

CONPES DISTRITAL 32

Política Pública Distrital

de **VENDEDORAS** y **VENDEDORES INFORMALES**

CONPES DISTRITAL 32

Política Pública Distrital de Vendedores y Vendedoras informales

OBJETIVO

Incluir en **condiciones dignas** a los vendedores informales como actores de la economía popular de Bogotá, D. C.



Vigencia **2023-2035**

LOGROS PRIMER SEMESTRE 2025



Se fortalecieron **14 unidades productivas** mediante el programa Impulso Capital, que potencian sus habilidades emprendedoras y capacidades técnicas para la sostenibilidad económica.



68 personas adultas, 43 mujeres y 25 hombres, se vincularon a alternativas comerciales: puntos de encuentro y puntos comerciales, lo que les permite el desarrollo de su actividad económica de manera organizada y formalizada.



3.143 vendedoras y vendedores informales fueron registrados, identificados, caracterizados y/o actualizados, proceso que permite contar con un diagnóstico socioeconómico actualizado para el diseño e implementación de la oferta institucional.



Estrategia Don Justo, el “**Superhéroe sin capa**” de las y los vendedores informales que con sabiduría, experiencia y empatía busca acompañarlos en la aplicación de normas que garantizan el orden, la convivencia y el respeto por el espacio público, como también propiciará la socialización de la oferta institucional en las localidades priorizadas: Santa Fe, Los Mártires, La Candelaria, Usaquén, Chapinero, Teusaquillo, Kennedy, Bosa, Suba, Ciudad Bolívar y Puente Aranda.

AQUÍ
SÍ PASA 
BOGOTÁ
MI CIUDAD
MI CASA

Fotografía por: Andrés Barrantes, Oficina de Planeación



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE
PLANEACIÓN



Secretaría Distrital de Planeación

Subsecretaría de Políticas Públicas y Planeación Social y Económica

Dirección de Formulación y Seguimiento de Políticas Públicas

Informe de Seguimiento Plan de Acción Política Pública Distrital de

2

Vendedoras y Vendedores Informales 2023-2035

Documento CONPES D.C. No. 32

Corte: junio 30 de 2025

Octubre 2025

1. Introducción

El informe de seguimiento¹ evalúa los avances en la implementación de la Política Pública Distrital de Vendedoras y vendedores Informales 2023-2035 para el año 2025, hasta el 30 de junio. El análisis, realizado por la Secretaría Distrital de Planeación, examina las gestiones de los sectores responsables desde la adopción de las políticas. El objetivo es generar información útil para el control ciudadano y evaluar posibles ajustes necesarios para alcanzar los objetivos propuestos. El seguimiento se realiza siguiendo la metodología establecida por la Secretaría Técnica del CONPES D.C. y se basa en un instrumento de reporte que mide el cumplimiento de los productos y resultados según los indicadores² y metas³ establecidos.

2. Generalidades de la política pública

La Política Pública Distrital de Vendedoras y vendedores Informales 2023-2035 se adoptó mediante la Ley 1988 de 2019, el Acuerdo Distrital 812 de 2021 y la actualización de su plan de acción mediante Documento CONPES DC 32 del 16 de noviembre de 2023. La Política Pública Distrital de Vendedoras y vendedores Informales 2023-2035 busca lograr con un conjunto de actividades proyectadas a largo plazo, la inclusión social y productiva en condiciones dignas a los vendedores y las vendedoras informales como actores de la economía popular de Bogotá D.C.

A partir del reconocimiento de la manifestación de la informalidad económica o precarización laboral en las ventas informales, se emprende con la Política Pública de Vendedoras y Vendedores informales 2023-2035, una reivindicación de los actores de la economía popular más allá de una acumulación de capital y un consumo a gran escala, como personas que habitan un territorio y son parte integrante de una comunidad; que buscan el reconocimiento y dignificación de ésta actividad y de quienes la ejercen. De igual manera, se aborda el papel del tratamiento del espacio público cuando no se encuentra otro escenario para obtener un mínimo sustento vital y la gestión, cobertura y calidad de la oferta institucional a las personas que ejercen la vena informal.

3

3. Avances de la política

Para los cálculos de avance de la política se utilizan los reportes cuantitativos acumulados de los productos contrastados frente la meta correspondiente y la importancia relativa asignada a cada producto en el plan de acción. La trayectoria ideal de la política corresponde al avance esperado a junio de 2025 de acuerdo con la meta programada. Estas

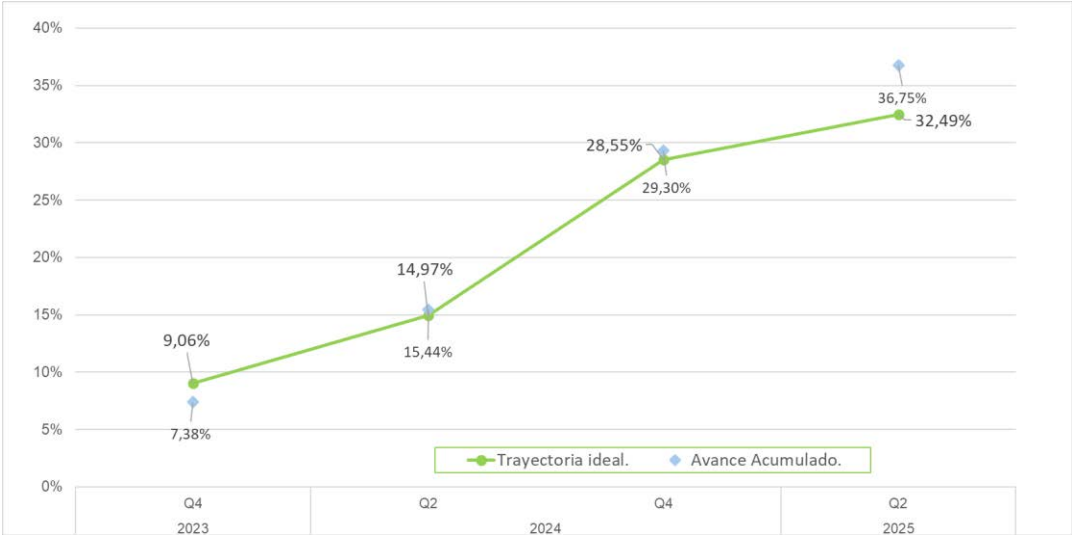
¹ Seguimiento: es el momento del ciclo de la política que gestiona y analiza la información que se produce y permite tomar decisiones en curso para efectuar ajustes que encaminen en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

² Indicador: son expresiones de las variables cuantitativas y cualitativas, mediante las cuales pueden medirse los logros alcanzados, observar los cambios vinculados con una intervención o analizar los resultados de una institución.

³ Meta: es la expresión concreta y cuantificable de lo que se quiere alcanzar en un periodo definido, trátase de efectos o productos.

dos variables⁴ se comparan para determinar a partir de la brecha⁵ si la política tiene un retraso o una sobre ejecución.

Gráfico 1. Avance acumulado y trayectoria ideal de la Política Pública



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2025-1 Política Pública

4

Para el corte a junio 30 de 2025, el avance acumulado de la política alcanzó un 36.75%. Entendiendo que la trayectoria ideal de implementación debería ser de 32.49% de avance, actualmente tiene una brecha positiva de 4.26% (gráfico 1).

4. Avances por objetivos

La política pública y su plan de acción están compuestos por 3 objetivos específicos y 33 productos.

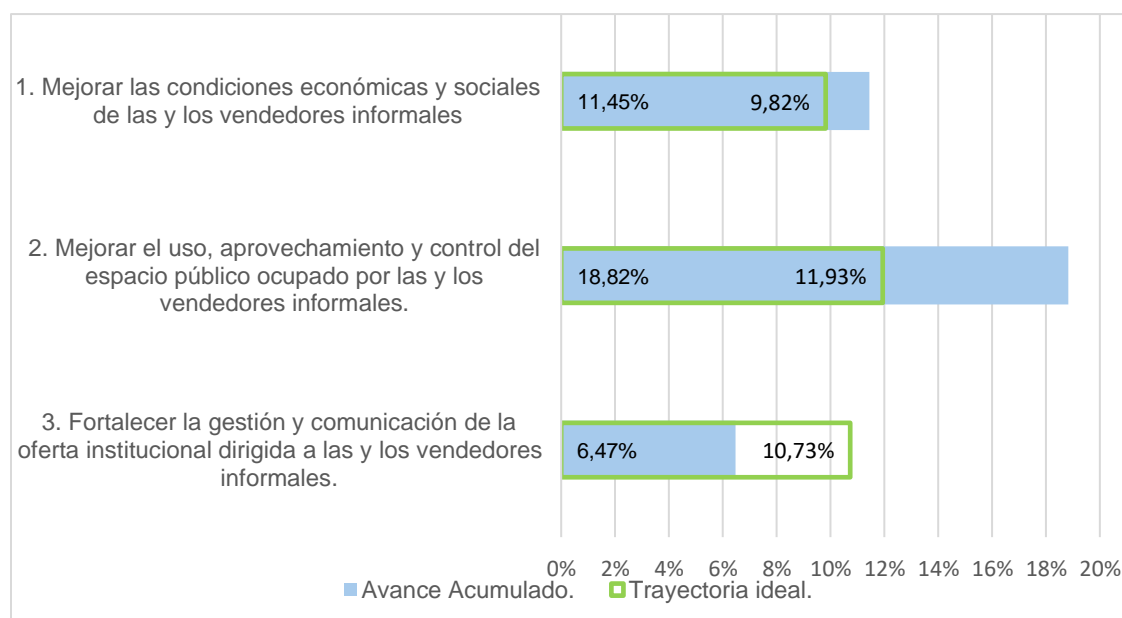
En la gráfica 2 se presenta la trayectoria ideal de los objetivos que conforman la política y se acompañan del avance acumulado⁶ de los productos que conforman cada objetivo. Al comparar la trayectoria ideal contra el avance acumulado se puede encontrar una brecha negativa lo cual significa que hay productos del objetivo que no cumplieron la meta programada, una brecha positiva lo cual significa que hay productos del objetivo que tienen una sobre ejecución frente a la meta programada o no existir brecha lo cual se puede interpretar como que el objetivo cumplió con la meta programada. (gráfico 2).

⁴ Variable: es algo que puede tomar distintos valores en el tiempo, es un elemento del sistema bajo análisis, que es inestable, inconstante y mudable.

⁵ La brecha se calcula restando la trayectoria ideal con el avance.

⁶ Avance acumulado: Corresponde al cálculo del avance acumulado sobre la meta total del indicador.

Gráfico 2. Avance acumulado y trayectoria ideal por objetivos



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2025-1 Política Pública

5

Objetivo 1: Está conformado por 16 productos y la ponderación es de 40,00%, el cual presenta una brecha positiva de 1.63% con sobre ejecución de los productos: 1.1.1 Servicio de orientación en los programas de inclusión productiva de las y los vendedores ambulantes, con una ponderación de 2.9%, 1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED), con una ponderación de 2.9%, 1.1.3 Emprendimientos por subsistencia fortalecidos de la población joven y/o adulta, con una ponderación de 2.9%, 1.1.4 Alternativas comerciales de generación de ingresos para personas adultas, con una ponderación de 2.9%. 1.1.12 Registro, identificación, caracterización, y/o actualización de datos de los vendedores informales, con una ponderación de 3.5% y 1.2.4 Talleres de orientación para el empleo para vendedores(as) informales de la economía popular y sus familias, con una ponderación de 2.9%.

Objetivo 2: Está conformado por 9 productos y la ponderación es de 40,0%, el cual presenta una brecha positiva de 6.89% con sobre ejecución de los productos: 2.1.3 Zonas de aglomeración organizadas, con una ponderación de 3.50%; 2.1.4 Acuerdos de organización de espacio público firmados con las y los Vendedores Informales, con una ponderación de 3.50%; 2.1.5 Estrategias de co-creación de la Economía Popular implementadas, con una ponderación de 3.00%; 2.1.7 Lineamiento para organización y regularización de la actividad de venta informal en el espacio público, con una ponderación de 3.00% y 2.1.9 Guía de comportamiento y convivencia del Vendedor Informal en el espacio público, con una ponderación de 2.90%.

Objetivo 3: Está conformado por 8 productos y la ponderación es de 20,0%, el cual presenta una brecha negativa de -4.26% con una baja ejecución de los productos: 3.1.1 Formación y capacitación de las y los Consejeros Distritales y Locales sobre su función, con una ponderación de 3.00% y 3.1.4 Espacios presenciales de caracterización de jóvenes vendedores informales a través del Índice de Vulnerabilidad Juvenil para el acceso a servicios de la Subdirección para la Juventud, con una ponderación de 2.90%.

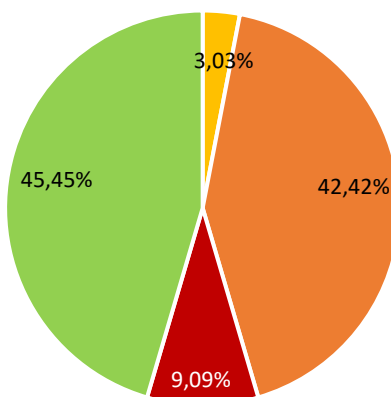
5. Estado de avance de los productos

Con la intención de explicar en detalle cuáles son los productos de la política que pueden estar marcando la implementación hacia un mayor o menor nivel de avance, se construyeron una serie de mediciones tipo ‘semáforo’, de forma que se pueda identificar diferentes niveles de cumplimiento desde la adopción de la política.

Los productos con un avance superior a 125% frente a la meta (de la vigencia o de la trayectoria esperada) se consideran en avance con “sobre ejecución” y tienen asignado el color naranja, los productos con avance superior a 75% frente a la meta (de la vigencia o de la trayectoria esperada) se consideran en un avance “Alto” y tienen asignado el color verde. Aquellos que han alcanzado un avance en el rango de 51%-75% se consideran con un cumplimiento “Medio” y se presentan en color amarillo. Por su parte, el color rojo identifica los productos con un avance “Bajo”, con un avance menor o igual al 50%.

Gráfico 3. Estado de avance de productos hasta la Vigencia

6



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2025-1 Política Pública



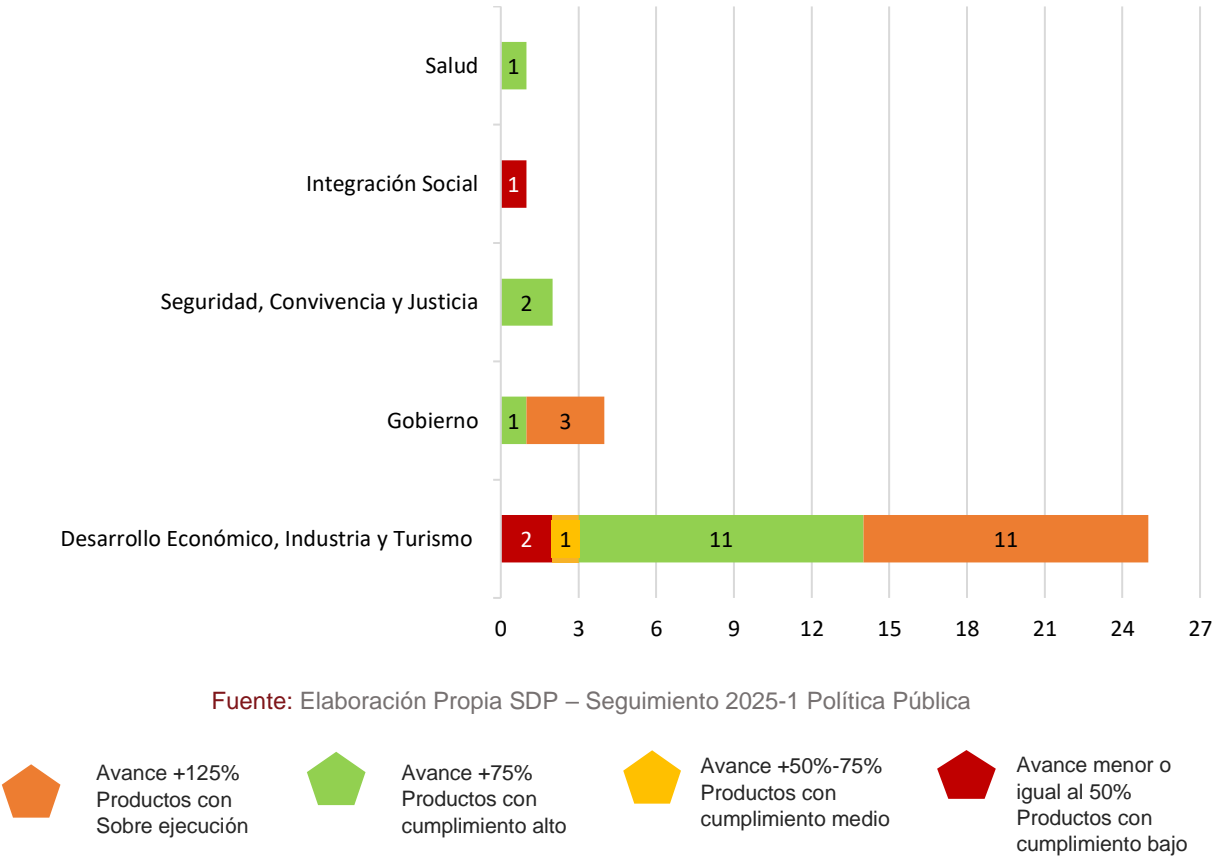
La gráfica 3 muestra el porcentaje de productos que se encuentran en los respectivos rangos de avance mencionados. Para esta política, un 45.45% de los productos cuentan con un nivel de cumplimiento alto, el 3.03% en cumplimiento medio, el 9.09% en

cumplimiento bajo y el 42.42% se encuentra con un nivel de cumplimiento en sobre ejecución.

6. Productos por sector responsable

La siguiente gráfica muestra la cantidad de productos por sector de la Administración Distrital responsable de la implementación de los productos.

Gráfico 4. Productos por sector responsable



Con relación a la ejecución por sectores, se identifica que los productos liderados por los sectores de Desarrollo Económico, Industria y Turismo, Gobierno, Salud y Seguridad, Convivencia y Justicia presentan una correcta ejecución en el plan de acción de la política frente al sector de Integración Social, el cual tiene un cumplimiento bajo. El sector con más productos a su cargo es Desarrollo Económico, Industria y Turismo, tiene 25 productos con cumplimiento: 11 Alto, 11 Sobre ejecutado, 1 medio y 2 bajo. (gráfico 4).

7. Aportes de la política pública a la ciudad

En el avance de la implementación de los productos de la política en el primer semestre, se advierte que en el producto 1.1.1 Servicio de orientación en los programas de inclusión productiva de las y los vendedores ambulantes, los programas de la Subdirección de Emprendimiento y Negocios (SEN) están diseñados con un enfoque inclusivo, permitiendo la participación de cualquier persona que cumpla con los requisitos establecidos en las convocatorias, con acciones orientadas a reconocer y comprender las necesidades específicas de cada grupo poblacional, a fin de ofrecer procesos de acompañamiento técnico personalizado, ajustado a sus contextos sociales y económicos. Es así como se avanzó en el despliegue territorial de la oferta institucional, priorizando el reconocimiento autónomo de las unidades productivas por parte de los propios actores comunitarios. Esta estrategia permitió identificar y acompañar iniciativas productivas surgidas desde las dinámicas locales, promoviendo su fortalecimiento mediante rutas formativas flexibles y accesibles, en modalidades sincrónicas y asincrónicas. Asimismo, se mantuvo el esfuerzo por consolidar canales de comunicación claros y comprensibles, que facilitaran el acceso a la información y a las oportunidades institucionales. En este marco, se planea realizar articulaciones con el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal – IDPAC, con el propósito de potenciar las capacidades organizativas y participativas de las comunidades, favoreciendo una mayor inclusión en los programas ofrecidos. De esta manera, se logró el fortalecimiento de catorce (14) unidades productivas mediante el programa Impulso Capital, lo cual permitió potenciar sus habilidades emprendedoras y capacidades técnicas para su sostenibilidad económica.

8

Respecto al producto 1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED), se fortaleció el proceso de articulación con el Instituto para la Economía Social (IPES), entidad que, mediante comunicaciones oficiales, remitió a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) los datos la población interesada en acceder a procesos de empleabilidad. Con base en dicha remisión, el equipo profesional de la Agencia Distrital de Empleo (ADE) realizó contacto telefónico a la ciudadanía, a quienes se les explicó en detalle los servicios que ofrece la Ruta de Empleabilidad, haciendo énfasis en los beneficios del empleo formal y digno como vía para la mejora de sus condiciones de vida. Sin embargo, es relevante mencionar que para establecer diálogo con la ciudadanía, se identificaron algunas dificultades como la inoperatividad de algunos números de contacto telefónico, así como la ausencia de interés de la población hacia los procesos de la ADE.

No obstante, se lograron los siguientes resultados conforme a las 24 personas remitidas por el IPES: Se lograron contactar a 13 Personas, quienes en el marco de la ruta recibieron los siguientes servicios: Formación en Blandas y Transversales (1 atención), Orientados (10 atenciones), Registrados (5 atenciones), Remitidos (12 atenciones), para un total de 28 atenciones. A partir de ello, es importante resaltar que el número de registrados es inferior al de orientados, debido a que las y los ciudadanos ya contaban con algunos datos en la plataforma del Servicio Público de Empleo, con otros prestadores autorizados o por procesos de auto registro previos de la ciudadanía, donde no seleccionó a la ADE como prestador.

En el mes de mayo se llevó a cabo un trabajo articulado con la población LGBTI de la ciudad de Bogotá, con el propósito de brindar acompañamiento y asistencia técnica a los

emprendedores pertenecientes a esta comunidad. Como resultado de esta iniciativa, en el mes de junio se dio inicio al ciclo de asistencias técnicas en marketing digital y línea de alimentos, con la participación activa de 90 emprendedores y emprendedoras, quienes culminaron satisfactoriamente todo el proceso formativo, lo anterior relacionado con el producto 1.1.3 Emprendimientos por subsistencia fortalecidos de la población joven y/o adulta.

Desde el Instituto para la Economía Social – IPES ha venido trabajando en el fortalecimiento de la economía de los y las trabajadoras informales, con el compromiso de generar desarrollo económico y social mediante alternativas que promuevan el uso y disfrute del espacio público desde el orden y la buena convivencia como parte del desarrollo del producto 1.1.4 Alternativas comerciales de generación de ingresos para personas adultas. En este marco, 68 personas mayores han sido vinculadas a alguna de las alternativas comerciales como puntos de encuentro y puntos comerciales, ofertadas por el Instituto, orientadas a fortalecer la economía de la capital; lo que les permite a los beneficiarios desarrollar su actividad económica de manera organizada y formalizada, facilitando su integración al comercio formal.

En el producto 1.1.8 Asistencia integral a emprendimientos de subsistencia de vendedores informales víctimas del conflicto armado, se desarrolló un trabajo articulado con la población LGBTI de la ciudad de Bogotá, con el objetivo de brindar asistencia técnica a sus emprendedores. Como resultado, en junio se dio inicio al ciclo de asistencias técnicas en marketing digital, con la participación de 35 emprendedores pertenecientes a esta población. Posteriormente, se realizó la validación de los participantes, confirmando que dentro del grupo, se encontraban tres emprendedores víctimas del conflicto armado. Se está en proceso de fortalecimiento de la articulación con la Unidad para la Víctimas para poder avanzar en la convocatoria con enfoque diferencial para esta población ya que no están asistiendo a las convocatorias que se han realizado por parte del IPES.

9

El Instituto para la Economía Social (IPES) ha implementado una serie de procesos estratégicos orientados a ofrecer soluciones integrales a la población dedicada a las ventas informales en el espacio público de Bogotá. En este contexto, 57 personas, identificadas en el Registro Único de Víctimas (RUV), han sido beneficiadas mediante alguna de las ofertas comerciales transitorias ofrecidas por el Instituto, las cuales brindan la oportunidad de generar ingresos de manera organizada y dentro de un periodo determinado. Estas acciones no solo representan una respuesta efectiva a las necesidades económicas inmediatas de esta población, sino que también evidencian el compromiso del IPES por impulsar procesos de inclusión social y económica, respetando las particularidades de cada beneficiario. Además, a través de estas alternativas, se busca fomentar el uso adecuado del espacio público, enmarcado en principios de orden, legalidad y buena convivencia, fortaleciendo así el tejido social y contribuyendo al desarrollo de una ciudad más equitativa.

Frente al producto 1.1.10 Programa de comercialización de alimentos empacados para personas mayores y/o con discapacidad que ejercen la venta informal, la cantidad de acciones para el programa de comercialización de alimentos empacados son de 25 unidades nuevas asignadas a vendedores y vendedoras informales, personas mayores de 60 y personas con discapacidad. Para esta asignación se requieren las siguientes acciones ejecutadas: convocatoria, criterios de elegibilidad, perfilación, visita domiciliaria, sorteo y acta de entrega. El IPES ha logrado sostener la alternativa Emprendimiento Social, la cual está orientada a la atención de vendedores informales personas mayores de 60 años y/o

personas con discapacidad, quienes cuentan con una oportunidad de generación de ingresos a través de la comercialización de diversos productos al interior de entidades públicas y empresas privadas que facilitan en calidad de espacios de préstamo donde se logra ubicar un módulo de venta que es atendido por un beneficiario del IPES que resulta favorecido/a a través de un sorteo. El IPES realiza seguimientos comerciales, visitas domiciliarias, sensibilización a familiares y/o acudientes, remisión interinstitucional y fortalecimiento en diversas temáticas a fin de lograr potenciar su generación de ingresos y de esta manera garantizar que la alternativa pueda significar un ingreso que aporte al mínimo vital de los beneficiarios y beneficiarios de dicha alternativa. De esta misma manera continuamente se realiza gestión con las entidades públicas y empresas privadas de forma tal que se logra mantener el préstamo de los espacios y así mismo lograr la apertura de nuevos aliados a fin de mantener y ampliar su cobertura. Durante el primer semestre se logró la asignación de módulos en entidades disponibles a 14 vendedores informales lo que equivale a un 56% de avance de la meta del programa.

Se ha elaborado un documento borrador del Programa de Financiamiento de la Economía Popular, cuyo objetivo es mejorar las oportunidades de financiamiento para los vendedores informales de la ciudad. El documento preliminar contiene la introducción, la identificación del problema y la justificación recoge el marco normativo nacional y distrital. Este programa tiene como propósito fortalecer la inclusión financiera y fomentar la formalización de estas actividades económicas. Con el fin de afinar los detalles y asegurar la correcta alineación del programa con los requisitos específicos del producto de la PPDVVI, se propone la realización de mesas de trabajo entre la Subdirección de Gestión, Redes Sociales e Informalidad y la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización. Estas mesas permitirán ajustar los criterios necesarios para la implementación de este producto.

10

Se registró, identificó, caracterizó y/o actualizó a 3.143 vendedores y vendedoras informales en distintas localidades de la ciudad por parte del Instituto para la Economía Social (IPES). Este proceso permite al Instituto contar con un diagnóstico socioeconómico actualizado, lo cual facilita el diseño y la implementación de ofertas institucionales dirigidas a esta población. Dichas acciones se enmarcan en programas de inclusión productiva que buscan fortalecer la economía popular y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los vendedores informales.

Se llevó a cabo en marzo el proceso de articulación con el IPES y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), donde se efectuó retroalimentación respecto a los programas y oferta vigente por parte de la Agencia Distrital de Empleo, indicando el alcance de cada una de las etapas de la ruta de empleabilidad. Desde SDDE se cuenta con oferta complementaria a la oferta del IPES, ampliando así las posibilidades de intermediación laboral para esta población. A partir del este espacio, se llegó al acuerdo de direccionar a la ciudadanía interesada en procesos de formación de manera mensual, vía oficio a la Subdirección de Empleo y Formación. A partir de lo anterior y pese a la amplia oferta formativa de la Subdirección de Empleo y Formación, para este trimestre no se cuentan con formaciones a esta población, sin embargo, se espera que con los acuerdos indicados en la mesa de trabajo se logre formar a la ciudadanía remitida por el IPES.

Desde la interacción integrada a prácticas de promoción del cuidado de la salud de los trabajadores informales y gestión del riesgo en las unidades de trabajo (UT), se desarrollaron acciones de Información, Educación y Comunicación (IEC) sobre la

promoción en el cuidado de la salud a 691 vendedores y vendedoras informales, encaminadas a la prevención de riesgos laborales y ocurrencia de eventos como accidentes y posibles enfermedades derivados de la ocupación. Adicionalmente se promueven prácticas para mejorar sus condiciones de salud, desde los contextos de promoción del cuidado y autocuidado en el trabajo, para la prevención de factores de riesgo de condiciones crónicas y salud mental de la población informal.

A través de la Subdirección de Formación y Empleabilidad se llevó a cabo diferentes rutas de formación en: Curso de Mantenimiento de Computadores 1 y 2, Curso de Marketing Digital, Curso de Comportamiento Emprendedor, Curso de Mercadeo y Comunicación, Curso de Negocios Digitales y Curso de Manipulación de Alimentos en Punto Vive Digital Veracruz, El Punto Comercial Plaza España, Plaza Distrital de Mercado 20 de Julio, - Plaza Distrital de Mercado Restrepo, Plaza Distrital de Mercado Santander, Punto Vive Digital Kennedy y en el Punto Comercial Cuatro Vientos. Se realiza reporte de 308 personas únicas vendedoras y vendedores informales, caracterizadas en RIVI e incluidas en el HEMI, aunque hay más personas asistentes a las rutas de formación.

Se orientó a 124 vendedores de la economía informal, mediante talleres diseñados con base en la identificación de sus necesidades específicas, así como las de sus familiares, en relación con la inserción al mercado laboral formal. Estas acciones se enmarcaron en el fortalecimiento de capacidades individuales y colectivas, con el objetivo de generar transformaciones sostenibles en su calidad de vida y condiciones socioeconómicas. Durante este periodo, la población fue capacitada en dos ejes temáticos fundamentales que contribuyeron significativamente al desarrollo de los espacios formativos y al empoderamiento de los participantes en su ruta de empleabilidad: 1. *Construyendo mi proyecto de vida laboral*: Esta capacitación estuvo orientada a acompañar a los vendedores informales y sus familias en la construcción de un plan de vida laboral claro y realista. A través de orientación profesional, fortalecimiento de habilidades socioemocionales y entrega de herramientas clave, se fomentó la identificación de intereses, talentos y metas laborales. Adicionalmente, se abordó la importancia de reconocer fortalezas y debilidades personales, así como del propio proyecto de vida, para diseñar estrategias eficaces de búsqueda de empleo. Se resaltó también cómo la actitud personal, los pensamientos y comportamientos influyen directamente en la consecución de metas, promoviendo una mentalidad positiva como elemento clave para la adaptación y la superación de obstáculos. 2. *Inmersión a la vida laboral*: Este componente tuvo como propósito fortalecer las competencias de los participantes para acceder al empleo de forma informada y segura. Se trabajaron aspectos prácticos como la elaboración adecuada de hojas de vida, preparación para entrevistas de trabajo y respuestas ante evaluaciones de selección. Las orientaciones brindadas buscaron empoderar a los asistentes, ofreciéndoles herramientas claras y recomendaciones útiles para mejorar sus oportunidades de vinculación laboral.

11

El IPES actualizó el PLAN DE INTERVENCIÓN DE LAS ZONAS DE AGLOMERACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO – VIGENCIA 2025, conforme a la información reportada por la Alcaldía Mayor y los datos institucionales, el IPES ha priorizado las siguientes zonas de aglomeración para la vigencia 2025:

Calle 76 – Chapinero: Calle 76 con Caracas
Lourdes – Chapinero: Plazoleta de Lourdes
La Concordia – Candelaria: Chorro de Quevedo
Plaza de las Américas – Kennedy

20 de Julio – San Cristóbal

Estas zonas presentan una alta actividad comercial y un flujo masivo de personas, lo que requiere una intervención inmediata para garantizar la organización, regulación y aprovechamiento inclusivo del espacio público, promoviendo una gestión ordenada y sostenible de estas áreas.

La Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia ha realizado un trabajo articulado con organismos de seguridad, implementando medidas para combatir la extorsión y el gota a gota en lugares afectados por este delito en todas las localidades, excepto Sumapaz, priorizando los barrios con zonas de concentración comercial formal e informal. Las acciones incluyen la intensificación de la presencia policial en áreas identificadas como puntos críticos con patrullajes regulares mixtos y presencia institucional con el GAULA de la Policía Nacional y Militar, el establecimiento de líneas directas de comunicación (147 y 165) para denuncias anónimas. Se desarrolló la campaña *"Yo no pago, yo denuncio"* enfocada en la extorsión y el gota a gota, realizando cerca de 180 recorridos territoriales. El grupo Acompañamiento a la Denuncia (AIDE) se ha enfocado en brindar asistencia integral a las víctimas de extorsión y gota a gota, facilitando el proceso de denuncia y ofreciendo acompañamiento durante todo el procedimiento. Se ha proporcionado orientación sobre cómo proceder en estos casos a través de plataformas como A Denunciar y Denuncia Fácil, trabajando en coordinación con las unidades de GAULA para priorizar la atención a las víctimas. Adicionalmente, se acompaña a la Cámara de Comercio de Bogotá en la implementación de campañas de promoción de microcréditos dirigidas a comerciantes, con el objetivo de reducir la dependencia de préstamos informales y usureros, ofreciendo alternativas financieras seguras y accesibles que fortalecen el tejido económico local.

12

Desde la Dirección para la Gestión del Desarrollo Local de la Secretaría Distrital de Gobierno se envió a las alcaldías locales relacionadas en la descripción de cada producto, un memorando especificando la información que se requiere para el reporte de los avances del producto 2.1.3, obteniendo la siguiente información por cada una de las alcaldías locales:

En la Alcaldía Local de Engativá, se encuentran en desarrollo las actividades de control y seguimiento, en donde se identificaron 5 zonas de aglomeración organizadas en los siguientes sectores: Portal 80, Engativá Pueblo, Plaza Ferias, Quirigua Centro y Calle 72. Durante el recorrido, se realizó sensibilización a los vendedores informales presentes en estos puntos, brindándoles información sobre las normas y lineamientos establecidos para el adecuado ejercicio de sus actividades, promoviendo el respeto por el espacio público, la seguridad y la sana convivencia.

Desde la Alcaldía Local Los Mártires, se identifican 5 zonas de aglomeración organizadas nuevas: 1) Plaza España incluido el Hospital San José; 2) Plaza del Voto Nacional - ubicada entre la Avenida Caracas y la Carrera 14, y desde la Calle 13 hasta la Calle 10; 3) Zona Comercial de San Andresito de San José, ubicada desde la Calle 11 hasta la Calle 8, entre la Carrera 19 y Carrera 24; 4) En este mismo sector encontramos los vendedores informales del costado sur de la cra 8 entre cll 24 a la 27, ya caracterizados por la alcaldía y 5) Clínica Mederí, ubicada en AV Cra 30 hasta la Cll 24.

La Candelaria: Desde la localidad, se identifican 6 zonas de aglomeración: 1) Carrera 7 entre calle 19 y Plaza de Bolívar, 2) Calle 11 entre carreras 4 y 7, 3. Avenida Jiménez entre carrera 8 y 10, 4) Carrera 10 entre Avenida Jiménez y Estación TM Bicentenario, 5) Calle 12 C entre carreras 8 y 10 y 6) Chorro de Quevedo.

Chapinero: Durante el mes de mayo de 2025, se organizó la Plazoleta de Héroes (calle 79 con carrera 20), ocupada por 24 vendedores y vendedoras informales en 308 m2. Se realizó una mesa de trabajo durante el mes de abril entre los voceros de los/las vendedores/as allí ubicados/as, Alcaldía Local de Chapinero, Secretaría de Seguridad y Secretaría de Gobierno, logrando de manera concertada la entrega del espacio ocupado y su organización para el disfrute de la ciudadanía que habita y transita por este sector de la localidad.

San Cristóbal: La Dirección para la Gestión del Desarrollo Local destaca que, para el primer semestre de 2025, se superó la meta anual de 8 acciones programadas de número de zonas de aglomeración organizadas, reportando un total de 16 zonas.

Desde la Dirección para la Gestión del Desarrollo Local, se ha venido estableciendo contacto con las alcaldías locales, con el fin de identificar dificultades en el cumplimiento del producto. Sin embargo, durante el vigente año se han presentado avances significativos en materia de este producto.

En el producto 2.1.4 Acuerdos de organización de espacio público firmados con las y los Vendedores Informales, desde la Dirección para la Gestión del Desarrollo Local de la Secretaría de Gobierno se envió a las alcaldías locales relacionadas en la descripción de cada producto, un memorando especificando la información que se requiere para el reporte de los avances del producto, obteniendo la siguiente información por cada una de las alcaldías locales:

Chapinero: no se suscribieron acuerdos de organización con los vendedores y vendedoras informales. No obstante, la alcaldía local ha venido adelantando en coordinación con el IPES un plan de trabajo específico, con el fin de identificar y posteriormente caracterizar a los vendedores y las vendedoras que cumplan con los requisitos de vulnerabilidad parametrizados por el Instituto para la Economía Social (IPES). En la zona de distrito diverso se identificaron 41 vendedores y vendedoras informales (polígono comprendido entre la calle 57 y 60), entre la carrera 7 y 13, Zona carrera 13) y se identificaron 207 vendedores y vendedoras informales (polígono comprendido entre la carrera 13, calle 39 y 69.)

Bosa: El Fondo de Desarrollo Local de Bosa no suscribió acuerdos durante el segundo trimestre del vigente año; sin embargo, para desarrollar el proyecto 2864, se estableció el plan de trabajo para la organización del espacio público, el cual consiste en la realización de capacitaciones que buscan incentivar promover la formalización de los/las vendedores (as) informales, así como darles a conocer sus derechos y responsabilidades sobre el correcto uso del espacio público.

La Candelaria: Para el periodo de reporte, no se registraron avances específicos relacionados con este producto.

13

En la Alcaldía Local de Bosa, se cuenta con el Proyecto de Inversión Local 2864, el cual alcanzará la meta de “Realizar 10 acuerdos para la organización, la recuperación, el cuidado, el embellecimiento, la sostenibilidad, el mejoramiento y el aprovechamiento económico del espacio público.” Este proyecto, que se encuentra en fase de alistamiento institucional, prevé el desarrollo de tres (3) acciones concretas, según los criterios de elegibilidad y viabilidad del sector, el proceso de fortalecimiento de la cultura ciudadana, el fomento de la participación ciudadana y el aprovechamiento económico del espacio público; se buscará que en dichos acuerdos se vinculen además de los vendedores informales, la población en general de las zonas a impactar.

Desde la Alcaldía Local de Engativá, en el marco de las labores de seguimiento territorial, se identificaron zonas de aglomeración organizadas en los sectores de Portal 80, Engativá Pueblo, Plaza Ferias, Quirigua Centro y Calle 72 y se lograron 7 acuerdos firmados vigentes. En particular, se evidenció la presencia de dos grupos de vendedores informales organizados y firmantes de acuerdos previos en los sectores de Engativá Pueblo y Portal 80. No obstante, se aclaró que dichos acuerdos actualmente no se encuentran vigentes. Durante el recorrido, se realizó una jornada de sensibilización dirigida a los vendedores informales, con el fin de recordarles las normas establecidas para el ejercicio de su actividad y promover el cumplimiento de las mismas, en pro del orden, la seguridad y el uso adecuado del espacio público.

Para el producto 2.1.5, la Dirección para la Gestión del Desarrollo Local de la Secretaría de Gobierno envió a las alcaldías locales relacionadas en la descripción de cada producto, un memorando especificando la información que se requiere para el reporte de los avances del producto, obteniendo la siguiente información por cada una de las alcaldías locales:

14

Chapinero: Para el periodo de reporte, no se registraron avances específicos relacionados con este producto.

San Cristóbal: Para el periodo comprendido entre el 01 de abril de 2025 y el 30 de junio de 2025, la Alcaldía Local de San Cristóbal no implementó estrategias de co-creación de la economía popular.

Bosa: Para el periodo la alcaldía local no reportó la implementación de estrategias de co-creación de la economía popular; sin embargo, en el marco del Proyecto de Inversión Local 2864 el Fondo de Desarrollo se alcanzó la meta de “Realizar 10 acuerdos para la organización, la recuperación, el cuidado, el embellecimiento, la sostenibilidad, el mejoramiento y el aprovechamiento económico del espacio público.” Este proyecto prevé el desarrollo de tres acciones concretas, según los criterios de elegibilidad y viabilidad del sector; el proceso de fortalecimiento de la cultura ciudadana, el fomento de la participación ciudadana y el aprovechamiento económico del espacio público. Es en el conjunto de acciones del “aprovechamiento económico del espacio público” que el Fondo de Desarrollo Local de Bosa buscará concertar con los vendedores informales la apertura de espacios de comercialización que vinculen la innovación como un elemento de transformación en el camino a la formalización, impulsando el desarrollo de la economía popular en la localidad. Actualmente se está en fase de alistamiento institucional para iniciar la materialización del proyecto en la vigencia 2025, se tiene presupuestado que su ejecución comience en el mes de julio de 2025.

Fontibón: Para el periodo de reporte, no se registraron avances específicos relacionados con este producto. Sin embargo, se programó mesa de Co-creación de Presupuestos participativos con las proponentes para el próximo trimestre.

Engativá: Durante el segundo trimestre de 2025 se llevaron a cabo las siguientes estrategias de co-creación:

1. Engativá Emprende: Como programa misional de la Alcaldía Local de Engativá se encuentra el programa “Engativá Emprende” el cual tiene como propósito apoyar MiPymes, emprendimientos y actores de la economía informal en el desarrollo de habilidades y capacidades técnicas y blandas para el fortalecimiento de los emprendimientos y vendedores locales. Hacen parte de esta estrategia el desarrollo de ferias de emprendimiento en la localidad y cursos de capacitación en áreas como Ofimática Básica, Excel Básico, Marketing Digital, Torneo Robótica, Inteligencia Artificial, Lenguaje de Señas y Comunicación Asertiva en Equipos de Trabajo. Durante el segundo trimestre de 2025 realizaron 4 ferias de emprendimiento. Actualmente se encuentran inscritas 815 personas, incluyendo población de vendedores informales, que participan en las ferias de la localidad, así como en los cursos de capacitación.

2. Impulso Local 4.0: En coordinación de la Secretaría de Gobierno, este programa está en ejecución con el propósito consolidar y fortalecer emprendimientos de la economía popular de diferentes localidades, incluida Engativá, a través de procesos de formación, acompañamiento especializado y capitalización hasta por \$3.000.000. En Engativá se seleccionaron un total de 164 beneficiarios, incluyendo vendedores informales, considerados como población prioritaria de la economía popular. Actualmente, el programa se encuentra en Etapa 5: Entrega de recursos y capitalización.

3. Empleabilidad: Como parte de las estrategias lideradas por la Oficina de Desarrollo Económico de la Alcaldía Local de Engativá se ha desarrollado un área de empleabilidad con el fin de ejecutar acciones tendientes a promover la empleabilidad de población desocupada y ocupada informal de la localidad de Engativá. Como parte de esta estrategia durante el segundo trimestre de 2025 se adelantaron un total de 5 ferias de empleo. Además, se coordinaron acciones con el sector privado de la localidad con el fin de conectar la oferta laboral de las diferentes empresas con la población desocupada u ocupada informalmente. La convocatoria a estas ferias es general y se difunde por los medios institucionales de la Alcaldía Local, incluyendo invitación a vendedores informales interesados en obtener un empleo formal.

La Candelaria: Para el periodo de reporte, no se registraron avances específicos relacionados con este producto.

El Instituto para la Economía Social (IPES) dispone de dos documentos que regulan los Protocolos de Aprovechamiento Económico del Espacio Público y las Ferias Temporales, los cuales han sido aprobados por la Comisión Intersectorial del Espacio Público (CIEP). Actualmente, ambos documentos se encuentran en proceso de socialización en las diversas localidades, con el fin de informar a los actores correspondientes sobre su implementación, conforme a los lineamientos establecidos y los cronogramas previstos.

Se realizaron 3 jornadas de sensibilización con vendedores y vendedoras informales y sus formas organizativas, en prevención de comportamientos contrarios a la convivencia, donde

asistieron 27 personas, en la siguiente temática: disfrute y ocupación del espacio público para el comercio informal.

La Guía de comportamiento y convivencia del vendedor informal en el espacio público de Bogotá busca fortalecer la interacción respetuosa y armoniosa entre vendedores informales, ciudadanía e instituciones. El Instituto para la Economía Social (IPES), junto con los consejeros distritales y locales, lidera su desarrollo, promoviendo la corresponsabilidad y el reconocimiento mutuo en el uso del espacio público. Actualmente, se cuenta con un documento preliminar que servirá como base para la implementación de estas normas de convivencia. Como parte de este proceso, se está estructurando un Decálogo del Buen Comportamiento, que será socializado en los diferentes espacios donde tiene acción el IPES, fomentando la apropiación del contenido por parte de los vendedores informales.

En el primer semestre se ha tenido dificultad para la convocatoria de las consejeras y consejeros de VVI para su participación en escenarios de formación en sus funciones, se está realizando el alistamiento para crear los lineamientos que puedan establecer la obligatoriedad de la capacitación sobre funciones previo a la posesión en el cargo. Se ha tenido impedimentos para reunirlos en el marco de la cualificación de sus funciones debido a que se vienen un proceso eleccionario nuevo y ya no tienen adherencia a este proceso. Se piensa realizar ajuste en la convocatoria y posesión de los nuevos consejeros y consejeras para que se establezca la obligatoriedad de la formación en este sentido como prerequisite para sumir la función.

Por otro lado, se llevó a cabo diversas rutas de Formación Integral, con la asistencia de las siguientes organizaciones de vendedores participantes:

- ASOBEN 12
- Asociación emprendedores y vendedores Barrios Unidos
- ASOVENPRO
- Colectivo de esta salimos juntos
- Cooperativa infantil

La Estrategia de Comunicaciones está compuesta por Post en Redes Sociales, Boletines de Prensa, Podcast, entre otros. La OAC ha ido consolidando una propuesta de comunicación integral y efectiva para la implementación de la Política Pública de Vendedores Informales. A través de acciones multicanal y contenidos pedagógicos, se está fortaleciendo la relación con la población vendedora informal, promoviendo su inclusión social y productiva. Se destacan para esta etapa, el diseño del minisitio informativo, el desarrollo del personaje *Don Justo*, la producción del podcast *La Casa del Vendedor*, y cuatro campañas de alto impacto (Decálogo, Día del Vendedor, Festival del Arroz y Café a la Plaza), que lograron una alta participación, especialmente entre mujeres y adultos mayores. El uso estratégico de plataformas digitales (Meta, TikTok, YouTube, programática, TapTap) permitió alcanzar más de 2.3 millones de usuarios, con altos niveles de interacción y retención del mensaje. Las campañas desarrolladas han demostrado que el enfoque pedagógico, la segmentación etaria y el tono empático generan conexión real con las audiencias.

En junio, en la Plaza concordia se realizó un (1) espacio de caracterización con jóvenes vendedores informales durante este espacio, se recorrieron los distintos estantes de venta,

identificando a los jóvenes presentes y ofreciendo los servicios de la Subdirección para la Juventud. Se explicaron los procedimientos, los requisitos y se proporcionó la información necesaria. Posteriormente, se recopilaron los datos de los asistentes, dentro de esta oferta institucional se mencionó el programa de jóvenes con oportunidades el cual es un programa del Distrito de Bogotá dirigido a jóvenes entre 14 y 28 años, con el objetivo de ofrecerles oportunidades educativas, de formación laboral e inclusión productiva. El programa busca impulsar la inclusión social y productiva de jóvenes en situación de pobreza extrema, moderada o vulnerabilidad por inseguridad alimentaria con un componente formativo y de transferencias monetarias condicionadas, de igual modo las Casas de Juventud que promueven el fortalecimiento de organizaciones juveniles, colectivos y 'parches' en sus diferentes procesos, permitiendo el disfrute de espacios de formación y el desarrollo de capacidades en espacios de convivencia, participación, reconocimiento y cuidado desde los enfoques de prevención, promoción, protección y garantía de derechos, que permita generar oportunidades de inclusión en las dinámicas sociales, económicas, culturales y educativas de la ciudad, así como los talleres en ellas, también se dio información sobre otra oferta adicional de la SDIS de otras subdirecciones.

Se han realizado los siguientes ajustes a HEMI solicitados por las subdirecciones de la entidad con el fin de avanzar con una herramienta misional que permita tener información actualizada, comparable, integra que permita leer las realidades territoriales para la toma de decisiones institucional y el mejoramiento continuo del IPES en la prestación de sus servicios. Los ajustes solicitados y realizados son:

- Nuevos tableros poblacionales y de metas en HEMI
- Productos en consulta pública de beneficiario
- Tablero Mesa de Ayuda - Error en consulta de datos a GLPI
- Nuevos tableros en HEMI de gestión
- Ajuste de validaciones
- Facilitación de creación de nuevos usuarios de HEMI.
- Cambios en la Ficha de Caracterización de VVI

17

La OAC está en proceso de construcción de la estrategia global para la socialización integral de los productos de la política y tiene una estrategia que se articula en torno a un ícono emocional que busca conectar al IPES con sus beneficiarios y con otros actores institucionales y comunitarios clave. La propuesta tiene como pilares los siguientes objetivos estratégicos:

- Fortalecer la presencia institucional del IPES en el territorio, mediante mensajes claros, accesibles y empáticos, dirigidos tanto a vendedores informales como a la ciudadanía en general.
- Promover la corresponsabilidad en el uso del espacio público, resaltando que el orden y la oportunidad pueden coexistir, en beneficio del bienestar colectivo.
- Visibilizar la oferta institucional del IPES quioscos, procesos de formación, ferias, rutas de caracterización y alternativas de formalización como una opción digna frente al trabajo informal.
- Generar confianza y apertura al diálogo en las zonas de intervención, por medio de mensajes pedagógicos, cercanos y culturalmente pertinentes, que contribuyan a disminuir tensiones y facilitar el relacionamiento institucional.
- Humanizar la narrativa del ordenamiento del espacio público, a través del personaje Don Justo, quien representa un enfoque basado en la escucha activa, la concertación y el respeto: escuchar antes de intervenir, proponer antes que imponer.

Quién es Don Justo? Don Justo es el "superhéroe sin capa" de los vendedores informales. Con sabiduría, experiencia y empatía, busca acompañar a los vendedores en la aplicación de normas que garantizan el orden, la convivencia y el respeto por el espacio público, como también propicia la socialización de la oferta institucional en las localidades priorizadas para el 2025: Santa Fe, Mártires, Candelaria, Usaquén, Chapinero, Teusaquillo, Kennedy, Bosa, Suba, Ciudad Bolívar y Puente Aranda

Para el producto 3.1.7 Acciones para generar alianzas internacionales para promover la economía popular, se hicieron las siguientes gestiones: Alianza No. 1, San Juan de Puerto Rico: se realiza un Memorando de Entendimiento entre la ciudad de Bogotá (sector desarrollo económico) y la ciudad de San Juan de Puerto Rico, en donde se pretende promover, desarrollar y fortalecer la cooperación mutua a partir del intercambio de experiencias y conocimientos en programas, planes, modelos y proyectos en materia de desarrollo económico, con el fin de promover el desarrollo económico integral y sostenible de ambas ciudades. Alianza No. 2 Convenio con Korea: en el marco del programa World Friends Korea (WFK) – Advisors & Techno Peace Corps, le fue asignado al IPES por parte de la Agencia de Cooperación KOICA, un experto coreano por el periodo de 1 año, en la ciudad de Bogotá, para asesorar a las distintas dependencias de la entidad en economía social y desarrollo comunitario sostenible.

En lo referente al producto 3.1.8 Rediseño institucional del Instituto para la Economía Social - IPES, se reportan los siguientes avances:

Sobre los objetivos del proceso de gestión del cambio, estos fueron definidos con base en la identificación de la necesidad primaria, los cuales no solo guiaron la dirección del proceso, sino que también tenían la misión de orientar los resultados concretos a alcanzar. De esta forma, se tienen como objetivos específicos los siguientes:

- Fortalecer la capacidad institucional y de gestión de los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y control de la Entidad.
- Mantener actualizada la planta global de empleos necesaria para el cumplimiento eficiente de las funciones a cargo del IPES
- Cumplir las decisiones de la Corte Constitucional expresadas en las sentencias C-614 y C-171 sobre los empleos requeridos en la planta de personal.
- Atender los mandatos del Decreto 1800 de 2019.
- Mantener el proceso de racionalización del gasto, aumentar la capacidad resolutive e incrementar la eficiencia, eficacia y efectividad en la administración y asignación de los recursos de la Entidad

Frente al alcance de todo el proceso, se ha definido lo siguiente: Con base en la metodología de Gestión del Cambio, este componente busca restituir la organicidad y coherencia de los procesos misionales de la Entidad, de modo que su personal de planta asuma de manera íntegra la responsabilidad sobre las actividades sustantivas de la Entidad; para conseguirlo, se implementarán las siguientes acciones:

- Profesionalización de la planta como estrategia de mejoramiento y cualificación de los servicios, particularmente en los procesos misionales de la Entidad.
- Ajustar las escalas salariales (incluido el personal directivo) para alinearlas con estándares de mercado y atraer profesionales altamente calificados.
- Redefinición de flujos de trabajo para garantizar la integración vertical y horizontal de los procesos.

18

- Ajuste de organigrama y niveles jerárquicos para clarificar roles, relaciones de dependencia y canales de coordinación.
- Creación o consolidación de unidades estratégicas que aseguren el alineamiento con los objetivos institucionales.
- Actualización de la planta de personal.

Igualmente se establecieron entregables definidos y fechas de cumplimiento. Todos los entregables se encuentran actualmente en fase de revisión por parte del equipo directivo y de la supervisión del contrato, con el objetivo de validar su contenido y aprobarlos oficialmente; una vez culminada esta etapa de supervisión, se procederá a emitir el visto bueno final y a programar la entrega formal de los documentos.

8. Implementación de los enfoques⁷

Reconocer la importancia de dignificar la labor de las ventas informales y mejorar las condiciones económicas y sociales de quienes se dedican a esta actividad involucran acciones que permitan avanzar en la formalización laboral y de habilidades, visibilizar las situaciones particulares de exclusión laboral, segregación y discriminación a las que están expuestos las personas que están en esta alternativa de generación de ingreso. Sin embargo, conlleva a que los componentes diferenciales y de prioridad para los diversos grupos de población identificados en el diagnóstico con mayor vulnerabilidad como lo son mujeres, personas con jefatura de hogar, adultez, población en condición de discapacidad, migrantes, entre otros, contribuyan al mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de las distintas poblaciones y etnias, en zonas organizadas del espacio público.

19

El enfoque Poblacional - Diferencial es el que más se impulsó con acciones como en los productos: 1.1.1. Servicio de orientación en los programas de inclusión productiva de las y los vendedores ambulantes y 1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED), en los cuales la orientación de la prestación de los servicios de empleo y formación tiene en cuenta las características, modos y costumbres de las poblaciones con criterios de integralidad e interseccionalidad, que ayuda a identificar las barreras de inclusión laboral de las personas buscadoras de empleo en función de su ciclo vital, su condición y situación, así como su identidad y diversidad. La perspectiva de análisis permite identificar, visibilizar y reconocer las situaciones individuales, colectivas y territoriales de exclusión laboral, con lo anterior, se evidencia una mayor recurrencia en la dedicación a la venta informal, por parte de mujeres, población afrocolombiana, migrantes y pueblos indígenas. A partir de ello la Agencia Distrital de Empleo (ADE) estableció contacto telefónico personalizado empleando un lenguaje incluyente, empático y comprensible. En este proceso, se socializaron los beneficios del empleo formal y las distintas etapas de la Ruta de Empleabilidad, identificando una participación significativa de mujeres entre las personas contactadas (las cuales corresponden a un 61.5%), quienes presentan trayectorias educativas y laborales diversas, así como barreras laborales asociadas al género para acceder al mercado laboral, entre las que se pueden destacar la sobrecarga por labores de cuidado no remunerado, la falta de experiencia formal

⁷ Enfoque: se entiende como la forma de dirigir la atención o el interés hacia un asunto para lograr una mayor comprensión de las realidades, situaciones y necesidades sociales, que permita dar respuestas pertinentes por parte del Estado.

reconocida, la segregación ocupacional y los estereotipos que limitan su ingreso a sectores formales. En respuesta a ello, se destacó la apertura de nuevos nichos de empleo promovidos por la Agencia Distrital de Empleo en áreas como infraestructura, transporte y bienes y servicios en los cuales se ha avanzado en la incorporación de mujeres en condiciones laborales dignas. De las 13 personas atendidas, 5 fueron hombres y 8 mujeres, 7 adultos, 3 jóvenes y 3 personas mayores

En cuanto al producto 1.1.3 se atendieron 90 emprendedores y emprendedoras de la comunidad LGTBI, caracterizado de la siguiente manera: Sexo: Hombres 29 - mujeres 61; Rango de edad de 19 a 28 años: 14, de 29 a 50 años: 53 y de 51 a 73 años: 23

En el producto 1.1.4 la población caracterizada está conformada por un total de 68 personas, con una participación mayoritaria de mujeres (43) frente a hombres (25). Esta distribución refleja una destacada disposición de las mujeres a participar en procesos comunitarios e institucionales. También, se cuenta con un total de 37 personas que son cabeza única de familia y de las cuales 25 son mujeres, asumiendo la responsabilidad y sostenimiento de sus hogares. Por su parte, hay una representación de grupos étnicos minoritarios con 3 personas indígenas y 2 afrodescendientes dentro de los beneficiarios.

En cuanto a la edad laboral/pensional, sólo 2 personas están pensionadas, lo que sugiere que, una gran mayoría de personas mayores que se ven obligadas a continuar trabajando en las ventas informales agudizando los factores de vulnerabilidad social en los que se encuentran. Finalmente, respecto al nivel educativo, se reportó que sólo 19 personas tienen primaria completa, 21 incompleta, 12 personas tienen secundaria completa, 11 incompleta y 1 persona cuenta con formación técnica completa, denotando así un bajo nivel educativo entre los beneficiarios.

20

En el producto 1.1.8, se atendieron 3 emprendedores y emprendedoras de la comunidad LGTBI, Sexo: Hombres 3, Rango de edad de 25 años: 1, 38 años: 1, 70 años: 1 y Mujer 1 de 39 años.

A través de las alternativas comerciales transitorias del producto 1.1.9, el IPES ha brindado una respuesta oportuna y pertinente a 57 personas víctimas del conflicto armado que desarrollan actividades de comercio informal en el espacio público. Esta población presenta dinámicas y características demográficas específicas que permiten comprender su nivel de vulnerabilidad, lo cual es fundamental para orientar las acciones de manera focalizada y efectiva. Distribución por sexo y género: De las 57 personas beneficiarias, 22 son hombres y 35 son mujeres, lo cual refleja una tendencia que debe ser considerada al diseñar políticas públicas y estrategias que busquen reducir las desigualdades de género en el ámbito del comercio informal. Según los registros, 55 personas se identifican como heterosexuales y 2 como homosexuales. Este dato destaca la importancia de desarrollar estrategias institucionales inclusivas que reconozcan la diversidad y trabajen para cerrar las brechas de desigualdad. Es fundamental garantizar que todas las personas, independientemente de su orientación sexual, tengan acceso a las mismas oportunidades dentro de la economía social, promoviendo un entorno libre de discriminación. Dentro del grupo caracterizado, 12 personas se identifican como pertenecientes a un grupo étnico.

En la implementación del producto 1.1.10, se atendieron 14 personas adultas mayores beneficiadas: Hombres 5 y mujeres 9

Desde el producto 1.1.12, de los 3.143 registros se observa: 54.1% mujeres (1.701), 45.8% hombres (1.440) y casos registrados como intersexuales (2), evidenciando la presencia de identidades fuera del binarismo tradicional. Orientación sexual: Aunque predomina la heterosexualidad (97.2%), hay registros de personas gay (19), lesbianas (26) y bisexuales (4), lo cual exige respuestas afirmativas frente a la diversidad sexual. Grupo étnico: Se identifican 59 indígenas, 48 afrodescendientes, 5 palenqueros, 2 ROM, 1 raizal, y 76 sin información, lo que da cuenta de la necesidad de fortalecer estrategias de identificación y atención específica. Personas con discapacidad: 145 casos reportados (4.6%) y 76 cuidadores, lo que plantea desafíos en materia de accesibilidad, apoyos y derechos.

Respecto al producto 1.2.1, la consideración de las características poblacionales de las y los vendedores informales, que incluyen una presencia de mujeres, jóvenes, víctimas del conflicto armado, personas cuidadoras y jefes de hogar, así como sus intereses y trayectorias laborales, se promovió el acceso a la formación a través de modalidades virtuales, tanto sincrónicas como asincrónicas. Esta posibilidad responde a las dificultades que enfrentan las y los vendedores informales para participar en procesos formativos presenciales, debido a la necesidad de generar ingresos para satisfacer sus necesidades básicas. De esta manera, se busca fomentar la participación de la población en estos procesos formativos y propender por su culminación.

En el producto 1.2.3, la población participante estuvo conformada por hombres y mujeres, con una significativa representación de mujeres cabeza de hogar, así como personas de diversos grupos etarios, destacándose la participación de adultos mayores y adultos entre los 30 y 60 años. Asimismo, se identificó la atención a personas pertenecientes a la población LGBTI, lo cual evidencia el enfoque diferencial e inclusivo del proyecto. La implementación fue en distintas localidades de Bogotá, siendo Santa Fé la que concentró el mayor número de beneficiarios.

21

En el producto 1.2.4, de los 93 participantes de los talleres, 55 fueron mujeres (59%) y 38 hombres (41%). La mayor parte correspondió a población adulta mayor y adulta, destacándose los rangos de 60 años y más (34 participantes) y de 46 a 59 años (31 participantes).

Con el producto 3.1.4, se realizan actividades con los jóvenes vendedores informales considerando sus características particulares, así como sus expectativas e intereses. Estas acciones están orientadas a ofrecer y socializar servicios que fortalezcan sus capacidades y habilidades, al tiempo que promuevan opciones de formación, vinculación productiva y un uso adecuado del tiempo libre. Durante la jornada realizada, se atendió a un total de 8 jóvenes vendedores informales en la localidad de Candelaria. Del total de asistentes, 6 eran mujeres y 2 hombres.

Las gestiones impulsadas para el enfoque de Derechos Humanos se evidencian en el producto 1.1.4, al identificar situaciones que pueden vulnerar derechos fundamentales como: Desigualdad educativa: hay 21 personas con primaria incompleta y solo 1 con formación técnica, lo cual limita el derecho a la educación y al trabajo digno. Condiciones socioeconómicas: 12 personas viven en estrato 1, 42 personas en estrato 2 y 14 en estrato 3. Personas cabeza de hogar: 25 mujeres y 12 hombres tienen a su cargo el sostenimiento de sus familias.

Desde el producto 2.1.5, los procesos de intervención y de acompañamiento que surgirán en el marco de los acuerdos a suscribir entre la administración, la ciudadanía y los vendedores informales garantizarán el acompañamiento a la población de vendedores informales para que sean garantizados sus derechos fundamentales y económicos, materializando soluciones y actuaciones respetuosas en la protección del derecho al trabajo, el trato digno y las perspectivas de género aplicables a la hora de beneficiar a esta población de la oferta institucional prevista por los Fondos de Desarrollo Local, concertando con ellos las acciones y las actuaciones de la administración local durante los procesos de construcción, suscripción y verificación de los acuerdos firmados.

Con el producto 2.1.7, el IPES promueve el ordenamiento del espacio público para garantizar el derecho al trabajo de los vendedores informales y el derecho de todos a disfrutar de un espacio público accesible y seguro. A través de los Protocolos de Aprovechamiento Económico del Espacio Público y las Ferias Temporales, regulados por la Comisión Intersectorial del Espacio Público (CIEP), se busca asegurar un uso ordenado del espacio, respetando los derechos laborales y sociales de los vendedores.

Para el Enfoque Territorial se tienen iniciativas como las del producto 1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED), en el cual el Instituto para la Economía Social (IPES), entidad encargada de remitir a la ciudadanía interesada en procesos de empleabilidad a la Agencia Distrital de Empleo, desarrolló durante este trimestre jornadas de atención en localidades priorizadas por una alta presencia de personas vinculadas a actividades económicas informales. Como resultado de esta estrategia territorial, se identificó la población en las localidades de Fontibón (Centro de Desarrollo Comunitario La Giralda), Puente Aranda (Super CADE de la Calle 13) y Kennedy/Candelaria (Punto Vive Digital Veracruz). Estas acciones permiten, en primera instancia, reconocer las dinámicas sociales y económicas propias de cada territorio, y, de manera directa, socializar con la ciudadanía la oferta institucional disponible, promoviendo así alternativas para su inclusión productiva formal y el acceso a oportunidades de generación de ingresos sostenibles. Finalmente es importante mencionar que la ciudadanía identificada en los territorios por el Instituto para la Economía Social (IPES), fue la direccionada vía oficio a la Agencia Distrital de Empleo (ADE) para su atención.

22

En el producto 1.1.4 se analizó las condiciones de los beneficiarios según su lugar de residencia, identificando su concentración en las siguientes localidades: Antonio Nariño 16, Barrios Unidos 1, Candelaria 7, Chapinero 8, Engativá 1, Los Mártires 7, Puente Aranda 9, Rafael Uribe Uribe 3, San Cristóbal 1, Santa Fe 5 y Usaquén 3.

Desde el producto 1.1.12, el desglose por localidades da cuenta de la distribución espacial del recurso y la demanda: Alta concentración en localidades como Kennedy (395), San Cristóbal (365), Chapinero (263), Fontibón (240), Engativá (247) y Santa Fé (230), lo que permite identificar zonas de mayor carga operativa o presencia institucional. Menor presencia en localidades como Usme (40), Tunjuelito (54), Teusaquillo (47) sugiere posibles brechas en cobertura, acceso o focalización. Presencia fuera de Bogotá (1 caso), lo que plantea interrogantes sobre alcance geográfico y coordinación intermunicipal.

Las acciones que se desarrollan en el producto 1.2.2, tienen en cuenta las características diferenciales del territorio, reconociendo la diversidad social, económica y cultural de las localidades; la intervención se ha realizado en 19 localidades (excepto la localidad de

Sumapaz, debido a su baja presencia de población vendedora informal). Se destaca un mayor avance en las localidades de Ciudad Bolívar, Bosa, Tunjuelito, Kennedy y Chapinero. Este avance se debe a que estos territorios concentran una alta densidad de población vendedora informal en espacio público, lo cual ha facilitado el desarrollo de procesos de promoción y educación en el cuidado de la salud. Estas localidades presentan dinámicas territoriales donde confluyen factores de vulnerabilidad social, condiciones laborales precarias y una mayor presencia institucional, lo que permite un trabajo articulado y sostenido. En las demás localidades también se adelantan acciones que aportan a la promoción del cuidado de la salud de las vendedoras y vendedores informales, aunque con diferentes niveles de avance, de acuerdo a las particularidades de cada territorio.

En el producto 1.2.4, se orientó a un total de 93 personas pertenecientes a la economía informal, mediante procesos de formación enfocados en el fortalecimiento de sus competencias laborales. La intervención tuvo una cobertura significativa en varias localidades del Distrito, siendo Santa Fé (45 personas), Kennedy (28 personas) y Bosa (20 personas) las de mayor participación, lo que refleja una focalización territorial adecuada y alineada con las necesidades sociales.

Las acciones del producto 2.1.2, se materializaron mediante los recorridos realizados por los equipos de la Dirección de Seguridad en diferentes localidades de Bogotá (Chapinero, Engativá, Fontibón, Los Mártires, Puente Aranda, Suba, Teusaquillo, Tunjuelito, Usaquén, Santa Fe, Kennedy, Ciudad Bolívar, Rafael Uribe Uribe, Bosa y Usme), abarcando barrios como Antiguo Country, Villas de Alcalá, Kasandra, Paloquemao, La Estanzuela, Chapinero Central, Ciudad Techo II, El Corzo I, Las Margaritas, Restrepo, Veinte de Julio, Llano Grande, San Antonio, Venecia, Luis Carlos Galán, La Catedral, Voto Nacional, entre otros. A través de este enfoque se logró intercambiar información valiosa sobre las organizaciones criminales, identificar zonas críticas en las localidades y empoderar a la comunidad para que participe activamente en la prevención y denuncia de la extorsión y el gota a gota.

23

Respecto al producto 2.1.4, las actividades dirigidas al cumplimiento, se basa en el impacto que cada una de las localidades observa en su territorio con cada acuerdo firmado entre los/las vendedores/as informales y las entidades distritales que participan de estos. El impacto en cada localidad, se evidencia en el crecimiento de la economía popular y las oportunidades de generación de ingresos de las unidades productivas informales desde su organización territorial, siguiendo lineamientos que no afecten los espacios territoriales desde las localidades.

En el producto 2.1.8, se implementó la aplicación del instrumento de Lectura Territorial, el cual permite identificar las dimensiones del territorio (Bosa, Chapinero y Santa Fe) y los antecedentes de conflictos o comportamientos que afectan la convivencia. A partir de este análisis, las intervenciones se diseñaron teniendo en cuenta las particularidades de cada localidad, especialmente en lo relacionado con el uso adecuado del espacio público, garantizando respuestas contextualizadas y pertinentes a las dinámicas propias de cada entorno.

La Guía del comportamiento y convivencia del vendedor informal en el espacio público responde a la necesidad de garantizar el respeto y la dignidad de quienes ejercen el trabajo informal como medio para la generación de ingresos. Este enfoque reconoce a los vendedores informales como sujetos de derechos y busca promover condiciones que favorezcan una convivencia pacífica, inclusiva y equitativa en el espacio público. La guía,

solicitada por los propios consejeros distritales y locales, parte del reconocimiento de las conflictividades existentes entre los vendedores, las cuales han contribuido a su estigmatización. Por ello, su propósito principal es establecer lineamientos claros y concertados que orienten comportamientos respetuosos y solidarios, favoreciendo una cultura de corresponsabilidad y respeto mutuo. Los ejercicios de socialización buscan precisamente generar apropiación del contenido por parte de los vendedores, promoviendo su participación activa en la construcción de normas de convivencia. Este proceso fortalece su capacidad organizativa y su empoderamiento, elementos clave para avanzar hacia la garantía efectiva de sus derechos en el uso y disfrute del espacio público.

9. Acciones para mejorar

En términos generales, el proceso de implementación de la política se ha venido desarrollando satisfactoriamente, se requiere mantener el proceso de seguimiento en los tiempos establecidos, con el propósito de monitorear el alcance de las metas definidas en el plan de acción, las cuales dan cuenta de la gestión que está realizando el IPES en torno al cumplimiento de los objetivos como entidad líder.

Sin embargo, en el producto 1.1.1, se identificó una baja vinculación de esta población en relación con la oferta programática, lo que pone en evidencia la necesidad de reforzar las estrategias de convocatoria y articulación institucional. En consecuencia, se propone adelantar acciones conjuntas con el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal (IDPAC), orientadas a mejorar los mecanismos de divulgación, convocatoria y orientación dirigidos a organizaciones sociales y colectivos de vendedores informales. Esta alianza permite ampliar el alcance de la oferta institucional, consolidar procesos de formación pertinentes y fomentar una mayor participación de esta población en las estrategias de fortalecimiento económico y social lideradas por la Subdirección de Emprendimiento y Negocios (SEN).

24

En cuanto al producto 1.1.2, el comportamiento de la demanda y las dinámicas propias de atención pueden generar variaciones en la proyección de las metas, por lo que el cumplimiento final de la misma podría ubicarse por encima o por debajo de lo inicialmente establecido, lo cual genera un ajuste en la programación operativa. Por lo anterior se deben ajustar los tiempos en lo que resta del año para mantener un porcentaje constante de atención.

Como acciones de mejora para el producto 3.1.4, debido al rezago del producto, se realizó una reunión entre IPES y SDIS, estableciendo una nueva hoja de ruta y un cronograma de actividades. Teniendo en cuenta el cambio de personal en IPES, se contextualizó al equipo respecto a los acuerdos llegados con anterioridad. Adicionalmente, se solicitará ajustes para poder reformular la periodicidad de medición del indicador y hacerla más acorde a la realidad del producto en territorio.

En la implementación de la política se evidencia la participación de más mujeres, lo cual refleja una tendencia que debe ser considerada al diseñar estrategias que busquen reducir las desigualdades de género en el ámbito del comercio informal, así como la condición de discapacidad + rol de cuidador, las cuales requieren intervenciones articuladas. En cuanto a las sexualidades diversas, enfrentan particularidades de exclusión, lo que exige enfoques de no discriminación y protección integral. Las comunidades indígenas, afro y ROM

localizadas en territorios específicos sugieren la urgencia de acciones con enfoque etnocultural y participación comunitaria.

Se continúa con la observación que a pesar que el Objetivo 1 de la política se encuentra en sobre ejecución en el avance acumulado, el producto 1.1.8 Asistencia integral a emprendimientos de subsistencia de vendedores informales víctimas del conflicto armado, está en cumplimiento bajo. Por lo anterior se sigue con la sugerencia de activar estrategias que ayuden a lograr el término de la implementación del producto.

Por otro lado, se da una alarma en la implementación de los Objetivos 2 y 3 de la política debido a que el avance acumulado está en cumplimiento bajo, se espera que las acciones de mejora que ha comenzado la entidad líder, el fortalecimiento en la articulación institucional y visibilizar y/o difundir los servicios que presta el IPES en las instalaciones e instancias distritales como las manzanas del cuidado permitan impulsar la ejecución de sus productos.

Igualmente, se recomienda analizar lo relacionado con la elaboración del reporte para dar cuenta tanto de las actividades realizadas como de las dificultades que se presentan en la implementación de los productos e incluir las justificaciones pertinentes y dar cumplimiento a las metas establecidas en el plan de acción de la Política Pública. Teniendo en cuenta lo anterior, los productos en cumplimiento bajo son:

1.1.8 Asistencia integral a emprendimientos de subsistencia de vendedores informales víctimas del conflicto armado

1.2.1 Servicios de formación para la garantía de la gestión y colocación de empleo de personas que realizan actividades de ventas informales interesados en emplearse formalmente, remitidos por el IPES

2.1.8 Sensibilización con vendedores y vendedoras informales y sus formas organizativas, en prevención de comportamientos contrarios a la convivencia

3.1.1 Formación y capacitación de las y los Consejeros Distritales y Locales sobre su función

3.1.4 Espacios presenciales de caracterización de jóvenes vendedores informales a través del Índice de Vulnerabilidad Juvenil para el acceso a servicios de la Subdirección para la Juventud.

Por otro lado, en aras de fortalecer el seguimiento, se recomienda al Sector líder tener en cuenta las sobre ejecuciones de los siguientes productos con el fin de establecer si estas obedecen a adelantos en el cronograma, sobre ejecuciones temporales, o si son cumplimientos a las metas de los productos para realizar los ajustes en el Plan de Acción de la Política Pública:

1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED).

1.1.3 Emprendimientos por subsistencia fortalecidos de la población joven y/o adulta.

1.1.4 Alternativas comerciales de generación de ingresos para personas adultas.

1.1.12 Registro, identificación, caracterización y/o actualización de datos de los vendedores informales.

1.2.4 Talleres de orientación para el empleo para vendedores(as) informales de la economía popular y sus familias.

2.1.3 Zonas de aglomeración organizadas

25

- 2.1.4 Acuerdos de organización de espacio público firmados con las y los Vendedores Informales
- 2.1.5 Estrategias de co-creación de la Economía Popular implementadas
- 2.1.7 Lineamiento para organización y regularización de la actividad de venta informal en el espacio publico
- 3.1.2 Formación y capacitación para el fortalecimiento de las Organizaciones de Vendedores Informales
- 3.1.5 Sostenimiento y actualización de la Herramienta Misional del IPES – HeMi
- 3.1.7 Acciones para generar alianzas internacionales para promover la economía popular.





Para estos casos se solicita al sector líder de la implementación de la política incluir las justificaciones y acciones de mejora para gestionar oportunamente los incumplimientos en la ejecución de los productos de la política y se pueda subsanar debidamente durante la vigencia.





































Anexo 1: Semáforo por indicadores de producto















































Los porcentajes de avance que se muestran en el anexo corresponden a las siguientes mediciones:

- El porcentaje de avance en la vigencia (PAV) se refiere al progreso logrado durante el periodo actual o vigencia en comparación con la meta establecida para dicho periodo. Esta medida ofrece una visión del avance actual de un indicador en relación con los objetivos a corto plazo.
- El porcentaje de avance hasta la vigencia (PAHV) se refiere al progreso acumulado logrado durante todas las vigencias desde el inicio de su ejecución hasta la fecha de corte, en comparación con la meta programada acumulada hasta el mismo periodo de análisis. Esta medida ofrece una visión del avance real de un indicador en relación con su trayectoria ideal.
- El porcentaje de avance acumulado (PAA) se refiere al progreso acumulado logrado durante todas las vigencias en las que se ha realizado seguimiento al indicador desde el inicio de la ejecución, en comparación con la meta final programada. Esta medida ofrece una visión del avance en el largo plazo.

La tabla que se relaciona a continuación presenta los niveles de cumplimiento en la implementación de los productos de la política.

	Sobre ejecución
	Cumplimiento alto
	Cumplimiento medio
	Cumplimiento bajo

Producto esperado	Nombre indicador de Producto	Tipo de anualización	Tipo de anualización	Porcentaje de Avance durante la vigencia 2025	Porcentaje de Avance hasta la vigencia	Porcentaje de Avance Acumulado
1.1.1 Servicio de orientación en los programas de inclusión productiva de las y los vendedores ambulantes	Número de unidades productivas de vendedoras y vendedores ambulantes sensibilizadas con la oferta de la Subdirección de Emprendimiento y Negocios (SEN)	2,90%	Suma	 6,3%	 337,2%	 54,0%
1.1.2 Servicios de gestión y colocación de empleo para la población de vendedores y vendedoras informales a través de la Agencia Pública de Empleo Distrital (APED).	Porcentaje de vendedores y vendedoras informales atendidas en los servicios de la APED que desean emplearse formalmente.	2,90%	Creciente	 126%	 126%	 75%
1.1.3 Emprendimientos por subsistencia fortalecidos de la población joven y/o adulta.	Número de emprendimientos por subsistencia fortalecidos de la población joven y/o adulta.	2,90%	Suma	 159%	 159%	 7%
1.1.4 Alternativas comerciales de generación de ingresos para personas adultas.	Número de Personas adultas vendedoras informales con alternativa comercial	2,90%	Suma	 200%	 200%	 9%
1.1.5 Asistencia técnica y formación en capacidades para emprendimientos por subsistencia de personas mayores de 60 años vendedores y vendedoras informales	Número de emprendimientos por subsistencia con asistencia técnica y formación.	0%	Suma			
1.1.6 Ferias Comerciales organizadas por el IPES	Número de personas vendedoras informales vinculadas a Ferias Comerciales de temporada o institucionales	0%	Suma			
1.1.7 Alternativas comerciales de generación de ingresos para personas mayores	Número de personas mayores vinculadas a alternativas comerciales transitorias	0%	Suma			
1.1.8 Asistencia integral a emprendimientos de subsistencia de vendedores informales víctimas del conflicto armado	Número de emprendimientos de subsistencia de vendedores informales víctimas del conflicto armado con asistencia integral.	2,90%	Suma		 29%	 2%
1.1.9 Alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos de vendedores informales víctimas del conflicto armado	Número de vendedores informales víctimas del conflicto armado con alternativas comerciales transitorias para la generación de ingresos	2,90%	Suma	 124%	 107%	 13%
1.1.10 Programa de comercialización de alimentos empacados para personas mayores y/o con discapacidad que ejercen la venta informal.	Porcentaje de avance de ejecución del Programa de comercialización de alimentos empacados para personas mayores y/o con discapacidad que ejercen la venta informal.	2,90%	Constante		 100%	 100%
1.1.11 Programa de financiamiento de la Economía Popular	Porcentaje de avance en el diseño e implementación del Programa de financiamiento de la Economía Popular	4,50%	Creciente		 100%	 8%
1.1.12 Registro, identificación, caracterización, y/o actualización de datos de los vendedores informales.	Número de vendedoras y vendedores informales registrados, identificados, caracterizados y/o actualizados	3,50%	Suma	 196%	 167%	 28%
1.2.1 Servicios de formación para la garantía de la gestión y colocación de empleo de personas que realizan actividades de ventas informales interesados en emplearse formalmente, remitidos por el IPES	Porcentaje de personas que realizan actividades de ventas informales que cuentan con formación en habilidades socioemocionales y para el trabajo	2,90%	Creciente	 63%	 63%	 38%
1.2.2 Acciones de Información, Educación y Comunicación (IEC) para los vendedores y vendedoras informales en el Distrito para la promoción del cuidado de la salud	Número de vendedores y vendedoras informales que reciben acciones de Información, Educación y Comunicación (IEC) para la promoción del cuidado de la salud en Bogotá	2,90%	Suma	 138%	 103%	 20%
1.2.3 Rutas de formación integrales, para vendedores(as) de la economía popular y sus familias.	Número de Personas vendedoras de la economía popular y sus familias capacitadas en las diferentes rutas de formación integral.	2,90%	Suma	 93%	 109%	 11%
1.2.4 Talleres de orientación para el empleo para vendedores(as) informales de la economía popular y sus familias.	Número de vendedores informales y sus familias que participan de los talleres de orientación para el empleo	2,90%	Suma	 248%	 166%	 21%

Producto esperado	Nombre indicador de Producto	Tipo de anualización	Tipo de anualización	Porcentaje de Avance durante la vigencia 2025	Porcentaje de Avance hasta la vigencia	Porcentaje de Avance Acumulado
2.1.1 Plan de Intervención de zonas de aglomeración de venta informal	Porcentaje de avance de la ejecución del plan de intervención para el control y seguimiento en zonas de aglomeración.	3,00%	Creciente	 98%	 98%	 61%
2.1.2 Plan interinstitucional en perspectiva de seguridad ciudadana contra la extorsión (gota a gota) en las zonas de concentración de vendedores y vendedoras informales afectadas por el delito en la ciudad	Porcentaje de ejecución del Plan interinstitucional en perspectiva de seguridad ciudadana propuesto contra la extorsión (gota a gota) en zonas con alta concentración de vendedores y vendedoras informales.	3,20%	Constante		 100%	 100%
2.1.3 Zonas de aglomeración organizadas	Número de Zonas de aglomeración organizadas	3,50%	Suma	 425%	 218%	 54%
2.1.4 Acuerdos de organización de espacio público firmados con las y los Vendedores Informales	Número de acuerdos de organización de espacio público firmados con las y los Vendedores Informales	3,50%	Suma	 160%	 253%	 76%
2.1.5 Estrategias de co-creación de la Economía Popular implementadas	Número de Estrategias de co-creación de la Economía Popular implementadas	3,00%	Suma	 100%	 324%	 86%
2.1.6 Inclusión de la actividad de ventas informales en el marco regulatorio para el aprovechamiento económico del espacio público	Numero de actos administrativos del marco regulatorio para el aprovechamiento económico del espacio publico modificados	3,00%	Suma		 100%	 100%
2.1.7 Lineamiento para organización y regularización de la actividad de venta informal en el espacio publico	Lineamientos para organización y regulación de la actividad de venta informal en el espacio publico expedidos	3,00%	Suma	 182%	 232%	 110%
2.1.8 Sensibilización con vendedores y vendedoras informales y sus formas organizativas, en prevención de comportamientos contrarios a la convivencia	Número de vendedores y vendedoras informales vinculados en jornadas de sensibilización	2,90%	Suma	 30%	 75%	 16%
2.1.9 Guía de comportamiento y convivencia del Vendedor Informal en el espacio público	Numero de vendedores informales a los que se socializa la guía de comportamiento y convivencia del vendedor informal en el espacio publico	2,90%	Suma		 480%	 6%
3.1.1 Formación y capacitación de las y los Consejeros Distritales y Locales sobre su función	Número de consejeros(as) distritales y locales formados(as) y capacitados(as) sobre su función	3,00%	Constante		 0%	 0%
3.1.2 Formación y capacitación para el fortalecimiento de las Organizaciones de Vendedores Informales	Número de organizaciones de vendedores informales formados(as) y capacitados(as)	2,90%	Suma	 200%	 133%	 17%
3.1.3 Estrategias de comunicación para la socialización de la oferta institucional del IPES para la población vendedora informal	Número de estrategias de comunicación para la socialización de la oferta institucional del IPES para la población vendedora informal	2,90%	Suma	 80%	 93%	 12%
3.1.4 Espacios presenciales de caracterización de jóvenes vendedores informales a través del Índice de Vulnerabilidad Juvenil para el acceso a servicios de la Subdirección para la Juventud.	Número de espacios presenciales de caracterización de jóvenes vendedores informales a través del Índice de Vulnerabilidad Juvenil para el acceso a servicios de la Subdirección para la Juventud	2,90%	Constante	 17%	 17%	 17%
3.1.5 Sostenimiento y actualización de la Herramienta Misional del IPES - HeMi	Número de actualizaciones realizadas anualmente de la herramienta misional HeMi	2,90%	Suma	 350%	 163%	 28%
3.1.6 Estrategia de fortalecimiento de comunicación local relacionada con la economía popular	Porcentaje de avance en la implementación de la estrategia de fortalecimiento de la comunicación local relacionada con la economía popular	2,90%	Creciente		 100%	 30%
3.1.7 Acciones para generar alianzas internacionales para promover la economía popular.	Número de acciones adelantadas por el IPES para generar alianzas internacionales para promover la economía popular	2,90%	Suma	 700%	 220%	 42%
3.1.8 Rediseño institucional del Instituto para la Economía Social - IPES	Porcentaje de avance en el rediseño institucional del Instituto para la Economía Social - IPES	3,00%	Creciente	 103%	 103%	 75%

www.sdp.gov.co



PlaneacionBogotá



planeacionbog



@planeacionbogota



secretaría-distrital-de-planeación



SDP Bogotá



planeacionbogota

Cra. 30 N° 25-90 pisos 5, 8, 13 - SuperCADE, piso 2

Archivo Central de la SDP Cra. 21 N° 69B-80

Teléfono: (601) 335 80 00, exts. 9014-9018