

Bogotá, D.C.,

Doctora  
**ILBA YOHANNA CARDENAS PEÑA**  
Subsecretaria de Despacho (E)  
Comisión Tercera  
[Correo: comisiontercera@concejobogota.gov.co](mailto:comisiontercera@concejobogota.gov.co)  
Calle 36 No.28a- 41  
Concejo de Bogotá  
Bogotá D.C

**POR FAVOR AL CONTESTAR CITE EL No. DEL RADICADO**

IPES - Correspondencia Administrativa- ENVIADAS

Radicado: 00110-816- 020340

Fecha: 24/08/2022 - 11:13 AM

Remitente: WILLIAM ALEJANDRO RIVERA CAMERO

Destinatario: CONCEJO DE BOGOTÁ D.C

No.Folios: 15 Anexos: 1

CONCEJO DE BOGOTÁ 24-08-2022 03:00:00

2022ER13822 O 1 Fol:15 Anex:1

ORIGEN: IPES/ALEJANDRO RIVERA CAMERO

DESTINO: COMISION 3ª PERM. DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO/RO

ASUNTO: RESPUESTA A LA PROPOSICION 465 DE 2022

OBS: ---

**Asunto:** Respuesta Proposición 465 - Radicado 00110-812-016231-  
Radicado Concejo 2022EE11294.

Respetada Dra. Ilba:

En atención al radicado del asunto, correspondiente a la Proposición allegada a esta entidad, bajo radicado IPES No. 00110-812-016231 de fecha agosto 16 de 2022, en el marco de las competencias atribuidas por el artículo 79 del Acuerdo 257 de 2006 al Instituto para la Economía Social -IPES- y la misión definida por la entidad, la cual consiste en *“Aportar al desarrollo económico de la ciudad mediante la oferta de alternativas de generación de ingresos a la población de la economía informal que ejerce sus actividades en el espacio público, enfocadas a la formación, el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial y la gestión de plataformas comerciales competitivas; así como administrar y desarrollar acciones de fortalecimiento del Sistema Distrital de Plazas de Mercado”*, de manera atenta, me permito dar respuesta a las preguntas de competencia de la Entidad en los siguientes términos:

**2. ¿Indicar cómo se ha venido dando cumplimiento al proyecto 7722 fortalecimiento a la inclusión productiva de emprendimientos, cual ha sido el fortalecimiento competitivo de las MiPymes, qué recursos han sido destinados por la entidad para su fortalecimiento, cuantas hay registradas, qué apoyos se les está prestando por parte de la secretaría, indicar quienes han sido los beneficiarios, el monto y los resultados obtenidos?**

**Respuesta:**

**a. Indicar cómo se ha venido dando cumplimiento al proyecto 7722 fortalecimiento a la inclusión productiva de emprendimientos, cual ha sido el fortalecimiento competitivo de las MiPymes,**

Para la vigencia 2020 – 2024 el Instituto Para la Económica Social IPES, a través de la Subdirección De Emprendimiento Servicios Empresariales y Comercialización SESEC, se ejecuta el proyecto 7722, el cual tiene como objetivo “Promover mecanismos para el fortalecimiento los emprendimientos de subsistencia que permitan la inclusión productiva de la Población del sector informal identificada por el Instituto para la Economía Social”, el proyecto está dirigido a emprendedores de la economía social en general en el que se prioriza población con enfoque diferencial. Los servicios con los que se cuenta con relación a este proyecto son:

**Asistencia técnica para el fortalecimiento de las unidades productivas:**

Está encaminada a desarrollar habilidades y capacidades de los emprendedores para el fortalecimiento de las unidades productivas en gestión empresarial, comercial, productiva y acompañamiento psicosocial. En torno a las siguientes líneas:

➤ ***Fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia relacionados con la cadena de alimentos.***

El IPES a través del Centro de Innovación Gastronómica brinda asesoría y acompañamiento para el fortalecimiento a los emprendedores de las unidades productivas relacionadas con el sector de alimentos y bebidas. El Centro de Innovación Gastronómica también apoyará la realización de procesos de divulgación y realización de investigaciones que contribuyan a la circulación del conocimiento en los emprendedores del sector alimentos.

Los emprendedores podrán fortalecer sus unidades productivas a través de los siguientes servicios:

*a) Mejoramiento de producto y proceso producto.*

Con el apoyo de nuestros profesionales y partiendo del Diagnóstico del producto, el emprendedor recibirá asesoría frente a las características de las materias primas que debe usar, los procesos de elaboración de producto, la ficha técnica del producto, entre otras.

*a) Etiquetado y rotulado de alimentos.*

El emprendedor, recibirá apoyo para la elaboración de las etiquetas y los rótulos de alimentos cuando su presentación lo permita, de tal forma que cuenten con la información necesaria para que el consumidor tenga información suficiente y clara para la compra de sus productos.

*b) Asesoría para la organización del espacio de producción.*

Los emprendedores interesados y que cuenten con espacios de producción distintos a sus residencias para la elaboración de productos, recibirán asesoría en la organización de los espacios de producción, a fin de garantizar la inocuidad y calidad en los procesos para la elaboración de los productos alimenticios.

*c) Participación en actividades de comercialización*

Los emprendedores que hayan participado en los servicios anteriormente mencionados podrán participar en diferentes actividades para apoyar su reactivación, comercialización y promoción de sus productos.

*d) Talleres y espacios de co-creación relacionados con el sector de alimentos y bebidas*

El IPES apoya la realización de talleres y espacios de co-creación con los emprendedores que puedan motivar entre los participantes un espacio de

discusión, diálogo, reconocimiento de técnicas e intercambio de saberes ancestrales en torno a la cocina, entre otros.

➤ ***Asistencia técnica a personas mayores de 60 años y/o con discapacidad mayores de 18 años:***

Tiene como objetivo realizar fortalecimiento en las habilidades y capacidades de la población que cuentan con emprendimientos por subsistencia mediante la implementación de asesoría en aspectos técnicos y empresariales basado en técnicas de educación popular y la economía del comportamiento, la cual contempla las siguientes fases:

1. Activación de Experiencias y Conocimiento previos del beneficiario.
2. Experiencias didácticas iniciales para la asesoría técnica y empresarial.
3. Clasificación de decisiones y acciones comunes del beneficiario.
4. Aplicación Básica de la Economía del Comportamiento a la Asesoría.
5. Experiencias Didácticas finales para la Asesoría técnica Empresarial

➤ ***Asistencia técnica y fortalecimiento productivo a productores de confecciones, marroquinería, bisutería, artículos decorativos y actividades relacionadas:***

Los emprendedores podrán fortalecer sus unidades productivas a través de los siguientes servicios:

*1. Asesorías para la mejora de la capacidad productiva y eficiencia en el proceso de producción:*

A través de asesorías y acompañamiento se fortalece al emprendedor en herramientas y técnicas para optimización del proceso productivo. Esto incluye estandarización de tiempo, costos, distribución de planta, entre otros.

*2. Orientación para el mejoramiento del producto:*

Se realiza un acompañamiento y asesoría sobre materia prima, elaboración de producto, mejoramiento de las características del producto, ficha técnica, entre otros.

*3. Asesoría en Mercadeo:*

Mediante talleres y/o asesorías personalizadas se brindan herramientas y espacios para mejorar aspectos relacionados con el marketing como marca, logo, imagen, y la oportunidad de participar en los espacios para comercialización gestionados.

**Apoyo y acompañamiento para la inclusión financiera de los emprendimientos**

Este servicio está encaminado a ofrecer herramientas y espacios que permitan la inclusión financiera de los emprendedores por subsistencia. Los emprendedores podrán fortalecer sus unidades productivas a través de los siguientes servicios:

*1. Talleres de educación financiera:*

En articulación con entidades financieras, los emprendedores tienen la oportunidad de recibir talleres en temáticas que contribuyan al mejoramiento de las finanzas personales y de la unidad productiva. Estos talleres se hacen de forma presencial o virtual, dependiendo de las condiciones.

## *2. Rueda de servicios financieros:*

El Instituto realiza gestión con diferentes entidades del sector financiero para realizar eventos en donde los emprendedores tengan acceso a las diferentes ofertas de productos de las entidades financieras participantes, que permitan impulsar el emprendimiento, como microcrédito, datafono, billetera digital, entre otros.

## *3. Entrega de impulsos representados en materia prima, insumos y/o elementos:*

Con el fin de promover el fortalecimiento y la producción de los emprendimientos por subsistencia, y como parte del fortalecimiento que reciben los emprendedores, se identifican necesidades y se evalúa la posibilidad de entregar un incentivo económico representado en materia prima, insumos y/o elementos. Esta entrega está sujeta a disponibilidad de recursos, necesidades identificadas y otros aspectos. Los montos pueden variar dependiendo de diferentes aspectos.

## **Apoyo a la gestión comercial de las unidades productivas:**

Fortalecimiento en habilidades para el Marketing Digital: Con base en las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías, este fortalecimiento busca mejorar la comercialización de los emprendedores por subsistencia. Los emprendedores podrán fortalecer sus unidades productivas a través de los siguientes servicios:

### *1. Talleres en marketing digital:*

Estos talleres se realizan de forma presencial o virtual, según las condiciones y están encaminados a mejorar las habilidades para la comercialización digital de los productos de los emprendedores por subsistencia. Las temáticas incluyen, modelo de negocio, redes sociales, estrategias de comercialización digital, estrategia de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram), y logística de entrega de productos.

### *2. Asesorías personalizadas para el marketing digital:*

El emprendedor recibe asesoría por un profesional de la entidad para la creación o mejoramiento de la imagen corporativa, creación y fortalecimiento de redes, foto-producto, y catálogo digital.

### *3. Promoción de productos y del emprendimiento en CityEmprende:*

El Instituto ha dispuesto una plataforma virtual para la visibilización de los emprendedores que desean visibilizar sus productos y abrir oportunidades

de comercialización. Con base en las asesorías y talleres realizados en marketing digital, el emprendedor tiene la posibilidad de tener un perfil en la página web <http://cityemprende.ipes.gov.co/>.

#### 4. Espacios para la comercialización:

Mediante la estrategia de Emprendimiento en movimiento, en articulación con entidades que otorgan espacios dentro de sus instalaciones, el Instituto realiza muestras empresariales, donde los emprendedores tienen la posibilidad de comercializar los productos con los empleados de estas entidades.

Nota: Estos servicios están sujetos a convocatoria y a la disponibilidad de los proyectos de inversión de la vigencia.

### Emprendimiento Social

Es una alternativa de generación de ingresos que está dirigida a personas mayores de sesenta (60) años y a población en condición de discapacidad mayor de dieciocho (18) años, siendo vendedores informales que ocupan el espacio público. Para el desarrollo de la actividad comercial, el IPES suministra un módulo para la comercialización de productos comestibles empaquetados y bebidas envasadas, al interior de las entidades públicas y empresas privadas, que en calidad de préstamo facilitan un espacio dentro de sus instalaciones. El IPES realiza proceso de seguimiento, asistencia técnica y acompañamiento psicosocial.

Es importante tener en cuenta, que el IPES no es el propietario de los espacios en donde funcionan los módulos en los cuales se desarrolla la alternativa. Estos dependen enteramente de los buenos oficios y la responsabilidad social empresarial de las entidades receptoras.

**3. De acuerdo al Proyecto 7548 ¿Fortalecimiento de las Plazas Distritales de Mercado que procesos están realizando la Secretaría y el IPES con el fin de impulsar a los productores rurales de Bogotá con los canales de abastecimiento tradicional y no tradicional, particularmente a través de los mercados campesinos y productores, indique cuantos se han beneficiado a la fecha, índices de crecimiento y como se han fortalecido las plazas de mercado?**

**Respuesta:** Para dar respuesta a esta solicitud para el Proyecto 7548 los procesos que se han venido adelantado con el fin de impulsar a los productores rurales y canales de abastecimiento son:

- Se han realizado una serie de reuniones de planeación con la Agencia de Comercialización de la Gobernación de Cundinamarca para acompañar el marketing y la producción de productos de origen del campo que se cultivan en alguno de los 116 municipios del departamento.
- Respecto a los circuitos cortos de comercialización, realizados en la plaza Distrital de mercado Trinidad Galán, el equipo de comercialización y mercadeo acompañó el encadenamiento realizado con un productor proveniente de Apulo – Cundinamarca.

- Asimismo, se acompañó a un productor de origen en el Urabá en el cual solicitó realizar una venta directa de su producto, por lo tanto, se efectuó dicha transacción en la plaza de mercado del Restrepo con la venta de más de 300Kg de plátano. Por otro lado, la plaza de mercado Trinidad Galán realizó compras en circuitos cortos de 250 Kg de aguacate, 150 Kg de Ahuyama y 350Kg de plátano.
- La Plaza Distrital de Mercado Trinidad Galán Participó en la primera Vitrina comercial “DE LA PLAZA AL NEUSA” La Corporación Autónoma Regional – CAR, para potenciar la comercialización de los productos de las Plazas Distritales de Mercado, productos, como el mercado campesino, artesanías, plantas, fruterías, entre otras. Mediante estas actividades se busca que los comerciantes logren expandir sus canales de ventas y den a conocer sus productos en otros espacios.
- La encuesta de abastecimiento realizada en marzo de 2022 permitió establecer que la red de PDM ofertó 6.670 toneladas de alimentos mensuales, en promedio, durante el primer trimestre del año.

**4. ¿Qué gestiones se vienen realizando desde el IPES con el fin de fortalecer el abastecimiento de alimentos de las Plazas de mercado, y como se ha dado el cumplimiento a una de las metas que busca fortalecer a los campesinos y a sus organizaciones sociales, de acuerdo a la meta Fortalecer 2381 actores del Sistema de Abastecimiento Distrital de Alimentos?**

**Respuesta:** Par dar respuesta a esta solicitud nos permitimos informar que en articulación con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico -SDDE-, se han realizado las siguientes acciones:

- Participación de 4 plazas de mercado en el Programa “Cero desperdicios en Plazas Distritales de Mercado”- Convenio SDDE- Fundación Escala, donde participaron más de 350 comerciantes de las plazas de. Ferias, Quiriguá, Fontibón y 20 de Julio.
- Jornadas de donación de alimentos al BANCO DE ALIMENTOS.
- Jornadas de sensibilización e información sobre PDA y buenas prácticas de compra y consumo responsable de alimentos, en el marco de la campaña “Yo contribuyo, no pierdo ni desperdicio Alimentos 2021”.
- Participación de las plazas en convenio SDDE- FUNDES.
- Participación de las plazas en convenio SDDE- FAO.

Adicionalmente, se viene realizando articulación con la Agencia de Comercialización de Cundinamarca, realizando encadenamientos comerciales y presencia de productores campesinos en los mercados itinerantes de plazas de mercado.

**6. Cuáles son las cifras de indicadores de reactivación para los años 2021 y 2022 que se tienen para el Clúster de Turismo en Bogotá de acuerdo al Programa que**

***tiene la entidad señalar, ¿cuál ha sido el número de beneficiarios, monto desembolsado y resultados obtenidos?***

**Respuesta:** Para dar respuesta a esta solicitud, se aclara que el Instituto para la Economía Social – IPES-, no hace parte del Clúster de Turismo en Bogotá; sin embargo, para la reactivación económica en las Plazas Distritales de Mercado se realizaron las siguientes actividades donde se obtuvo logros por vigencias de los indicadores así:

### **Logros 2021**

- Se adelantó la articulación entre IPES-MINAMBIENTE y PREVEC (Agencia Alemana de Cooperación) para asistencia técnica en manejo de biomasa, apoyo a iniciativas de despulpadoras y transformación de residuos en las plazas de mercado Ferias y Fontibón.
- Como estrategia de mitigación de contagios en las plazas, y como estrategias de fomento de nuevos canales de comercialización, para la vigencia se realizaron 729.760 domicilios a través de las diferentes plataformas aliadas desde las diferentes Plazas de Mercado.
- Se realizó la segunda versión del “FRITANGA FEST 2021”, un evento comercial y de mercadeo que contó con la participación de 15 plazas distritales. Entre ellas: El Carmen, Ferias, Las Cruces, 12 de Octubre, 20 de Julio, 7 de Agosto, Concordia, Fontibón, Kennedy, La Perseverancia, Restrepo, Samper Mendoza, Trinidad Galán, Quiriguá y San Carlos. Contó con la participación de 43 comerciantes de los cuales 29 fueron de las plazas de mercado y 14 son comerciantes privados. La estrategia se implementó en un plazo de cinco días, y contó con una campaña propia de comunicación y divulgación. Para la vigencia el hilo conductor de la estrategia contó con un plato característico Bogotano con el propósito de fomentar el consumo de alimentos adicionales.

Adicionalmente el Fritanga Fest, generó ventas directas a los comerciantes inscritos, por más de novecientos cincuenta millones de pesos (\$ 950.000.000) e indirectamente aumentó considerablemente las ventas de los comerciantes que se encuentran dentro de las Plazas Distritales de Mercado, así no tuvieran que ver con el Fritanga Fest. Como dato importante, cabe resaltar que cerca de 65.000 personas consumieron fritanga, ya sea de manera presencial o mediante domicilio. Lo cual también generó un impacto positivo en el posicionamiento de las plazas en la mente de los usuarios potenciales.

- El IPES logró durante esta vigencia la obtención de la certificación de la Candelaria como área turística Sostenible cumpliendo con los estándares definidos en la Norma Técnica Sectorial NTS-TS 001-1. Destinos Turísticos - Área turística. requisitos de sostenibilidad 2014, dentro de la ATS se encuentra ubicada la plaza de mercado La Concordia la cual contribuyó para alcanzar dicha certificación y beneficiarse de este reconocimiento.
- Se formalizó alianza con FEDEARROZ para el abastecimiento de este producto en las Plazas Distritales de Mercado con maquila" Plazas Distritales de

Mercado", logrando hasta este momento transar cerca de 3.000 kilos de producto.

- Se generó alianza con Agrorigen, organización de productores del país adscrita a ARN, logrando hasta este momento comercializar cerca de 1000 kilos de producto con los comerciantes de las plazas para mejorar los procesos de comercialización y lograr un impacto positivo en los costos eliminando los intermediarios y mejorando la oferta para los consumidores finales.
- A partir de diciembre de 2021 se inicia con el proceso de saneamiento y depuración de la ocupación en plazas de mercado dando como resultado la terminación en sistema de todas las vinculaciones de Hecho de las vigencias 2007, 2009, 2010 y 2019, adicionalmente se adelanta la depuración de los contratos vencidos de las vigencias 2007 a 2011.

## Logros 2022

- Desde el segundo Semestre de 2020 hasta el primer semestre de 2022 se logra la firma total de 1003 contratos de uso y aprovechamiento económico en las diferentes Plazas Distritales de Mercado.

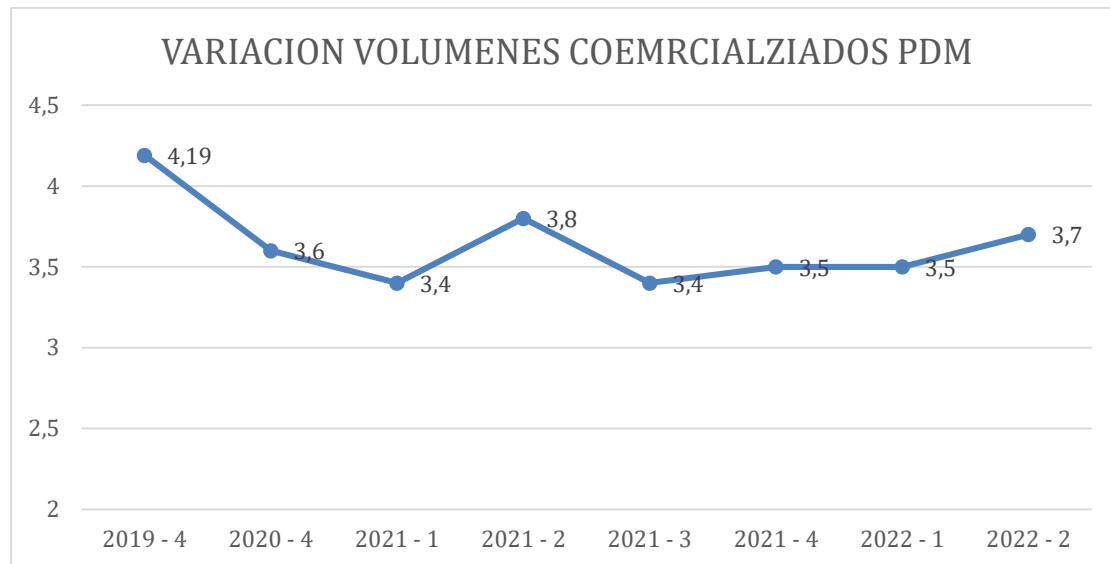
Vigencia	Nº de Contratos
2020	146
2021	752
2022	105
<b>Total</b>	<b>1.003</b>

- Se realizan todos los preparativos para la tercera versión del “Fritanga Fest”, se adelanta el proceso de sensibilización y concertación con los comerciantes que participarán en el festival y con los restaurantes invitados, adicionalmente como novedad para el 2022 se incluirán los puntos comerciales que administra la entidad y que comercializan el tradicional plato.

Se concretan alianzas estratégicas con terceros como patrocinadores del festival, patrocinio que va desde los uniformes hasta las cajas para la entrega del producto emblemático.

- Se logra incrementar para el segundo trimestre del año los volúmenes comercializados por el sistema de Plazas Distritales de Mercado, posicionándose en el 3.7% del abastecimiento alimentario de la capital con relación a Corabastos.





- Se realiza la medición de percepción a los comerciantes la cual tiene por objetivo identificar las fortalezas y debilidades que los beneficiarios identifican de la subdirección y de la entidad como tal, este documento se utilizara como insumo para la elaboración de estrategias que permitan incrementar el nivel de confianza y competitividad de las Plazas y a la entidad.
- Se Logra la participación de las Plazas Distritales de Mercado en 2 grandes eventos de ciudad como lo son ANATO y ALIMENTEC donde las Plazas participaron con su oferta en abastecimiento y turismo de acuerdo a la orientación de cada plaza participante.
- Se realizan 6 campañas Psicosociales que buscan la identificación de las necesidades de los comerciantes y la cobertura de sus principales problemáticas, todas abarcadas desde el ser y su multiculturalidad.
- Se realiza la segunda Rueda de Negocios verdes y la primera de 2022 enfocada en los empaques Biodegradables donde con el acompañamiento de proveedores estratégicos se busca la adopción en las Plazas Distritales de Mercado el uso de empaques Biodegradables.
- Se realizan 2 Vitricas comerciales en diferentes escenarios de la ciudad buscando la potencialización de los comerciantes y sus negocios en espacios diferentes a las Plazas de Mercado.
- Se logra la comercialización de más de 50 mil Kilos de alimentos directamente de los productores campesinos de la región de Cundinamarca y departamentos aledaños.
- Se continua con el proceso de fortalecimiento y posicionamiento de la ruta turística “Vamos Pal Mercado” la cual busca el reconocimiento de las Plazas priorizadas como lugares turísticos de la capital con una historia que contar alrededor de su tradicionalidad, cultura y gastronomía.

- Se realizó la tercera versión del “FRITANGA FEST 2022”, un evento comercial y de mercadeo que contó con la participación de 15 plazas distritales. Entre ellas: El Carmen, Ferias, Las Cruces, 12 de octubre, 20 de Julio, 7 de agosto, Concordia, Fontibón, Kennedy, La Perseverancia, Restrepo, Samper Mendoza, Trinidad Galán, Quiriguá y San Carlos. Contó con la participación de 51 comerciantes de los cuales 33 fueron de las plazas de mercado, 10 son comerciantes privados y por primera vez participó el punto comercial cuatro vientos con 8 de sus restaurantes. La estrategia se implementó en un plazo de cinco días, y contó con una campaña propia de comunicación y divulgación. Para la vigencia el hilo conductor de la estrategia contó con un plato característico Bogotano con el propósito de fomentar el consumo de alimentos adicionales.

### ***En Turismo:***

Para el año 2021, la Entidad en pro de la reactivación económica con un enfoque turístico tuvo los siguientes logros:

- Se oficializó el convenio de prácticas y pasantías con la Universidad CUN y con la Fundación universitaria los libertadores que permiten contar con estudiantes de últimos semestres para diseñar con ellos el producto turístico enfocado en las experiencias deseadas para el turista.
- En articulación con el equipo de Cultura turística del IDT, se programaron charlas encaminadas a fortalecer conocimientos sobre el turismo en Bogotá y reflexionar sobre los impactos positivos del turismo y la manera de potenciarlos minimizando los riesgos que se puedan presentar.
- Se estableció un programa de Fortalecimiento conjunto en marco del memorando de entendimiento con el IDT en el cual se establece que “ANFITRIONES DE LA PLAZA”, será la forma mediante la cual los comerciantes pueden aprender de temas específicos con el turismo de la ciudad. En esta actividad participaron más de 30 comerciantes de las Plazas Distritales de Mercado.
- Se realizó la consolidación de las experiencias turísticas desarrolladas en la Plaza Distrital de Mercado Veinte de Julio, dando como resultado 7 experiencias turísticas que se detallan a continuación: Siembra para llevar, ¿Cómo es nuestra Agricultura?, ¿orgánico o no?, Experiencia Campesina, Bebidas Tradicionales, Transformación de Producto y Recorrido a la Ruralidad.
- Se realizó fortalecimiento comercial y empresarial a los comerciantes de las Plazas Distritales de Mercado orientadas al turismo en los siguientes temas puntuales:
  1. Sensibilización turística
  2. Apropiación turística
  3. Prevención de la escena de talento humano
  4. Comercio y precios justos
  5. Prevención de la explotación sexual
  6. Evaluación

- El IPES participó activamente el 16, 17 y 18 de junio en la vitrina turística de ANATO, donde con el fin de promocionar la ruta turística de las Plazas Distritales de Mercado como destino turístico de la ciudad
- Para 2022 el IPES ha obtenido los siguientes logros:
  - Como estrategia de promoción turística se llevó a cabo la Feria turística internacional de ANATO 2022 con presencia de la oferta gastronómica y cultural presentes de las 7 plazas distritales de mercado priorizadas para turismo y la oferta de 2 plazas de abastecimiento, reportando ventas por más de 37 millones de pesos durante los 3 días de duración de la feria.
  - Se logró la participación de Las Plazas Distritales de Mercado de Bogotá, en la feria gastronómica (ALIMENTARTE CIELO ABIERTO).
  - Se contó con el acompañamiento de la fundación universitaria del AREANDINA y ESCUELA GASTRONÓMICA DE LA SABANA. Como aliados estratégicos quienes desarrollaron una serie de actividades académicas clases de cocina en vivo enfocados al uso de los diferentes productos que se comercializan en las plazas.
  - A corte de 30 de junio se ha logrado el fortalecimiento de 7 comerciantes en diferentes temáticas orientadas al turismo donde se busca el incremento de la competitividad de nuestros comerciantes frente al mercado turístico local, nacional e internacional.
  - Para el segundo trimestre del año se han realizado acercamientos con dos entidades del sector privado con gran interés en el proceso de fortalecimiento de las Plazas Distritales de Mercado:
    - El Banco Davivienda por medio de su producto DAVIPLATA busca incrementar la bancarización de los comerciantes, adicionalmente es un aliado estratégico para el desarrollo de las diferentes actividades culturales y de turismo que se desarrollan en la plaza de mercado, por último DAVIVIENDA será uno de los principales patrocinadores de la tercera edición del fritanga Fest que en esta nueva versión no solo busca posicionar la comida típica sino que busca el reconocimiento y la potencialización de la ruta turística “vamos pal mercado”.
    - Por otra parte, se realizan acercamientos con VANTI empresa de Gas Natural que también desea apoyar las diferentes celebraciones de las Plazas de mercado y el fortalecimiento de los comerciantes en temas de turismo y con un gran margen de crecimiento, el apoyo que realiza VANTI se representa en materias primas, uniformes y el acompañamiento al desarrollo de las actividades culturales y turísticas de cada Plaza de mercado.

**7. ¿Sírvese informar cuál ha sido el enfoque y que acciones ha tomado la entidad para apoyar la reactivación tanto en mujeres y los jóvenes y los grupos étnicos después de la pandemia, qué recursos se han invertido y qué apoyos ha brindado la entidad para proteger a esta población?**

**Respuesta:** Con relación a la pregunta de la presente proposición, es preciso señalar que el Instituto para la Economía Social-IPES, en el marco de la reactivación económica, viendo la necesidad enmarcada de aumentar las ventas, dado que los cierres programáticos, las cuarentenas obligatorias y otros factores afectaron directamente a nuestros vendedores informales de la ciudad, ha venido realizando una serie de estrategias que pudiesen aportar la reactivación económica, en nuestra población sujeto de atención,

A través de los Proyectos de inversión 7722 Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistemas: y 7773. Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público en Bogotá se realizaron las siguientes acciones:

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2021	Ejecución 2021	% Cumplimiento de Meta
<b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b>	Promover mecanismos para el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, por medio de asesoría técnica y empresarial; acompañamiento psicosocial; formación e inclusión financiera; y el fomento de espacios y canales para la comercialización	63	75	119%

Total: Mujeres 51

Total: Hombres 24

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2021	Ejecución 2021	% Cumplimiento de Meta
<b>7773: Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público en Bogotá</b>	Brindar a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos.	88	165	188%

Total: Mujeres 110

Total: Hombres 55

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2021	Ejecución 2021	% Cumplimiento de Meta
<b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b> <b>7772: Implementación de estrategias de organización de zonas de uso y aprovechamiento económico del espacio público</b> <b>7773: Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público</b>	formación y capacitación orientados a la productividad laboral a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público de acuerdo a las necesidades del mercado de Bogotá.	80	83	104%

Total: Mujeres 51

Total: Hombres 32

## POBLACIONES PERTENENCIA ÉTNICA

FO-068  
V-08

Página 12 de 15

Calle 73 N° 11-66  
PBX. (+57) 2976030  
Línea Gratuita  
018000124737  
www.ipes.gov.co



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

META	INDÍGENA	NARP	OTRO	TOTAL
Promover mecanismos para el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, por medio de asesoría técnica y empresarial; acompañamiento psicosocial; formación e inclusión financiera; y el fomento de espacios y canales para la comercialización.	5	6	64	75
Brindar a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos	34	33	98	165
Vincular a programas de formación y capacitación orientados a la productividad laboral a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público de acuerdo a las necesidades del mercado de Bogotá.	6	7	70	83

NARP: Población Negra-Afrocolombiana-Raizales –Palanqueros - OTROS: Mestizos

**Total: Mujeres 70**  
**Total: Hombres 30**

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Ejecución 2022	% Cumplimiento de Meta
<b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b>	Promover mecanismos para el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, por medio de asesoría técnica y empresarial; acompañamiento psicosocial; formación e inclusión financiera; y el fomento de espacios y canales para la comercialización.	65	68	105%

**Total: Mujeres 44**  
**Total: Hombres 24**

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Ejecución 2022	% Cumplimiento de Meta
<b>7773: Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público en Bogotá</b>	Brindar a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos.	90	30	33%

**Total: Mujeres 18**  
**Total: Hombres 12**

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Ejecución 2022	% Cumplimiento de Meta
<b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b> <b>7772: Implementación de estrategias de organización de zonas de uso y aprovechamiento económico del espacio público</b>	Vincular a programas de formación y capacitación orientados a la productividad laboral a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público de acuerdo a las necesidades del mercado de Bogotá	82	47	57%

7773: Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público				
---	--	--	--	--

Total: Mujeres 29

Total: Hombres 18

## PRESUPUESTO 2022

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Presupuesto 2022
<b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b>	Promover mecanismos para el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia a 250 vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, por medio de asesoría técnica y empresarial; acompañamiento psicosocial con <b>enfoque diferencial étnico</b> ; formación e inclusión financiera; y el fomento de espacios y canales para la comercialización.	65	\$ 275.600.000

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Presupuesto 2022
<b>7773. Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público en Bogotá</b>	Brindar a 350 vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público, alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos	90	\$ 258.300.000

PROYECTO DE INVERSIÓN	META (Descripción)	Programado 2022	Presupuesto 2022
<b>7773. Fortalecimiento oferta de alternativas económicas en el espacio público en Bogotá</b> <b>7722. Fortalecimiento inclusión productiva de emprendimientos por subsistencia</b> <b>7772. Implementación de estrategias de organización de zonas de uso y aprovechamiento económico del espacio público en Bogotá</b>	Vincular a programas de formación y capacitación orientados a la productividad laboral a vendedores informales víctimas del conflicto armado que ocupan el espacio público de acuerdo a las necesidades del mercado de Bogotá	82	\$ 156.620.000

Cordialmente,



**ALEJANDRO RIVERA CAMERO**

Director General IPES

Anexo: Soportes pregunta 2.



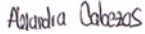


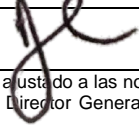
FO-068  
V-08

Calle 73 N° 11-66  
PBX. (+57) 2976030  
Línea Gratuita  
018000124737  
www.ipes.gov.co

Página 14 de 15



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

	NOMBRE, CARGO O CONTRATO	FIRMA	FECHA
Elaboró	Rocío Tapias Arias - Contratista SGRSI		24-08-2022
	Samuel E. Medina Abril - Contratista SESEC		
	María Alejandra cabezas- Contratista SDAE		
Aprobó	Fátima Verónica Quintero Núñez. - Subdirectora de Emprendimiento Servicios Empresariales y Comercialización		
	Luz Nereyda Moreno Mosquera- Subdirectora de Gestión Redes Sociales e Informalidad		
Revisó	Juliana Valcárcel Patiño – Asesora Dirección General		
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad, lo presentamos para firma del Director General del Instituto para la Economía Social IPES.			