definitivas que serían parte del proyecto, aquellas que cumplían a cabalidad con los requisitos establecidos en el anexo técnico del proyecto. Este proceso de selección fue exhaustivo, ya que se evaluaron diversos factores y criterios de acuerdo con las necesidades del proyecto y las capacidades de las organizaciones. Asimismo, se dieron a conocer las 5 organizaciones de recicladores que también habían sido seleccionadas para participar activamente en el proyecto, las cuales cumplirían un papel esencial en la implementación de las acciones previstas.

Con la aprobación de estas organizaciones y la validación final de la matriz de beneficiarios, se marcó un avance significativo, ya que se completó el proceso de identificación, validación y formalización de los beneficiarios y organizaciones participantes, lo que permitió avanzar a la siguiente fase del proyecto con una base sólida y claramente definida.

El 17 de enero de 2025 dio inicio la convocatoria dirigida a la localidad de Sumapaz, la cual tuvo una duración mínima de tres semanas.

Una vez abierta la convocatoria, se dio inicio al trabajo de campo en cada una de las veredas de la localidad de Sumpaz. En este proceso, se realizaron

socializaciones tanto con las juntas de acción comunal como con la comunidad en general, con el fin de asegurar que toda la población objetivo estuviera debidamente informada sobre los beneficios y requisitos del programa.

En total, se registraron 307 inscripciones de personas interesadas en participar. Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de priorización, siguiendo los criterios establecidos en los lineamientos del programa, lo que permitió seleccionar a 200 beneficiarios que cumplen con los requisitos y que podrían acceder a los beneficios del proyecto. Además, un total de **80 personas** quedaron en lista de espera, con la posibilidad de ser incluidas en caso de que se liberen cupos adicionales.

Para esta convocatoria en particular, se decidió que la organización beneficiaria sería una **Organización del Sector Cárnico**, cuyo perfil y características se alinean con los objetivos del programa. Este tipo de organización debía cumplir con ciertos criterios específicos, los cuales fueron detallados en el anexo técnico del proyecto. Uno de los requisitos fundamentales para la selección de las organizaciones era que estas hicieran parte de la Agencia de Comercialización, organismo con el que se realizó una socialización detallada. A través de esta instancia, las organizaciones que cumplían con los requisitos fueron debidamente inscritas, asegurando que se seleccionara a las más idóneas para formar parte del proceso.

Este proceso de convocatoria y selección ha sido diseñado para asegurar que las organizaciones y personas seleccionadas reciban el acompañamiento adecuado, y que puedan aprovechar al máximo los recursos y oportunidades que se ofrecerán durante la implementación del programa.

Una vez que la matriz uno a uno para las localidades de Bogotá urbana que había sido diligenciada con la información correspondiente de los

consumidores, fue debidamente aprobada, se dio inicio a la primera jornada de capacitación en la segunda semana de enero. Este proceso se desarrolló de manera organizada en cada una de las UPZ priorizadas, garantizando que todos los beneficiarios tuvieran acceso a la formación necesaria para participar activamente en el proyecto de mercados solidarios. La jornada de capacitación se diseñó con el fin de proporcionar a los participantes las herramientas y conocimientos esenciales para optimizar su involucramiento y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecería el proyecto.

El 21 de enero se da la aprobación final de la canasta de mercados que se entregaría a cada uno de los beneficiarios seleccionados. Esta canasta, que estaba conformada por productos de la canasta básica de alimentos para los consumidores, fue cuidadosamente diseñada teniendo en cuenta las necesidades y características de los beneficiarios, con el objetivo de brindarles un apoyo real y tangible que les permitiera mejorar su calidad de vida. La selección de los productos que conformaban la canasta fue un proceso meticuloso que contempló tanto aspectos nutricionales como la disponibilidad y accesibilidad de los mismos dentro de las zonas priorizadas.

Adicionalmente, en esa misma fecha, se llevó a cabo la elección y aprobación de las fechas para las jornadas de mercados solidarios, otro de los aspectos fundamentales del proyecto. Estas fechas fueron definidas en función de la disponibilidad de los beneficiarios y las condiciones logísticas de cada una de las UPZ, asegurando que las jornadas se pudieran realizar de manera eficiente y que los beneficiarios tuvieran tiempo suficiente para

participar sin inconvenientes. La planificación detallada de estas jornadas fue clave para garantizar el éxito del proyecto y asegurar que los beneficiarios pudieran recibir los productos de las canastas de manera oportuna y en condiciones adecuadas.

De esta manera, con la aprobación de la canasta de mercados y la programación de las jornadas, se avanzó de manera significativa en la ejecución del proyecto, cumpliendo con los plazos establecidos y asegurando que cada beneficiario estuviera debidamente preparado para los siguientes pasos en el proceso:

	APROLECHO ENTREGA				
	PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT	VALOR UNIT.	VALOR PROPUESTO ESC.
APROLECHO	Queso Campesino	500 Gr	1	$ 15.400	$ 15.400
	Leche entera UHT en convenio con alimentos PIPPO	1000 ML	2	$ 4.000	$ 8.000
	Yogur entero con dulce, confruta, garrafa 4 sabores	1000 mL	1	$ 11.900	$ 11.900
	Fresa	1000 Gr	1	$ 12.000	$ 12.000
	Papa Superior	1000 Gr	2	$ 3.500	$ 7.000
	Huevos AA	Cubeta x 30	1,5	$ 16.500	$ 24.750
	Tomate	1000 Gr	1	$ 5.950	$ 5.950
					$ 85.000

	CAMPO META				
	PRODUCTOS	PRESENTACIÓN	CANT	VALOR UNIT.	VALOR PROPUESTO ESC.
CAMPOMETA	Arroz Blanco	1kg	3	$ 3.250	$ 9.750,00
	Lulo	1kg	1	$ 6.500,00	$ 6.500,00
	Piña	1kg	2	$ 4.900,00	$ 9.800,00
	Platano	1kg	1	$ 4.850,00	$ 4.850,00
	Maracuya	1kg	3	$ 6.700,00	$ 20.100,00
	Huevo A (fresco)	cubeta X 30	2	$ 17.000,00	$ 34.000,00
					$ 85.000,00

ASOCULFRUVER					
	PRODUCTOS	**PRESENTACIÓN**	**CANT**	**VALOR UNIT.**	**VALOR PROPUESTO ESC.**
	MANZANA SEGUNDA O PAREJA	1kg	1	$ 3.000	$ 3.000
	DURAZNO PAREJO	1kg	1	$ 8.000	$ 8.000
	PERA PAREJA	1kg	2	$ 4.950	$ 9.900
	CEBOLLA CABEZONA PAREJA	1kg	2	$ 3.000	$ 6.000
	CIRUELA SEGUNDA	1kg	2	$ 3.000	$ 6.000
	TOMATE CHONTO PAREJA	1kg	2	$ 5.000	$ 10.000
	PAPA CRIOLLA	1kg	4,5	$ 4.000	$ 18.000
	Huevo A (Semicriollo)	cubeta X 30	1	$ 17.500	$ 17.500
	ZANAHORIA	1kg	2	$ 3.300	$ 6.600
					$ 85.000

COPROLAVE					
	PRODUCTOS	**PRESENTACIÓN**	**CANT**	**VALOR UNIT.**	**VALOR PROPUESTO ESC.**
	Aguacate hass	1kg	1	$ 9.600	$ 9.600
	Limon Tahiti	1kg	2	$ 4.100	$ 8.200
	Lulo	1kg	1	$ 6.500	$ 6.500
	Habichuela	1kg	1	$ 4.750	$ 4.750
	Naranja Común	1kg	1	$ 4.200	$ 4.200
	Tomate larga vida	1kg	2	$ 4.100	$ 8.200
	Pepino de Guiso	1kg	2	$ 4.200	$ 8.400
	Mandarina Arrayana	1kg	1	$ 4.750	$ 4.750
	Huevos A	30	2	$ 15.200	$ 30.400
					$ 85.000

Fechas aprobadas de las jornadas de mercados solidarios :

	UPZ Entrega	Organización
24-ene	Flora	CAMPOMETA
	Lucero	ASOCULFRUVER
25-ene	Jerusalem	ASOCULFRUVER
	Alfonso Lopez	COPROLAVE
	Isla del Sol	APROLECHO
7-feb	Flora	APROLECHO
	Lucero	COPROLAVE
8-feb	Jerusalem	COPROLAVE
	Alfonso Lopez	CAMPOMETA
	Isla del Sol	ASOCULFRUVER
21-feb	Flora	APROLECHO
	Lucero	APROLECHO (45)+ CAMPOMETA (15)
22-feb	Jerusalem	CAMPOMETA
	Alfonso Lopez	COPROLAVE (45)+ CAMPOMETA (15)
	Isla del Sol	ASOCULFRUVER (45)+ CAMPOMETA (15)

Se asignó una organización a cada punto de venta, sin embargo, dado que había 5 puntos y solo 4 organizaciones disponibles, se tomó la decisión en conjunto con la Secretaría de que una de las 4 organizaciones participantes repitiera su participación al día siguiente. De esta manera, cada jornada contó con una organización diferente en cada punto, rotando su participación de manera equitativa.

La Fundación diseñó una serie de formatos para optimizar la gestión durante las jornadas, los cuales fueron aprobados por la SDDE. Estos incluyeron formatos para la entrega de kits, el recibo y la entrega de material reciclado, así como el de la entrega de elementos a las organizaciones campesinas. Además, se prepararon encuestas de satisfacción que debían ser llenadas en cada uno de los puntos de entrega, durante cada jornada, con el fin de evaluar el proceso y recoger retroalimentación valiosa de los beneficiarios y participantes.

Debido a las demoras y contratiempos en el proyecto, no se pudieron implementar adecuadamente los dos mecanismos sugeridos en el anexo técnico como lo fueron los puntos solidarios:

"Dado que los tiempos de ejecución del convenio eran limitados, se acordó de manera unánime entre la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) y la Fundación Escala implementar una estrategia que permitiera optimizar los procesos. En este sentido, se decidió realizar una jornada de capacitación dirigida a los consumidores beneficiarios, la cual tendría lugar antes de cada entrega de mercados. Esta capacitación tuvo como objetivo brindar información relevante sobre el adecuado manejo de los

productos, promover hábitos de consumo responsable y fortalecer el impacto positivo del proyecto en las comunidades atendidas."

Mecanismo 1 – Trueque o intercambio: las personas participantes (consumidores Bogotanos) en las jornadas de Mercados Solidarios podrán intercambiar los "puntos solidarios" por alimentos de la canasta básica, especialmente de cosecha. Los puntos los obtienen por asistir a las jornadas de capacitación que le sean asignados y por material reciclable que entreguen el día del mercado;

Mecanismo 2 – Mercado: los participantes podrán adquirir a precio de mercado los alimentos ofertados por las organizaciones campesinas, los cuales, debido al proceso de fortalecimiento y acompañamiento a las organizaciones campesinas, se espera tengan un precio accesible para la población y las condiciones de la localidad donde se realiza el mercado.

Antes de la primera jornada de los mercados solidarios, se llevó a cabo una sesión de capacitación, en la cual se indicó a los beneficiarios que trajeran material reciclable. Además, como incentivo por asistir a la capacitación, se les entregaba una canasta de mercado. Durante la jornada, los beneficiarios también tuvieron la oportunidad de adquirir productos ofrecidos por las organizaciones campesinas a precios muy competitivos, lo que les permitió acceder a productos de calidad a un excelente costo.

La primera jornada de los mercados solidarios se llevó a cabo con éxito, logrando la entrega de 60 mercados en cada una de las UPZ, lo que sumó un total de 300 mercados distribuidos en los dos días de actividad. En el informe detallado de los

mercados solidarios ejecutados se encuentran los pormenores de cada jornada.

Tabla 5-Primera jornada de mercados solidarios

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
24-01-2025	LA FLORA	CAMPOMTA	60
24-01-2025	LUCERO	APROLECHO	60
25-01-2025	JERUSALEN	ASOCOLFRUVER	60
25-01-2025	ALFONSO LOPEZ	CAPROLAVE	60
25-01-2025	TUNJUELITO	ASOCOLFRUVER	60

La primera jornada, aunque no estuvo exenta de dificultades, nos permitió comprender mejor los desafíos logísticos y operativos que podemos encontrar en las siguientes jornadas. Los aprendizajes obtenidos fueron fundamentales para mejorar la coordinación, la comunicación con las organizaciones participantes y la gestión de los tiempos, lo que sin duda contribuirá a que las próximas entregas se lleven a cabo de manera más eficiente y sin contratiempos.

Finalizada la primera jornada de mercados solidarios se sigue con la segunda jornada de capacitación a los consumidores el cual se extiende a no solo una semana si no dos semanas porque los beneficiarios nunca asistían de manera puntual a las capacitaciones lo cual se requerían hasta 3 reuniones por una upz para el fortalecimiento de cada beneficiario.

La segunda jornada de mercados solidarios comenzó el 7 de febrero y finalizó el 8 de febrero, con un total de dos mercados realizados el viernes 7 y tres el sábado 8. Esta jornada se llevó a cabo con total éxito, ya que contábamos con las referencias

y aprendizajes obtenidos de la jornada anterior. Las organizaciones de productores llegaron puntualmente y con las canastas de los mercados ya listas para ser entregadas, lo que permitió una distribución más ágil y eficiente. Además, las organizaciones de recicladores también cumplieron con los tiempos establecidos, lo que contribuyó a que el proceso se desarrollara sin contratiempos. Es importante destacar que, para poder realizar las entregas, era necesario presentar el carnet. Sin embargo, nos dimos cuenta de que algunas personas no lo llevaban consigo, y en su lugar, prestaban el carnet después de recibir el mercado. Ante esta situación, se tomó la decisión de solicitar el documento de identidad como alternativa para garantizar la correcta entrega.

Tabla 6-Segunda jornada de mercados solidarios

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
7-02-2025	LA FLORA	ASOCOLFRUVER	60
7 -02-2025	LUCERO	CAMPOMETA	60
8 -02-2025	JERUSALEN	CAMPOMETA	60
8 -02-2025	ALFONSO LOPEZ	APROLECHO	60
8 -02-2025	TUNJUELITO	CAPROLAVE	60

En la segunda semana de febrero, se lleva a cabo la tercera jornada de capacitaciones para los beneficiarios, iniciando simultáneamente el primer proceso de fortalecimiento a las organizaciones de productores. Este incluye el desarrollo de un plan de acción específico para cada una de las organizaciones. Debido a las limitaciones de tiempo de las organizaciones para asistir a las capacitaciones, se acuerda realizar sesiones de formación en jornadas continuas en unos varios días.

El 10 de febrero se lleva a cabo un comité con la SDDE para aprobar y actualizar la matriz uno a uno con la información de los beneficiarios de Sumapaz. Por otro lado, el 17 de febrero se presentan los diagnósticos realizados a las organizaciones de cárnicos, junto con la matriz de priorización, a partir de la cual se selecciona una organización.

Tabla 7-Organizaciones de cárnicos inscritas para el ejercicio en Sumapaz

Asotganang	gacheta
Asociación de comercializadores y transformadores de comestibles derivados la producción agropecuaria del municipio de Supatá	Supatá
Asociación de ganaderos de la región central	Tenjo
asociación de productores agropecuarios Asoagrovivo	Tenjo

Luego de la priorización se seleccionó la organización Asoagrovivo.

En el mismo comité, la Fundación Escala expresa su preocupación respecto a los tiempos de ejecución para la localidad de Sumapaz. La situación se plantea debido a que se aprobó una adición al presupuesto para la realización de tres mercados solidarios móviles, los cuales deben ejecutarse en un plazo de 15 días cada uno. Sin embargo, no se ha prorrogado el tiempo para llevar a cabo esta labor, a pesar de que el convenio tiene una fecha de finalización establecida para el 5 de marzo de 2025. Esto hace evidente que el tiempo disponible no es suficiente para cumplir con los plazos establecidos. Para lo cual se socializa con la SDDE la posibilidad de presentar una prórroga en tiempo de 40 días hábiles, el cual la Secretaría acepta y queda al pendiente de la presentación de la misma.

El 21 y 22 de febrero se realiza la última jornada de mercados solidarios correspondiente a las localidades de Usme, Tunjuelito y ciudad Bolívar. El cual se

llevó a cabo a satisfacción, las organizaciones de recicladores recibieron su material puntual, los productores traían sus productos seleccionados y empacados listos para entregar.

FECHA	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN CAMPESINA	MERCADOS ENTREGADOS
21-02-2025	LA FLORA	APROLECHO	60
21-02-2025	LUCERO	CAPROLAVE	60
22-02-2025	JERUSALEN	CAPROLAVE	60
22-02-2025	ALFONSO LOPEZ	CAMPOMETA	60
22-02-2025	TUNJUELITO	ASOCOLFRUVER	60

La aprobación de la canasta de cárnicos para los mercados solidarios de Sumapaz se lleva a cabo el 24 de febrero, se reciben indicaciones y recomendaciones de los camiones refrigerados que transportaron la carne y se programa una visita la planta de sacrificio y empacado por parte de la SDDE. En esa misma semana, se inicia la primera jornada de capacitaciones en las veredas de Sumapaz, se entregan las rutas y se establecen las fechas para los mercados solidarios las cuales fueron 1 – 15 – 29 de marzo.

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ASOAGROVIVO								
Organización	**Detalles**	**Unidad de medida**	**x mercado**	**N° Mercados**	**Cantida Total**	**V. Unitario**	**V. Total**	**TOTAL**
Aso Agro Vivo	CARNE CERDO PORC (Carne de Brazo)	KG	0,55	200	110	$ 23.000	$ 12.650	$ 2.530.000
	GOULASH CERDO (Pierna)	KG	0,554	200	110,8	$ 23.500	$ 13.019	$ 2.603.800
	BONDIOLA (Bondiola)	KG	0,6208	200	124,16	$ 19.900	$ 12.354	$ 2.470.784
	MOLIDA DE RES (cadera)	KG	0,62075	200	124,15	$ 19.900	$ 12.353	$ 2.470.585
	GOULASH RES (cadera)	KG	0,7209	200	144,18	$ 23.500	$ 16.941	$ 3.388.230
	CARNE RES PORC (Brazo)	KG	0,7209	200	144,18	$ 24.500	$ 17.683	$ 3.536.610
			3,78735		757,47		$ 85.000	$ 17.000.009

Rutas de entrega de mercados en Sumapaz.





El 26 de febrero, la Fundación Escala presenta formalmente la solicitud de prórroga para el convenio 1383. Dicha solicitud fue aprobada, estableciendo una nueva fecha de finalización del contrato para el 14 de abril de 2025.

El sábado 1 de marzo se lleva a cabo la primera jornada de los mercados solidarios en Sumapaz. Días antes, se había acordado con la Alcaldía de

Sumapaz la colaboración de vehículos tipo volqueta para apoyar las rutas de recolección de material reciclable. Aunque inicialmente se confirmó la disponibilidad de estos vehículos, un día antes notificaron que no se contaría con ellos. Debido a la dificultad de acceso a la zona y la distancia, lo que impidió coordinar un transporte alternativo, imposibilitando la recolección del material reciclable previsto.

La jornada de mercados comenzó a las 3 de la mañana en el frigorífico Guadalupe, donde se realizó la recolección de las canastas de cárnicos, las cuales llegaron empacadas al vacío y organizadas en bolsas listas para ser entregadas a cada beneficiario. Sin embargo, hubo contratiempo en la planta debido a problemas internos, ya que la totalidad de la carne no estaba empacada y aún se encontraba en proceso de empaque. Esto causó una espera de casi dos horas, saliendo del frigorífico a las 7 de la mañana.

La entrega de las canastas de carne comenzó puntualmente a las 9:30 de la mañana, con un vehículo asignado a cada una de las dos rutas establecidas para la jornada. En cuanto al material reciclable que se logró recolectar durante el recorrido, se almacenó en los vehículos encargados del transporte de la logística y de la SDDE. Posteriormente, este material fue entregado a una persona natural que se encarga de la comercialización del reciclaje. La jornada de la ruta de mercados solidarios finalizó a alas 5 de la tarde.

En una reunión previa, y en coordinación con la SDDE, se acordó que, debido a las dificultades de acceso a las zonas, la considerable distancia entre las veredas y la limitación en la disponibilidad de vehículos adecuados para la recolección, no se llevaría a cabo la recolección de material reciclable en las próximas jornadas de mercado. Esta decisión fue tomada para optimizar los recursos y adaptarse a las condiciones de la región.

La semana siguiente el equipo de la fundación documenta la primera jornada de mercados solidarios y la semana del 10 se dirigen a la localidad de Sumapaz a realizar la segunda capacitación ya que les toca hacer una capacitación vereda por vereda para luego documentarla y espera la segunda jornada de mercados solidarios en campo. La segunda jornada se realizó el 15 de marzo con una lección aprendida de la primera jornada el cual ya no hubo contratiempo y la ruta empezó a las 8 de la mañana y culmino a las 3:30 de la tarde en la última vereda.

En la tercera semana de ejecución del mes de marzo, se registraron satisfactoriamente 75 productores en el registro SUIM. Además, se llevó a cabo la tercera jornada de capacitación dirigida a la población beneficiaria de la localidad 20 de Sumapaz.

El proceso de fortalecimiento a la organización de cárnicos Asoagrovivo experimentó un cambio significativo en su modalidad de capacitación. Inicialmente, se había previsto llevar a cabo las capacitaciones de forma presencial; sin embargo, la organización manifestó que, debido a sus estrictas normas de bioseguridad en las granjas, no podían recibir capacitación presencial. Ante esta situación, se decidió adaptar el enfoque y llevar a cabo el fortalecimiento de manera virtual, garantizando así que la formación y el apoyo se pudieran continuar sin poner en riesgo la salud de los participantes. Las

capacitaciones virtuales permitieron que el proceso de fortalecimiento se llevara a cabo de forma efectiva, respetando las normativas sanitarias vigentes y asegurando la continuidad del apoyo a la organización.

Por otro lado, se concluyeron los procesos de fortalecimiento a las organizaciones de productores, finalizando con la entrega de un diagnóstico final y una visita de cierre. Durante esta visita, se entregó a los productores un certificado de participación en el fortalecimiento de las temáticas abordadas en las capacitaciones.

FASE POST OPERATIVA

En la fase post operativa se hace entrega de la documentación y sistematización de la estrategia, jornadas de socialización de resultados, manual técnico operativo e informe final. También se subsanaron pendientes para la el cierre a satisfacción del convenio.

RESULTADOS Y RETOS:

- **Resultados**:

Mercados Entregados

- Se realizaron 3 jornadas en Bogotá urbana, con un total de 900 canastas alimentarias entregadas (300 por jornada).
- En Sumapaz, se ejecutaron 3 jornadas adicionales, con 600 canastas de productos cárnicos distribuidas.(200 por jornada)

Beneficiarios

- 300 beneficiarios seleccionados en zonas urbanas.
- 200 beneficiarios seleccionados en Sumapaz.
- Todos recibieron capacitaciones previas y participaron en actividades de fortalecimiento comunitario.

Productores Campesinos

- 8 organizaciones inscritas, de las cuales se seleccionaron 4 para ejecutar las jornadas.
- Participaron activamente en la entrega de productos frescos y de calidad en cada jornada.

Organizaciones de Recicladores

- 5 organizaciones fueron seleccionadas y asignadas a cada jornada por polígono.
- Participaron en las actividades de intercambio de material reciclable y sensibilización ambiental.

Satisfacción del Proyecto

- Según encuestas aplicadas:
  - 92.7% calificó el proyecto como *Excelente*.
  - 7.3% como *Buena Calidad*.
  - 0% de calificaciones negativas.
- Se evidencia un 100% de satisfacción entre los beneficiarios.

Fortalecimiento y Formación

- Se realizaron jornadas de capacitación para consumidores y productores en todas las localidades.
- Las organizaciones de productores recibieron un diagnóstico individual, plan de acción y certificación final.

- Se logró establecer una red de productores comprometidos con el comercio justo y la producción sostenible. La campaña de comunicación generó interés en la comunidad local.
- Uno de los retos identificados al iniciar las actividades en la localidad de Sumapaz fue enfrentar la percepción generalizada —aunque muchas veces infundada— de que se trata de una zona peligrosa o de difícil acceso. Este estigma, presente en algunos sectores urbanos, puede influir negativamente en la disposición de ciertos actores a participar activamente en procesos comunitarios en el territorio.

  Si bien Sumapaz ha sido históricamente una zona rural estratégica para el ecosistema de Bogotá, también ha enfrentado problemáticas derivadas del conflicto armado, el abandono estatal y las limitaciones en infraestructura, lo que ha generado dificultades reales como:

- **Accesibilidad limitada:** Vías en mal estado o con acceso restringido dificultan el transporte de bienes, personal y recursos.

- **Conectividad y comunicación deficientes:** La falta de señal de internet o telefonía móvil en algunos sectores complica la coordinación logística y el seguimiento de actividades.
- **Presencia de dinámicas sociales complejas:** Aunque la situación de seguridad ha mejorado, aún persisten tensiones sociales y desafíos para la construcción de confianza entre instituciones y comunidad.

Recomendaciones:

- Ajustar los tiempos de convocatoria debido que fue la fase que más tomó tiempo en el diligenciamiento de datos exactos en la matriz uno a uno, cruce base datos con Sisbén entre otros.
- Reestructurar el tamaño de las bolsas biodegradables y telas.
- Las capacitaciones y/o fortalecimientos presenciales a las organizaciones de campesinos, especialmente a las organizaciones de cárnicos, resultan imposibles debido a las restricciones sanitarias. Por lo tanto, se recomienda reestructurar estos procesos de fortalecimiento, trasladándolos del formato presencial al virtual.
- Se recomienda reconsiderar el uso de carnés como único medio de identificación de los beneficiarios, ya que durante la ejecución del proyecto se evidenció que estos no fueron de gran utilidad. Para verificar la identidad de los beneficiarios y evitar la duplicidad en la entrega de los productos, fue necesario solicitar la cédula de ciudadanía, lo que demuestra que este documento oficial resulta más efectivo y confiable para estos fines.

- La colaboración del perfil de comunicador social del equipo mínimo fue insuficiente, ya que este profesional no se encarga de realizar diseños gráficos. Se recomienda contar con un diseñador gráfico para cubrir esta necesidad de manera adecuada.
- Se sugiere evaluar la continuidad de la participación de las organizaciones de recicladores en el proyecto, dado que su vinculación ha representado dificultades logísticas y operativas, especialmente en lo relacionado con la coordinación, recolección y transporte de materiales. En este sentido, se recomienda establecer mecanismos claros de corresponsabilidad que definan compromisos específicos, cronogramas realistas y canales efectivos de comunicación. Alternativamente, se podría considerar la articulación con entidades que cuenten con mayor capacidad operativa o experiencia comprobada en procesos logísticos, garantizando así el cumplimiento de los objetivos ambientales sin afectar el desarrollo del proyecto.
- **Fortalecer Redes de Apoyo**: Establecer relaciones más cercanas con otras iniciativas de comercio justo y organizaciones de la sociedad civil para compartir recursos y experiencias, un ejemplo es las Universidades y centros de investigación como aliados para desarrollar estudios de impacto, sistematizar experiencias y formar a los participantes del proyecto,

Lecciones Aprendidas

1. **Compromiso Comunitario**: El éxito de los mercados solidarios depende en gran medida del compromiso de los actores, tanto productores como consumidores.
2. **Importancia de la Capacitación**: La formación constante es clave para garantizar que los actores involucrados entiendan y se adapten a las exigencias del mercado y del comercio justo.
3. **Logística y Organización**: Una planificación logística efectiva es crucial para evitar problemas durante la ejecución del mercado. Las coordinaciones previas permiten gestionar mejor los recursos y el flujo de personas y productos.
4. **Sostenibilidad a Largo Plazo**: Asegurar que el proyecto tenga una fuente de financiamiento constante es vital para su permanencia. La búsqueda de alianzas estratégicas es esencial, algunas estrategias claves para lograr vinculaciones; alianzas publico privadas, articulaciones con entidades gubernamentales, donaciones, fortalecimientos institucionales, entre otros.

Conclusiones

La estrategia de mercados solidarios ha demostrado ser una herramienta eficaz para promover la economía social y solidaria, generando impacto positivo en las comunidades involucradas. Sin embargo, para que este tipo de iniciativas puedan mantenerse y crecer, es fundamental garantizar un

soporte continuo y la capacidad de adaptación a los retos y oportunidades que surjan en el camino.

La implementación del piloto de Mercados Solidarios en Bogotá representó un esfuerzo coordinado y multisectorial orientado a fortalecer el sistema de abastecimiento alimentario, con un enfoque en la equidad social, el comercio justo y la sostenibilidad. El proyecto no solo logró beneficiar a productores campesinos, recicladores y comunidades vulnerables, sino que también permitió evidenciar la viabilidad de un modelo de distribución inclusivo, resiliente y orientado al bienestar colectivo.

A pesar de los desafíos logísticos, los tiempos ajustados y las limitaciones territoriales, la experiencia demostró que la articulación entre instituciones públicas, organizaciones sociales y actores comunitarios puede generar impactos concretos y significativos en la seguridad alimentaria de la ciudad. La alta satisfacción de los beneficiarios, la organización de jornadas exitosas y el compromiso de los productores participantes son prueba del potencial transformador de esta estrategia.

Este piloto sienta las bases para escalar la iniciativa, con ajustes y aprendizajes clave. El fortalecimiento de capacidades, la mejora en los canales de comunicación, y la consolidación de alianzas interinstitucionales son elementos esenciales para asegurar la sostenibilidad del modelo y ampliar su cobertura en el mediano y largo plazo.

Convenio 1383-2024 SDDE

Manual Técnico y Operativo de los Mercados Solidarios Campesinos de Bogotá D.C.

Abril de 2025

Contenido

Pag.

1. Introducción y alcance 3

2. Marco conceptual de la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*. 3

2.1 *Mercados Solidarios Campesinos* un mecanismo de economía solidaria que posibilita la concurrencia de diferentes actores 5

3. Paso a paso de los Mercados Solidarios Campesinos 7

4. Estructura temática y metodológica de los procesos de fortalecimiento a los beneficiarios y organizaciones de productores rurales en el marco de los *Mercados Solidarios Campesinos* 24

5. Matriz de roles y responsabilidades en las actividades de los *Mercados Solidarios Campesinos* 25

6. Bibliografía 29

Lista de Tablas

Tabla 1. Comparación entre los modelos de Red de Colaboración Solidaria (RCS) y Circuito Económico Solidario (CES) 7

Tabla 2. Descripción de las actividades del proceso de Mercados Solidarios Campesinos 11

Tabla 3. Estructura propuesta del proceso de fortalecimiento de los grupos de beneficiarios en el marco de los Mercados Solidarios Campesinos 25

Tabla 4. Estructura propuesta del proceso de fortalecimiento de las organizaciones de productores rurales en el marco de los Mercados Solidarios Campesinos 26

Tabla 5. Principales metodologías para los procesos de extensión rural 27

Tabla 6. Principales herramientas de extensión rural 27

Tabla 7. Definición de los roles 28

Tabla 8. Matriz de roles y responsabilidades para cada una de las actividades 29

Tabla 9. Relación de anexos del proceso 31

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Esquema de participación de los diferentes actores en la Estrategia de Mercados Solidarios Campesinos 8

Ilustración 2. Esquema del paso a paso para la implementación 9

Manual Técnico y Operativo de los Mercados Solidarios Campesinos de Bogotá D.C.

1. Introducción y alcance

El presente documento contiene las recomendaciones detalladas, paso a paso, sobre cómo desarrollar una estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* en la ciudad de Bogotá D.C., la cual se enmarca bajo el modelo solidario de comercio justo y consumo responsable.

Durante el último trimestre del año 2024 y primero del año 2025, la Fundación Escala al Desarrollo, operó el proyecto piloto de *Mercados Solidarios Campesinos* en la ciudad de Bogotá D.C. financiado por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), dentro del cual se realizaron dieciocho jornadas de mercados solidarios campesinos en cuatro localidades de la ciudad, que le permitieron a esta organización acumular una serie de experiencias y aprendizajes, las cuales se sistematizan en el presente documento, con miras a que la estrategia pueda ser replicada en otras localidades y/o ciudades del país.

Si bien el proyecto piloto cuenta con un anexo técnico que describe las actividades a desarrollar en cada una de las fases de la estrategia, el documento aquí presentado, profundiza en los detalles de cada una de estas, realizando una serie de recomendaciones, producto de la puesta en marcha de la estrategia.

El documento se encuentra dividido en secciones, así:

- Marco conceptual de la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, en el marco de redes de solidaridad y cooperación local.
- Paso a paso para la realización de *Mercados Solidarios Campesinos*.
- Estructura del proceso de fortalecimiento
- Matriz de roles y responsabilidades.

2. Marco conceptual de la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*.

En general, la estructura productiva agropecuaria de Colombia contiene tres formas económicas básicas:

- La empresa agropecuaria
- El latifundio ganadero
- La producción familiar y/o comunitaria

La producción de alimentos para consumo interno del país, proviene principalmente de la economía familiar y/o comunitaria, dentro de la cual se encuentran los campesinos. Este tipo de producción se organiza en torno al sistema de decisiones de la familia o de la

comunidad, donde las tareas se dividen y asignan entre los miembros que la conforman, de acuerdo al sexo, la edad, experiencia y jerarquías.

Los campesinos colombianos son en su mayoría productores familiares, estrechamente articulados al mercado.

A pesar del papel crucial que cumplen los campesinos dentro del sistema de abastecimiento interno de alimentos del país, en la actualidad, afrontan una serie de problemas que limitan su crecimiento y profundizan las condiciones de marginalidad y pobreza, entre los que se pueden mencionar:

- Limitado acceso a la tierra y microfundización de la propiedad
- Dificultad de acceso a los mercados y a la comercialización de sus productos, que incluye una intermediación excesiva
- Infraestructura rural y de transporte deficiente
- Limitado acceso a la tecnología
- Bajos niveles de organización

La producción campesina se distribuye en todo el país, sin embargo, se concentra principalmente en la región Andina, con importancia en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Santander, Nariño y en otros de la costa caribe, como son: Córdoba y Sucre.

A pesar de que el país cuenta con una oferta de productos agropecuarios permanente, en parte explicada por las condiciones edafoclimáticas y la diversidad de pisos térmicos, pero también por la distribución amplia del campesinado en todo el territorio nacional, cerca del 31% de la población colombiana enfrenta situaciones de inseguridad alimentaria moderada o grave, lo que representa que aproximadamente 16,1 millones de colombianos padezcan situaciones de hambre.

La seguridad alimentaria de muchas de las familias colombianas enfrenta barreras que limitan el acceso a los alimentos, relacionadas principalmente a bajos niveles de ingresos que restringen la adquisición de alimentos en el mercado. La situación al interior del país no es igual y existen regiones como La Guajira, donde más de la mitad de su población enfrenta situaciones de inseguridad alimentaria.

En el caso de Bogotá D.C., a partir de la información provista por la Encuesta de Calidad de Vida (ECV) del año 2021, el 4,2% de los habitantes de la ciudad reportan haber sentido hambre Inseguridad alimentaria grave), es decir, aproximadamente 321 mil personas. Asimismo, se calcula que el 23,3% de la población, equivalente a 1 millón 790 mil personas, experimenta inseguridad alimentaria moderada.

La situación de inseguridad alimentaria grave no se presenta de forma igual en toda la ciudad y es más alta en algunas localidades como Usme, Santa Fe, Bosa, Ciudad Bolívar y Tunjuelito.

Por las razones anteriores, dentro del Plan de Desarrollo 2024-2028 “Bogotá Camina Segura” se contempla la estrategia de Bogotá sin Hambre, como una de sus grandes apuestas, que entre otros mecanismos contempla: la entrega de bonos canjeables por

alimentos y canastas, la red de comedores comunitarios y otros programas complementarios como Mercados Campesinos.

2.1 *Mercados Solidarios Campesinos* un mecanismo de economía solidaria que posibilita la concurrencia de diferentes actores

"*La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, además de generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad*" (Razeto, 2010).

En general, se pueden referir dos modelos de economía solidaria, que se implementan actualmente en el mundo.

El modelo 1, llamado Red de Colaboración Solidaria (RCS) hace referencia a los "*individuos organizados en grupos descentralizados, los cuales buscan asegurar ganancias colectivas amparados en estrategias de producción y distribución horizontal*" (Castilla-Carrascal, 2014).

Esta red de colaboración solidaria trae consigo la finalidad de anexar organizaciones con fines de producción, comercialización, consumo y financiación.

Como lo menciona Mance, el desarrollo de los modelos RCS, ha permitido que los actores de los territorios tengan la posibilidad de organizarse en red, es decir, interconectarse, intercambiar información, recursos y materiales, interactuar, entonces tienen la posibilidad de reorientar los flujos de consumo final de modo beneficioso hacia la funcionalidad de sus demandas reales, y así concebir una transformación de la lógica económica (Mance, E, 1999).

El modelo 2, conocido como Circuito Económico Solidario (CES), integra los procesos de consumo, comercialización, producción, financiamiento, desarrollo tecnológico con el propósito de generar bienes y servicios con destino al consumidor final.

Como lo explica Giraldo, el epicentro de todo el circuito económico son las necesidades, los recursos, la técnica y los bienes resultantes; la combinación de estos factores puede resolver los diferentes interrogantes que se presentan como: ¿qué se va a producir?, ¿cómo? y ¿para quién? (Giraldo, 2017).

Todo esto constituye un flujo real y uno monetario que a su vez se relacionan unos con otros siendo "*la base del circuito económico las necesidades, los recursos, la técnica y los bienes resultantes*" (Zabala, 2008).

En la siguiente tabla se hace un comparativo de los dos modelos, con el fin de precisar con detalle son similitudes y diferencias.

Tabla 1. Comparación entre los modelos de Red de Colaboración Solidaria (RCS) y Circuito Económico Solidario (CES)

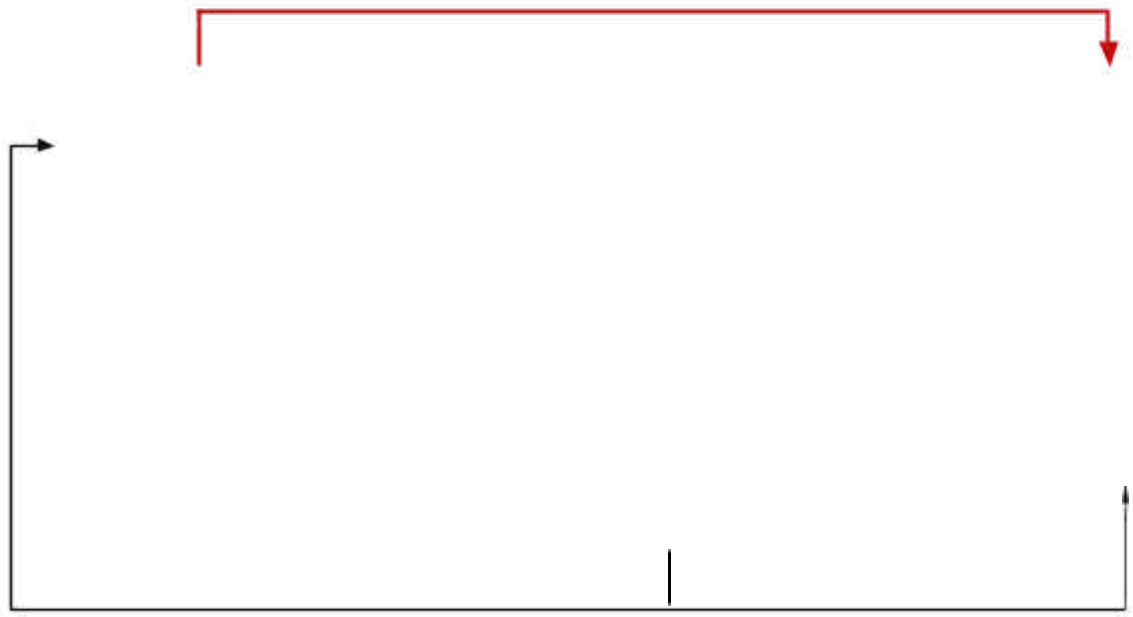
Variable	Red de Colaboración Solidaria (RCS)	Circuito Económico Solidario (CES)
Enfoque	Colaboración y apoyo mutuo entre individuos y organizaciones.	Intercambio económico directo entre productores y consumidores.
Objetivo	Satisfacer necesidades comunes a través de la cooperación solidaria.	Fomentar la justicia económica y el consumo responsable a través de la comercialización directa.
Orientación	No necesariamente orientada a la comercialización.	Enfocada en la producción y comercialización directa de productos y servicios.
Participantes	Puede incluir individuos, grupos o comunidades que se apoyan mutuamente.	Involucra a productores, consumidores y empresas dentro de un circuito económico.
Componente comercial	No necesariamente se enfoca a la comercialización.	Promueve la comercialización directa sin intermediarios.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

El modelo operativo de los *Mercados Solidarios Campesinos* en su arquitectura básica responde a un modelo de Circuito Económico Solidario (CES), pues habilita los espacios para que los consumidores compren y reciban directamente de las organizaciones de productores rurales, canastas de alimentos a un menor precio, a la vez que posibilita que estos reciban mejores precios por sus productos al disminuir la intermediación en la cadena de distribución.

Sin embargo, dependiendo del mecanismo que se seleccione para articular al sector privado, gremial y comunitario los *Mercados Solidarios Campesinos*, se convierten en un espacio de Red de Colaboración Solidaria (RCS), como se puede observar en la siguiente ilustración.

Ilustración 1. Esquema de participación de los diferentes actores en la Estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*



Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

- **Beneficiar a los dos actores principales que aportan a la seguridad alimentaria, es sin duda, un acierto de la estrategia y permite que con un esfuerzo sencillo se logren beneficios en ambos extremos, al lograr un acercamiento real entre productores y consumidores.**

3. Paso a paso de los Mercados Solidarios Campesinos

A continuación, se presenta de manera esquemática cada una de las fases, con sus actividades asociadas, para implementar los *Mercados Solidarios Campesinos*.

La implementación es conformada por tres fases, así:

- Pre operación y/o alistamiento
- Operación y/o ejecución
- Post operación y/o evaluación

Ilustración 2. Esquema del paso a paso para la implementación

de los *Mercados Solidarios Campesinos*

Fase	Actividades Asociadas
Pre operación y/o alistamiento	1. Selección de las localidades y UPZ a intervenir ▼ 2. Selección de polígonos (barrios) a intervenir ▼ 3. Coordinación con entidades locales y Juntas de Acción Comunal (JAC) ▼ 4A. Divulgación a los beneficiarios potenciales ▼ 5A. Inscripción de potenciales beneficiarios ▼ 6A. Selección de beneficiarios ▼ 7A. Solicitud de soportes 4B. Divulgación a las organizaciones de productores ▼ 5B. Inscripción de potenciales organizaciones campesinas ▼ 6B. Selección de organizaciones de productores rurales ▼ 7B. Solicitud de oferta de canastas, verificación de precios y negociación ▼ 8. Selección de organizaciones de recuperadores ▼ 9. Definición de cronograma ▼ 10. Solicitud de permisos de uso del espacio público ▼ 11A. Reunión preparatoria con los beneficiarios seleccionados 11B. Reunión preparatoria con las organizaciones seleccionadas ▼
Pre operación y/o alistamiento	12. Reunión preparatoria organizaciones de recuperadores

Fase	Actividades Asociadas
	13. Coordinación logística
Operativa y/o ejecución	14. Montaje de carpas y mobiliario 15. Recepción de alimentos y verificación de las canastas 16. Habilitación del punto de venta 17. Entrega de canastas gratuitas de alimentos y recepción de material reciclable 18. Finalización de la jornada, cierre del espacio de venta y suscripción de las actas de entrega 19. Desmonte de la infraestructura y mobiliario
Post operación y/o evaluación	20A. Aplicación encuestas de satisfacción → 21A. Reunión de evaluación y preparación de la siguiente jornada → 22A. Proceso de capacitación a los beneficiarios 20B. Pago de las canastas de alimentos entregadas → 21B. Retroalimentación y preparación de la siguiente jornada → 22B. Proceso de fortalecimiento a las organizaciones de productores

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

A continuación, se presenta la descripción de cada una de las actividades relacionadas en el esquema anterior.

Tabla 2. Descripción de las actividades del proceso de *Mercados Solidarios Campesinos*

<table>
<tr><th>Fase</th><th colspan="2">Actividad</th><th>Descripción</th></tr>
<tr><td>Pre operativa y/o alistamiento</td><td>1.0</td><td>Selección de las localidades y UPZ</td><td>Utilizando los resultados de la medición de inseguridad alimentaria de la Encuesta Multipropósito (EM) 2021, que permite desagregar los resultados para Bogotá D.C., por localidad y UPZ, se asigna niveles de prioridad utilizando los valores de % de personas con inseguridad alimentaria severa por UPZ.

Al conjunto de datos de las UPZ, se les hace una estandarización utilizando la siguiente expresión matemática.

$$\%IAs'_i = \frac{\%IAs_i - Min\ \%IAs_l}{Max\ \%IAs_l - Min\ \%IAs_l}$$

Una vez estandarizado se asigna un valor de prioridad, de acuerdo con la siguiente tabla:

<table>
<tr><th colspan="2">Rango</th><th rowspan="2">Prioridad</th></tr>
<tr><th>Límite Inferior</th><th>Límite Superior</th></tr>
<tr><td>≥ 0,0%</td><td>≤ 25,0%</td><td>Baja</td></tr>
<tr><td>> 25,0%</td><td>≤ 50,0%</td><td>Media</td></tr>
<tr><td>> 50,0%</td><td>≤ 75,0%</td><td>Alta</td></tr>
<tr><td>> 75,0%</td><td>≤ 100,0%</td><td>Muy Alta</td></tr>
</table>

Los resultados de la aplicación del procedimiento anterior, se presentan en el archivo de Excel, con nombre:</td></tr>
</table>

			ANEXO_1 SELECCION_LOCALIDADES_Y_UPZ
	2.0	Selección de polígonos (barrios) a intervenir	Una vez se han seleccionado las UPZ, se procede a vincular los barrios que hacen parte de cada unidad. De manera seguida se realiza una visita de campo a cada uno de los polígonos, con el fin de levantar el inventario de espacios público potenciales para la realización de los *Mercados Solidarios Campesinos*. En cada visita, se toma el registro fotográfico y se levantan las coordenadas geográficas de cada uno de los espacios visitados. Los resultados se plasman en el **formato F02.**

Pre operativa y/o alistamiento

	3.0	Coordinación con entidades locales y Juntas de Acción Comunal (JAC)	Una vez se tienen seleccionados los polígonos se cuenta con los insumos para realizar una primera reunión de coordinación con los equipos de las alcaldías locales que trabajan los temas de inseguridad alimentaria. Esta reunión tiene como propósito presentar los resultados y levantar la información de otras intervenciones que se vienen haciendo, con el fin de evitar la duplicidad de esfuerzos. Igualmente, permite articular esfuerzos en la convocatoria de los potenciales beneficiarios. De igual o mayor importancia, es tomar contacto con la Junta de Acción Comunal del barrio donde se ubica el polígono seleccionado y/o barrios aledaños, con el fin de explicar la estrategia, gestionar los espacios de reuniones con los beneficiarios (salones comunales) y acordar las fechas de inscripción de las familias. Las conclusiones de cada reunión se plasman en el **formato F03**. Las JAC son claves en el proceso de convocatoria de las familias, pues administran mecanismos informativos comunitarios, como grupos de WhastApp, emisoras, carteleras, entre otros, siendo el mejor canal para llegar a las familias. **Se recomienda que los Mercados Solidarios Campesinos se hagan con apoyo de las JAC, siendo este un actor local que no debe dejarse por fuera del proceso.**

Pre operativa y/o alistamiento	4.0	Divulgación de la estrategia	Comprende el diseño de las piezas publicitarias, dirigidas a las familias y organizaciones de productores rurales, las cuales serán remitidas por diferentes canales informativos, con la información de contacto, para poder aclarar las dudas y los alcances. Las actividades de divulgación tienen rutas diferentes para los beneficiarios y para las organizaciones de productores rurales. En el caso de los primeros, es necesario la realización de reuniones presenciales, convocadas con ayuda de la JAC, donde además de brindar la información de la estrategia se realizan pre inscripciones. Para las organizaciones de productores rurales, la divulgación requiere el apoyo de las alcaldías municipales, la gobernación y otras entidades que tengan contacto directo con estas organizaciones, teniendo en cuenta que no se tiene una fuente oficial del inventario de organizaciones rurales, para acceder a los datos y realizar la divulgación de manera directa.
	5.0	Proceso de preinscripción	
	5A	Preinscripción de los potenciales beneficiarios	Para el caso de los beneficiarios, es necesario acordar una o dos sesiones adicionales a la divulgación para completar el proceso de preinscripción, debido a que no todas las familias llegan a la actividad inicial y el voz a voz, funciona de manera eficaz en estos entornos locales. El proceso de preinscripción de los beneficiarios puede hacerse de manera electrónica o presencial. **Se recomienda habilitar los dos instrumentos, teniendo en cuenta que muchas de las familias tienen barreras de acceso a la internet.** Como sugerencia, es preferible recopilar la información referida a: nombre, documento de identificación y número, fecha de nacimiento, barrio de residencia y teléfono.

Pre operativa y/o alistamiento	5A	Preinscripción de los potenciales beneficiarios	En este momento no es necesario solicitar la copia del documento de identidad, ni la copia del recibo de servicios públicos de la vivienda, debido a que muchas personas puedan salir en la etapa de selección, cuando se apliquen los criterios, por lo que la recepción de esos documentos genera una expectativa. La información se plasma en el **formato F04.**
	5B	Preinscripción de los beneficiarios y organizaciones de productores	Para el caso de las organizaciones de productores, es necesario acompañar el proceso de registro cuando se hace por medio de aplicativos web, con el fin de que la información solicitada quede cargada de manera adecuada. Para este momento no es necesario solicitar documentos soporte de la organización como certificado de existencia y representación legal, RUT y copia del documento del representante legal. Se sugiere recopilar información referida a: nombre de la organización, identificación, nombre del representante legal, socios activos de la organización, número de productos a ofertar y tipo de facturación.
	6.0	Proceso de selección	
	6A	Selección de los beneficiarios	En esta etapa se adelantan las siguientes actividades: ● Construcción de la base de datos plana de los potenciales beneficiarios por cada UPZ. ● Verificación de nombres y número de cédulas con fuentes oficiales como Procuraduría y/o Policía. ● Vinculación del número de la ficha SISBEN por medio del número de cédula.

<table>
<tr>
<td>Pre operativa y/o alistamiento</td>
<td>6A</td>
<td>Selección de los beneficiarios</td>
<td>

Descarte de fichas SISBEN repetidas, pues representan miembros de un mismo núcleo familiar.
Aplicación de los criterios de selección.

Los criterios de selección que se aplican a cada uno de los beneficiarios, luego de eliminar los datos de fichas SISBEN repetidas, tan sólo dejando un registro, se presentan en la siguiente tabla:
<table>
<tr><th>Criterio</th><th>Aporte</th><th>Clasificación</th><th>Valor</th></tr>
<tr><td rowspan="5">Grupo SISBEN</td><td rowspan="5">Puntaje</td><td>A – Pobreza extrema</td><td>7,0</td></tr>
<tr><td>B – Pobreza moderada</td><td>5,0</td></tr>
<tr><td>C - Vulnerable</td><td>3,0</td></tr>
<tr><td>D – No pobre ni vulnerable</td><td>1,0</td></tr>
<tr><td>S/R – Sin registro</td><td>0,0</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Discapacidad</td><td rowspan="2">Puntaje</td><td>Si o algún miembro</td><td>3,0</td></tr>
<tr><td>No o ningún miembro</td><td>0,0</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Víctima de la violencia</td><td rowspan="2">Puntaje</td><td>Si</td><td>3,0</td></tr>
<tr><td>No</td><td>0,0</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Pertenencia a grupos étnicos</td><td rowspan="2">Puntaje</td><td>Si</td><td>3,0</td></tr>
<tr><td>No</td><td>0,0</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td># de miembros del hogar</td><td>Puntaje</td><td>Se asigna un valor numérico, comprendido entre 0 y 1, aplicando un proceso de estandarización del conjunto de datos utilizando la siguiente expresión matemática</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Pre operativa y/o alistamiento</td><td>6A</td><td>Selección de los beneficiarios</td><td>$$\#personas'_i = \frac{\#personas_i - Min\ personas_i}{Max\ personas_i - Min\ personas_i}$$

Una vez se obtienen los valores para cada criterio se realiza una sumatoria y se orden los resultados de mayor a menor.

Los resultados de la aplicación del procedimiento anterior, se presentan en el archivo de Excel, con nombre:

ANEXO_2_MATRIZ_PRIORIZACION_BENEFICIARIOS</td></tr>
<tr><td>6B</td><td>Selección de organizaciones de productores rurales</td><td>En esta etapa se adelantan las siguientes actividades:
● Construcción de la base de datos plana de las organizaciones de productores.
● Verificación de nombres y cédula del representante legal con fuentes oficiales como Procuraduría y/o Policía.
● Aplicación de los criterios de selección.</td></tr>
<tr><td>7.0</td><td colspan="2">Solicitud de soportes</td></tr>
<tr><td>7A</td><td>Solicitud soportes beneficiarios</td><td>Las personas que obtuvieron los puntajes por encima del corte, se contactan telefónicamente, donde se citan a una reunión presencial, a la cual deben llevar los soportes requeridos:</td></tr>
</table>

			● Copia del documento de identidad ● Copia de un recibo de servicio público del lugar de residencia ● Certificación de discapacidad, si aplica este criterio Se recomienda tener un listado de potenciales beneficiarios en lista de espera, los cuales se citan también a la reunión, explicándoles con detalle la condición que sustentan y la posibilidad de recibir la canasta gratuita de alimentos, sólo si, no se presenta una persona de la lista seleccionada.
Pre operativa y/o alistamiento	7B	Solicitud de oferta de canastas, verificación de precios y negociación	Las organizaciones que obtuvieron los puntajes por encima del corte, se contactan telefónicamente, solicitándoles los siguientes documentos: ● Certificado de existencia y representación legal no menor a 30 días ● Copia del RUT ● Copia del documento de identidad del representante legal ● Copia del RUT del representante legal ● Listado de socios activos De igual forma, la organización debe presentar la oferta de productos y el listado de precios, con el que se pretende facturar cada una de las canastas.

			La oferta de productos debe contener el detalle de cada alimento a proveer, con sus respectivas cantidades y precios unitarios. La propuesta debe entregarse en el **formato F05**. Una vez se allega la oferta, se realiza una verificación de los precios propuestos por las organizaciones de productores rurales, usando fuentes de información local, como tiendas en los barrios seleccionados y/o almacenes de cadena que manejen calidades similares a las presentadas. Se espera que los precios propuestos se encuentren por debajo de los que se encuentran en los mercados locales (tiendas de barrio). En caso de presentarse precios por encima, estos productos se eliminan de la canasta y/o se hace una nueva negociación con la organización de productores rurales para que se revisen y ajusten.
Pre operativa y/o alistamiento	8.0	Selección de organizaciones de recuperadores	Teniendo identificados los polígonos para la realización de los *Mercados Solidarios Campesinos*, se procede a identificar las organizaciones de recuperadores que trabajan en cada una de las UPZ priorizadas. Para esto se parte del listado de organizaciones que aporta la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP y que se encuentra en el archivo de Excel con el nombre de: ANEXO_3_BD_ORGANIZACIONES_RECUPERADORES_UAESP A las organizaciones identificadas se les hace una visita de campo, donde se verifican las condiciones de espacios de acopio, se les explica el programa y se les invita a participar. En caso que la organización manifieste su interés de participar se solicitan los documentos legales de la misma: ● Certificación de existencia y representación legal ● Copia del RUT ● Copia de la cédula del representante legal

	9.0	Definición de cronograma	Teniendo los beneficiarios seleccionados por cada una de las UPZ y las organizaciones de productores rurales que proveerán las canastas de alimentos, se construye el cronograma de las jornadas en cada uno de los lugares, asociándoles a cada una de estas la organización de productores rurales que atenderá el *Mercado Solidario Campesino* en la fecha establecida. Como criterio se deja un período de tiempo de quince días, entre cada una de las jornadas *de Mercados Solidarios Campesinos*.
	10.0	Solicitud de permisos de uso del espacio público	Con los lugares definidos y las fechas establecidas se procede a solicitar la autorización para el uso del espacio público, teniendo en cuenta que la radicación formal debe hacerse con al menos 15 días calendario de antelación, por lo que la primera fecha establecida en el cronograma debe contar con este lapso de tiempo.
Pre operativa y/o alistamiento	11.0	Reuniones preparatorias	
	11A	Reunión con los beneficiarios seleccionados	Al menos con cuatro días de antelación a la jornada del *Mercado Solidario Campesino*, se debe adelantar una reunión presencial con los beneficiarios seleccionados en esa UPZ. La convocatoria se realiza telefónicamente, especificando el sitio y hora de la reunión. En esta reunión se explican los derechos y deberes del programa, se presenta la información de la organización de productores rurales, que atenderá la jornada y se promueve la vinculación al espacio de compra de productos, mediante la invitación a vecinos y familiares que, sin ser beneficiarios directos de la canasta gratuita de alimentos, pueden apoyar solidariamente el esfuerzo del grupo de productores, adquiriendo los productos que traen para la venta.

	11B	Reunión con las organizaciones de productores rurales	Al menos con cinco días de antelación a la jornada del *Mercado Solidario Campesino*, se adelanta una reunión presencial con un grupo de productores, asociados a la organización. En esta reunión, se verifican las características y disponibilidad de los productos ofertados. Igualmente, se explica con detalle las actividades de preparación previas que debe realizar la organización para la jornada, que incluye el pesaje y empacado unitario de cada uno de los productos Se acuerda el lugar y la hora de llegada y, se consolida la información de las personas responsables de atender la jornada del *Mercado Solidario Campesino*. Por último, se aplica el **instrumento de diagnóstico** de la organización, que será el insumo para la construcción del plan de fortalecimiento. El instrumento de diagnóstico es el **formato F06**.
	12.0	Reunión con la organización de recuperadores	En esta reunión se presentan las fechas programadas de las jornadas de Mercados Solidarios Campesinos. Igualmente, se precisa el lugar y hora de realización de la jornada y se ratifica el compromiso de asistir al proceso de recepción del material y su posterior transporte a las instalaciones de la organización para su disposición final. Se debe recordar la necesidad de llevar un equipo para el pesado del material y sacos y/o lonas para el empacado del mismo.

Pre operativa y/o alistamiento

	13.0	Coordinación logística	Con la fechas y lugares definidos se selecciona, de ser necesario, la empresa que prestará el alquiler de las carpas y equipo de sonido. Se acuerda con la empresa seleccionada, el número de carpas requeridas por jornada y las horas de montaje de las mismas. Es indispensable incluir entre el mobiliario estibas plásticas, al menos cinco mesas con sus respectivos manteles. Se sugiere el montaje de mínimo cinco carpas, que garanticen que los asistentes pueden resguardarse en caso de presentarse lluvia durante la jornada.
Operación y/o ejecución	14.0	Montaje de carpas y mobiliario	En general, las jornadas de mercados solidarios se programan para los días sábados y/o domingos. Inician a las 10:00 a.m. y finalizan a más tardar a las 3:00 p.m. Con esos horarios, es necesario que los encargados de la logística inicien el armado de las carpas y colocación del mobiliario (mesas y estibas) a más tardar a las 7:00 a.m., para que el lugar se encuentre dispuesto de manera final a más tardar a las 8:30 a.m., dando tiempo de una hora y media para que la organización de productores rurales, disponga las canasta gratuitas de alimentos que va a entregar y monte el espacio para la venta de los productos.
Operación y/o ejecución	15.0	Recepción de alimentos y verificación de los productos	Una vez finalizado el montaje, la organización de productores descarga los productos que conforman las canastas de alimentos y pone sobre una de las mesas, una muestra de estos, con el fin que se verifique la cantidad acordada, la calidad y el estado de los mismos. No debe olvidarse que, en el proceso de manipulación de alimentos, los responsables deben llevar su tapa bocas y cofia. Este requisito debe explicarse en la reunión presencial preparatoria (actividad 10B)

	16.0	Habilitación del punto de venta	Al igual que con las canastas, la organización de productores rurales debe disponer un espacio para la venta de los productos. Es importante que para el ejercicio de venta, la organización pueda proveer bolsas adicionales para empacar las compras y tenga una báscula –preferiblemente digital, con la cual pesar los productos que los compradores demandan.
	17.0	Entrega de canastas gratuitas de alimentos y recepción del material reciclable	Al cumplirse la hora se da apertura a la entrega de las canastas gratuitas de alimentos a los beneficiarios seleccionados. Se debe verificar la identidad de la persona que reclama la canasta mediante el documento. En caso de que el beneficiario no reclame personalmente la canasta debe enviar una autorización por escrito y presentar copia de los documentos de identidad de la persona autorizada. Verificada la identidad, se hace firmar el listado de entrega en el **formato F07**, el cual hace parte integral del acta de entrega. Igualmente, se hace la recepción del material reciclable, el cual es pesado y caracterizado y cuya información se plasma en el **formato F08**. Para atender las actividades de verificación de identidad, recepción de material reciclable, entrega de canastas y punto de venta, se requiere contar con un equipo mínimo de cinco personas.
Operación y/o ejecución	18.0	Finalización de la jornada, cierre del espacio de venta y suscripción de las actas de entrega	Una vez se entrega la totalidad de las canastas gratuitas, además de que se hayan agotado los productos para la venta se cierra la jornada.

			En caso de llegar a la hora de finalización de la jornada y no aparezcan la totalidad de los beneficiarios, se procede a llamar a la lista de espera, para que recojan la canasta. El responsable de la jornada recopila la información de volúmenes de venta y cantidad de material reciclable entregado y firma las actas de la jornada. ● Acta de entrega de canastas, **formato F09** ● Acta de recolección de material recuperable, **formato F10**
	19.0	Desmonte de la infraestructura y mobiliario	Suscritas las actas se procede al desmonte de las carpas y mobiliario, garantizando que la basura y desperdicios que se hayan generado sean dispuestos de manera adecuada. El espacio público debe quedar completamente limpio. Igualmente, se debe garantizar que la organización de recuperadores, cargue el material reciclable entregado en su vehículo y que este no vaya a quedar en el sitio donde se desarrolló la jornada.
Post operación y/o evaluación	20.0	Encuestas y pagos	
	20A	Aplicación de encuesta de satisfacción	A través de llamadas telefónicas se aplica un cuestionario a una muestra de los beneficiarios evaluando la satisfacción de los productos recibidos y de la atención en la jornada. La encuesta corresponde al **formato F11**.
	20B	Pago de las canastas alimenticias	Teniendo como soporte el acta de entrega, la organización de productores emite la factura y/o documento equivalente del valor de las canastas entregadas, que corresponde a la propuesta presentada y aprobado en el punto 7B.
	21.0	Evaluación y preparación de la siguiente jornada	

Post operación y/o evaluación

	21A	Reunión de retroalimentación y preparatoria beneficiarios seleccionados	Teniendo en cuenta que, de una jornada a otra se tiene un tiempo de dos semanas, durante este período se programa una reunión presencial con los beneficiarios, previa a la realización del siguiente Mercado Solidario Campesino, donde: ● Se evalúa de manera general la jornada ● Se recuerdan las fechas de las próximas jornadas y se presenta la organización de productores rurales que asistirá ● Se desarrollan las temáticas del proceso de fortalecimiento acordadas. ● Se invita a que lleven vecinos y familiares, para que participen del espacio de venta. La información de entrega de las canastas y asistencia a las jornadas de fortalecimiento se sistematizan en la matriz Uno a Uno de beneficiarios en el **formato F12**
	21B	Reunión de retroalimentación y preparatoria organizaciones de productores rurales	En el período comprendido entre las jornadas de *Mercados Solidarios Campesinos*, se programa una reunión presencial con los miembros de la organización de productores rurales. En esta jornada se hace una evaluación de los resultados y se prepara la siguiente jornada, ratificando fechas y lugar de la misma, teniendo en cuenta que se presenta rotación de lugares. Igualmente, se desarrolla el contenido del proceso de fortalecimiento, acordado en el plan de intervención. Por último, se recoge la información para el diligenciamiento del registro SUIM y la matriz Uno a Uno de productores en el **formato F13**
Procesos Transversales	22.0	Proceso de fortalecimiento a actores participantes	

	22A	Proceso de fortalecimiento a beneficiarios de las canastas de alimentos	Las familias beneficiarias de las canastas de alimentos, además de aportar material reciclable y/o recuperable en cada una de las jornadas, adquieren el compromiso de asistir a un programa de formación, cuyos contenidos y estructura metodológica se desarrolla de manera detallada en la sección 4.1
	22B	Proceso de fortalecimiento a organizaciones de productores rurales	Como uno de los actores principales del modelo, durante la ejecución de los Mercados Sociales Campesinos, las organizaciones de productores rurales son objeto de un proceso de fortalecimiento y acompañamiento técnico, cuya estructura metodológica se desarrolla de manera detallada en la sección 4.2
	23.0	Estrategia de sostenibilidad y vinculación del sector privado, gremial y comunitario	La sostenibilidad y escalabilidad del proyecto de *Mercados Solidarios Campesinos* requiere la vinculación de otros actores diferentes a los institucionales, por lo que se hace necesario desarrollar una estrategia para la articulación de los sectores privados, gremiales y comunitarios a la estrategia, la cual se detalla en el documento titulado "*Mecanismos para la Promoción de la Vinculación del Sector Privado, Gremial y Comunitario en la Implementación de la Estrategia de Mercados Solidarios Campesinos en la ciudad de Bogotá D.C.*" El paso a paso para la implementación de la estrategia propuesta se encuentra en el documento referido.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

4. Estructura temática y metodológica de los procesos de fortalecimiento a los beneficiarios y organizaciones de productores rurales en el marco de los *Mercados Solidarios Campesinos*

Como se presentó en el aparte anterior, la actividad 22 corresponde al proceso de fortalecimiento, el cual se detalla a continuación:

Tabla 3. Estructura propuesta del proceso de fortalecimiento de los grupos de beneficiarios en el marco de los Mercados Solidarios Campesinos

Jornadas / Sesiones		Temáticas y contenidos	Horas
1ra jornada	Sesión 1	¿Qué son los *Mercados Solidarios Campesinos*? Deberes y derechos como beneficiarios	1,0
	Sesión 2	Ciudadanía alimentaria y consumo responsable	1,0
		Subtotal	**2,0**
2da jornada	Sesión 3	Evaluación 1ra jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 4	Hábitos de alimentación saludable. Preparaciones alternativas de alimentos	2,0
		Subtotal	**3,0**
3ra jornada	Sesión 5	Evaluación 2da jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 6	Agricultura urbana y métodos caseros de producción de alimentos	1,0
		Subtotal	**3,0**
4ta jornada	Sesión 7	Evaluación 3ra jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 8	Procesos de recuperación en el hogar. Separación en la fuente.	2,0
		Subtotal	**3,0**
		TOTAL	**11,0**

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

De acuerdo con la estructura propuesta en la tabla anterior, el proceso de capacitación y formación a los grupos de beneficiarios, tiene una arquitectura mínima compuesta por cuatro jornadas de trabajo y un total, mínimo, de once horas.

Se sugiere que las temáticas se aborden a través de ejercicios de aprender haciendo. Adicionalmente, el proceso de capacitación de los beneficiarios podría incluir, formas y recetas para la preparación de alimentos, para lo cual sería indispensable contar con un equipo de cocineros, que por medio de actividades prácticas ayuden a elaborar alimentos,

que no tienen un hábito de consumo, pero que son indispensables para una buena nutrición.

Tabla 4. Estructura propuesta del proceso de fortalecimiento de las organizaciones de productores rurales en el marco de los Mercados Solidarios Campesinos

Jornadas / Sesiones		Temáticas y contenidos	Horas
1ra jornada	Sesión 1	Diagnóstico inicial	1,0
	Sesión 2	¿Qué son los *Mercados Solidarios Campesinos*? Filosofía y marco conceptual de la estrategia	2,0
		Subtotal	**3,0**
2da jornada	Sesión 3	Construcción del Plan de fortalecimiento	2,0
	Sesión 4	Preparación 1ra jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
		Subtotal	**3,0**
3ra jornada	Sesión 5	Evaluación 1ra jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 6	Primera actividad de fortalecimiento	2,0
		Subtotal	**3,0**
4ta jornada	Sesión 7	Evaluación 2da jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 8	Segunda actividad de fortalecimiento	2,0
		Subtotal	**3,0**
5ta jornada	Sesión 9	Evaluación 3ra jornada de *Mercados Solidarios Campesinos*	1,0
	Sesión 10	Tercera actividad de fortalecimiento	2,0
	Sesión 11	Diagnóstico de salida	1,0
		Subtotal	**4,0**
		TOTAL	**16,0**

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

De acuerdo con la estructura propuesta en la tabla anterior, el proceso de fortalecimiento a las organizaciones de productores rurales, tiene una arquitectura mínima compuesta por cinco jornadas de trabajo.

Como recomendación, las organizaciones de productores rurales seleccionadas para proveer las canastas de alimentos, deberían suscribir un acuerdo de compromiso con el plan de fortalecimiento, que garantice la asistencia del grupo de productores a las sesiones concertadas. Un borrador del acuerdo se encuentra en el **formato F14**.

La primera jornada comprende la aplicación del diagnóstico inicial a la organización, cuyo instrumento corresponde al **formato F6**, que arroja una salida gráfica, mostrando las

brechas en cada uno de los componentes. A partir de los resultados que arroja el diagnóstico, se construye el plan de fortalecimiento, que corresponde al **formato F15**. Esta es una actividad de la segunda jornada.
El plan de fortalecimiento debe orientarse a cerrar las brechas identificadas en el diagnóstico inicial, por lo que las actividades propuestas deben tener una estructura relacional. Las temáticas y métodos utilizados, hacen parte de la concertación que se debe realizar con la organización y el grupo de productores que participará del proceso de fortalecimiento.

Sugerencia. El proceso de capacitación y fortalecimiento de los productores rurales, debe ser el resultado del diagnóstico y orientarse al cierre de brechas. Tener temáticas pre establecidas, limita el ejercicio y lo condiciona a temáticas que en la práctica no sean de interés del grupo participantes.

Como marco conceptual se sugiere que para la construcción del plan de fortalecimiento se tengan en cuenta las metodologías y herramientas de extensión rural propuesta por la FAO.

Tabla 5. Principales metodologías para los procesos de extensión rural

Principales metodologías de Extensión Rural	
1.0	Campesino a Campesino (CaC)
2.0	Escuela de Campo para Agricultores (ECA)
3.0	Investigación Acción Participativa (IAP)
4.0	Innovación Rural Participativa (IRP)
5.0	Capacitación para la Participación Campesina (CAPACA)
6.0	Metodología Participativa en el Medio Rural
7.0	Metodología Participativa de extensión rural para el desarrollo sustentable (MEXPAR)

Fuente: FAO, 2021

Tabla 6. Principales herramientas de extensión rural

Principales herramientas de extensión rural	
1.0	Visita individual
2.0	Días de campo
3.0	Giras técnicas
4.0	Demostraciones de método
5.0	Demostraciones de resultado
6.0	Parcelas demostrativas
7.0	Diagnóstico participativo de campo
8.0	Diagrama de Venn
9.0	Jerarquización de problemas según su frecuencia

Fuente: FAO, 2021

Sugerencia. Dependiendo de la metodología y actividades seleccionadas se requiere de insumos y presupuesto para su realización, el cual debería contemplarse como obligación desde el inicio del proceso.

5. Matriz de roles y responsabilidades en las actividades de los *Mercados Solidarios Campesinos*

De acuerdo con el esquema presentado en Ilustración 2, a continuación se presentan los roles y responsabilidades de los actores en cada una de las actividades propuesta para el paso a paso de los *Mercados Solidarios Campesinos*.

La valoración de los roles y responsabilidades se hizo desde la mirada integral del proyecto, teniendo en cuenta las competencias propias de cada uno de los actores que participan en las diferentes etapas.

En las columnas de la tabla se listan los actores que participan a lo largo de los *Mercados Solidarios Campesinos*. Cada fila especifica los roles y responsabilidades de los actores en cada uno de los pasos y actividades.

La valoración horizontal de roles y responsabilidades permite identificar diferentes niveles de participación y necesidades de coordinación para el logro de los resultados esperados.

La valoración de responsabilidades debe considerar el rol específico, teniendo en cuenta la definición que se hace de cada uno de estos, así:

Tabla 7. Definición de los roles

Rol	Abreviatura	Definición
Responsable	**R**	Líder principal del proceso y/o actividad, por norma, encargo o procedimientos formales. Se encarga de gestionar el proceso y/o la actividad.
Corresponsable	**C**	Comparte la responsabilidad del proceso y/o actividad, pero no la lidera. Tiene algunas tareas asignadas.
Actor	**I**	Actor que comparte intereses y objetivos con el proceso y/o actividad pero no tiene ningún rol en su ejecución.
Autoridad	**A**	Autoridad que vigila o supervisa la ejecución del proceso y/o actividad. Constituye una fuente de consulta.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 20215

A continuación, se presenta la matriz de roles y responsabilidades:

Tabla 8. Matriz de roles y responsabilidades para cada una de las actividades del paso a paso de los *Mercados Solidarios Campesinos*

#	Actores	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Operador	Familias Beneficiarias	Organizaciones de Productores Rurales	Alcaldías locales y municipales	Juntas de Acción Comunal	Sector privado y gremial
1.0	Selección de las localidades y UPZ	**R**	I	I	I	C	I	I
2.0	Selección de polígonos (barrios)	C	**R**	I	I	I	I	I
3.0	Coordinación con entidades locales y JAC	C	**R**	I	I	C	I	I
4A	Divulgación con los beneficiarios potenciales	C	**R**	I	I	C	C	I
4B	Divulgación con organizaciones rurales	C	**R**	I	C	C	I	I
5A	Inscripción potenciales beneficiarios	A	**R**	C	I	C	C	I
5B	Inscripción potenciales organizaciones rurales	A	**R**	I	C	C	C	I
6A	Selección beneficiarios	A	**R**	I	I	I	C	I
6B	Selección organizaciones rurales	A	**R**	I	I	C	C	I
7A	Solicitud de soportes a beneficiarios	A	**R**	**R**	I	I	C	I
7B	Solicitud de oferta de canastas y negociación	A	**R**	I	**R**	I	I	I
8.0	Selección de organizaciones de recuperadores	C - A	**R**	I	I	I	I	I
9.0	Definición de cronograma	**R**	**R**	I	I	I	I	I
10.0	Solicitud permisos de uso espacio público	**R**	C	I	I	I	I	I
11A	Reunión preparatoria beneficiarios	A	**R**	C	I	I	C	I
11B	Reunión preparatoria organizaciones rurales	A	**R**	I	C	I	I	I
12.0	Reunión preparatoria recuperadores	A	**R**	I	I	I	I	I
13.0	Coordinación logística	A	**R**	I	I	I	C	I

Convenio 1383-2024 SDDE

#	Actores	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Operador	Familias Beneficiarias	Organizaciones de Productores Rurales	Alcaldías locales y municipales	Juntas de Acción Comunal	Sector privado y gremial
14.0	Montaje de carpas y mobiliario	A	**R**	I	I	I	I	I
15.0	Recepción de alimentos y verificación	A	**R**	I	C	I	I	I
16.0	Habilitación del punto de venta	A	C	I	**R**	I	I	I
17.1	Entrega de canastas de alimentos	A	**R**	**I**	C	I	I	I
17.2	Entrega y recepción de material recuperable	A	C	**R**	I	I	I	I
18.0	Cierre del mercado y suscripción de actas	C	**R**	I	C	I	I	I
19.0	Desmonte de infraestructura	A	C	I	I	I	I	I
20A	Aplicación encuestas beneficiarios	A	**R**	C	I	I	I	I
20B	Pago canastas entregadas	A	**R**	I	C	I	I	I
21A	Retroalimentación beneficiarios y preparación	A	**R**	C	I	I	I	I
21B	Retroalimentación productores y preparación	A	**R**	I	C	I	I	I
22A	Fortalecimiento a beneficiarios	A	**R**	C	I	I	I	C
22B	Fortalecimiento a productores rurales	A	**R**	I	I	I	I	C
23.0	Estrategia de sostenibilidad	**R**	C	C	C	C	C	**R**

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

Por último, se entrega un paquete de instrumentos que ayudan al desarrollo de algunas de las actividades relacionadas en el numeral 3 y que se relacionan a continuación:

Tabla 9. Relación de anexos del proceso

Anexo	Descripción
Anexo 1	Procedimiento para la clasificación y selección de UPZ
Anexo 2	Información de los polígonos visitados
Anexo 3	Acta de reunión
Anexo 4	Listado para la preinscripción de beneficiarios potenciales
Anexo 5	Oferta de canastas de alimentos
Anexo 6	Diagnóstico para las organizaciones de productores rurales
Anexo 7	Relación de entrega de canastas de alimentos
Anexo 8	Relación de material recuperable entregado
Anexo 9	Acta entrega de alimentos
Anexo 10	Acta de recibo de material reciclable y/o recuperable
Anexo 11	Encuesta de satisfacción
Anexo 12	Matriz Uno a Uno de beneficiarios
Anexo 13	Matriz Uno a Uno de productores
Anexo 14	Acuerdo de compromiso con el plan de fortalecimiento
Anexo 15	Plan de fortalecimiento organizaciones de productores rurales

6. Bibliografía

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO. (2021). Herramientas y Buenas Prácticas de Extensión para la Agricultura Familiar: experiencias desde Brasil y Colombia. Cooperación Brasil- Colombia

Gamboa, I. (2025). Mecanismos para la promoción de la vinculación del sector privado, gremial y comunitario en la implementación de la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* en la ciudad de Bogotá D.C. Fundación Escala al Desarrollo.

Giraldo, A. M. (2017). Redes y circuitos económicos cooperativos para la innovación social.

Mance, E. (1999). A revolução das redes: a colaboração solidaria como uma alternativa pos-capitalista a globalização atual. Editorial Voces.

Razeto, L. (2009). Lecciones de Economía Solidaria. Revista crítica de ciencias sociales.

Razeto, L. (2010). Papeles ecosociales y cambio global.

Mecanismos para la Promoción de la Vinculación del Sector Privado, Gremial y Comunitario en la Implementación de la Estrategia de Mercados Solidarios Campesinos en la ciudad de Bogotá D.C.

Abril de 2025

Contenido

1. Introducción y alcance 4

2. Valor agregado y elementos diferenciales de la estrategia de *Mercados Campesinos Solidarios* 4

3. Revisión de las estrategias existentes de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a programas de lucha contra el hambre 7

3.1 Banco de Alimentos de Bogotá 7

3.2 Acción Contra el Hambre Colombia 10

3.3 UNICEF Colombia 10

3.4 Fundación Éxito Colombia 11

4. Estrategia de sostenibilidad y mecanismos de participación del sector privado, gremial y comunitario en los *Mercados Solidarios Campesinos* 11

5. Propuesta de Paso a paso para la articulación del sector privado, gremial y comunitario a los *Mercados Solidarios Campesinos* 17

5.1 Paso a paso para la implementación del mecanismo propuesto para la vinculación del sector privador, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*. 17

5.2 Roles y responsabilidades de los principales actores identificados en el diseño e implementación del mecanismo de participación propuesto. 18

Lista de tablas

Tabla 1. Fuentes de alimentos y bienes que ingresaron al Banco de Alimentos en el año 2024 8

Tabla 2. Resumen de los mecanismos de participación de los diferentes actores en los *Mercados Solidarios Campesinos* 16

Tabla 3. Principales actividades propuestas para el diseño e implementación del mecanismo de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* 18

Tabla 4. Elementos generales de las actividades propuestas para la implementación del mecanismo de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* 18

Tabla 5. Definición de los roles 19

Tabla 6. Matriz de Roles y Responsabilidades para el diseño e implementación del mecanismo propuesto para la vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* 21

Lista de Figuras

Figura 1. Dinámica de las ventas de productos ofertados por las organizaciones de productores rurales en el polígono Nuevo Portal, de la UPZ Alfonso López de la localidad de Usme, en las tres jornadas de Mercados Solidarios Campesinos 6

Figura 2. Donantes en especie y efectivo al Banco de Alimentos en el año 2024 9

Figura 3. Financiadores de Acción Contra el Hambre 10

Figura 4. Esquema de participación de los diferentes actores en la Estrategia de Mercados Solidarios Campesinos 13

Figura 5. Ejemplo de recaudo de donaciones en efectivo a través de cajas o puntos de pago de empresas privadas 15

Mecanismos para la Promoción de la Vinculación del Sector Privado, Gremial y Comunitario en la Implementación de la *Estrategia de Mercados Solidarios Campesinos* en la ciudad de Bogotá D.C.

1. Introducción y alcance

El presente documento expone la propuesta de mecanismos que la Fundación Escala al Desarrollo plantea con el objetivo de promover la vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos* que busca implementar la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) en la ciudad de Bogotá D.C.

Como antecedentes se refiere que, durante el último trimestre del año 2024 y primer trimestre del año 2025, la Fundación Escala al Desarrollo -como operador del convenio 1383 del 2024- desarrolló el proyecto piloto de *Mercados Solidarios Campesinos* en cuatro localidades de Bogotá D.C., lo que le permitió recopilar una serie de aprendizajes y experiencias, sobre las cuales se construyó la propuesta que aquí se presenta.

2. Valor agregado y elementos diferenciales de la estrategia de *Mercados Campesinos Solidarios*

A diferencia de los Mercados Campesinos que se vienen desarrollando periódicamente en algunos lugares definidos en la ciudad de Bogotá D.C., los *Mercados Solidarios Campesinos*, en esta ocasión, fueron directamente a los barrios seleccionados lo que acercó a las familias vulnerables a espacios de compra presencial, reduciendo de esta manera el esfuerzo que deben realizar para desplazarse y, logrando que los mismos productores agropecuarios expusieran y promovieran su portafolio de productos agrícolas y transformados, de manera directa.

- **La reducción del esfuerzo físico y económico, asociado al desplazamiento para acceder a los mercados campesinos, constituye un valor agregado de la estrategia y garantiza una mayor concurrencia por parte de las familias vulnerables a los espacios de comercialización e intercambio.**

Por otro lado, la entrega de canastas de alimentos, pagadas con recursos del convenio, permitió a las organizaciones campesinas tener asegurado un volumen de venta con el cual cubrir los costos asociados a la operación logística y comercial.

Las jornadas de fortalecimiento realizadas con las organizaciones de productores rurales participantes en los *Mercados Solidarios Campesinos* ratificaron que, para poder llegar a los espacios en cada uno de los barrios, las organizaciones de productores deben realizar actividades de acopio, selección, empacado, transporte y coordinación que demandan no sólo esfuerzos humanos sino económicos.

- **Contar con un volumen de compra asegurado no sólo permite a las organizaciones de productores rurales cubrir los costos asociados a la logística y operación, sino que disminuye el riesgo que estos deben asumir al disponer un volumen de alimentos perecederos que, de no llegar a ser vendidos, se hace muy difícil su devolución a la fuente primaria, sufriendo en el proceso de carga-descarga y transporte, pérdidas significativas de calidad, lo que castiga fuertemente el precio final de venta.**

Por último, que los beneficiarios de las canastas de alimentos seleccionados en cada una de las localidades y UPZ, tuvieran que hacer parte de un proceso de capacitación presencial, sirvió para que los elementos filosóficos de la estrategia fueran conocidos y se incorporaran dentro del grupo de familias beneficiarias.

Dentro de los elementos filosóficos a resaltar se encuentran:

- Acercar la oferta y la demanda, mediante la vinculación de las organizaciones de productores rurales y los grupos de familias vulnerables, estableciendo un vínculo directo que disminuye los eslabones de intermediación de la cadena de abastecimiento de alimentos, enmarcados en un modelo de circuitos cortos de comercialización.

- Promover una alimentación saludable, a través de la entrega de canastas de alimentos conformadas principalmente por productos agrícolas y pecuarios primarios como son: frutas y verduras y productos agroindustriales como lácteos y sus derivados.

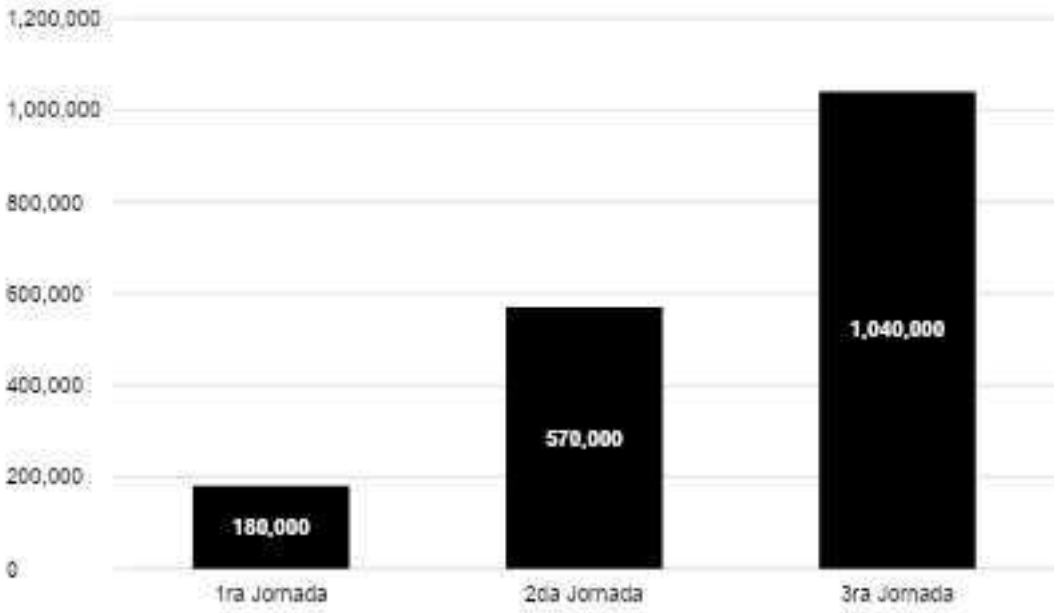
- Generar una corresponsabilidad de los beneficiarios que reciben las canastas de alimentos, quienes deben hacer parte de un proceso de formación, además de entregar material reciclable y/o recuperable, en contraprestación a la canasta recibida.

- Combatir la inseguridad alimentaria mediante esquemas de solidaridad, que permita la vinculación de actores institucionales, privados y comunitarios.

Los espacios de formación con las familias beneficiarias facilitaron la promoción de los espacios de compra de los productos agropecuarios, mediante el voz a voz, estrategia que permitió -que con el transcurrir de las jornadas- los volúmenes de ventas se fueran incrementando.

A manera de ejemplo, se presenta la dinámica de las ventas realizadas por las organizaciones de productores rurales en el polígono (barrio) Nuevo Portal / Nuevo Porvenir localizado en la UPZ Alfonso López de la localidad de Usme.

Figura 1. Dinámica de las ventas de productos ofertados por las organizaciones de productores rurales en el polígono Nuevo Portal, de la UPZ Alfonso López de la localidad de Usme, en las tres jornadas de *Mercados Solidarios Campesinos*



Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

La primera jornada de *Mercados Solidarios Campesinos* en el polígono (barrio) Nuevo Progreso / Nuevo Porvenir fue atendida por la organización de productores rurales CAPROLAVE del municipio de Venecia (Cundinamarca), en la cual los productores comercializaron directamente un valor de $180.000; la segunda jornada de *Mercados Solidarios Campesinos* fue atendida por la organización de productores rurales APROLECHO del municipio de Chocontá (Cundinamarca), en la cual los productores vendieron un valor de $570.000, que representa un incremento del 216,7% con respecto a la primera jornada.

La tercera y última jornada de *Mercados Solidarios Campesinos* en el polígono (barrio) Nuevo Progreso / Nuevo Porvenir fue atendida por la organización ASOCOLFRUVER del municipio de Nuevo Colón (Boyacá) y en esta jornada, esta organización logró ventas directas por valor de $760.000. Adicionalmente, del *Mercado Solidario Campesino* del polígono de La Flora, realizado en día anterior, quedaron productos que se llevaron a esta jornada, logrando vender adicionalmente $280.000, para un monto total de $1.040.000 que representa un incremento en las ventas de 82,5%, con respecto a la segunda jornada.

Los incrementos progresivos en las ventas directas por parte de las organizaciones de productores rurales, muestran como las familias del polígono fueron apropiándose del espacio y de la estrategia, promoviendo con el transcurrir de las jornadas una mayor participación de los vecinos y otras familias, para adquirir los productos de los campesinos.

- **Generar espacios de trabajo con los beneficiarios de las canastas gratuitas de alimentos, permite que la estrategia no se conciba únicamente como un subsidio, generando corresponsabilidad y solidaridad -en los que reciben el**

mercado gratuito- para consolidar el verdadero sentido del término "mercado" promoviendo que más personas participen de la compra de productos y que el espacio se consolide para que las organizaciones de productores rurales, hagan el ejercicio comercial de manera autónoma.

La estrategia logra beneficiar a los dos actores relevantes para la seguridad alimentaria.

En un extremo se encuentran los productores rurales que, a través de su esfuerzo físico y económico, garantizan la disponibilidad de alimentos a las ciudades y quienes constantemente se quejan de la baja retribución que reciben por su trabajo rural, que no compensa el esfuerzo, debido entre otras causas a excesiva intermediación en la cadena de distribución.

En el otro extremo se ubican las familias de bajo ingresos, con niveles de inseguridad alimentaria grave y moderado, que por barreras de tipo socio-económico, ven limitado el acceso a los alimentos en cantidad y calidad. Muchas de estas familias tienen como jefes de hogar a personas mayores de 60 años, que ya no logran vincularse al mercado laboral y en algunas ocasiones, con miembros que presentan condiciones de discapacidad, lo que hace que deban cuidarlos permanente lo que reduce sustancialmente, el tiempo para desarrollar actividades laborales remuneradas.

- **Beneficiar a los dos actores principales que aportan a la seguridad alimentaria, es sin duda, un acierto de la estrategia y permite que con un esfuerzo sencillo se logren beneficios en ambos extremos, al lograr un acercamiento real entre productores y consumidores.**

3. Revisión de las estrategias existentes de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a programas de lucha contra el hambre

Con el propósito que los mecanismos propuestos no compitan con los que actualmente se implementan en el país, se presentan a continuación las características principales de algunos proyectos o programas de organizaciones que trabajan en la lucha contra el hambre en Colombia.

3.1 Banco de Alimentos de Bogotá

Es un proyecto liderado por la iglesia católica a través del cual se articulan los esfuerzos de la empresa privada, la academia y las organizaciones sin ánimo de lucro, para ayudar a poblaciones en condiciones de vulnerabilidad que sufren inseguridad alimentaria y desnutrición.

Reciben donaciones en forma de alimentos y bienes, las cuales son clasificadas, almacenadas y posteriormente distribuidas, por medio de fundaciones y/o parroquias, a familias y/o personas que lo necesitan.

De acuerdo a lo publicado en su informe de gestión del año 2024, el Banco de Alimentos recibió aportes a través de tres líneas como se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 1. Fuentes de alimentos y bienes que ingresaron al Banco de Alimentos en el año 2024

#	Fuente	Valor Monetario (cifras en millones)	Volumen de Alimentos (kg)
01	Donaciones en especie	$ 54.217	11.438.613
02	Ingresos en efectivo	$ 39.133	-
03	Compra de productos	$ 28.784	9.017.963
	Total	**$ 122.134**	**20.456.576**

Fuente: Informe de gestión Banco de Alimentos, 2024

En cuanto al valor de la operación, según el mismo informe, del total de recursos gestionados el 92% se entregan como ayudas directas y el 8% se destinan a cubrir los gastos administrativos.

La gestión de recursos se hace a través de diferentes estrategias como son:

- Responsabilidad Social Empresarial - RSE
- Programa CORABASTOS
- Programa de Recuperación de Excedentes Agrícolas – PREA
- Voluntariado corporativo
- Vinculación académica
- Donaciones en especie

De acuerdo al monto y tipo de donación, clasifican a los donantes en cinco niveles, así:

- Titanio
- Platino
- Diamante
- Oro
- Rubi

Posee un abanico completo de estrategias, por medio de las cuales, se pueden vincular los interesados y un conjunto de donantes privados amplio, como se muestra en la siguiente imagen.

Figura 2. Donantes en especie y efectivo al Banco de Alimentos en el año 2024



Fuente: Informe de gestión Banco de Alimentos, 2024

3.2 Acción Contra el Hambre Colombia

Es una organización humanitaria internacional que lucha contra las causas y efectos del hambre.

Apropian recursos a través de donaciones nacionales e internacionales, apoyados en la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.

Tienen diferentes sectores de acción, entre los que se encuentran:

- Salud y nutrición
- Agua, saneamiento e higiene
- Seguridad alimentaria y medios de vida
- Transferencias monetarias

Entre sus principales socios financiadores se encuentran:

Figura 3. Financiadores de Acción Contra el Hambre

Fuente: https://accioncontraelhambre.co, 2025

3.3 UNICEF Colombia

La oficina de las Naciones Unidas para la Infancia y Adolescencia, es un organismo de cooperación internacional que, entre otras actividades gestiona recursos por medio de donaciones para atender la niñez en diversos temas, dentro de los cuales se incluye la alimentación y nutrición.

Dentro de las opciones de donaciones se encuentra unas de tipo mensual, que descuentan de las cuentas bancarias de las personas naturales, que voluntariamente se articulan a esta estrategia.

3.4 Fundación Éxito Colombia

Es una entidad sin ánimo de lucro con la misión de erradicar la desnutrición crónica en Colombia para el 2030. Fundada en 1982, desde el año 2013, lideran los aportes que realiza el Grupo Éxito para alcanzar la desnutrición cero en menores de 5 años del país.

Operan como una fundación de segundo nivel, por lo que trabajan en convenio con instituciones y organizaciones sociales expertas en la atención materno infantil.

Dentro de sus instrumentos posee un bono, que ofrecen a las personas naturales, al momento de cancelar sus compras en los diferentes establecimientos del Grupo Éxito, conocidas como “goticas” que alimentan.



4. Estrategia de sostenibilidad y mecanismos de participación del sector privado, gremial y comunitario en los *Mercados Solidarios Campesinos*

A partir del análisis de las estrategias y mecanismos que actualmente se desarrollan en Colombia y Bogotá D.C., para combatir la inseguridad alimentaria y la malnutrición, en este aparte de describe que la propuesta de estrategia para hacer sostenible los *Mercados Solidarios Campesinos* y como en el marco de esta, se proyectan los mecanismos por medio de los cuales se pueden articular diferentes actores.

Como se expuso en el aparte No. 2, la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, cuenta con un elemento diferenciador cuando se compara con las otras estrategias, programas y proyectos que se presentaron en el aparte No. 3 y es que, mientras aporta a la reducción de la inseguridad alimentaria de las familias vulnerables, simultáneamente apoya los procesos organizativos de los productores rurales organizados y los articula a espacios de comercialización directa que precisan de una estructura colectiva de trabajo, al mismo tiempo que mejoran sus ingresos al posibilitar la venta de sus productos a un mejor precio, lo que se logra mediante la reducción de los eslabones de intermediación en la cadena de distribución.

La definición de la estrategia propuesta responde a los siguientes principios:

- La vinculación de cualquier actor a los *Mercados Campesinos Solidarios* en Bogotá D.C., debe garantizar que **TODOS** obtengan un beneficio.

- Su implementación debe ser práctica y sencilla y, con mínimos requerimientos de recursos económicos para su operación y administración.

- No debe competir con estrategias consolidadas que cuentan con equipos de trabajo conformados y trabajo con actores relevantes

Bajo los principios anteriores, se propone que la estrategia de sostenibilidad de los *Mercados Solidarios Campesinos* se centre en **ampliar la cobertura de las donaciones en efectivo que realizan las personas naturales, a través del instrumento de compra de pequeños bonos solidarios, que pueden recibir el nombre de "Gotas de Solidaridad".**

Es un instrumento similar al utilizado por la Fundación Éxito, solo que en este se resalta la promesa de valor de los *Mercados Solidarios Campesinos* que se soporta en el logro de beneficios simultáneos en dos grupos poblacionales así: por un lado, en la población vulnerable en situación de inseguridad alimentaria y nutricional y por el otro, en los productores rurales campesinos articulados a esquemas asociativos de trabajo y comercialización.

Un análisis a las cifras de donaciones en efectivo que personas naturales hicieron al Banco de Alimentos en el año 2024, muestra que estas sumaron cerca de 3.304 millones de pesos y representan el 8% del total de los ingresos (Informe de gestión del Banco de Alimentos, 2024).



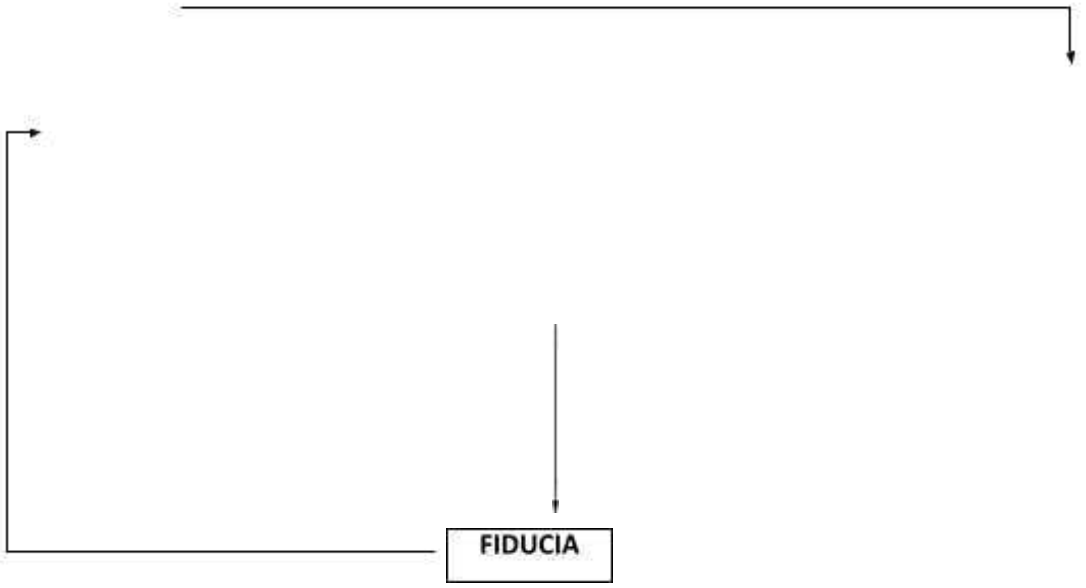
El instrumento de "Gotas de Solidaridad" no entra a competir con las donaciones que el sector privado ya viene haciendo para la superación del hambre y la mal nutrición y, sólo requiere que estos actores promuevan a través de una

estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, la adquisición -en las cajas y/o puntos de pago- de los bonos, al momento que las personas naturales cancelen sus compras.

Al cierre de cada mes, las entidades que recaudan las “Gotas de Solidaridad” transfieren los recursos en efectivo a una Fiducia, que se encarga de hacer los pagos directamente a las organizaciones de productores rurales participantes, mediante un mandamiento de pago que realiza la Secretaría de Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), previa certificación de la entrega de las canastas de alimentos a las familias vulnerables seleccionadas.

Un esquema de la estrategia propuesta se presenta a continuación:

Figura 4. Esquema de participación de los diferentes actores en la Estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*



Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

El mecanismo propuesto requiere de la conjunción de pequeños esfuerzos y parte de otorgar un rol a cada uno de los participantes, acorde a sus competencias y sus funciones, quitándole al sector privado la necesidad de realizar donaciones, escenario en el que se entraría a competir con las plataformas ya existentes, que se presentaron en el aparte No. 3 del documento.

Sin embargo, si el sector privado, gremial y comunitario, desea realizar donaciones en efectivo, la bolsa de la fiducia puede recibirlas y entrarían al esquema propuesto por la estrategia de *Mercados Solidarios Campesino*s, sin mayores complicaciones.

A través de las donaciones en efectivo, el sector privado obtiene beneficios fiscales como son:

- Descuento tributario del 25% a la renta líquida, para donaciones en efectivo.
- Descuento tributario del 37% -según la ley 2380-, para las donaciones de alimentos aptos para el consumo humano y bienes de higiene y aseo.

En caso de que se hagan donaciones en especie, la estrategia debe contemplar un soporte logístico para su recolección, clasificación y entrega final.

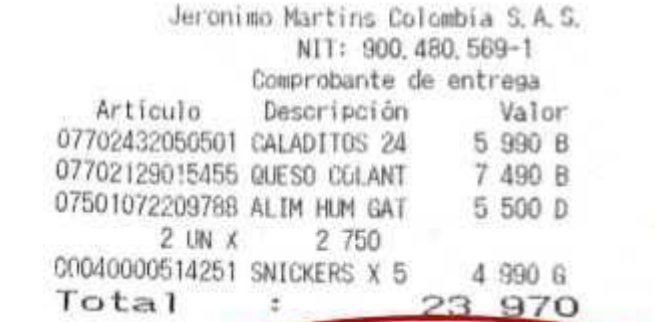
Se trata de construir un esquema de Alianza Público – Privada, entre el gobierno distrital y el sector privado soportada bajo un esquema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que busca que las empresas promuevan la adquisición de los bonos solidarios “Gotas de Solidaridad”, habilitando sus plataformas de pago, al mismo tiempo que reciben reconocimiento público por su participación en la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*.

Los recursos públicos que aportan las entidades distritales, estarían destinados a cubrir las actividades operativas de soporte, como son la selección y capacitación de las familias vulnerables, así como la habilitación de los espacios de venta y entrega de canastas alimenticias, cuya operación estaría a cargo de las organizaciones de productores rurales, previo a un proceso de capacitación.

Las entidades distritales serían las responsables de seleccionar las familias vulnerables, mediante la aplicación de criterios de focalización territorial y de verificación de las condiciones de vulnerabilidad, relacionadas con la inseguridad alimentaria y mal nutrición.

Una exploración rápida de estos mecanismos, permite mostrar que, varias empresas ya cuentan con estos programas y que recaudan donaciones en efectivo a través de sus cajas o puntos de pagos, como se puede ver en la siguiente imagen.

Figura 5. Ejemplo de recaudo de donaciones en efectivo a través de cajas o puntos de pago de empresas privadas



Jeronimo Martins Colombia S.A.S.
NIT: 900.480.569-1
Comprobante de entrega

Artículo	Descripción	Valor
07702432050501	CALADITOS 24	5 990 B
0770212901545S	QUESO COLANT	7 490 B
07501072209788	ALIM HUM GAT	5 500 D
2 UN X	2 750	
00040000514251	SNICKERS X 5	4 990 G
Total	:	23 970

Como puede verse en la imagen anterior, Tiendas ARA (Jeronimo Martins Colombia S.A.S.) recauda dinero en efectivo proveniente de las devoluciones del pago de las compras, cuando los valores del cambio, no cuenta con monedas o denominaciones para entregarlas en efectivo.

Estas donaciones, que son hechas por los compradores (personas naturales), tiene un alto nivel de opacidad, pues en muy pocas ocasiones se conoce el destino y manejo de las mismas y, por otro lado, el donante no tiene la posibilidad de decidir hacia donde van dirigidas.

Lo anterior, muestra que existe un espacio de trabajo interesante para el mecanismo de vinculación propuesto que, acompañado de una campaña de publicidad robusta, incremente las donaciones que realizan los compradores (personas naturales) y mejore la transparencia del destino de los mismos, a través de rendiciones de cuentas y presentación de resultados.

En el mecanismo propuesto, tanto el sector privado como las entidades distritales, participarían conjuntamente en la implementación de la campaña de difusión para dar a conocer los beneficios de la estrategia, sus elementos diferenciales y los resultados que se proyectan alcanzar.

Si el mecanismo aquí propuesto es aceptado, se puede platear una meta de recaudo para el primer año cercana a los quinientos millones de pesos, lo que representa la adquisición

de quinientas mil “Gotas de Solidaridad” (41.666 gotas mensuales por un valor unitario de $1.000 pesos). De alcanzarse este resultado, con esos recursos podría beneficiarse a cerca de 230 familias, que recibirían dos canastas gratuitas por mes, durante doce meses al año.

Se trataría de una intervención permanente, en procura de garantizar una canasta de alimentos al menos por un año.

Es un mecanismo sencillo, práctico y de fácil implementación.

Existen otros actores que pueden tener interés en la estrategia y que pueden vincularse a esta a través de sus roles propios. Este el caso de la academia, especialmente, los programas de nutrición y salud, que pueden realizar un seguimiento a los indicadores que arroja la intervención y complementar los procesos de formación relacionados con temas como ciudadanía alimentaria y hábitos saludables de alimentación. La academia puede también actuar como veedor y avalar los resultados obtenidos, garantizando la transparencia en el manejo y administración de los recursos.

Igualmente, otros actores institucionales pueden vincularse a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, como las gobernaciones, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR, la Agencia de Desarrollo Rural – ADR, apoyando los procesos de las organizaciones de productores rurales, de acuerdo con sus roles y oferta institucional existente.

A partir de lo expuesto anteriormente, en la siguiente tabla se resumen los mecanismos a través de los cuales el sector privado, gremial y comunitario se puede vincular a los *Mercados Solidarios Campesinos*.

Tabla 2. Resumen de los mecanismos de participación de los diferentes actores en los *Mercados Solidarios Campesinos*

Mecanismo	Descripción
Responsabilidad Social Empresarial - RSE	Habilitando en sus espacios de pago, la compra de los bonos solidarios Promoviendo la adquisición de los bonos solidarios al momento de cancelar las compras.
Donaciones en efectivo	Haciendo donaciones en efectivo que van a la bolsa de recursos para la adquisición de las canastas de alimentos a las organizaciones de productores rurales. Destinando parte de las donaciones en efectivo que recaudan a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*.

Mecanismo	Descripción
Banco de tiempo	Participando en la realización de las jornadas de *Mercados Solidarios Campesinos* en los barrios, apoyando la logística, registro y otros procesos Participando en los procesos de capacitación y acompañamiento a los grupos de beneficiarios y/o a los asociados de las organizaciones de productores rurales. Actuando como veedores del proceso, haciendo una labor de auditoría y control a los recursos recogidos y entregados.
Donaciones en especie	Donando productos próximos a vencer, que pueden incorporarse a las canastas de alimentos gratuitas que se entregan. Si se habilita este mecanismo se debe proyectar los requerimientos logísticos y administrativos necesarios.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

5. Propuesta de Paso a paso para la articulación del sector privado, gremial y comunitario a los *Mercados Solidarios Campesinos*

En este aparte se esboza de manera general, el paso a paso para implementar el mecanismo propuesto para la vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*. Igualmente, se presenta la matriz de roles y responsabilidad de las entidades y/o actores identificados para su implementación.

5.1 Paso a paso para la implementación del mecanismo propuesto para la vinculación del sector privador, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*.

Como insumo para la puesta en marcha del mecanismo de vinculación propuesto, a continuación, se presentan los pasos generales a considerar, los cuales se organizan en dos etapas, así:

Tabla 3. Principales actividades propuestas para el diseño e implementación del mecanismo de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*

1.0 Diseño	1.1	Conformación del equipo de trabajo.
	1.2	Construcción del mapa estratégico de actores.
	1.3	Construcción del soporte jurídico de acuerdo con la figura seleccionada para el recaudo y la administración de las donaciones en efectivo y/o especie.
	1.4	Construcción de la estrategia publicitaria y comunicativa.
	1.5	Realización de reuniones exploratorias con actores seleccionados para la presentación del mecanismo y retroalimentación del diseño y soporte jurídico del mismo.
	1.6	Ajuste del diseño del mecanismo a partir de recomendaciones.
2.0 Implementación	2.1	Reuniones de alta gerencia con actores privados para la suscripción de acuerdos para la implementación del mecanismo.
	2.2	Realización de pilotos.
	2.3	Retroalimentación y ajuste del mecanismo.
	2.4	Escalamiento del mecanismo con otros actores según el mapa estratégico construido.
	2.5	Evaluación y seguimiento de metas.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

Para cada una de las etapas anteriores se hace una explicación general de los contenidos y consideraciones en cada una de estas.

Tabla 4. Elementos generales de las actividades propuestas para la implementación del mecanismo de vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*

1.1 Conformación del equipo de trabajo	Se propone la conformación de un equipo mínimo de cuatro personas conformado por un(a) gerente de relaciones corporativas, un profesional en derecho, un publicista y/o diseñador y un promotor.

1.2 Construcción del mapa estratégico de actores	El equipo de trabajo propuesto tiene como primera tarea la identificación de los actores estratégicos y la realización de una caracterización de los mecanismos de responsabilidad social empresarial que implementan. La caracterización incluye la identificación de la persona o equipo responsable de los programas de responsabilidad social empresarial y su información de contacto.
1.3 Construcción del soporte jurídico según la figura y/o mecanismo de recaudo definido	En cabeza del profesional en derecho, se debe dar todo el soporte jurídico al mecanismo de recaudo y administración de recursos, elaborar los reglamentos para su operación y los puntos de vigilancia y control, enmarcados en la normatividad vigente.
1.4 Construcción de la estrategia publicitaria y comunicativa	En cabeza del profesional en publicidad y/o diseño se debe elaborar la estrategia comunicativa, definiendo los mensajes que se buscan trasmitir y construyendo las diferentes piezas publicitarias que incluyen productos físicos, redes sociales, entre otros.
1.5 Realización de reuniones exploratorias para la presentación del mecanismo	Teniendo los insumos anteriores y partiendo de los actores estratégicos identificados, en cabeza de gerente de relaciones corporativas se gestionan reuniones con los equipos del sector privado que maneja los programas de responsabilidad social empresarial para presentar el mecanismo, los alcances, las metas y recibir la retroalimentación de la propuesta, así como valorar la intensión de participar.
1.6 Ajuste del mecanismo	Producto de las reuniones exploratorias se revisa el mecanismo, el soporte jurídico y la estrategia publicitaria y comunicativa, con el fin de incorporar las sugerencias realizadas por los actores privados y públicos.
2.1 Reuniones de alta gerencia para suscripción de acuerdos	Una vez se incorporan los ajustes al mecanismo y este ha sido conocido por los equipos de los programas de responsabilidad social empresarial se requiere para su implementación la aprobación por parte de la gerencia y/o juntas directivas, para lo cual es necesaria la gestión de alto nivel que ayude a concretar los compromisos de las empresas privadas con el mecanismo. De darse la aprobación se establece un cronograma de actividades para su implementación.

2.2 Realización de pruebas piloto	De contar con la aprobación por parte de la gerencia y/o juntas directivas se establece la realización de pilotos que permitan evaluar la efectividad del mecanismo.
2.3 Retroalimentación y ajustes del mecanismo	Los pilotos permiten recopilar información sobre la efectividad del mecanismo, facilidad de operación, estrategia comunicativa, que son insumos para la revisión y ajustes del mecanismo.
2.4 Escalamiento del mecanismo	Probado el mecanismo y ajusto, se procede a replicarlo, por lo que se da inicio a un nuevo ciclo con la actividad 2.1 con otras empresas privadas identificadas en el mapa estratégico de actores.
2.5 Evaluación y seguimiento	La presentación de resultados y la veeduría al recaudo y administración de recursos, son una pieza clave para escalar la estrategia y promover el mecanismo de vinculación, por lo que esta debe concebirse como parte permanente del proceso.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

5.2 Roles y responsabilidades de los principales actores identificados en el diseño e implementación del mecanismo de participación propuesto.

De acuerdo con las actividades presentadas en la Tabla 3, a continuación se presentan los roles y responsabilidades de los actores identificados.

La valoración de los roles y responsabilidades se hizo desde un análisis integral del mecanismo, teniendo en cuenta las competencias propias de cada uno de los actores.

En las columnas de la tabla se listan los actores que potencialmente pueden participar en el mecanismo propuesto. Cada fila especifica los roles y responsabilidades de los actores en cada uno de las fases y actividades.

La valoración horizontal de roles y responsabilidades permite identificar diferentes niveles de participación y necesidades de coordinación para el logro de los resultados esperados.

La valoración de responsabilidades debe considerar el rol específico, teniendo en cuenta la definición que se hace de cada uno de estos, así:

Tabla 5. Definición de los roles

Rol	Abreviatura	Definición
Responsable	**R**	Líder principal del proceso y/o actividad, por norma, encargo o procedimientos formales. Se encarga de gestionar el proceso y/o la actividad.
Corresponsable	**C**	Comparte la responsabilidad del proceso y/o actividad, pero no la lidera. Tiene algunas tareas asignadas.
Actor	**I**	Actor que comparte intereses y objetivos con el proceso y/o actividad pero no tiene ningún rol en su ejecución.
Autoridad	**A**	Autoridad que vigila o supervisa la ejecución del proceso y/o actividad. Constituye una fuente de consulta.

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 20215

A continuación, se presenta la matriz de roles y responsabilidades:

Tabla 6. Matriz de Roles y Responsabilidades para el diseño e implementación del mecanismo propuesto para la vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*

#	Actores	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Empresa Privada	Instituciones de Educación Superior	Instituciones Públicas Regionales y Nacionales
1.1	Conformación del equipo de trabajo	**R**		I	C
1.2	Construcción del mapa estratégico de actores	**R**	I	C	C
1.3	Construcción del soporte jurídico de acuerdo con la figura seleccionada para el recaudo y la administración de las donaciones en efectivo y/o especie.	**R**	I	I	I
1.4	Construcción de la estrategia publicitaria y comunicativa.	**R**	C	C	C
1.5	Realización de reuniones exploratorias con actores seleccionados para la presentación del mecanismo y retroalimentación del diseño y soporte jurídico del mismo.	**R**	I	I	I
1.6	Ajuste del diseño del mecanismo a partir de recomendaciones.	**R**	I	C	I
2.1	Reuniones de alta gerencia con actores privados para la suscripción de acuerdos para la implementación del mecanismo.	**R**	**R**	I	C
2.2	Realización de pilotos.	**R**	**R**	I	I
2.3	Retroalimentación y ajuste del mecanismo.	C	**R**	I	I
2.4	Escalamiento del mecanismo con otros actores según el mapa estratégico construido.	**R**	C	I	C
2.5	Evaluación y seguimiento de metas.	**R**	I	**R**	I

Fuente: Fundación Escala al Desarrollo, 2025

6. Conclusiones y recomendaciones finales

El presente documento muestra una revisión general de los mecanismos que existen para la vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*.

Mediante una exploración rápida de los programas que hoy adelantan diferentes entidades que trabajan en la articulación de la empresa privada, la academia y organizaciones sin ánimo de lucro, para canalizar donaciones y apoyos en procura de ayudar a las familias en situaciones de inseguridad alimentaria y desnutrición, se opta por recomendar como mecanismo para la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, el fortalecimiento de las donaciones en efectivo realizadas por personas naturales, mediante la adquisición de pequeños bonos alimentarios, donde las empresas privadas sirven de plataforma logística para la promoción y venta de los mismos.

El apoyo logístico que presta la empresa privada se enmarca dentro de la responsabilidad social empresarial y el mecanismo presentado se soporta en la facilidad que tiene el uso de estos recursos en efectivo, pues no precisan de grandes plataformas de logística y administración, como si lo requieren las donaciones en especie, además de que se enmarca perfectamente en el esquema propuesto por la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, donde son las organizaciones de productores rurales -en últimas- las responsables de administrar los espacios de entrega de las canastas de alimentos y venta de productos a nivel de los barrios.

Se busca que, no se entre a competir con programas como el Banco de Alimentos, que cuentan con una experiencia de más de 15 años y poseen una infraestructura logística y operativa consolidada. En contraste, se parte de algunos mecanismos que hoy poseen algunas empresas privadas para el recaudo de donaciones en efectivo a través de sus puntos de pago, para llevarlas a otro nivel, mediante una apuesta solidaria con la ciudadanía.

En cuenta a las donaciones en especie, actualmente se viene implementando la estrategia de Misión Nutrición Bogotá, en cabeza de la primera dama del distrito, Carolina Deik y la Cámara de Comercio de Bogotá – CCB, encaminada a circular excedentes de alimentos y promover donaciones y acciones que contribuyan a reducir la desnutrición infantil en la capital del país.

En el marco de Misión Nutrición Bogotá, durante la ejecución del proyecto piloto de *Mercados Solidarios Campesinos*, se logró el aporte de la empresa Kellanova, propietaria de las marcas de cereales Kellogs®, que son distribuidos en Colombia a través de las empresas Megas. El mecanismo de participación fue la donación en especie de cereales Choco Krispis Original® y Choco Krispis Pillows®, los cuales se incluyeron en las canastas de alimentos, entregadas en las jornadas de *Mercados Solidarios Campesinos*.

Esta donación en especie permitió corroborar la intención de la empresa privada por vincularse a los programas encaminados a reducir la situación de inseguridad alimentaria y mal nutrición en la ciudad de Bogotá D.C.

Recomendaciones finales

- La vinculación del sector privado, gremial y comunitario a la estrategia de *Mercados Solidarios Campesinos*, debe tener un abanico de posibilidades, que incluye no sólo las donaciones en especie, sino una oferta más amplia enmarcada dentro de los programas de responsabilidad social empresarial.

- Cuando se habilita el mecanismo de donaciones en especie, se deben considerar los requerimientos de infraestructura de logística, almacenamiento y distribución necesarias para garantizar que los productos recibidos lleguen finalmente a las familias vulnerables o beneficiarios finales.

- La estrategia de vinculación del sector privado, gremial y comunitario debe buscar mecanismos complementarios a los actualmente existentes, procurando no competir con las plataformas y/o programas que realizan la gestión de articulación, como son los Bancos de Alimentos.

- Una estrategia soportada en el mecanismo de contribuciones de personas naturales, a través de pequeñas donaciones en efectivo, puede posicionarse como una alternativa de fácil administración que garantiza que la estructura de los *Mercados Solidarios Campesinos* se mantenga en el tiempo y que se continúe fortaleciendo a las organizaciones de productores rurales, no sólo como proveedores, sino con el rol de responsables de los espacios barriales habilitados para las entregas de las canastas de alimentos y la comercialización de los productos, mediante circuitos cortos de comercialización.

- El mecanismo propuesto, requiere de la conformación de un equipo de trabajo, altamente cualificado, que termine de diseñar su arquitectura, de soporte jurídico y habilite espacios de diálogo con las empresas privadas, para retroalimentar la propuesta y vincularlas del diseño, para posteriormente garantizar su implementación.

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"**	
Con la presente acta se realiza la entrega de elementos de protección personal y equipo de peso en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** Fundación Escala al Desarrollo
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Localidad:**	**Departamento:**
24-Ene- 2025	Plataforma Los Luceros	Ciudad Bolívar UPZ El Lucero	Cundinamarca

2. **Especificaciones técnicas de los elementos**

Descripción de los materiales		
Productos	**Unidad**	**Cantidad**
Bascula de reloj	Unidad	01
Cofias	Bolsa x 30 unidades	01
Tapabocas	Caja x 50 unidades	01
Bolsas biodegradables	Unidad	01

En constancia se certifica que se hace entrega de 60 canastas de alimentos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Nombre y Apellido	Cedula de ciudadanía	Celular	Dirección	Firma
Naty Magnolia Rojas	40.448.897	311 8670967	Carrera 5 # 10B - 21	

En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Organización de Productores

Ricardo Álvarez García
C.C. 19.325.065 de Bogotá
Representante Legal APROLECHO

Delegado Fundación Escala al Desarrollo

Iván Eduardo Gamboa Galeano
C.C. 79.795.508 de Bogotá
Profesional - Contratista

Apoyo a la Supervisión
Convenio 1383/2024 SAA - SDDE

Nombre:
C.C.
Cargo:

Subdirección de Abastecimiento Alimentario

Nombre:
C.C.
Cargo:

3. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)

Se anexa copia del documento de identificación del beneficiario.

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Localidad:**	**Departamento:**
25-01-25.	Parque Arborizadora Alta.	Ciudad Bolivar Jerusalem	Bogota

2. **Especificaciones técnicas de los elementos**

Descripción de la canasta	
Productos	**cantidad**
Bascula	1
Cofias	10
Tapabocas	10
Bolsas biodegradables	60

En constancia se certifica que se hace entrega de 60 canastas de alimentos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Scanned with CamScanner

Nombre y Apellido	Cedula de ciudadanía	Celular	Dirección	Firma
Claudia Rulido	40033248	3113574368	Nuevo Colón Centro Rural	

En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado para entrega del Asociado	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Daniela Negreta R. Firma: Daniela Negreta R. C.C: 1234988134.	Nombre: Firma: C.C:

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C: 72.254.908

3. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)
Se anexa copia del documento de identificación del beneficiario.

Scanned with CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN

Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO

Objeto del Convenio

"Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"

1. **Datos de entrega**

Fecha:	Dirección de entrega:	Localidad:	Departamento:
2401-25	Parque del Agua	La Flora	Bogota-Usme

2. **Especificaciones técnicas de los elementos**

Descripción de la canasta	
Productos	**cantidad**
Bascula	1
Cofias	10
Tapabocas	15
Bolsas biodegradables	60

En constancia se certifica que se hace entrega de 60 canastas de alimentos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes.

Nombre y Apellido	Cedula de ciudadanía	Celular	Dirección	Firma
Luz Mery Avila A.	40443780	3147825893	Plataforma Los Luceros	

En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado para entrega del Asociado	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Daniela Negrete	Nombre: Marcela Rodrigues
Firma: Daniela Negrete	Firma: Marcela Rodrigues
C.C: 1234989132	C.C: 1023898491.

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre:
Firma:
C.C: 72.254.908

3. **Observaciones**

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)
Se anexa copia del documento de identificación del beneficiario.

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN **Proyecto de inversión 8178 " Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "**
Con la presente acta se realiza la entrega de la canasta de alimentos en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "

Número de Convenio:	**Asociado:**
1383 de 2024	FUNDACIÓN ESCALA AL DESARROLLO
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Localidad:**	**Departamento:**
25-01-25.	Parque Arborizadora Alta.	Ciudad Bolivar Jerusalem	Bogota

2. **Especificaciones técnicas de los elementos**

Descripción de la canasta	
Productos	**cantidad**
Bascula	1
Cofias	10
Tapabocas	10
Bolsas biodegradables	60

En constancia se certifica que se hace entrega de 60 canastas de alimentos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Scanned with CamScanner

Nombre y Apellido	Cedula de ciudadanía	Celular	Dirección	Firma
Claudia Rulido	40033248	3113574368	Nuevo Colón Centro Rural	

En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Delegado para entrega del Asociado	Apoyo a la Supervisión Conv 1383 – 2024 SAA - SDDE
Nombre: Daniela Negreta R. Firma: Daniela Negreta R. C.C: 1234988134.	Nombre: Firma: C.C:

Subdirección de abastecimiento alimentario 633-2021
Nombre: Firma: C.C: 72.254.908

3. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda)
Se anexa copia del documento de identificación del beneficiario.

Scanned with CamScanner

ACTA DE ENTREGA DE ELEMENTOS A ORGANIZACIÓN Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional"	
Con la presente acta se realiza la entrega de elementos de protección personal y equipo de peso en el marco de la implementación de los objetivos y metas del Proyecto de inversión 8178 "Consolidar el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Bogotá, articulado y eficiente en perspectiva regional "	
Número de Convenio: 1383 de 2024	**Asociado:** Fundación Escala al Desarrollo
Objeto del Convenio: "Anuar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para desarrollar un piloto que permita el diseño e implementación de la estrategia de mercados solidarios Bogotá D.C"	

1. **Datos de entrega**

Fecha:	**Dirección de entrega:**	**Localidad:**	**Departamento:**
25-Ene- 2025	Parque Vecinal Nuevo Porvenir	Usme	Cundinamarca

2. **Especificaciones técnicas de los elementos**

Descripción de los materiales		
Productos	**Unidad**	**Cantidad**
Bascula	Unidad	01
Cofias	Caja	01
Tapabocas	Caja	01
Bolsas biodegradables	Unidad	01

En constancia se certifica que se hace entrega de 60 canastas de alimentos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Powered by CamScanner

Nombre y Apellido	Cedula de ciudadanía	Celular	Dirección	Firma

En constancia se certifica que se hace entrega de elementos, los cuales se encuentran en perfecto estado y se firma el recibo a satisfacción por parte de las organizaciones y los intervinientes:

Organización de Productores

Yimy Alexander Marin
Nombre
C.C. 3110955
Cargo:

Delegado Fundación Escala al Desarrollo

Iván Eduardo Gamboa G.
Iván Eduardo Gamboa Galeano
C.C. 79.795.508 de Bogotá
Profesional - Contratista

Apoyo a la Supervisión
Convenio 1383/2024 SAA - SDDE

Nombre:
C.C.
Cargo:

Subdirección de Abastecimiento Alimentario

Nombre:
C.C.
Cargo:

Powered by CamScanner

3. Observaciones

Se anexa registro fotográfico de entrega y de los elementos con su número de identificación (según corresponda) Se anexa copia del documento de identificación del beneficiario.

Powered by CamScanner