

**ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y
LA ALIMENTACIÓN
FAO**



**El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha –
Cundinamarca**

Documento de trabajo



Elaboró: José Valentín Hurtado M.

Coordinación general: Maritza Rodríguez Reyes
Proyecto TCP/COL/3202
“Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las
ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales”

Supervisión técnica: Olivio Argenti (FAO/AGS)

Bogotá, julio de 2009

© FAO 2010

Tabla de contenido

	Pág.
1. Generalidades	7
1.1 Introducción	7
1.2 Localización	8
1.3 Alcance y justificación del estudio	9
1.3.1 Fase 1 – Introdutoria	10
1.3.2 Fase 2 – identificación de problemática	10
1.3.3 Fase 3 – formulación de alternativas	10
2. Elementos conceptuales del SIA	11
3. Componentes del sector informal alimentario	13
3.1 Comerciantes o detallistas	14
3.2 Proveedores	14
3.3 Consumidores	14
3.4 Transportadores	14
3.5 Espacio publico	14
3.6 Producto	14
3.7 Mobiliario	15
3.8 Autoridades	15
3.9 Entorno socioeconómico	15
4. Importancia del sector informal alimentario	15
4.1 Problemas, limitaciones y ventajas del SIA en Soacha	19
5. Situación actual del SIA en Soacha	20
5.1 Conflictos del Sector Informal Alimentario de Soacha	21
5.1.1 Conflictos con la administración municipal	21
5.1.2 Conflictos con el comercio formal	21
5.1.3 Conflictos con el ciudadano	22
6. Procesos del sector informal alimentario	22
6.1 Alimentos frescos: frutas, hortalizas, raíces y tubérculos	22
6.2 Alimentos pre-preparados y/o preparados in situ	25
7. Áreas del sector informal alimentario	28
7.1 Comuna 1	29
7.2 Comuna 2	29
7.3 Comuna 3	29
7.4 Comuna 4	30
7.5 Comuna 5	30
7.6 Comuna 6	31
8. Actores del sector informal alimentario	31
9. Abastecimiento del sector informal alimentario	32

9.1 Productos de la Central Mayorista Corabastos	32
9.2 Productos de la Plaza de Las Flores	33
9.3 Productos del Terminal de Pesca	34
9.4 Productos derivados del Frigorífico Guadalupe	34
10. Conducta de los agentes del SIA	36
11. Canales de comercialización	37
11.1 Calidades y márgenes de comercialización	39
12. Desempeño del sector informal alimentario	42
13. Caracterización de los agentes del SIA	43
13.1 Comerciante detallista	43
13.2 El proveedor	45
13.3 El transportador	45
13.4 Usuarios del SIA	47
14. Conclusiones	49
15. Recomendaciones	52
16. Optimización del SIA en el Municipio de Soacha	54
16.1 Visión prospectiva del SIA	54
17 Plan de acción quinquenal	55
17.1 Antecedentes y justificación	55
17.2 Objetivos del plan de acción	55
17.3 Estrategias del plan de acción	56
17.4 Estrategias a futuro	58
17.4.1 Fortalecimiento en la aplicación del marco normativo	58
17.4.2 Promoción de tiendas de alimentos frescos	59
17.4.3 Desarrollo de zonas especializadas en venta de alimentos preparados	60
17.4.4 Incorporación de los comerciantes informales al mercado concertado	60
17.4.5 Fortalecimiento del recurso humano y de la actividad comercial	68
17.4.6 Necesidades de información y capacitación de agentes del SIA	71
17.4.7 Necesidades de información y capacitación a funcionarios de la Alcaldía municipal de Soacha	73
18. Operatividad y cronograma del plan de acción para el SIA	74
19. Bibliografía	80
Anexo 1. Metodología aplicada al análisis del SIA	81
Anexo 2. Planos localización del SIA en Soacha	83
Anexo 3. Precios y márgenes de comercialización	84
Anexo 4. CD- ROM con fotografías del sector informal alimentario en Soacha	

Índice de gráficos

- GRAFICO 1. CANAL DE COMERCIALIZACIÓN PARA PRODUCTOS PERECEDEROS FRESCOS EN EL SIA 38
- GRAFICO 2. ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DEL MERCADO CONCERTADO PARA SOACHA 63

Índice de cuadros

- CUADRO 1. PROBLEMAS, LIMITACIONES Y VENTAJAS DEL SIA EN SOACHA 19
- CUADRO 2. ALIMENTOS COMPRADOS EN CORABASTOS POR EL SIA 33
- CUADRO 3. ALIMENTOS COMPRADOS EN EL TERMINAL DE PESCA POR EL SIA 34
- CUADRO 4. ALIMENTOS COMPRADOS EN LA ZONA DEL FRIGORÍFICO POR EL SIA 35
- CUADRO 5. COSTOS POR TRANSPORTE DE PRODUCTOS DESDE CORABASTOS HASTA EL MUNICIPIO DE SOACHA 46
- CUADRO 6. INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A PROVEEDORES DEL SIA 71
- CUADRO 7. INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A TRANSPORTADORES DEL SIA 72
- CUADRO 8. INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A VENDEDORES DEL SIA 72
- CUADRO 9. INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A CONSUMIDORES DEL SIA 72
- CUADRO 10. INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A FUNCIONARIOS DEL MUNICIPIO DE SOACHA 73
- CUADRO 11. PLAN DE ACCIÓN – ACTIVIDADES A CORTO PLAZO 74
- CUADRO 12. PLAN DE ACCIÓN – ACTIVIDADES A MEDIANO PLAZO 75
- CUADRO 13. PLAN DE ACCIÓN – ACTIVIDADES A LARGO PLAZO 76
- CUADRO 14. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2009 76
- CUADRO 15. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2010 77

• CUADRO 16. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2011	78
• CUADRO 17. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2012	78
• CUADRO 18. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2013	79
• CUADRO 19. CRONOGRAMA ACTIVIDADES AÑO 2014	79

Índice de tablas

• TABLA 1. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	84
• TABLA 2. PRECIOS COMPARATIVOS VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA EN FRUTAS	85
• TABLA 3. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN FRUTAS	86
• TABLA 4. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE LOS AGENTES PARTICIPANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	87
• TABLA 5. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS	88
• TABLA 6. PRECIOS COMPARATIVOS DE VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA EN HORTALIZAS	89
• TABLA 7. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN HORTALIZAS	90
• TABLA 8. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE LOS AGENTES PARTICIPANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS	91
• TABLA 9. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DERAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO	92
• TABLA 10. PRECIOS COMPARATIVOS DE VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO	93
• TABLA 11. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO	94
• TABLA 12. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE AGENTES PARTICIPANTES COMERCIALIZACIÓN DE RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO	95

El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha – Cundinamarca

1. Generalidades

1.1 Introducción

Desde mediados del siglo pasado se inicia un cambio drástico en la distribución de la población en los países en vía de desarrollo (PVD) que se asocia a un incremento sin precedentes del desarrollo urbano. En el caso de Colombia este cambio se explica como consecuencia de reducciones drásticas de la rentabilidad en las inversiones agropecuarias, problemas políticos (violencia partidista de los años 50), abandono estatal y mejoramiento tecnológico de algunos sectores productivos (arroz, algodón, sorgo, caña, café, palma, frutales, etc.)¹.

En los últimos treinta años este proceso se ha incrementado de manera incontrolable en las principales ciudades de Colombia y en los municipios cercanos o colaterales. En lo que atañe al Departamento de Cundinamarca se observa un preocupante proceso de urbanización de ciudades como Zipaquirá, Facatativá, Fusagasugá, Girardot, Chía, Madrid, Funza, Mosquera y Soacha. Este último municipio se ha convertido en el principal municipio receptor de desplazados del país. Se estima que este municipio ha dado cabida a más de 25 000 desplazados que se localizan en barrios subnormales del casco urbano. El Alcalde municipal José Ernesto Martínez resalta que “diariamente llegan a Soacha entre 30 y 35 personas en situación de desplazamiento”². Los problemas asociados con invasiones, barrios subnormales, desempleo, hacinamiento, hambre, violencia y pobreza extrema son cada día crecientes, constituyéndose en el principal reto para la administración municipal y el Gobierno nacional en la medida que tienen un efecto directo sobre la ciudad de Bogotá D.C.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) dentro del proyecto TCP/COL/3202 (D), **Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales**, en cooperación con la Gobernación de Cundinamarca y la Alcaldía de Soacha, desarrolla el presente estudio relativo al Sector Informal Alimentario (SIA).

¹ Colombia pasó de ser un país típicamente rural a ser un país urbano. En 1951, el 39 por ciento de la población vivía en las áreas urbanas y el 61 por ciento restante en las áreas rurales. Para el año 2005, la población asentada en las áreas urbanas había aumentado hasta un 75 por ciento y la rural representaba tan sólo un 25 por ciento. Hábitat y Espacio Público. Bogotá D.C. 2007. Pág. 29. Más recientemente se ha observado un proceso acelerado de migración desde algunas zonas rurales hacia los centros urbanos (desplazamiento) que al día de hoy suma más de 3 000 000 millones de personas.

² El Tiempo 7 días. Viernes 13 de marzo del 2009. Pág. 3.

La Alcaldía Municipal de Soacha en su Plan de Desarrollo **“Soacha para vivir mejor”** ha incluido en el Eje 2 (Soacha con inclusión social y calidad de vida) el proyecto: **Formulación e implementación de la política de seguridad alimentaria para el Municipio de Soacha**. Siguiendo con esta orientación, la administración municipal mediante Decreto 068 del 27 de febrero del 2009 estableció el 14 de abril del mismo año, el Comité Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CMSAN), entidad de carácter consultivo, y el Consejo Superior de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CSSAN) de carácter ejecutivo. De esta manera queda incluido el tema del abastecimiento y distribución de alimentos como una prioridad en el Plan de Desarrollo Municipal 2008 – 2011, bajo la dirección de la Secretaría de Desarrollo Social.

Por su parte la Gobernación de Cundinamarca dentro de los lineamientos del **“Plan Departamental de Desarrollo 2008 – 2012”** y su línea programática *Guerra contra las pobreza y la exclusión*, ha formulado el Programa: **“Construyendo alianzas sociales”**. Dentro de este programa se encuentra el subprograma *“Al derecho con el derecho a la alimentación”* que busca garantizar condiciones de disponibilidad, acceso, calidad, inocuidad, utilización y aprovechamiento biológico de los alimentos a toda la población del Departamento de Cundinamarca, con especial énfasis en los sectores más vulnerables. Siguiendo esta línea de acción, dentro del marco de la Política de Seguridad Alimentaria del departamento y la dirección de la Secretaría de Desarrollo Social (Departamento de Salud Departamental), se coordinan las acciones de las instituciones comprometidas con el estudio del Sector Informal Alimentario.

Fue así como con el apoyo decidido de estas dos instituciones, sus dependencias, y funcionarios, y la experiencia de la FAO se logró realizar esta investigación que arroja información de utilidad para el diseño de proyectos de intervención en el SIA en el Municipio de Soacha.

1.2 Localización

El Municipio de Soacha se localiza al sur de la ciudad de Bogotá DC. Su cabecera municipal está localizada a $04^{\circ} 35' 14''$ latitud norte y $74^{\circ} 13' 17''$ de longitud oeste, con una altura promedio de 2 600 metros sobre el nivel del mar, temperatura promedio anual 11,7 grados centígrados y precipitación promedio anual de 777 milímetros con distribución bimodal (dos épocas de verano y dos épocas de invierno). Sin embargo se aprecia que como consecuencia del rápido crecimiento urbano de los últimos quince años, el área urbanizada se ha expandido hacia zonas de mayor altura, especialmente en lo que se ha denominado las Comunas 4, 5 y 6 en cotas superiores a los 2 700 metros sobre el nivel del mar y en suelos de alto riesgo sismológico y geológico (pendientes pronunciadas y suelos inestables). Limita por el Norte con los municipios de Bojacá y Mosquera; por el sur con el Municipio de Pasca; por el Oriente con la ciudad de Bogotá DC y por Occidente con los municipios de Sibaté, San Antonio del Tequendama y Granada.

El territorio comprende un área de 21 850 hectáreas de las cuales son ocupadas por el casco urbano tan sólo 2 650 hectáreas (12,1 por ciento). En dicho emplazamiento se localizan seis comunas, 345 barrios de los cuales 255 son legales y 90 son ilegales. Del total de barrios se reportan 40 considerados en riesgo geológico. Se estima que la población localizada en los barrios ilegales es del orden de 160 000 habitantes que corresponden al 37,5 por ciento del total de la población³. La alta dinámica poblacional ligada al crecimiento vegetativo de la población, más el fenómeno de la migración y el desplazamiento, le confieren a Soacha una gran imprecisión en los estimativos poblacionales, que a su vez tienen un negativo efecto en el proceso de planificación. Se estima que la gran mayoría de la población proviene de Cundinamarca, Tolima, Huila, Boyacá y Eje cafetero, lo cual se ha expresado en una notoria falta de apropiación del territorio y su problemática. Adicionalmente, un porcentaje creciente de esta población está vinculada laboralmente con el sector secundario y terciario en la ciudad de Bogotá D.C., reforzando la falta de identidad cultural para con el municipio, que es considerado por éstos como un “municipio dormitorio”.

El área rural del Municipio de Soacha representa el 87,9 por ciento (19 200 Has) distribuido en dos corregimientos con 14 veredas y 5 289 habitantes (Censo Dane 2005). El uso del suelo está concentrado en actividades extractivas de cantera (arena, gravilla y arcilla), ganadería extensiva y unos pocos cultivos (menos de 500 hectáreas) dentro de las cuales sobresalen papa pastusa, fresa, arveja, maíz y hortalizas. El 55 por ciento del total de tierras del municipio no reportan actividad económica. Se aprecia una notoria concentración de la propiedad territorial. Así, el 87 por ciento de todos los predios ocupan tan sólo el 1,4 por ciento de las tierras rurales y tres propietarios poseen el 12,5 por ciento (2 400 has) del área rural del municipio. Se presenta una orientación de muchos predios hacia la explotación pecuaria (ganadería de leche) en menoscabo de la agricultura.

1.3 Alcance y justificación del estudio

La única información existente con relación a la composición actual del sector informal alimentario del Municipio de Soacha está resumida en los registros de las diferentes formas asociativas de vendedores informales, agrupados en el **Comité de Integración de Asociaciones de Vendedores Informales del Municipio de Soacha**, constituido el 3 de octubre del 2008⁴. Aunque la información no está completa ni actualizada, se deduce que existen del orden de 550 comerciantes en todo el municipio vinculados al Sector Informal Alimentario de los cuales 350 venden frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, pescado, aves crudas y huevos, mientras que 200 se dedican a la venta de alimentos pre-preparados o preparados in situ⁵.

³ Suárez Armero, M. 2008. Pobreza extrema en Soacha. Gobernación de Cundinamarca p. 3. Bogotá D.C.

⁴ Este Comité está integrado por ASOCOMSUA, ASVIU, ASOVENSANM, COOPTRASER, ASVENICOP Y GREMIO NOCTURNO UNISUR.

⁵ El análisis preliminar de los registros de algunas asociaciones y la consulta personal con sus representantes, Sr. Marco Fidel Marentes, permite inferir que la cifra de comerciantes del SIA, es inferior a

El estudio del sector informal alimentario del municipio se justifica dada la problemática presente y en razón a que la administración busca el desarrollo de estrategias para responder a las siguientes necesidades:

- Detener y/o regular la ocupación del espacio público.
- Disminuir la inseguridad asociada a las ventas callejeras.
- Mejorar la calidad e inocuidad de los alimentos distribuidos por estos agentes.
- Optimizar la función de abastecimiento y disponibilidad de alimentos hacia los sectores vulnerables del municipio.
- Disminuir la cultura de la informalidad en las actividades económicas.
- Generar espacios comerciales dentro de la economía formal.
- Disminuir la contaminación visual y auditiva del espacio público, al mismo tiempo que se contribuye a la recuperación del espacio público para el disfrute ciudadano.
- Suministro de alimentos a los sectores más pobres del municipio.

Se espera así con el presente estudio realizar la caracterización estructural y funcional de este sistema socio-comercial y productivo dentro de un enfoque sistémico orientado hacia la formulación de unas estrategias de intervención y un plan de acción. Identifica y describe los procesos, áreas, actores, escenarios de gestión, estructura, conducta y desempeño del SIA de la ciudad de Soacha. Finalmente, formula los lineamientos conceptuales y operativos que le brindan a la alcaldía municipal y a la Gobernación de Cundinamarca, herramientas útiles para formular acciones dirigidas a optimizar dicho sector.

Las actividades a realizar en el presente estudio se dividen en tres fases:

- 1.3.1 Fase 1 - Introductoria:** corresponde a la revisión, análisis e interpretación de la información consignada en fuentes secundarias.
- 1.3.2 Fase 2 - identificación de la problemática:** profundiza en el conocimiento sobre la base del contacto directo con los actores, escenarios de gestión y los demás componentes del SIA. Es equivalente al proceso de recopilar la información en las fuentes primarias.
- 1.3.3 Fase 3 - Formulación de alternativas:** se asocia con la elaboración de elementos conceptuales, mecanismos, herramientas y estrategias de optimización aplicables al Sector Informal Alimentario, SIA mediante un plan de intervención que lo optimiza en el sentido de hacerlo más competitivo, sostenible, productivo y rentable.

la reportada apreciativamente por Asocomsua, a saber: 1 000 comerciantes. Por otro lado, la información disponible no discrimina entre vendedores informales de alimentos frescos y/o preparados, de los vendedores de otras mercancías como ropa, "cachivaches", libros, discos, CDs, tarjetas, etc.

2. Elementos conceptuales del sector informal alimentario, SIA

Con el fin de abordar la realidad del SIA de la ciudad de Soacha, se hace necesario determinar claramente la definición de los términos o conceptos empleados.

- **Informalidad económica urbana**

“Grupo de empresas familiares de generación de ingresos no registrados, incluyendo i) empresas propias que emplean familiares, y trabajadores externos ocasionalmente, y ii) empresas de pequeño tamaño y no registradas que emplean trabajadores informales”⁶.

- **Sector informal alimentario (SIA)**

Sistema socio – comercial y productivo no registrado⁷ que ofrece alimentos frescos, procesados y/o preparados en lugares públicos; normalmente dirigidos a cubrir la demanda de un segmento de consumidores de escasos recursos económicos.

- **Procesos del sector informal alimentario**

Serie de elementos inter-relacionados que se articulan a funciones específicas del Sector Informal Alimentario, como compra, transporte, preparación, exhibición, conservación y venta. La compra de los productos en el mercado mayorista está compuesta por un proceso que se inicia desde la consecución de los recursos económicos y termina con el cargue en el camión. De la agilidad, profesionalismo y respaldo financiero de este proceso depende en gran parte la certidumbre que la operación comercial deje resultados positivos. Un mal proceso de compra (producto deteriorado, “chachareado”, costoso, etc.), repercute en baja rentabilidad o pérdidas económicas para los detallistas del SIA.

- **Áreas del sector informal alimentario**

Emplazamientos discretos y dinámicos en los cuales se realiza la actividad comercial o productiva que soporta la gestión del SIA. Así una esquina, una vía, un andén, un parque, una puerta, un corredor peatonal, etc. son áreas de actuación del SIA. Estas áreas pueden tener carácter provisional o permanente dependiendo del desempeño económico, la afluencia de compradores y/o las medidas restrictivas del Estado. Normalmente estas áreas se asocian al espacio público urbano.

⁶ **NACIONES UNIDAS – HÁBITAT. 2006.** Innovative policies for the urban informal economy; UN – Hábitat, Nairobi, Kenya, p 1; referencia a OIT 1993.

⁷ La expresión “no registrado” está inscrita dentro del marco institucional del Estado, lo cual significa que este tipo de actividad no es objeto de regulación o intervención en lo concerniente a aplicación de normas jurídicas, administrativas y por ende no pertenece al ámbito de la tributación.

- **Actores del sector informal alimentario**

Son los agentes involucrados con la estructura y función del sector informal alimentario. Se resaltan los proveedores, transportadores, vendedores o detallistas, autoridades y consumidores finales. La interrelación permanente entre estos actores es la responsable del estado de evolución y consolidación del SIA dentro de una sociedad específica. Los pequeños y medianos productores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos se articulan indirectamente al SIA mediante los proveedores⁸.

- **Mercado**

Es la relación recíproca entre los oferentes de un bien o servicio y los demandantes dentro de un emplazamiento físico o virtual. Esta relación se encuentra mediatizada por las condiciones generales de intercambio y el precio acordado.

- **Comercialización**

De manera general se define como el conjunto de pasos o etapas por las cuales pasa un bien o servicio desde la esfera de la producción hasta la esfera del consumo. Sin embargo, a nivel práctico la comercialización tiene una aplicación más puntual, consistente en los pasos por los cuales debe pasar un bien o servicio para cumplir su función comercial. Así, al mirar específicamente la labor de comercialización de un vendedor callejero de aguacates, se percibe que este para poder vender su producto debe cumplir un conjunto específico de etapas, dentro de las cuales se resaltan: programación de venta, compra del producto, traslado a bodega, empaque y reempaque, maduración, selección, clasificación, aprontamiento, acomodamiento, ubicación en área, promoción, estrategia de venta, manejo de residuos sólidos, venta de saldos, etc. Todas estas actividades constituyen el proceso de comercialización del vendedor callejero de aguacates.

- **Estructura del mercado en el SIA**

Elementos constitutivos y organizativos que determinan las relaciones entre todos los agentes y tienen una influencia directa en la determinación del precio, las relaciones de fuerza (competencia), el arbitraje y las variaciones de la demanda en función del comportamiento de los precios. A nivel práctico, la estructura del mercado se visualiza mediante el comportamiento de la oferta y la demanda en el mercado. De aquí se deduce que la estructura del mercado para los productos perecederos frescos como frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, pescados, aves y

⁸ No existe una conexión directa entre los productores agropecuarios y los vendedores del SIA, ni de los consumidores con los productores. La adquisición de este tipo de productos se hace a través de los proveedores localizados en Corabastos. En algunos alimentos prelistos o preparados como chorizos, hamburguesas, arepas y tamales se produce un contacto directo con el fabricante localizado en el área urbana. Conviene aclarar que la mayoría de pequeños y medianos productores en Colombia desarrollan su actividad dentro del marco referencial de la informalidad productiva.

huevos es notoriamente variable y dinámica, en razón que responde a patrones de estacionalidad desde la esfera de la producción.

- **Conducta del mercado en el SIA**

Se define como los patrones de comportamiento o actitudes de los actores informales que participan en la compra y venta de los bienes y servicios. Tiene importancia en la medida que influye como determinante de estrategias para fijación de precios, volúmenes transados, productos comercializados, servicios prestados y características operativas de la competencia. En el SIA se consolidan un conjunto de conductas que facilitan las transacciones comerciales. Ejemplo de ellas son los alimentos listos para el consumo (ensaladas, jugos, picados de fruta, arepas calientes, empanadas, pizzas, hortalizas o frutas en bolsas, etc.) o la venta por el sistema de “arrumes”. La estrategia de venta como el “voceo”, “la prueba”, “la ñapa o encime” “bolsas a mil” corresponden a conductas asumidas por los detallistas con el fin de aumentar el volumen de ventas. Por el lado del consumidor, la compra o consumo de alimentos frescos o preparados en la calle se constituye en una conducta que fortalece de manera directa al SIA, independiente de si causa problemas con invasión del espacio público.

- **Desempeño del mercado en el SIA**

Son los resultados que obtiene cada uno de los agentes que participan en el SIA. Todo lo anterior dentro del marco de una estructura específica y con base en una conducta asumida. Así muchos comerciantes informales obtienen resultados económicos muy precarios en razón a que su esquema de proveeduría asume precios altos, calidades bajas y deficiente manejo in situ. Todo lo anterior se relaciona con la estructura del mercado operado en el sitio de aprovisionamiento, que en este caso es la Central de Abastecimientos de Corabastos, adonde los productos llegan después de haber pasado por dos a tres agentes de intermediación. Por otro lado, la compra individual y en pequeñas cantidades (conducta) disminuye los grados de libertad en lo relativo al acceso a economías de escala, alcance y agregación.

3. Componentes del sector informal alimentario

El Sector informal alimentario es una parte estructural y funcional del SADA y opera en los centros urbanos de todos los países. Responde a una dinámica muy compleja y heterogénea que en la mayoría de las ocasiones se convierte en el obstáculo más notorio para los programas de regularización, restricción u optimización. Se puede asegurar que en el SIA se agregan muchos de los problemas socio-económicos del país. Se compone de los siguientes elementos:

- 3.1 Comerciantes o detallistas: son las personas que se encuentran localizados en las áreas del espacio público urbano y son las encargadas de gestionar directamente la venta. Cuentan con una estrategia de presentación del producto, promoción y atención al cliente la cual se establece con base en los resultados económicos.
- 3.2 Proveedores: están representados por los mayoristas tradicionales⁹ o grandes distribuidores localizados en la Central Mayorista de Corabastos, Plaza de las flores, Terminal de pesca, Frigorífico Guadalupe y supermercados de barrio, los cuales presentan desde una condición de completa informalidad hasta una formalidad total. El SIA de la ciudad de Soacha, no cuenta con proveeduría directa de los productores, la mayoría de los productos comercializados son adquiridos en los mercados mayoristas.
- 3.3 Consumidores: son los agentes que constituyen la demanda y le dan soporte operativo al SIA. Incluye amas de casa y algunos restaurantes populares, quienes se proveen a través del comerciante informal. En Soacha no se evidenció la compra directa de consumidores a productores dado que la proveeduría de alimentos se da directamente desde Corabastos y a través de intermediarios.
- 3.4 Transportadores: representados por personas que poseen vehículos con diferentes capacidades de carga y quienes se encargan de trasladar los productos desde los diferentes sitios de proveeduría y entregarlos en el sitio o área destinada para la venta. Estos mismos transportadores traen carga desde el mercado mayorista, con destino a las tiendas y supermercados del municipio. No se encontraron taxis prestando este servicio, ya que este tipo de vehículos tienen restricciones de tránsito para trasladar alimentos dentro y fuera de la central mayorista.
- 3.5 Espacio público: son las áreas, estructuras, objetos u obras localizadas en lugares calificados como públicos y que son propiedad de toda la comunidad. Para efectos del SIA se destacan los separadores, andenes, calles, pasajes peatonales, arboledas, fachadas, paraderos, bahías de estacionamiento, separadores viales, parques, puentes peatonales y bermas.
- 3.6 Producto: el bien o servicio ofertado. Existe una variedad muy grande de productos que se ofrecen a diario. Cada uno posee unos atributos de calidad y manejo específicos, los cuales dificultan el correcto manejo y en el caso de las frutas, hortalizas, raíces y tubérculos explican en parte los deterioros y pérdidas en post-recolección que finalmente son asumidos por el consumidor final, vía un mayor precio o en su defecto mediante la compra de productos de mala calidad.

⁹ Los mayoristas tradicionales son aquellos comerciantes especializados o no por producto y los cuales constituyen el puente en el suministro al detallista (tendero, vendedor ambulante, etc.). A su vez éstos dependen directamente del mayorista de línea amplia, quien es el encargado de comprar “los viajes completos” para luego fragmentarlos. Esta situación es cada día más notoria en la central de abastecimiento de Corabastos en Bogotá.

- 3.7 **Mobiliario:** la operación del SIA se asocia a un mobiliario o equipamiento mínimo que responde a los procesos de comercialización de los productos o servicios ofertados. En este sentido, la carreta, el parasol, la báscula, las bolsas plásticas, etc., son parte del mobiliario que requiere un vendedor de frutas y hortalizas localizado en las calles del Municipio de Soacha. De igual forma, el carro metálico, el cilindro de gas, termos, ollas, vasos desechables, mezcladores, cesto de basura y materia prima (agua, panela, hierbas, frutas, etc.) son parte del mobiliario que un vendedor de agua aromática y/o tinto necesita. El mobiliario es fundamental cuando se trata de evaluar la inocuidad de los alimentos, especialmente en el SIA relacionado con alimentos pre-preparados o preparados in situ.
- 3.8 **Autoridades:** representados por la normatividad en este caso del Municipio de Soacha con relación al uso del espacio público (Secretaría de Gobierno y Policía Municipal), inocuidad del alimento (Secretaría de Salud Municipal) y seguridad alimentaria (Secretaría de Desarrollo Social Municipal). La posición que adopten estas autoridades es fundamental como determinantes del tipo de intervención a aplicar al SIA. Así se observa que posiciones de criminalización del SIA van de la mano de acciones coercitivas, no incluyentes, segregacionistas y violentas las cuales han demostrado no ser soluciones coherentes.
- 3.9 **Entorno socio-económico:** representado por la situación económica de la sociedad, que tiene sus efectos directos sobre la generación y estabilización del empleo. Se observa que ante hechos de recesión o crisis económica, se afecta directamente el empleo de los sectores más deprimidos económicamente. De esta manera se abre la puerta a la informalidad en las actividades tanto industriales como comerciales. Como este último escenario (el comercial) es el más fácil de operar, son muchas las personas que se instalan en el espacio público a “vender algo” con el fin de obtener los medios económicos que les permitan sobrevivir. Esta es la razón por la cual se considera que el entorno o la coyuntura socio-económica de una sociedad es el eje dinamizador o restrictivo para el SIA.

4. Importancia del sector informal alimentario

A partir del trabajo de campo realizado en Soacha para el análisis del SIA, y de las reuniones y entrevistas con los diferentes agentes, se han podido identificar los siguientes factores como los más relevantes en el accionar del SIA en el municipio, en la medida en que:

- **Absorbe mano de obra desempleada:** la totalidad de personas entrevistadas en las seis comunas del Municipio de Soacha, vinculadas al SIA anotaron que optaron por este camino ante la dificultad de encontrar un empleo estable. El censo experimental de población y vivienda de Soacha realizado en el año 2003, anota que el total de la población económicamente activa (PEA) ocupada suma 115 114 de los cuales 47 670 (41,3 por ciento) aparecen ejerciendo “actividades no especificadas” o informales.

- **Garantiza el ingreso para personas de origen rural - urbano:** las posibilidades de empleo en el contexto industrial o comercial de las ciudades para personas que provengan del área rural, es limitado. El sector informal alimentario facilita la incorporación de estas personas en actividades de venta detallista de frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, cárnicos o alimentos preparados como arepas, empanadas, hamburguesas, perros calientes, etc. De la misma forma el SIA absorbe a personas que teniendo extracción urbana entran a engrosar las filas de la población desocupada.
- **No requiere mayor formación académica:** a diferencia del empleo formal, que es exigente en formación académica, competencias laborales y documentación, el SIA es extremadamente laxo y fácil de operar. De esta manera se convierte en alternativa para personas adultas que no terminaron su educación básica y que no tienen otras oportunidades laborales, especialmente en el sector formal de la economía. De 65 entrevistas hechas a vendedores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos localizados en el centro de la ciudad de Soacha (Comunas 2 y 3) se encontró que el 97 por ciento (63 personas) no habían pasado de la formación básica primaria y operaban carretas o puntos de venta sin mayores dificultades.
- **No es exigente en recursos económicos:** las actividades comerciales en el sector informal alimentario se establecen con modestas sumas de dinero. La mayoría inicia con un capital inferior a un millón COP¹⁰, incluido el mobiliario básico. Los vendedores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos localizados en el espacio público urbano cubren sus carretas con capitales que muy difícilmente superan 300 000 COP. En el caso de ventas de pescado este monto puede llegar hasta 700 000 COP. Los vendedores localizados en puestos que distribuyen pre-preparados y preparados in situ como arepas, pasteles, empanadas, buñuelos, chorizos, chuzos, hamburguesas, perros calientes, etc. manejan un presupuesto diario de inversión que oscila entre 30 000 a 100 000 COP.
- **Permite hacer los ajustes de manera rápida y oportuna:** dado que los resultados económicos en el SIA se obtienen al final del día, se puede hacer una evaluación del desempeño en términos de ingresos y riesgos. Todo lo anterior le permite al comerciante o detallista informal tomar las medidas correctivas de manera rápida y oportuna. Esta fortaleza operacional del sistema se constituye en un elemento de competitividad y sostenibilidad representativo del SIA.
- **Genera ingresos netos a diario:** los ingresos por ventas se consolidan y cruzan con los costos al final del día. De esta manera el comerciante del SIA hace un balance sin mayor esfuerzo que le permite inferir cual es su utilidad. Estos ingresos son variables y son percibidos a diario, lo cual responde de manera coherente con la estructura de gastos y necesidades de dichos hogares. La investigación hecha con estos comerciantes permitió detectar que los ingresos

¹⁰ COP: pesos colombianos de acuerdo con la norma ISO 4217.

netos oscilan entre 15 000 y 25 000 COP para los vendedores ambulantes (tintos, aromáticas, limones, colaciones y gelatina) hasta 60 000 COP para vendedores estacionarios (“pelanga”, pescado y pollo crudo) y 20 000 a 40 000 COP para vendedores semi-estacionarios (frutas, hortalizas, raíces y tubérculos; y alimentos preparados como buñuelos, pandeyuca y avena). Los vendedores estacionarios de arepas, chuzos, buñuelos, empanadas, pasteles, hamburguesas, vísceras, chorizos, ensaladas listas y jugos obtienen ingresos netos diarios que oscilan entre 15 000 y 30 000 COP diarios. Estos ingresos son dependientes del día de la semana, los festivos y su relación con el pago de la quincena.

- **Permite la salida sin mayor traumatismo:** dada su baja inversión en capital (fijo y variable), para un comerciante informal es relativamente fácil dejar esta actividad, sin que esto cause mayor traumatismo a su capital dado las bajas inversiones realizadas. En la investigación se detectó que los entrevistados (65 vendedores) tienen un tiempo de permanencia continua en dicha labor superior a cinco años, lo cual los convierte en profesionales en este sector.
- **Desarrolla un sentimiento de autonomía, reconocimiento e impulsa la iniciativa individual:** en todos los entrevistados se aprecia un alto aprecio hacia el trabajo libre de horarios o “jefes”. Las características operativas del sector informal alimentario potencializan hasta cierto punto la autonomía, el reconocimiento personal y la libre iniciativa de los comerciantes. Sin embargo y dada las notables imperfecciones del SIA se deduce que los ingresos netos percibidos son de subsistencia, lo cual se convierte en una herramienta perversa que finalmente se homologa a una “trampa de pobreza”¹¹. Todos los vendedores informales entrevistados en Soacha coincidieron en la ventaja de “no tener jefes, no cumplir horarios y manejar sus propios recursos” como ventajas de esta actividad.
- **Promueve el consumo de alimentos:** el mercado encuentra en el SIA un aliado insustituible para la promoción de productos no habituales (carambolo, zapote, mamey, guama, etc.) o el incremento en el consumo de otros conocidos (durazno, ciruela, pera, melón, sandía, pitaya, banano, guanábana, yuca, papa, arracacha, cebolla junca, cebolla cabezona, tomate chonto, etc.). En este sentido el SIA se convierte en un medio susceptible de ser utilizado para difundir o promocionar el consumo de ciertos alimentos¹². Durante el tiempo dedicado a esta investigación se pudo comprobar la enorme capacidad de promoción que tienen los vendedores informales en productos como el mango de azúcar, el aguacate variedad Choquette, la pera variedad Triunfo de Viena y la Ciruela variedad Santa Rosa.

¹¹ Esta conclusión se basa en la observación, charlas directas y visitas a varios hogares de estos comerciantes.

¹² Los comerciantes del SIA han contribuido de manera decisiva a que el consumidor conozca y consuma nuevos productos como papaya hawaiana, pitaya amarilla, limón Tahití, chontaduro, guayaba manzana, e inclusive bore, y chachafruto. Muchos de ellos involucran dentro de su servicio, una información complementaria relativa a propiedades y formas de uso.

- **Absorbe las sobreofertas de alimentos presentes en el mercado:** una de las mayores fortalezas del SIA es la absorción de las sobreofertas de alimentos producidos dentro del escenario nacional como internacional (importaciones)¹³. Se pudo percibir la enorme fuerza de ventas del SIA en varios productos como yuca llanera (“playera”), pitaya amarilla, mango de azúcar, pera nacional y tomate chonto.
- **Incorpora laboralmente al núcleo familiar:** el SIA en Soacha incorpora en su dinámica a buena parte del núcleo familiar, incluyendo a los menores de edad. Es muy común que los dos padres estén vinculados a la actividad productiva del SIA. Lo anterior es particularmente cierto en actividades que tienen que ver con los alimentos pre-preparados y/o preparados in situ. Normalmente más de un miembro de la familia colabora en la preparación previa del alimento, el que finalmente es terminado en su cocción en el “puesto”. El ejemplo más representativo son las arepas que no se pueden “confeccionar” in situ.
- **Suministra alimentos para sectores poblacionales deprimidos:** los sectores económicamente deprimidos no pueden acceder fácilmente a los productos ofertados por los establecimientos pertenecientes a la economía formal, ya que los precios son más altos que los presentes en el SIA, constituyéndose éste último en el principal espacio en donde mercan parcialmente y de manera frecuente muchas familias del Municipio de Soacha. Este comportamiento también se refuerza con la imagen presente en el inconsciente colectivo de mercar en la plaza o en el mercado dominical del pueblo¹⁴. Las observaciones hechas en las calles de Soacha permitieron concluir que el SIA responde a la demanda agregada de los sectores más pobres del municipio y por esta razón la densidad mayor de vendedores se ubican en cercanías de los paraderos de buses, busetas o rutas particulares o “piratas” o en sitios de concurrencia o tránsito de personas que llegan de sus sitios de trabajo.
- **Responde y se ajusta a los hábitos de compra y consumo:** el SIA es muy dinámico, lo cual le permite responder o ajustarse a las necesidades de sus clientes. La vinculación de la mujer al escenario laboral, causa un incremento de las comidas tomadas por fuera de casa y/o la compra de productos frescos listos para consumir o preparar (ensaladas, arveja, fríjol, haba y/o maíz choclo desgranados, zanahoria y/o habichuela y/o remolacha picados; yuca pelada y, fruta pelada, picada o en salpicón). El SIA responde de manera oportuna y eficiente a la necesidad generada. Esta situación se ve favorecida como consecuencia de la falta de un desarrollo agroindustrial en alimentos a nivel municipal que responda a la creciente demanda, de manera oportuna, suficiente, a precios justos y con buena calidad e inocuidad.

¹³ Aplica para situaciones coyunturales con manzana, durazno, ciruela, uva y pera importadas.

¹⁴ Al respecto es importante resaltar que más del 80 por ciento de la población del Municipio de Soacha tiene un marcado origen rural, en donde buena parte de los alimentos frescos y preparados se compran el “día de mercado” dentro de un ambiente de alta informalidad.

4.1 Problemas, limitaciones y ventajas del SIA en Soacha

El SIA se conforma en los centros urbanos como una respuesta parcial al abastecimiento y distribución de los principales alimentos tanto frescos como preparados para la población más vulnerable, proceso que se lleva a cabo dentro de un esquema azaroso, desordenado y variable, percibido como relaciones comerciales y sociales particulares, que conllevan una serie de dificultades pero también ventajas, tal como se resumen en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Problemas, limitaciones y ventajas del SIA en Soacha

Problemas y limitaciones de los operadores informales	Ventajas ofrecidas a la comunidad
Baja o nula capacitación en manipulación higiénica de los alimentos ofertados.	Alimentos adecuados para el consumo inmediato y convenientemente localizados. Sitios de concentración y/o corredores de movilidad.
Alto grado de contaminación microbial y deterioro físico de los alimentos como consecuencia de la exposición a agentes climáticos y/o manipulación manual.	Alimentos prelistos o adecuados para su preparación culinaria rápida, en cantidades y presentaciones que se ajustan al presupuesto y tiempo del consumidor.
Bajo soporte sanitario y técnico de los proveedores de alimentos frescos, prelistos o materias primas para la preparación in situ, lo cual genera una cadena de contaminación alimenticia.	Alimentos baratos (accesibles) que se acomodan al bajo ingreso de los consumidores del Municipio de Soacha.
Uso de medios de transporte, empaques, menaje y/o mobiliario inadecuados para la exhibición, procesamiento, preparación o venta de alimentos.	Alimentos de consumo masivo disponibles durante gran parte del año en horarios acondicionados a las necesidades del consumidor.
Almacenamiento temporal inadecuado en los alimentos (garajes, corredores, parqueaderos, talleres y casas de habitación) que aumentan el riesgo de deterioro y contaminación.	Atención personalizada que responde al imaginario colectivo de poblaciones oriundas del sector rural en Colombia, "compras en días de mercado".
Ausencia de agua limpia para lavado de manos, utensilios, menaje o aplicación de soluciones desinfectantes.	Información complementaria en relación con las formas de uso y consumo de los alimentos ofertados: formas de preparación culinaria, combinaciones, etc.

Problemas y limitaciones de los operadores informales	Ventajas ofrecidas a la comunidad
Calidades irregulares, dependientes de la oferta, los precios y los hábitos de compra y consumo de la población.	Degustación gratuita en aquellos alimentos que son de introducción al mercado: nuevas variedades o biotipos de frutales.
Rudimentario sistema de pesas y medidas, que introduce ruido en las transacciones comerciales.	Concesión de “encimes” o “ñapas” por la compra. Especialmente válido para los vendedores de productos frescos.
Negocio fundamentado en la necesidad de sobrevivir antes que prestar un servicio responsable a la comunidad.	Precios variables de los alimentos a lo largo del día. Esto es particularmente cierto para frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes frescas, derivados lácteos y huevos.
Mala presentación y condición antihigiénica personal de los vendedores informales. Para muchos vender alimentos en el espacio público es sinónimo de “andar sucio”.	Amplio espacio para el “regateo” que permite ajustar la oferta a la disponibilidad de recursos y condicionantes culturales del comprador.

5. Situación actual del SIA en Soacha

El sector informal alimentario del Municipio de Soacha se asimila a un proceso comercial de alimentos frescos, prelistos o preparados in situ, dentro de un sistema de abastecimiento y distribución de alimentos precario o espontáneo. La Alcaldía Municipal de Soacha ha adelantado conversaciones con el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá (PMASAB), con el fin de articular al municipio dentro del primer anillo de proveedores y consumidores contemplado, pero hasta el momento no se han llevado a cabo actividades de aplicación¹⁵.

El esquema de abastecimiento actual de alimentos para la municipalidad de Soacha se ha expresado en la habilitación o acondicionamiento desordenado de procesos, áreas y actores los cuales mantienen una dependencia directa en aprovisionamiento de la Central Mayorista de Corabastos. De esta manera se aprecia que los consumidores soachunos deben asumir altos costos por transporte y manipulación de los alimentos. Los productores de papa, arveja, maíz y fresa localizados en las veredas de Soacha recolectan sus productos y los venden en Corabastos. A su vez los detallistas (tenderos, vendedores ambulantes, estacionarios y semiestacionarios y grandes tiendas especializadas de barrio) se proveen de Corabastos con lo cual cierran un círculo de

¹⁵ Sobre este aspecto es importante anotar que el proyecto relacionado con el PMASAB para Bogotá (en principio llamado “Bogotá sin Hambre” y más recientemente “Alimenta Bogotá”) se encuentra en etapa de ajuste e implementación.

ineficiencia socio productivo y comercial. No existe conectividad entre las áreas de producción del sector rural de Soacha y los supermercados, tiendas y vendedores informales presentes en el municipio.

Por otro lado, no existe una política de fomento al sector agropecuario municipal, lo cual se traduce en que de las 19 200 hectáreas rurales se utiliza menos del 3 por ciento (485 has)¹⁶ en cultivos de ciclo corto. La productividad promedio del cultivo principal a saber papa pastusa es de 13 500 kilos por hectárea como consecuencia de la baja fertilidad de los suelos y las restricciones en el suministro de agua para riego¹⁷. No se tiene información actualizada con relación a la caracterización del sector agropecuario del municipio¹⁸.

5.1 Conflictos del sector informal alimentario de Soacha. Las ventas callejeras aparecen y se consolidan a partir del desarrollo urbano del municipio. En principio se localizan en los corredores o zonas de mayor concentración de peatones y en donde paralelamente se da un mayor crecimiento del comercio formal. Este proceso va creciendo sobre la base de los resultados económicos y las presiones por la masa de habitantes desempleados con bajas competencias laborales. Rápidamente el SIA comienza a mostrar un alto grado de especialización en vendedores, productos, formas de exhibición, zonas e inclusive estrategias de venta, todo lo cual crea una cultura propia que es reconocida por el habitante soachuno. Dentro de los puntos conflictivos del SIA se resaltan los siguientes:

5.1.1 Conflictos con la administración municipal: Este es el principal punto de conflicto con los vendedores del SIA en la medida que con su actividad invaden el espacio público, dificultan la movilidad del peatón y de los vehículos, deterioran la imagen visual, generan residuos contaminantes, producen ruido, venden productos contaminados y contribuyen al incremento de la inseguridad.

5.1.2 Conflictos con el comercio formal: El vendedor del SIA al no tener ninguna carga impositiva y no incurrir en gastos administrativos y operativos propios del comercio formal, se encuentra en ventaja competitiva. Esta situación le permite reducir los precios al consumidor hasta un punto no posible para el comercio formal. Esta condición orienta al consumidor de escasos recursos a comprar en el SIA en menoscabo de las tiendas, plazas de mercado y/o supermercados. A lo anterior se suman las estrategias del “rebusque del cliente” que los vendedores del SIA aplican con gran efectividad. El caso más representativo se tiene en la Plaza Central del municipio localizada en la Comuna 2, en la cual se aprecia un

¹⁶ Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. Oficina URPA 2005.

¹⁷ URPA reportó para el año 2005 un rendimiento promedio de 10 000 kilos/ha. Al día de hoy se observa que ha ocurrido un incremento en la productividad (13 500 kilos promedio/ha) el cual sigue siendo bajo con relación al promedio nacional (17 000 kilos/ha) y a las fincas altamente tecnificadas (60 000 kilos/ha).

¹⁸ La administración actual está adelantando un estudio para caracterizar del sector agropecuario el cual arrojará información actualizada en relación al estado actual, uso potencial del suelo y la tecnología a utilizar.

desempeñó comercial y económico cada vez más bajo, como consecuencia de la competencia establecida por los vendedores del SIA localizados en las afueras.

5.1.3 Conflictos con el ciudadano: Los conflictos con el ciudadano están relacionados con la utilización de los andenes, calles y frentes de sus casas con fines comerciales. Es reconocido el problema que tienen los vendedores de productos frescos con los habitantes de la carrera tercera en la Comuna cinco como consecuencia del desplazamiento aplicado por las autoridades municipales desde la vía principal. De igual forma muchos habitantes manifiestan su desagrado por la contaminación escénica y auditiva creada por los vendedores informales. Otro punto de conflicto (aunque menos frecuente) hace relación a la calidad de los productos y los sistemas de pesas y medidas aplicadas.

Los procedimientos de resolución de estos conflictos son canalizados a través de las autoridades municipales y específicamente en cabeza de la Secretaría de Gobierno y la Secretaría de Salud. Estas secretarías cuentan con una normativa de tipo general contenida en el artículo 177 de la Ley 388 de 1997, Ley 9 de 1979, el Decreto 1504 de 1998 que reglamenta el uso del espacio público, código de policía nacional y su correspondiente para Cundinamarca, que no se ajustan a las características del problema. El resultado es que la institucionalidad termina cediendo o tolerando calladamente las ventas callejeras del SIA. Sobre este particular es importante aclarar que la Sentencia Constitucional T-774 es explícita en el sentido que cualquier intervención que se haga sobre este sector informal debe necesariamente ir acompañada de programas de apoyo a dicha población. De lo contrario la acción gubernamental se tipifica como atentatoria contra el derecho al trabajo.

Soacha no cuenta con una reglamentación específica con relación al uso del espacio público, lo cual facilita que estos vendedores encuentren el escenario apropiado para instalarse y desarrollar su actividad comercial. Por otro lado se resaltan por lo menos cinco asociaciones de vendedores callejeros informales, que actúan como grupo de presión frente a las pretensiones de las autoridades municipales. En conclusión la administración municipal no cuenta hasta el momento con una herramienta efectiva que le permita intervenir al SIA de tal forma que aproveche su potencialidad y lo articule como medio de distribución eficiente de alimentos para los sectores más pobres. De no intervenir, la visión prospectiva del SIA en Soacha es el avance desordenado e irresponsable sobre el espacio público municipal, con las consecuencias anotadas atrás.

6. Procesos del sector informal alimentario

El sector informal alimentario del Municipio de Soacha involucra los siguientes procesos:

6.1 Alimentos frescos: frutas, hortalizas, raíces y tubérculos

- **Aprovisionamiento:** el aprovisionamiento de estos productos se hace con base en la oferta del mercado, la coyuntura comercial (fechas de pago de salarios), el

día de la semana y la cantidad de producto existente en venta. Normalmente cada comerciante madruga y adquiere individualmente los productos en Corabastos. No se encontró la modalidad de compra en conjunto. De treinta y dos vendedores entrevistados en las cercanías de la Plaza de Mercado del centro, trece compran productos que se encuentran en los umbrales de pérdida (muy maduros, maltratados o reposados) con lo cual pueden transitoriamente “romper” el mercado vía bajos precios. Cuando las ventas se dan rápidamente logran obtener buenas ganancias, de lo contrario corren el riesgo de perder gran parte del producto. En esta investigación se pudo apreciar que el comprador del SIA (a pesar de las limitaciones económicas) responde a un estándar de calidad, que en la mayoría de los casos no coincide con la calidad de un producto deteriorado. Se observó a unos pocos comercializadores o intermediarios llegar a Soacha con el fin de negociar con los vendedores informales algunos productos. Sin embargo esta no es una conducta generalizada y responde a saturación coyuntural de productos en el mercado.

Los días en que los comerciantes informales compran regularmente los productos son martes, jueves y sábado, siendo los dos últimos días cuando compran mayores cantidades. Todos los entrevistados tienen definido sus puntos de compra, condiciones de negociación y calidades requeridas, con base en el segmento de consumidores atendidos. Se estima que el 40 por ciento de los vendedores informales de frutas y hortalizas cambian de producto comercializado dependiendo de la oferta y de los precios. Así cuando se presentan las cosechas de mandarina, pera, pitaya, aguacate, mango, tomate, etc., éstos cambian de producto aprovechando los precios bajos. Este comportamiento si bien tiene elementos lógicos, no es el generalizado. Un sector importante de detallistas informales prefiere buscar productos de consumo masivo, de inferior calidad en épocas de escasez. De esta manera logran “interceptar” al cliente y obtienen mayores utilidades¹⁹.

- **Transporte o aprontamiento local:** el traslado desde Corabastos a los sitios de venta se hace mediante pequeños camiones o camionetas, inclusive taxis que traen también alimentos para las tiendas y pequeños supermercados. Es muy normal que dos o más comerciantes informales se unan en Corabastos y contraten un vehículo que les traiga sus productos hasta el Municipio Soacha. Los costos dependen del volumen y peso de la carga. Normalmente para un vendedor informal de carretilla este costo oscila entre 14 000 a 25 000 COP por envío. Los empaques utilizados son lonas de polipropileno, costales de fique, bolsas plásticas, cajas de cartón, guacales y/o cajas de madera. Los procedimientos de cargue, apilamiento, transporte y descargue contribuyen de manera significativa al deterioro de los productos.

¹⁹ Se observa recientemente la participación de vendedores informales provenientes de Bogotá, en donde según ellos “ya no dejan trabajar”. Algunos de ellos cuentan con un vehículo propio que utilizan como parte del mobiliario para exhibición.

- **Surtido o alistamiento comercial:** los vendedores informales aplican diversas estrategias con relación al surtido o alistamiento de sus productos. Exceptuando los vendedores de aguacate, mango de azúcar y pitaya, la gran mayoría exhiben varios productos, sean éstos hortalizas y/o frutas apiladas en morro sobre las carretas. De esta manera dan la idea de alta disponibilidad o “abundancia”, clave para que se acerque el cliente. Otros detallistas (vendedores ambulantes), utilizan su cuerpo para izar el producto, tal y cual ocurre con los “limoneros”. En cada caso, el detallista informal recurre al alistamiento adicional del producto que consiste en la clasificación, pelado, picado y empaque.
- **Venta directa:** la venta sigue el esquema de “interceptación y abordaje directo” a diferencia del aplicado por el tendero que espera a que el cliente lo busque. El vendedor estacionario, semi-estacionario o ambulante busca al cliente y lo compromete en cuestión de pocos segundos. Para tal efecto utilizan estrategias para llamar la atención que van desde la obstaculización al flujo peatonal, pasando por la forma de exhibir el producto, el voceado y la degustación del mismo. De igual forma hace uso de la venta promocional (tres libras por 1 000 COP) etc. Se concluye que este tipo de comerciante aplica un conjunto de estrategias variables, que se acomodan inclusive dependiendo de la hora del día, para vender con alta eficiencia sus productos. Los precios de los productos ofertados también se acomodan a las circunstancias. Así cuando el producto esta en buenas condiciones el precio cobrado es mayor, que cuando éste presenta indicadores de deterioro. Cuando se da esta última situación y ante daño inminente, reducen apreciablemente los precios con tal de “ganar algo” y poder renovar el surtido. Este “ganar algo” para muchos significa perder dinero o en el mejor de los casos obtener ingresos de subsistencia. Este ciclo se repite una y otra vez, sin tener ninguna consistencia y seguridad en lo concerniente a la rentabilidad. Son muchos los vendedores informales que ante la inminencia de perder su producto, engañan al comprador en el peso, calidad o precio.
- **Manejo de pérdidas:** las pérdidas encontradas en las ventas ambulantes de productos frescos son diferenciales. Así en productos altamente perecederos como fresa, mora, guayaba, tomate y arveja se estimaron pérdidas físicas comprendidas entre el 10 y el 20 por ciento. Contrariamente a lo que se supone, los vendedores o detallistas informales experimentados presentan pocas pérdidas en razón que “le buscan cliente a todo”. La mayoría aplica el criterio que “antes que se pierda, es mejor venderlo muy barato, inclusive por debajo del precio de adquisición”. De esta manera como mínimo recuperan la inversión hecha y pueden “seguir en el negocio”. A pesar de lo anterior, algunos (normalmente inexpertos) comienzan a acumular pérdidas que dan al traste con la capital de operación o “plante” con lo cual se ven obligados a salir del escenario comercial. Con el fin de obviar esta situación se recurre a créditos

extrabancarios tipo “gota a gota” cuya tasa de interés real es mayor al 20 por ciento mensual²⁰.

- **Manejo de residuos:** el vendedor informal de productos frescos concibe el espacio público como el lugar en que le toca trabajar. Por lo tanto no interioriza sentimientos de apropiación, respeto y uso racional. La observación hecha permitió detectar que hacen un manejo muy precario, antihigiénico y hasta irresponsable de los residuos sólidos o líquidos generados. Los más avanzados utilizan una bolsa plástica en la cual depositan sus residuos, los cuales al final de la tarde son depositados en una acera o cerca de un poste. Muchos otros dejan regados sus desechos directamente en el piso. En las entrevistas realizadas se encontraron tan sólo tres vendedores informales que habían hecho el curso de manipulación de alimentos. En el caso de ventas de carnes (pollo, gallina y pescado) la situación es crítica en la medida en que los residuos dejados en el sitio atraen moscas y perros.

6.2 Alimentos pre-preparados y/o preparados in situ²¹

- **Aprovisionamiento:** el aprovisionamiento de los alimentos pre-listos o preparados in situ es muy heterogéneo. Se presenta el caso del aprovisionamiento de la materia prima (maíz “peto”, café, panela, hierbas aromáticas, frutas, etc.) en el supermercado o tienda de barrio, pasando por la compra de la empanada preparada en una “fábrica de barrio”, hasta la compra del chorizo, la hamburguesa, mortadela, etc., en una “salsamentaría”²² localizada en la zona de influencia del Frigorífico Guadalupe. No existe conocimiento completo sobre las condiciones higiénico - sanitarias en que se preparan estos alimentos, ni cual es el origen y la calidad de las materias primas utilizadas, particularmente en lo relativo a las carnes embutidas, quesos, arepas, pasteles, empanadas, colaciones, etc.
- **Transporte o aprontamiento local:** para el transporte desde el sitio de producción al expendio en la calle se utilizan canastos, bolsas plásticas y/o

²⁰ Los créditos “gota a gota” se constituyen en una pesada carga financiera para estos comerciantes. Normalmente en cuantía no superan 500 000 COP diferidos en “cómodas” cuotas diarias durante un plazo entre 30 a 60 días. Así en un crédito de 500 000 COP diferido a un mes, el “beneficiario” debe cancelar treinta (30) cuotas diarias por un valor de 20 000 COP cada una hasta completar 600 000 COP, haciendo salvedad en que no hay periodo de gracia.

²¹ Dada la alta diversidad de productos preparados que distribuyen los vendedores informales en el municipio y al hecho de que el mayor dinamismo comercial se presenta después de las 18:00 hasta las 07:00, horas en las que los problemas de seguridad personal se agudizan, no fue posible profundizar en este componente del SIA. Otro factor que limita el análisis de la cadena de productos preparados es la informalidad presente en los mismos proveedores. Así por ejemplo, en los productos de salsamentaría (chorizos, salchichas, hamburguesas, etc.) hay presencia de proveedores o fábricas clandestinas sin que sea factible hacer el seguimiento a estos establecimientos; igual situación sucede en el caso de otro tipo de productos como arepas, empanadas, etc., que provienen de fábricas caseras e igualmente informales.

²² Las condiciones higiénico-sanitarias y las materias primas utilizadas en dichos negocios no cumplen con las normas establecidas por el Ministerio de Salud y la Secretaría de Salud Distrital.

canastillas plásticas, en buses o busetas públicas o en su defecto en carro particular. Estos materiales se compran a diario dado su alta perecibilidad, riesgo de contaminación biológica y ante la imposibilidad de conservarlo mediante frío. No se encontró ningún comerciante informal que tuviese in situ un sistema de refrigeración para sus productos; ni siquiera los más elementales como una “nevera” de icopor con hielo.

- **Pre-preparación:** los pre-preparados o pre-listos son aquellos alimentos a los cuales se les ha aplicado un tratamiento industrial, semi-industrial o casero de tal forma que para su consumo requieran pasos muy sencillos como servirlos (tinto, aromática, perico, avena, chocolate, ensaladas, etc.), calentarlos o freírlos (arepas, chorizos, pelanga, tamales, fritanga, etc.) o armarlos o empaarlos (obleas, maní, chicharrón, patacón, etc.). El riesgo sanitario de este tipo de alimento se asocia en principio al agente que fabrica el producto y en segundo lugar al operario que lo transporta, almacena y manipula hasta entregárselo al cliente para su consumo final²³.
- **Preparación in situ:** alimentos que son preparados directamente en el sitio de venta o que tienen un alto componente de preparación en dichas condiciones. Se mencionan pizzas, buñuelos, jugos, ensaladas de frutas, salpicones, empanadas, pasteles²⁴, papas fritas, maní, pan de yuca, picadas de vísceras, chicharrones, carne asada, etc. Estos alimentos presentan un alto riesgo de contaminación por micro-organismos.
- **Venta directa:** en este grupo de alimentos se presenta con mayor frecuencia el vendedor semi-estacionario y el estacionario, primando éste último. Se localiza en los corredores de circulación peatonal y utiliza estrategias de venta ligadas a la interceptación del flujo, voceado y exhibición del producto más el impacto sensorial (olor). El consumo de estos alimentos cobra cada día más fuerza dado que son muchos los hogares en que ambos padres trabajan, y por lo tanto no tienen tiempo para cocinar en casa. Estas ventas presentan una distribución temporal dependiendo de la hora del día.

Así a manera de ejemplo, durante las primeras hora de la mañana se venden con mayor frecuencia las bebidas calientes (tinto, perico, agua aromática, etc.), hacia las 10:00 a 12:00 se comienzan a vender las ensaladas preparadas y hacia final de la tarde y parte de la noche se venden con mayor frecuencia pizzas, hamburguesas, perros calientes, chorizos, arepas, empanadas, etc., coincidiendo con el retorno de los trabajadores a sus hogares. Muchas amas de casa compran

²³ No se encontraron en la Secretaria de Salud del Municipio determinaciones o seguimientos relacionados con la inocuidad de estos alimentos. El hecho de que no se conozcan las condiciones de manufactura aumenta y diluye la responsabilidad con relación a los agentes contaminantes y su efecto sobre la salud humana.

²⁴ Con relación a las empanadas y pasteles se encontró que estos alimentos presentaban dos modalidades: algunos eran preparados in situ, mientras que otros eran comprados en las “fábricas” listos para freír.

“algo preparado” en la calle, que complementan con otro alimento fácil de preparar en casa y “salen de la comida”.

Por otro lado, y muy de la mano de la cultura propia de los habitantes de Soacha, existe el hábito de comer entre comidas y en la calle. Todo lo anterior refuerza el mercado informal de alimentos pre-preparados y preparados in situ, como fuente de empleo para muchos habitantes, pero al mismo tiempo (como consecuencia de la falta de control), abre la posibilidad de dispersión de agentes patogénicos que afectan negativamente la salud. Se hace especial mención a los alimentos dirigidos a los niños por parte de vendedores informales localizados en cercanía o a las afueras de los colegios y escuelas del municipio.

- **Manejo del riesgo sanitario:** la consulta hecha con la Secretaría de Salud municipal permite concluir que al día de hoy, el Municipio de Soacha no tiene un programa que haga el seguimiento sanitario a los alimentos comercializados por el sector informal alimentario. Por lo tanto la amenaza de que muchos de estos alimentos presenten alta residualidad por plaguicidas y/o infestaciones con agentes patogénicos perjudiciales para la salud de la población es real, indicando una situación de alto riesgo sanitario que afecta a gran parte de la población, pero con especial énfasis en los segmentos sociales en estado de vulnerabilidad. Por otro lado, esta situación afecta negativamente el aprovechamiento biológico de los alimentos²⁵.
- **Manejo de pérdidas:** las entrevistas hechas a los comerciantes de este segmento del mercado informal revelaron pérdidas promedio menores al 10 por ciento en términos de producto. La totalidad de agentes entrevistados manifestaron que conocen bien el negocio, lo que les permite hacer las previsiones adecuadas de materia prima. Un factor que afecta negativamente las ventas de este tipo de alimentos son las lluvias y/o las temperaturas bajas. Los sobrantes de alimentos preparados in situ son vendidos a precios bajos o consumidos por el núcleo familiar. En contadas ocasiones se reportaron alimentos desechados. Con relación a los alimentos pre-preparados éstos son refrigerados para ser utilizados al siguiente día. El tiempo máximo de rotación de un alimento de este tipo es de tres días, utilizando refrigeración casera. Las mayores pérdidas se encuentran en aquellos alimentos que son preparados en el sitio y que en casos extremos, llegan hasta el 50 por ciento de pérdidas. Estas pérdidas se asocian a falta de compradores y se localizan en las materias primas (pan, carne, masa, rellenos, recubrimientos, etc.).

²⁵ Es claro que un habitante de Soacha con poliparasitismo intestinal no puede asimilar los principios nutritivos presentes en los alimentos que consume (bajo aprovechamiento biológico). En este sentido el organismo hace un gasto energético inoficioso y perjudicial. Según el Perfil Epidemiológico para la provincia de Soacha hecho por la Gobernación de Cundinamarca en el año 2007, el 15,39 por ciento de la población presenta poliparasitismo intestinal.

- **Manejo de residuos:** este tipo de comerciantes no son conscientes del manejo de los residuos que sus actividades producen. Aunque algunos de ellos disponen de un cesto de basura, se observa alrededor de sus puestos vasos plásticos, mezcladores, servilletas, cajas de cartón, residuos de comida, etc., localizados irregularmente sobre la acera y la vía pública. Muchos recogen en bolsa plástica parte de los residuos sólidos y/o líquidos, y al final de la jornada laboral son dispuestos en la acera o en cercanía a un poste de alumbrado. Estos contenedores son normalmente rotos por perros, los cuales esparcen su contenido. De esta manera los residuos sólidos generados por estos comerciantes se convierten en agentes contaminantes y eventualmente en foco de incubación de agentes patogénicos.

7. Áreas del sector informal alimentario

El vendedor informal selecciona para ejercer su actividad comercial, áreas que forman parte del espacio público, que tienen como común denominador una alta confluencia o agregación de transeúntes. Dichas áreas están representadas por:

- Calles peatonales
- Calles vehiculares
- Aceras
- Parques municipales
- Parqueaderos
- Zonas colaterales a vías

Dadas las características de crecimiento desordenado que ha tenido el área urbana de Soacha, siendo uno de los municipios colombianos que presenta un mayor desorden físico, espacial y ambiental²⁶, su desarrollo tanto económico como social se fundamenta alrededor de centralidades en cada una de las seis comunas en que se divide el área urbana. Es así como cada comuna cuenta con una zona comercial en donde se concentran las actividades tanto formales como las informales (ver Anexo 2 – planos por comuna), y son las áreas de mayor actividad en cada una. Es por esta razón que los vendedores informales se ubican en estos sectores y no hacia la periferia del área urbana, ya que para ellos es más fácil captar clientes en éstas áreas de mayor tránsito de personas. Para estos comerciantes no es rentable desplazarse hacia las áreas periféricas y más alejadas del municipio para buscar a sus clientes, cuando es costumbre que la población se desplace hacia las centralidades más cercanas a su barrio. De otra parte, las condiciones topográficas del municipio no siempre facilitan a un comerciante, a menos que cuente con transporte vehicular, estarse desplazando por el área urbana, ya que esto demanda un gran esfuerzo físico para mover su carreta y/o mobiliario, que no todos los miembros de la familia que atienden el negocio pueden realizar.

²⁶ La misma administración municipal reconoce esta problemática, tal como lo afirma en su sitio web oficial: <http://soacha-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1t1--&m=f#geografia>

De acuerdo con lo anterior, en el Municipio de Soacha se encontraron los siguientes escenarios físicos a nivel de Comuna que son utilizados del SIA:

7.1 Comuna uno: en esta comuna se encontraron vendedores informales en los alrededores de la Plaza de Mercado del Barrio Compartir y a lo largo de la calle 15 (Ver Anexo 2, Plano 1). Esta es la comuna en la cual se tienen controlados los vendedores informales. Sin embargo, recientemente se ha detectado la presencia de personas que provienen de Bogotá en vehículos llenos con alimentos y quienes utilizan la estrategia de ubicarse en determinados sitios o desplazarse lentamente por las calles principales de la comuna. La Plaza de Mercado del Barrio Compartir ha venido perdiendo protagonismo en razón que sus productos son costosos y de baja calidad. Otros factores que agravan esta situación son la localización esta plaza de mercado y el hábito de la población de comprar pocas cantidades a diario, con lo cual la “tienda de la esquina” termina beneficiada. El Administrador de la plaza, con la colaboración de las autoridades municipales, ha promovido desalojos de los espacios colaterales a este comercio, impidiendo su invasión y beneficiando a los comerciantes formales.

7.2 Comuna dos: esta comuna tiene una parte importante del comercio formal y las instituciones públicas y privadas más importantes; y la existencia de la “Plaza del Centro”. Estos dos elementos explican la gran actividad comercial asociada a una población permanente de transeúntes. Este escenario es aprovechado por los comerciantes del SIA para ofertar sus productos. Los sitios en los cuales se localizan estos vendedores son la calle 13 y circunvecinas, en cercanías de la Plaza de mercado central (Ver Anexo 2, Plano 2). El análisis de las instalaciones de dicha plaza y su dinámica comercial permiten afirmar que el nivel de ocupación se encuentra por debajo del 50 por ciento. La competitividad vía precios con relación al mercado informal (ubicado en sus alrededores) es significativamente inferior²⁷. Adicionalmente las instalaciones físicas de la plaza no consultan por su localización y construcción con las mínimas normas para un centro de distribución de alimentos. Lo anterior se aprecia en el estado de deterioro de la edificación, la cual no cumple con normas sismo-resistentes y de equipamiento físico. Adicionalmente, su localización obedeció a un momento en que Soacha era un pueblo. Al día de hoy esta ubicación presenta serias limitantes para desarrollar un proceso de comercialización moderno.

7.3 Comuna tres: se encontraron dos escenarios en los cuales se aprecian actividades comerciales significativas del SIA. El primero está localizado en la calle 3 entre carreras 7, 8 y 9. El segundo escenario es el más representativo y se encuentra asociado a lo que los pobladores llaman impropriamente “La Plaza de la Despensa” localizada en la calle 10 hasta la transversal 13 en límites con el Distrito Capital (Ver Anexo 2, Plano 3). Allí se encuentran un conjunto yuxtapuesto de negocios formales, de los cuales algunos invaden frágilmente el espacio público. No existe propiamente un espacio físico parecido a lo que se conoce como plaza. Los vendedores informales aprovechan la

²⁷ La competencia de los vendedores informales es tan notoria en esta comuna, que algunos de los comerciantes formales ante esta dura realidad, han optado por enviar a un familiar cercano a participar en las afueras de la plaza de las ventas informales.

concentración de población para localizar las carretas y ofrecer sus productos. Importante resaltar que en este sitio confluyen compradores de Soacha y Bogotá, cuyo límite está representado por una vía pública.

Este sector se convierte en un foco de inseguridad particularmente durante los días de mercado a saber, sábados y domingos. De todos los tres sitios del mercado formal que tiene el Municipio de Soacha para el acopio y distribución detallista de alimentos, éste es donde se encuentran los precios más bajos. Por esta condición se detectó que pobladores de otras comunas 1 (Compartir), 2 (Centro) y 5 (San Mateo) se desplazan los fines de semana hasta la “plaza de la Despensa” en donde hacen el mercado para un intervalo quincenal. En esta comuna fue donde se encontraron las mejores tiendas especializadas en distribución de frutas, hortalizas, raíces, tubérculos y productos cárnicos.

7.4 Comuna cuatro: los vendedores del SIA se encuentran localizados en dos escenarios: Ciudadela Sucre (barrios Buenos Aires y Bellavista) y Santo Domingo que limita por la parte superior con la localidad Ciudad Bolívar de Bogotá D.C. El lugar más representativo es el sector de Santo Domingo en donde los vendedores informales se encuentran agrupados en la *Asociación de Pequeños Vendedores y Comerciantes de Santo Domingo* con 53 socios de los cuales 15 venden frutas, hortalizas, raíces y tubérculos (Ver Anexo 2, Plano 4). La actividad comercial allí es muy intensa, explicando en parte la buena rentabilidad reportada por los comerciantes²⁸.

La visita a tiendas y vendedores informales, permitió concluir que los alimentos perecederos ofertados son de baja calidad. Lo anterior se encuentra relacionado con el alto grado de pobreza y bajo poder adquisitivo presentes en esta población. Esta comuna cuenta con una construcción de 300 metros cuadrados (25 x 12 metros) localizada en la parte inferior del barrio El Arroyo, construida por la Gobernación de Cundinamarca en el año 1992 para cumplir la función de plaza de mercado del Barrio San Mateo. La construcción hecha en predios cedidos al municipio por la Constructora Hacienda Terreros nunca fue utilizada para este fin y en este momento se encuentra abandonada y deteriorada. Esta infraestructura con una adecuación de obra civil sencilla y económica, podría quedar habilitada como centro de adecuación y distribución de alimentos para la Ciudadela Sucre y Altos de Cazucá.

7.5 Comuna cinco: se encontraron dos escenarios en los cuales se localizan los vendedores del SIA. El primero y más importante corresponde a la carrera 3 con Avenida 30 (Ver Anexo 2, Plano 5). Existe una notoria invasión de la carrera 3 por parte de los vendedores callejeros. Se han presentado serios conflictos con los propietarios de

²⁸ Importante resaltar que al igual que en “La Plaza de la Despensa” estos mercados localizados en los límites de dos municipios son muy difíciles de intervenir, en la medida que los comerciantes responden como habitantes de una localidad o de otra, según la situación y conveniencia. Para el caso de Santo Domingo se pudo detectar en los comerciantes entrevistados que éstos son atendidos por el IPES (Instituto para la Economía Social) adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Capital. Los entrevistados reportaron ventas diarias promedio de 300 000 COP con rentabilidades promedias del 25 por ciento.

los negocios puesto que la seguridad se ha deteriorado. El segundo escenario corresponde al sector del Centro Comercial Unisur en donde recientemente la policía desalojó del espacio público a los vendedores del SIA²⁹.

Esta comuna tiene un sitio neurálgico en materia de uso del espacio público y corresponde al puente peatonal y zona adjunta al Centro Comercial Unisur. Allí se consolida un punto de encuentro y conexión con la ciudad de Bogotá, que normalmente presenta alta concentración de personas. Esta situación se aprecia con mayor celeridad durante las primeras horas de la mañana y después de las 6:00 de la tarde, cuando los trabajadores hacen el retorno a sus hogares. De igual forma, este es uno de los sitios preferidos por los vendedores de alimentos listos para el consumo (pre-preparados o preparados in situ) de todo el Municipio de Soacha, el cual mantiene un horario de atención hasta la madrugada.

7.6 Comuna seis: se detectaron dos escenarios comerciales que son utilizados por dichos comerciantes. Merecen resaltarse la calle 15 y calle 22. En la primera y en cercanía de la vía principal que atraviesa el municipio (Autopista Sur) se encuentra una de las mayores concentraciones de vendedores informales. Prácticamente tienen invadido el espacio público dando la sensación de un mercado de plaza abierto. La otra zona conocida como “El Altico” y localizada en la parte baja de la comuna es un sitio de encuentro y tránsito vehicular. Eventualmente allí se establecen algunos vendedores informales, especialmente los días viernes, sábado y domingo (Ver Anexo 2, Plano 6).

8. Actores del sector informal alimentario

- **Vendedor ambulante:** aquel que permanece moviéndose de un lado para otro, ofreciendo su producto. Normalmente utiliza formas de exhibición directa del producto sea a granel (fresas, uvas, ciruelas, etc.), empacada (colaciones, gelatinas, envueltos, empanadas, chicharrones, etc.) o enmallado (limones, ciruelas, etc.). No interfiere de manera significativa en la movilidad. Es fundamentalmente un “cazador de clientes”. Maneja bajos volúmenes en producto y sus ventas difícilmente superan los 40 000 COP diarios.
- **Vendedor estacionario:** está representado por el comerciante que ocupa de manera permanente un sitio específico dentro del espacio público, dificultando la movilidad mediante la instalación de su mobiliario y producto. Ejemplo de este tipo de vendedor son algunos “carretilleros” que ocupan ciertos sitios como los localizados por toda la carrera 15 o a las afueras de la Plaza de Mercado Central localizada en la Comuna 2.
- **Vendedor semi-estacionario:** aquel que ocupa por poco tiempo un determinado espacio público pero que por razón de ventas, se mueve hacia otros escenarios

²⁹ Sin embargo al día de hoy, se observa que ya están volviendo a invadir dicho espacio. Mientras la fuerza pública está presente no hay vendedores, tan pronto se retiran vuelven a ocupar el espacio público.

con el fin de buscar nuevos clientes y aumentar sus ventas. Dentro de este grupo resaltan los vendedores de aguacate, pitaya, papa, raíces y hortalizas varias. Se observa que en la medida en que el comerciante logra un nivel de ventas e ingresos relativamente estables en un determinado sitio, tiende a quedarse allí operando una transición desde vendedor semi-estacionario a estacionario. Este tipo de cambio normalmente está asociado a sentimientos de apropiación del lugar. Esta situación se observó en todos los lugares visitados.

- **Comprador permanente:** el que merca o consume alimentos de forma permanente o periódica en los puestos del SIA. Este comportamiento se pudo observar en todas las comunas, pero con especial énfasis en la uno, tres, cuatro y seis.
- **Comprador ocasional:** aquel que hace compras en el sector informal alimentario cuando encuentra evidentes diferencias de precio en relación con los supermercados y tiendas de barrio. Los vendedores informales informaron que estos compradores ocasionales se convierten en permanentes, como consecuencia de la estrategia de venta aplicada³⁰. Lo anterior aplica especialmente con los vendedores del SIA localizados en la parte central del municipio en las Comunas 2 y 6.
- **Transportador:** representado por los “fleteros” locales y/o de la Central Mayorista de Corabastos. Los transportadores locales también prestan este servicio a los comerciantes de las tiendas y supermercados de barrio.

9. Abastecimiento del sistema informal alimentario

La estructura del Sistema informal alimentario del Municipio de Soacha se inscribe dentro del marco referencial de la demanda local y la oferta de alimentos de la Central Mayorista de Corabastos, Plaza de las flores, Terminal de pesca, Frigorífico Guadalupe y Supermercados o tiendas de barrio. Desde allí se proveen los diferentes actores quienes finalmente cubren la demanda agregada de los habitantes localizados en las seis comunas y los dos corregimientos que conforman el municipio.

9.1 Productos de la Central Mayorista de Corabastos

Corabastos es el proveedor exclusivo de alimentos frescos para el sector informal alimentario del Municipio de Soacha. Al mercado de Corabastos llegan 12 000 mil toneladas diarias de alimentos provenientes de las principales zonas rurales del país. Se constituye en un mercado centralizado en donde se forman los precios de los principales alimentos consumidos por la ciudad de Bogotá D.C., y los municipios del Departamento

³⁰ Los vendedores del SIA desarrollan una gran retentiva que les permite ligarse a sus clientes. Adicionalmente aplican procedimientos de conquista de clientes mediante encimes, ñapas, promociones, etc., hasta ganar la confianza.

de Cundinamarca. Adicionalmente desde Corabastos se distribuyen alimentos para la mayor parte del territorio colombiano.

La disponibilidad permanente de un mosaico de calidades en los alimentos, facilita las compras de los vendedores informales (Cuadro 1), que buscan obtener los precios más bajos, así haya que castigar la calidad e inocuidad de los productos comercializados.

Cuadro 2. Alimentos comprados en Corabastos por el SIA

Grupo	Composición del grupo
Tubérculos	Papa pastusa, papa sabanera y papa criolla
Raíces	Yuca playera, arracacha, zanahoria, remolacha y rábano
Frutas	Naranja valencia, limón Tahití, mandarina arrayana, banano criollo, banano Gros Michel, banano bocadillo, plátano hartón, plátano dominico hartón, plátano guineo, lulo, mora, granadilla, tomate de árbol, uchuva, papaya melona, papaya hawaiana, maracuyá, melón, sandía, aguacate nativo, aguacate mejorado, curuba, pitaya, pera nacional, ciruela nacional, durazno nacional, manzana nacional, uva nacional y manzana importada (Gala, Red delicious y Grammy Smith)
Hortalizas	Tomate chonto, tomate milano, cebolla junca, cebolla cabezona blanca, cebolla cabezona roja, ajo, cilantro, ahuyama, espinaca, repollo, acelga, lechuga batavia, coliflor, maíz choclo, apio, calabacín, arveja verde, frijol en vaina, habichuela y ajo

Fuente: entrevistas a los comerciantes del SIA en abril del 2009

9.2 Productos de la Plaza de las Flores

La Plaza de las Flores es un mercado detallista altamente heterogéneo que fue creado paralelamente con la creación de la Corporación de Abastos de Bogotá, Corabastos S.A. (1972) con el fin de concentrar el mercado al por menor. Hasta el día de hoy cumple esta función.

- **Pollo y/o gallina con víscera:** normalmente estos productos son adquiridos en las primeras horas del día, para luego ser sometidos a una inmersión en agua con color de uso culinario. El peso de las aves normalmente supera los tres kilos. La exhibición en la mayoría de los casos se hace sobre las carretas o en la parte trasera de un vehículo. Este producto es muy perecedero y cuando no se refrigera, en menos de seis horas bajo condiciones ambientales, comienza a presentar procesos de descomposición. Lo anterior se ve favorecido por el hecho de que este producto viene con sus vísceras. Con el fin de obviar este riesgo los comerciantes de este producto compran bolsas de hielo en la misma plaza de las flores o el terminal de pesca por un valor en época normal de 5 000 COP por

bolsa (3 arrobas). Al preguntar a los vendedores de este producto sobre el origen y las condiciones sanitarias del sacrificio, transporte y manipulación antes de llegar el producto a sus manos, manifestaron no saber pero tampoco ser de su interés.

9.3 Productos del terminal de pesca

Corresponde a unas instalaciones adjuntas a la Plaza de las Flores que han sido utilizadas para el acopio y distribución de pescados especialmente especies de río y piscifactorías. Es el principal centro de acopio de este producto a nivel de mercado de Bogotá. Le sigue en importancia la Plaza de Paloquemao. Se resaltan los siguientes productos:

Cuadro 3. Alimentos comprados en el terminal de pesca por el SIA

Grupo	Composición del grupo
Pescados de río	Bagre, blanquillo, bocachico, nicuro, capaz y cuchas
Pescados de piscifactoría	Mojarra roja, cachama, yamú y mojarra lora o plateada

Fuente: entrevistas a los comerciantes del SIA en abril del 2009

Los pescados consumidos por los habitantes de Soacha en su mayoría son de río y/o criadero. También se comercializa pescado seco, especialmente para la temporada de Semana Santa. Normalmente el pescado se comienza a comercializar a partir del día miércoles y se incrementa hacia finales de la semana. Algunos de estos comerciantes han incorporado un sistema de pesas y medidas moderno (pesas electrónicas), con el fin de darle la suficiente transparencia a la compra. La totalidad utilizan hielo picado como sistema de refrigeración. Para la ocasión de esta investigación (Semana Santa) los precios de la Mojarra Roja (pescado más consumido) estaba entre 6 500 a 7 000 COP kilo con costos brutos de adquisición en el terminal de pesca en Corabastos de 5 200 a 5 500 COP kilo.

9.4 Productos derivados de la zona anexa al frigorífico Guadalupe

Estos alimentos presentan una alta heterogeneidad en lo relativo a la calidad sanitaria e industrial, convirtiéndose en un alto riesgo para los consumidores de comidas prelistas o preparadas in situ en el espacio público de Soacha, Cuadro 3. La Secretaría de Salud del municipio únicamente interviene dichos negocios cuando se observan notorios indicadores de insalubridad (carne en descomposición, contaminación y/o falta de higiene personal). En el peor de los casos se produce el decomiso únicamente del material considerado no apto para consumo. De esta manera el comerciante continúa con su función comercial.

Cuadro 4. Alimentos comprados en zona del Frigorífico Guadalupe

Grupo	Composición del grupo
Embutidos	Chorizos, mortadela, queso de cabeza y jamón
Productos frescos	Piel de cerdo para chicharrón, vísceras de vacuno y carne tipo “espino”, pollo o gallina con víscera

Fuente: entrevistas a los comerciantes del SIA en abril del 2009

Dado que el municipio no tiene un inventario de los vendedores existentes en el casco urbano, que incluya además de su registro personal información relacionada con tipo de producto, volumen comercializado y frecuencia de venta, no fue posible determinar la demanda agregada por producto del SIA.

La oferta de la mayoría de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos en Colombia presenta estacionalidad, lo cual jalona los precios a la baja y de paso abre la posibilidad de ampliar la disponibilidad de productos para los comerciantes del SIA. Así se observa que durante los meses de enero, febrero, marzo y abril se concentra la producción de durazno, ciruela, pera, y manzana en las zonas frías de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Por otro lado, hacia mediados y finales del año (épocas de verano) se concentra la producción de granadilla, maracuyá, cítricos, tomate de árbol y curuba. Dentro de esta lógica los detallistas o comerciantes del sector informal alimentario aprovechan los bajos precios para comprar grandes cantidades de producto que son vendidos a precios cómodos dentro de la comunidad soachuna.

La estructura relacionada con la carne de pollo, gallina y/o pescado refleja un comportamiento más estable como resultado de un circuito comercial más corto. En el caso de los pollos y gallinas el productor se encuentra integrado con una empresa procesadora (planta de sacrificio) y unos agentes comerciales especializados. En el pescado existe una red de intermediarios desde el productor o pescador hasta el mayorista tradicional en el mercado de Corabastos. Se presentan ineficiencias como resultado de la participación de intermediarios que elevan artificialmente las utilidades de tiempo, lugar, forma y posesión³¹.

En lo concerniente a las carnes procesadas (chorizos, mortadela, jamón y vísceras) la cadena comercial es más corta y se puede apreciar la notoria participación del procesador o industrial en el precio final de producto. En esta cadena se percibe una

³¹ **Mendoza, G.** 1987. *Compendio de mercadeo de productos agropecuarios*. IICA. San José, Costa Rica. Utilidad de tiempo es el valor incorporado a un bien en función de procesos de conservación, coordinación en producción, recolección y entrega física. Utilidad de lugar es el valor incorporado a un producto por efecto del traslado y ubicación en un lugar accesible para el consumidor. Utilidad de forma es el valor incorporado a un producto por efecto de los procesos de adecuación o alistamiento para el mercado. Utilidad de posesión es el valor resultante por efecto de poseer un producto en un momento determinado.

mayor tendencia a la conformación de estructuras monopolísticas por parte de las industrias procesadoras.

Intervenciones en la estructura del SIA para Soacha se deben inscribir dentro el marco referencial del SADA, buscando eficiencia, disminución de las estructuras monopólicas, establecimiento de una adecuada coordinación de los procesos desde la producción hasta el consumo y conformando integraciones verticales y/o horizontales que garanticen sostenibilidad, competitividad, asociatividad y productividad equitativa para todos los agentes participantes.

10. Conducta de los agentes del mercado informal alimentario

Corresponde a los patrones de comportamiento asumidos en la comercialización del producto por parte de los agentes del SIA. Incluye las estrategias en la fijación de precios, los volúmenes, servicios, acuerdos de suministro o exclusión comercial, etc. Tomando en consideración al comerciante detallista o vendedor y al comprador, se observa un elemento coincidente entre ambos que le confiere a esta relación una “impronta” particular. Por un lado, el primero tiene como objetivo primordial la consecución de los medios económicos para adquirir los bienes materiales que le permitan mantener la vida dentro de los estándares mínimos. Por el lado del segundo, éste desea la mayor cantidad de alimento al menor costo posible, dentro de una estrategia de subsistencia. Es en este punto en que ambos agentes se identifican, es decir en el objetivo de subsistir ante las crecientes restricciones en el ingreso y por ende la capacidad de compra.

Al analizar la conducta del vendedor se llega a la conclusión que éste no se ajusta a un modelo empresarial en el sentido que no desarrolla los componentes técnicos, administrativos, financieros, legales, sociales, ambientales y comerciales propios de la concepción empresarial³². En este sentido es necesario hacer precisión en que el sistema informal alimentario encontrado en el Municipio de Soacha, se constituye en una alternativa laboral de bajo desempeño económico o dicho en otros términos, de sobrevivencia.

Por el lado del comprador o usuario del SIA la situación no es diferente. Logra obtener una economía cuantitativa en el valor de los alimentos pero sacrifica inocuidad y de paso aumenta el riesgo de adquirir entidades patológicas que disminuyen su capacidad y/o rendimiento laboral (poliparasitismo) y en casos extremos ponen en riesgo su vida y la de sus familias.

Los análisis hechos en esta investigación con relación al comportamiento de los precios para un situación puntual e instantánea del sector informal y el sector formal del

³² El no cumplimiento de estos requisitos es la justificación para no considerar al SIA de Soacha como una “Empresa familiar” o una “Microempresa”.

Municipio de Soacha³³, demostró que el SIA es competitivo con relación a cualquiera de los esquemas comerciales hasta ahora conocidos en el municipio (ver Anexo 3: Tablas 1 a 12). En resumen, la mayoría de productos ofrecidos por los vendedores del SIA son más baratos que sus equivalentes en una tienda o supermercado de barrio o supermercado de cadena. En el peor de los casos presentan igual precio y, en casos muy extremos, llegan a ser superiores (caso de la pitaya). En lo concerniente a los productos pre-preparados o preparados in situ, el bajo precio se cruza negativamente con la calidad, autenticidad de las materias primas utilizadas, procedimientos de elaboración e inocuidad del alimento. Sin embargo, al observar la conducta del comprador o cliente, pareciera que esto no importara. Las personas se han acostumbrado a asumir dichos riesgos con tal de calmar su inmediata hambre y/o conseguir los alimentos requeridos por su núcleo familiar a precios bajos.

En esta situación de conducta de los agentes del mercado de aparente debilidad o imperfección, se encuentra la base que puede soportar una estrategia de producción - comercialización concertada entre los pequeños y medianos productores, (cuyas calidades y cantidades son muy heterogéneas) con estas comunidades que requieren alimentos inocuos y de bajo precio.

Las conductas comerciales implementadas por el comerciante o detallista son muy efectivas en la labor de venta. Merecen resaltarse elementos como “la exhibición en morro”, “el voceo”, “la prueba”, “la ñapa”, “el encime”, “todo a mil”, “las tres libras por...”, “la tapada”, etc. sin embargo esto no corrige los problemas estructurales de rentabilidad asociados a costos altos de adquisición y significativas pérdidas en peso (respiración) y calidad de los productos.

11. Canales de comercialización

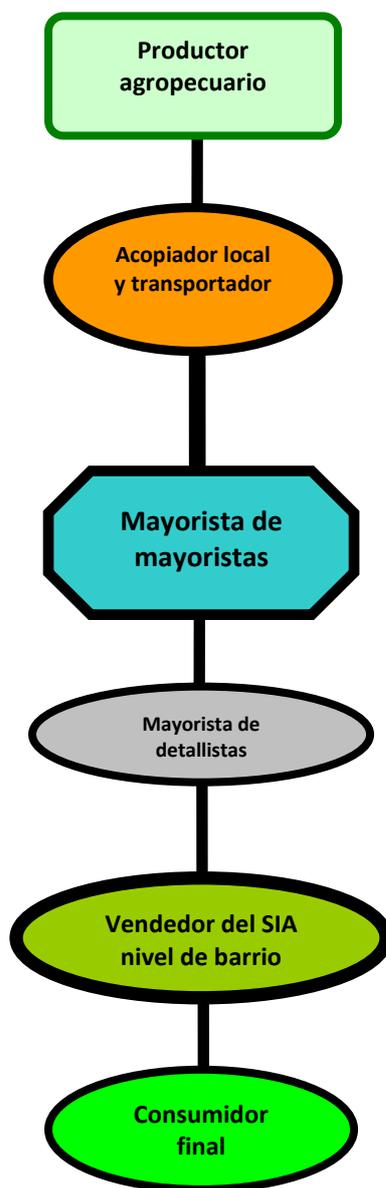
Comprende las etapas por las cuales deben pasar los productos en el proceso de transferencia entre el productor hasta el consumidor final. El conocimiento detallado de los canales o circuitos de comercialización permiten determinar los puntos críticos de la función de intermediación y evaluar su conveniencia. Un producto puede tener varios canales de comercialización que son los responsables de las diferencias de precios observadas en el mercado. En Colombia los canales de comercialización parten desde la esfera de la producción y son unidireccionales.

Este enfoque se traduce en términos prácticos, en un marcado direccionamiento de los procesos de comercialización teniendo como fundamento la oferta. La demanda es considerada como el receptáculo o lugar terminal del proceso. Sobre este postulado se han adelantado los diversos esquemas de comercialización. Para efectos del análisis

³³ Es importante hacer claridad que los datos reportados aquí en materia de precios corresponden a un registro puntual de un día. Si bien se trató de garantizar la máxima representatividad en estos registros hay que reconocer que falta profundizarlos y darles una mayor cobertura temporal.

aplicado al SIA de Soacha y en lo relativo al renglón de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos el proceso hasta ahora dominante es el que se indica en el Gráfico 1.

Gráfico 1. Canal de comercialización para productos perecederos frescos en el sector informal alimentario



El canal o circuito comercial se inicia con el productor, quien vende su producción al intermediario o acopiador local. Esta venta puede hacerse directamente en la finca o en su defecto en un centro de acopio veredal o en la misma cabecera municipal (mercado regional). Para los productores que cultivan pequeñas áreas existe un acopiador regional que se encarga de recibir los productos acopiados por el intermediario veredal o local y consolida un volumen que le permite obtener economías de escala en el proceso

comercial. Esta conducta del mercado fortalece el aislamiento y desconexión entre la producción y el consumo. El factor coordinador es el precio, que regula las relaciones económicas entre los diferentes agentes. De esta forma se establecen esquemas especulativos y de imperfección comercial que no siempre permiten que las alzas en los precios se traduzcan en mayores ingresos a los productores y las bajas redunden en mayor accesibilidad por parte del consumidor.

El intermediario local o regional cumple la función de agregación de oferta y consolidación de carga que es vendida en el mercado mayorista de Corabastos a otro agente comercial que recibe el nombre de mayorista de mayorista o Comisionista. Normalmente este intermediario tiene una gran capacidad de compra que se respalda por adecuadas instalaciones, buenas relaciones y suficientes recursos en efectivo. A su vez este mayorista de mayoristas distribuye la carga entre los mayoristas tradicionales o mayoristas de minoristas localizados al interior y aleros de las diferentes bodegas. Estos últimos son los que venden el producto directamente a los detallistas como vendedores informales, tenderos, restaurantes, supermercados de cadena y mercado institucional. De esta manera se concluye que los productos perecederos como frutas, hortalizas, raíces y tubérculos cuando llegan al vendedor informal han pasado como mínimo por tres agentes comerciales a saber: acopiador local o veredal, mayorista de mayoristas y mayorista de minoristas, incrementando su precio como consecuencia de la creación en cada estación de utilidad de lugar, forma, tiempo y posesión. Adicional al incremento en los precios se observa que en la medida en que el producto pasa de una mano a otra, se aumentan los procesos de respiración y deterioro físico- químico, los cuales disminuyen la vida útil y elevan las pérdidas post-cosecha.

11.1 Calidades y márgenes de comercialización

La calidad, aplicada a los alimentos tanto frescos como preparados, se define como el conjunto de propiedades y características exhibidas o perceptibles que lo hacen deseable por parte de un segmento social, para la satisfacción de sus necesidades en un momento histórico determinado³⁴. En este sentido se entiende que la calidad es un concepto dinámico que se encuentra en permanente cambio, el cual se ve influido por la disponibilidad, el precio, la educación y el ingreso del núcleo familiar. En general las calidades de los alimentos frescos vendidos o consumidos por el SIA se pueden calificar como segundas y en ciertos casos como terceras.

Para la determinación de los márgenes de comercialización se adelantó un seguimiento a los productos más importantes del SIA, correlacionándolos con las tiendas, supermercados de barrio, supermercados especializados (Carrefour Soacha) y mercado mayorista de la Corporación de Abastos de Bogotá S.A., Corabastos.

³⁴ **Hurtado, J.** 2008“*La calidad y sus implicaciones en la cadena de comercialización de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos (PAP)*”. Documentos Técnicos, Agroservicios Colombia Limitada. Bogotá, Colombia.

El Margen bruto de comercialización (MBC) para un canal o circuito comercial se define como el precio pagado por el consumidor final menos el precio pagado al agricultor, sobre el precio pagado por el consumidor final y multiplicado por cien. La fórmula es la siguiente:

$$\text{MBC} = (\text{valor pagado por el consumidor final} - \text{valor pagado al productor} / \text{valor pagado por el consumidor final}) \times 100.$$

Al analizar las Tablas 1 - 12 (ver Anexo 3), se concluye:

- Los márgenes brutos de comercialización se hacen mayores en la medida que aumenta el grado de intermediación, lo cual se expresa en mayor participación de los costos de la comercialización en el precio final. Así para un producto como el mango de azúcar se observa que el MBC acumulado a nivel de Corabastos es 62 por ciento; en el SIA es 80 por ciento; en la tienda es 83 por ciento y en Carrefour es 89 por ciento. Esto significa que este producto presenta altos márgenes o sobrepuestos en el proceso de comercialización desde el productor al consumidor final. De esta manera, al tomar en cuenta los precios del SIA para este momento en Soacha, el productor directo (Ciénaga – Magdalena) recibe el 20 por ciento del precio final pagado por el consumidor. En términos prácticos esto significa que por cada kilo de mango vendido por un comerciante informal en Soacha (2 000 COP) al productor le corresponden 400 COP. En otras palabras, los costos de la comercialización (incluyendo la ganancia de todos los intermediarios que participan en este canal) corresponden a 1 600 COP por cada kilo vendido.
- Los menores márgenes unitarios se registran en Corabastos, en donde las utilidades se incrementan por efecto de la comercialización de grandes volúmenes (bajos márgenes unitarios). Este comportamiento es muy notorio para todos los productos estudiados (ver Tablas 4, 8 y 12). El análisis de los márgenes consideró tres canales de comercialización así:
 - Productor - Corabastos - Comerciante del SIA
 - Productor - Corabastos - Tiendas y Supermercados de barrio
 - Productor - Corabastos - Supermercados de cadena o especializados

Se asumió que el proveedor directo más importante es Corabastos, cuestión que es válida en un cien por ciento para el SIA, tiendas y supermercados de barrio. Con relación a los supermercados especializados se presenta un abanico más amplio compuesto por mayoristas, asociaciones de productores, comerciantes profesionales y aliados estratégicos, los cuales no siempre tienen una conexión con las actividades comerciales de Corabastos.

- Existen diferencias notorias entre los precios de venta en tiendas, supermercados de barrio y supermercados especializados con los precios que maneja el SIA. Aunque la calidad puede variar ligeramente, sin embargo su diferencia no tiene el peso suficiente para que los habitantes de Soacha dejen de comprar en dicho mercado. El diferencial de precios con las tiendas y supermercados de barrio oscila entre -1 000 COP por kilo en pitaya (comparativamente más cara en la calle) hasta 1 000 COP por kilo en el Limón Tahití (comparativamente más cara en la tienda). Resumiendo (ver Tablas 3, 6 y 9) se concluye que los precios del SIA son los más bajos del mercado y por lo tanto responden a una estrategia comercial competitiva con relación al mercado formal instalado en el municipio. Es importante resaltar que para algunos productos no existe diferencia entre los precios del SIA y las tiendas, se observa que en general ésta diferencia es favorable para los productos vendidos en el SIA, los cuales presentan una media diferencial con relación a las tiendas de barrio comprendida entre 200 a 400 COP por kilo.
- La alta competitividad vía precio, disponibilidad, oportunidad y conveniencia del SIA, más su lógica de informalidad son las razones que explican su permanencia y expansión en el espacio público del Municipio de Soacha.
- La calidad en frutas, hortalizas, raíces y tubérculos encontrada en las tiendas, supermercados de barrio y el SIA son semejantes. En algunos casos se encontraron mejores calidades en el SIA en razón de la rápida rotación y reposición del producto, en contraste con productos reposados en las tiendas. El SIA funciona sobre la base de rotaciones rápidas (a diario) en razón del alto riesgo de deterioro por efectos del manejo y las condiciones climáticas a que son sometidos estos productos.
- Los diferenciales de precios entre el SIA, tiendas y supermercados de los barrios de Soacha favorecen económicamente a los hogares de escasos recursos económicos vía mayor disponibilidad y accesibilidad a los alimentos. Adicionalmente el SIA presenta como figura comercial “la venta de rescate” que consiste en aquellos productos terminales, saldos o localizados en el umbral de daño, que son vendidos a precios de costo o inclusive por debajo de éste. De esta manera el comprador (ama de casa) adquiere productos de inmediato consumo a un precio notoriamente inferior a las cotizaciones presentes en las tiendas, supermercados de barrio y/o mercado especializado.
- La baja rentabilidad del SIA aplicada al renglón de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos se explica por los volúmenes comercializados, los costos de adquisición en Corabastos, el deterioro in situ y la escala de precios manejada por el comerciante³⁵.

³⁵ La mayoría de comerciantes de este renglón de SIA, inician vendiendo a un precio y terminan vendiendo a otro. Como no llevan registros contables básicos, se termina cediendo valor a la sociedad o en su defecto vendiendo a precios de costo o inclusive por debajo de éstos. Por otro lado, las cuentas que llevan estos

12. Desempeño o actuación del sector informal alimentario

Los resultados obtenidos por los agentes que participan en el sector informal alimentario son precarios, aunque aparentemente parezcan ser significativos. Lo anterior se explica por el hecho de que este sector comercializa productos de baja calidad, los cuales presentan algún grado de deterioro físico y biológico que se incrementa por efecto del transporte y la manipulación. Adicionalmente, el esquema de compra individual implementado por cada comerciante le resta capacidad de maniobra en el momento de negociar el precio. Con relación a los alimentos pre-listos o preparados in situ se observa una diversidad que incluye desde los alimentos hechos en casa por el detallista como empanadas, arepas, pasteles, bebidas calientes, ensaladas listas, etc., pasando por los preparados in situ como el jugo de naranja, salpicón, fruta picada y las pizzas, hasta los alimentos finalizados in situ que provienen de una industria como las hamburguesas, perros calientes y chorizos. Los acercamientos hechos hasta ahora, permiten inferir la venta de comidas prelistas o preparadas in situ es más rentable y estable comparativamente con la venta de alimentos frescos como las frutas, hortalizas, raíces y tubérculos³⁶.

La exposición permanente a los rayos solares, las lluvias y/o el viento, aumentan la tasa de transpiración y la velocidad de las reacciones catabólicas. El comerciante detallista no tiene formación en manipulación de alimentos lo cual aumenta significativamente el riesgo de contaminación directa o cruzada. A lo anterior se une el hecho de que el mobiliario no está normalizado y no es sometido o no puede ser sometido, al proceso de higienización efectiva por tener un alto componente en madera.

Los indicadores de desempeño o actuación del SIA son la eficiencia, productividad, la innovación y los beneficios económicos de la actividad comercial.

- La eficiencia del proceso es el cociente entre los totales de los rendimientos económicos sobre los costos incurridos en el proceso comercial. En la mayoría de los casos analizados se concluye que este valor en términos reales es menor a la unidad³⁷. El comerciante del SIA visualiza la eficiencia de manera

comerciantes (normalmente en “la cabeza”) es muy sencilla: “Invertí tanto dinero.... He vendido otro tanto.... Me queda tanta mercancía que vale tanto..... entonces gano en el peor de los casos tanto”. La filosofía del SIA no incluye la remuneración del trabajo del comerciante o de su familia. Su objetivo es adquirir los medios económicos para reproducir la fuerza de trabajo; es decir es un trabajo no para vivir, sino para sobrevivir.

³⁶ En las entrevistas hechas a los comerciantes de estos productos, todos anotaron que los ingresos brutos eran superiores al 45 por ciento, por lo que con ventas diarias del orden de 40 000 COP obtenían los ingresos suficientes para sobrevivir. Esta actividad tiene un alto grado de especialización por género. Se encontró que aproximadamente el 80 por ciento de estos vendedores son mujeres.

³⁷ Así por ejemplo un vendedor invierte 120 000 COP en un mercado de frutas y hortalizas para vender en la calle. Después de dos días obtiene un ingreso bruto de 175 000 COP. Si se suman todos los costos en que incurrió (transporte, dos días de trabajo, alimentación y otros insumos) se llega a la cifra de 192 000 COP. La eficiencia es el cociente entre 175 000/192 000 COP, es decir 0,91, que significa en términos reales que la actividad no es rentable, esta cediendo valor a la sociedad en su conjunto o dicho en otros términos, que esta trabajando para sobrevivir.

segmentada o por ciclos comerciales, lo cual y dado que no se llevan registros contables, confunde y enmascara la evaluación del desempeño. Son muchos los vendedores que después de muchos años en este trabajo, llegan a la conclusión de que han acabado su vida sin mayores retribuciones.

- La productividad medida en términos de ingreso neto es variable dependiendo del producto comercializado. Así existen renglones como la venta de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos en los cuales ésta es apreciablemente baja (menor de 10 000 COP diarios/agente) después de descontar todos los costos, hasta aquellos como algunas comidas preparadas o las ventas de pollo y/o pescado en que los ingresos netos pueden ser superiores a 20 000 COP diarios/agente. Este desempeño comercial refleja claramente la alta vulnerabilidad del SIA ante las pérdidas por diverso orden (deshidratación, respiración, pudrición, robo, etc.). Ahora bien, dado que los volúmenes comercializados por cada vendedor no son grandes y al hecho de que las compras se hacen de manera individual, no existen posibilidades de obtener economías de escala, lo que a su vez se traduce en menor rentabilidad.
- La innovación y el progreso relacionados con aspectos técnicos, administrativos, financieros, sociales, ambientales y legales son extremadamente precarios. Resalta la gran capacidad de respuesta e innovación en el área comercial referida a las ventas, en la medida que el agente se adapta a las condiciones del cliente o al entorno social e institucional que lo rodea. Sin embargo en los otros referentes de esta dimensión como las áreas técnicas, financiera, administrativa, social, ambiental y legal se encuentran muy atrasados.

13. Caracterización de los agentes del SIA

13.1 Comerciante o detallista

Del total de vendedores entrevistados³⁸ en las seis comunas se reportó tan sólo uno cuyo origen es la ciudad de Soacha. El resto provienen de otros municipios de Cundinamarca o de otros departamentos. Se encontraron vendedores tolimenses, huilenses, cundinamarqueses y paisas, los cuales habían sufrido algún grado de desplazamiento, sea este forzado o no. La totalidad de los entrevistados tienen como residencia el casco urbano del Soacha y llevan en el oficio más de diez años constituyendo familias completas que viven de este tipo de actividad económica. Los ingresos netos percibidos presentan una clara relación con el renglón comercial, la localización y la experiencia en la labor de ventas detallistas.

³⁸ Se adelantaron 89 entrevistas personales in situ a los agentes comerciales vinculados al SIA y localizados en las seis comunas del municipio de Soacha.

En el caso de los alimentos frescos (frutas, hortalizas, raíces y tubérculos) se encontró un general un bajo desempeño en la rentabilidad, palpable en un ingreso neto irregular y de subsistencia³⁹. Se aprecia un alto grado de contaminación por microorganismos y deterioro de los productos por la exposición al sol, heridas o golpes causados por mala manipulación desde la producción, pasando por el transporte, el manejo en Corabastos y finalmente en el sitio de venta (transvase, almacenamiento, etc.). En el caso de frutas se detectaron pérdidas superiores al 10 por ciento en mora de castilla, guayaba común, guayaba pera, banano Cavendish, banano Gros Michel, fresa y mango de azúcar. En las hortalizas se encontraron pérdidas comprendidas entre 8 – 15 por ciento en tomate chonto, cebolla cabezona blanca, habichuela y arveja verde. En raíces y tubérculos se detectaron pérdidas entre 10 -15 por ciento causadas por maltrato, ataque de plagas, deshidratación y oxidación. Estas pérdidas están en función de las calidades compradas, las condiciones de clima y el dinamismo de las ventas.

Este es el principal agente dentro del SIA y presenta las siguientes características:

- Tienen bajo nivel educativo. La gran mayoría no supera la educación básica primaria.
- Exhiben bajo grado de integración social. Su interacción no va más allá de las relaciones establecidas mediante el mismo trabajo.
- Su concepción de vida se reduce a la búsqueda de los medios económicos para la sobrevivencia.
- Presentan bajo grado de asociatividad y por ende su nivel de relación está basado en la desconfianza.
- Manejan un alto nivel de estrés causado por los factores ambientales del área de trabajo y la dinámica comercial de los productos.
- Presentan baja autoestima con relación a su inserción en la sociedad.
- Son marcadamente egoístas, desconfiados y envidiosos.
- Son proclives a actos ilícitos.

En los alimentos pre-listos y preparados in situ se detectaron deficiencias en las condiciones higiénicas relacionadas con la manipulación de la materia prima y el dinero al mismo tiempo. En todos los casos el mismo operario que prepara los alimentos es el encargado de recibir los pagos. En esta actividad se encontraron en su mayoría mujeres cabeza de hogar, quienes son ayudadas por sus hijos o familiares. El horario de este segmento del SIA comienza en las horas de la tarde y se prolonga en muchos casos hasta la madrugada. Presenta excepciones como los vendedores ambulantes de bebidas calientes (tinto, perico y aromática) y los vendedores estacionarios de arepas, quienes inician sus actividades entre 05:00 a 06:00. Las características personales determinadas para los vendedores de alimentos frescos aplican para este segmento.

³⁹ El 97 por ciento de los comerciantes informales dedicados a esta labor, manifestaron tener ingresos inferiores a 25 000 COP diarios y horarios laborales superiores a diez horas diarias. Adicionalmente, tan sólo seis personas reportaron tener casa propia, los demás viven en arriendo. Los mayores ingresos netos (40 000 COP promedio día) se reportaron en los comerciantes informales del sector de Santo Domingo perteneciente a la Comuna 1.

13.2 El proveedor

Los proveedores se encuentran en la Central de Abastecimiento de Corabastos y corresponden a mayoristas de minoristas o también llamados mayoristas tradicionales. Se detectó en el casco urbano de Soacha, la presencia de dos intermediarios dependientes de mayoristas de minoristas de Corabastos, quienes distribuyen banano Cavendish (“Urabá”) y aguacate nativo o injertado. Estos “mayoristas” localizados en la Comuna 2 y la Comuna 3 maduran el producto para luego venderlo a diario y en pequeñas cantidades (máximo 80 kilos) a los “carretillos”. También se encontraron varias “bodegas o depósitos” de papa que traen el producto de las áreas productoras localizadas en el Municipio de Usme para venderlo al por mayor y al por menor. Los precios y las calidades de la papa vendida al detal en tales depósitos son semejantes al resto de espacios comerciales analizados. No se encontró vinculación directa entre el productor agropecuario con los comerciantes del SIA, cuestión que sí se evidenció entre algunos productores de alimentos prelistos o procesados (chorizos, arepas, tamales, empanadas, hamburguesas y perros calientes).

Se resaltan los siguientes rasgos personales de este segmento de comerciantes:

- Tienen bajo nivel de asociatividad.
- Establecen relaciones comerciales muy laxas y ligadas fundamentalmente a la gestión de compra – venta del producto.
- Manejan un alto nivel de estrés y desconfianza hacia su entorno.
- Aplican procedimientos de “maquillaje” a los productos con el fin de salir de la mercancía reposada.
- En algunos casos (papa, yuca, arracacha, arveja, plátano, etc.) normalizan el producto mediante el re – empaque o acomodamiento del mismo, con lo cual logran ganar un remanente adicional.
- No manejan un proceso de integración y/o coordinación hacia delante o hacia atrás de la cadena, lo cual se expresa en ineficiencias en la compra y venta del producto.

13.3 Transportador

El transportador es el agente que recibe la carga en la Central de Abastecimiento de Corabastos, la deposita en el camión, la traslada hasta el área seleccionada por el comerciante y hace la entrega física. En este sentido hay varias modalidades, desde la persona que sale desde temprano (03:00 a 04:00) en compañía del comprador hacia el mercado mayorista, hasta el que presta cotidianamente este servicio en Corabastos⁴⁰. El comerciante esta regresando a su lugar de trabajo entre 08:00 a 09:00. Los días de mercado, (sábados y/o domingos) madruga más con el fin de estar descargando hacia las

⁴⁰ Estos transportadores se localizan en “la playa” en Corabastos y son los agentes más utilizados para transportar las mercancías de los comerciantes del SIA del municipio de Soacha. Se contratan por unidades a cargar (bultos, guacales, cajas, etc.) o en su defecto por “viaje completo”, siendo este último el método más favorable económicamente para el vendedor informal y los tenderos.

08:00. El transporte de mercancías tiene dos componentes a saber: el primero consiste en el cargue desde el puesto de compra en la bodega de Corabastos hasta el camión o camioneta localizada en “la playa” (Cargue 1), y el segundo desde allí hasta el sitio de venta en el espacio público del Municipio de Soacha (Cargue 2), los costos asociados con este proceso se resumen en el Cuadro 4. Los vehículos utilizados son de baja capacidad de carga (1 a 4 Toneladas) y la tarifa de cobro depende del número de bultos, cajas o “puchos”⁴¹.

Cuadro 5. Costos por transporte de productos desde Corabastos hasta el Municipio de Soacha

Presentación del producto	Peso aprox. (Kg.)	Precio cargue1	Precio cargue2	Costo flete x unidad y por kilo
Bulto de fique o polipropileno: papa, arveja, cebolla, zanahoria, remolacha, naranja, limón, ahuyama común o yuca variedad Armenia.	50 – 65 kg	700 COP Unidad (Bulto)	1 500 COP	2 200 COP Bulto 65 kg – 33 COP/kg 50 kg -44 COP/kg
Caja tipo “manzanera” o “bananera” con tomate, granadilla, banano turbo, mango, manzana, pera, mandarina, etc.	20 – 24 kg	500 COP Unidad (caja)	1 000 COP	1 500 COP Unidad 20 kg 75 COP/kg 24 kg - 62 COP/kg
Bolsa de yuca o plátano proveniente de los Llanos Orientales.	20 – 30 kg	500 COP Unidad (bolsa)	1 000 COP	1 500 COP Unidad 33 a 50 COP/kilo 20 kg – 50 COP/kg 30 kg- 33 COP/kg
Guacal de papaya común, hawaiana, piña melona grande y banano criollo	25 – 30 kg	700 COP Unidad (guacal)	1 000 COP	1 700 COP Unidad 25 kg- 68 COP/kg 30 kg- 56 COP/kg
Bolsa de maracuyá	10 kg	300 COP Unidad (bolsa)	500 COP	800 COP Unidad 10 kg – 80 COP/kg

⁴¹ Algunos comerciantes del SIA se agrupan y contratan un vehículo, con lo cual logran disminuir estos costos hasta en un 30 por ciento. Los que no logran este tipo de articulación deben cancelar un flete único en una camioneta pequeña o jeep. No se reportó la utilización de taxis en el transporte de alimentos.

Presentación del producto	Peso aprox. (Kg.)	Precio cargue1	Precio cargue2	Costo flete x unidad y por kilo
Bolsa plástica con cilantro, espinaca, apio, coliflor, acelga, brócoli, lechuga, repollo, etc.	8 - 12 kg	200 COP Unidad (bolsa)	500 COP Unidad	700 COP Unidad 8 kg – 87 COP/kg 12 kg – 58 COP/kg
“Puchos” o medios bultos con uno o varios productos	25 – 35 kg	400 COP Unidad (pucho)	1000 COP Unidad	1.400 COP Unidad 25 kg - 56 COP/kg 35 kg - 40 COP/kg

Fuente: Entrevistas realizadas a “cotereros o lazos” en Corabastos. Abril del 2009.

Las condiciones de transporte no obedecen a criterios de protección de los productos. Prima la orientación de cargar la máxima cantidad. En este sentido, se causan daños mecánicos en muchos productos en razón a que, por un lado los empaques no son adecuados (cajas de madera, cartón y guacales) y por el otro, las formas de apilamiento al interior del vehículo y la manipulación en el cargue y descargue, causan serias lesiones que demeritan la calidad, reduciendo drásticamente la vida comercial. Son muchos los ejemplos de productos maltratados por esta causa que finalmente se pierden elevando el precio de venta al consumidor final (yuca, plátano, banano, mora, fresa, guayaba pera, tomate chonto, etc.).

Dentro de las características personales de los transportadores se resaltan las siguientes:

- Desconocimiento de la naturaleza de los productos transportados y los impactos socio-económicos del deterioro.
- Falta de asociatividad y disciplina en lo relativo al servicio prestado.

13.4 Usuarios del SIA

Las aproximaciones hechas a los usuarios directos del sector informal alimentario y a los habitantes en general del Municipio de Soacha⁴², permitieron definir el esquema motivacional que soporta las compras de alimentos frescos o preparados ofertados por estos comerciantes. Dentro de éstos, merecen resaltarse los siguientes elementos:

- **Facilidad de efectuar la compra:** los comerciantes vinculados a la venta detallista en el sector informal aplican varios procedimientos para ofrecer sus productos que muestran su efectividad. Sobresalen la interceptación espacial y verbal en los corredores de movilidad, especialmente en las zonas comerciales y los puntos

⁴² Se entrevistaron 29 usuarios o compradores del sector informal alimentario.

de concentración del transporte público. De la misma manera, se observa que estos comerciantes van al cliente, es decir trasladan su mobiliario y productos directamente a la “puerta de la casa” con lo cual presionan y facilitan aún más la compra. El usuario del SIA encuentra conveniente este servicio ofertado por los vendedores informales, en la medida en que la disponibilidad y accesibilidad a los alimentos se ve favorecida. A lo anterior se une el hecho de que puede acceder a compras de pequeñas cantidades, prácticamente en cualquier horario.

- **Homología cultural al patrón de compra rural:** los estudios relacionados con la composición poblacional del Municipio de Soacha demuestran que más del 80 por ciento de los habitantes son de extracción y cultura campesinas. Este componente más la tradición socio-agropecuaria propia del municipio, explican el mantenimiento en el inconsciente colectivo de la “vida de un pueblo” caracterizada por la compra de alimentos con marcados parámetros de informalidad. De allí a la compra de alimentos frescos (frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, pollos, pescado, huevos, etc.) en la carreta, camión, en la puerta de la casa, o los alimentos pre-preparados o preparados in situ (“pelanga”, arepas, chorizos, pizzas, pasteles, almojábanas, pan de yuca, empanadas, gelatinas, colaciones, jugos, etc.), no hay mucha distancia.
- **Percepción de precios bajos:** el bajo ingreso de gran parte de la población del Municipio de Soacha perceptible en un alto nivel de desempleo, subempleo y empleo a “medias o por días”, se constituye en el principal obstáculo para la accesibilidad a los alimentos. El mercado informal alimentario tanto en alimentos en fresco como preparados responde a una orientación de disminución comparativa de precios, en razón a que muchos de los productos ofrecidos presentan bajos costos de adquisición y operación. Esta percepción fue general en todas las personas entrevistadas, y se constituye en un importante motivador de compra. Dentro de esta percepción se sacrifican aspectos como calidad e inocuidad, lo cual va en menoscabo de la seguridad alimentaria de la población.
- **Presentación apropiada y oportuna:** los comerciantes que hacen parte del SIA están en un continuo proceso de adaptación o ajuste en sus productos, formas de presentación y demás estrategias de venta. Son verdaderos profesionales, lo cual les permite cumplir con su actividad de manera eficiente. Utilizan el procedimiento prueba de ensayo – error y pueden “al final del día” evaluar y/o replantear sus estrategias. En este sentido, adaptan o crean nuevas presentaciones con gran velocidad y eficacia. Ejemplo de ello son los “paquetes” de tomate, habichuela, arveja, frijol, papa, yuca, tomate de árbol, maracuyá, fresa, naranja, etc.) que además de agilizar y simplificar la compra, se ajustan perfectamente a las necesidades coyunturales de la familia. De igual forma se encuentran productos pre-listos como arveja desgranada, maíz tierno pelado, frijol desgranado, yuca pelada, habichuela picada, zanahoria picada, etc. Si por alguna razón la situación es de premura, ofrecen a su clientela ensaladas, jugos, salpición, empanadas, chorizos, arepas, pizzas y hasta el “cocido” listo. En este

último caso, no es necesario llevarlo a casa en razón que puede consumirlo en el mismo sitio. Todo esto, genera un ambiente comercial que se homologa perfectamente al mercado dominical de pueblo, el cual no es desconocido para la mayoría de habitantes actuales del municipio.

- **Identidad y dependencia comercial:** como resultado de la dinámica comercial se establecen lazos sociales de compra de los productos ofertados por el SIA, los cuales son reforzados por vínculos de cercanía como lugar de origen, lugar de residencia o refuerzos de “ñapas” en las compras. De esta manera, las familias y los comerciantes que participan en el SIA establecen redes de confianza en el suministro de determinados bienes de consumo frecuente. Son numerosas las familias que compran cotidianamente las arepas para el desayuno en el “puesto de la esquina, donde Doña Flor”. Importante resaltar que el SIA que opera en Soacha no cubre todas las necesidades de alimentos de la población. En este sentido y particularmente en lo relativo a frutas, hortalizas, raíces y tubérculos, el consumidor debe comprar en varios lugares con el fin de suplir sus necesidades.

14. Conclusiones

- 14.1 Soacha cuenta con un Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) precario e ineficiente caracterizado por su total dependencia del mercado mayorista de Corabastos, con sobre costos que limitan la accesibilidad a los alimentos por parte de sus habitantes.
- 14.2 El Sector Informal Alimentario (SIA) del Municipio de Soacha surge y se consolida como resultado de la carencia de oportunidades laborales y la falta de un Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) competitivo, sostenible y eficiente.
- 14.3 El Sector Informal Alimentario como parte del SADA, se constituye en un medio para la distribución de alimentos en el Municipio de Soacha, especialmente dirigido a los sectores sociales más pobres y vulnerables.
- 14.4 Los rasgos socio-culturales de la población del Municipio de Soacha, en su mayoría oriundos de zonas rurales, se constituyen en un elemento que refuerza el accionar del SIA en la medida que homologa al mercado de pueblo, imagen ésta gravada en el inconsciente colectivo.
- 14.5 La proliferación de puntos de venta de comidas pre-preparadas y/o preparadas in situ sin el debido control y regulación por parte de la Secretaría de Salud Municipal, se constituye en un alto riesgo para la seguridad alimentaria de la población.
- 14.6 Los productos ofertados por el SIA corresponden a calidades inferiores que se correlacionan con bajos precios y alta capacidad de competencia con el mercado

formal, especialmente restaurantes, tiendas, supermercados, plazas de mercado y cadenas especializadas de alimentos presentes en el municipio.

- 14.7 La dependencia casi absoluta del SIA en el suministro de alimentos frescos desde Corabastos, introduce ineficiencias al proceso de comercialización que adicionadas a las pérdidas post-cosecha y a las falencias administrativas, se reflejan en bajos ingresos netos al comerciante del SIA, consolidando un escenario en donde se trabaja para sobrevivir (“trampa de pobreza”).
- 14.8 La precariedad en las condiciones laborales, el bajo nivel educativo, la escasa interacción social y el continuo estrés causado por la actividad comercial propia del trabajo en la calle, contribuyen a hacer proclives a estos vendedores al consumo exagerado de licor, sustancias alucinógenas o la práctica de juegos de azar.
- 14.9 El SIA al hacer uso económico del espacio público crea un conflicto de intereses con la administración municipal y la comunidad en general, al tiempo que introduce elementos de deterioro escénico, dificultades a la movilidad e inseguridad social.
- 14.10 No existe un marco regulatorio por parte de la Alcaldía de Soacha que permita intervenir este sector. Las acciones hasta ahora adelantadas se soportan en la Ley 388 de 1997 del Congreso de la República, Decreto 1504 de 1994 del Ministerio de Desarrollo Económico, Ley 9 de 1997 de Ministerio de Salud, Decreto 3075 del Ministerio de Salud, Resolución 604 de 1993 del Ministerio de la Protección Social y Decreto 1355 de 1970 (Código de policía nacional) del Ministerio de Justicia; los cuales encuentran serios obstáculos jurídicos y de competencias para poder abordar la realidad del sector informal alimentario.
- 14.11 La falta de la formulación de un Plan Maestro de Espacio Público para Soacha agrava el problema asociado con su uso económico y funciones sociales, culturales y recreativas.
- 14.12 Las medidas de comando y control aplicadas por la Secretaría de Gobierno Municipal a la regulación del uso del espacio público por parte de los comerciantes del SIA han mostrado su ineficacia a nivel práctico, causando un efecto de dispersión temporal de los vendedores informales, los cuales muy pronto vuelven a ocupar dichos espacios.
- 14.13 La sentencia T-772 del 2003 de la Corte Constitucional se convierte en la base jurídica que protege a los vendedores informales en el sentido que las intervenciones de las autoridades policiales o de salud pueden atentar contra los derechos a la dignidad humana, igualdad, libre desarrollo de la personalidad, petición, debido proceso, libertad y/o escogencia de la profesión u oficio, derechos éstos contemplados en la Constitución Nacional de Colombia.
- 14.14 Las alternativas de intervención en lo concerniente a profundidad y alcance deben ser el resultado de un proceso de concertación que se plasme en proyectos

rentables, competitivos y sostenibles, dentro del ámbito de la formalidad económica y los cuales vinculen laboralmente a este segmento social tal y cual lo recomienda la Sentencia de la Corte Constitucional T-772.

- 14.15 El abastecimiento y distribución de los alimentos frescos para el Municipio de Soacha debe lograr ventajas comparativas en precio, calidad, inocuidad y servicio al consumidor, de tal forma que desestime la ocupación ilegal del espacio público.
- 14.16 El Sector Informal Alimentario se constituye en un importante medio de promoción y distribución de alimentos frescos, pre-listos y preparados in situ para la población de Soacha.
- 14.17 La reubicación de los vendedores informales de alimentos frescos resuelve temporalmente el problema relacionado con el espacio público, pero no es una solución que se pueda mantener por mucho tiempo, en razón a que cada día aparecen nuevos vendedores que utilizan el espacio público para generar su sustento.
- 14.18 La falta de organización comercial y competitividad económica de las plazas de mercado presentes en el municipio, fortalecen el accionar de los comerciantes de productos frescos del SIA.
- 14.19 La participación de los vendedores informales de alimentos frescos en empresas que respondan a un desarrollo endógeno en el municipio (tiendas especializadas, empresas de procesamiento de alimentos y Centro de Adecuación y Distribución de Alimentos), son una alternativa laboral viable que mejora sus ingresos y calidad de vida. Adicionalmente establece las bases económicas y sociales que garantizan la recuperación y el mantenimiento del espacio público para usufructo del habitante de Soacha.
- 14.20 El diseño, planeación y ejecución de un Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) para el Municipio de Soacha, se constituye en la alternativa más racional y pertinente.
- 14.21 El Mercado Concertado se inscribe como una unidad de negocio del SADA que responde coyunturalmente a la necesidad de mejorar la seguridad alimentaria vía una mayor disponibilidad y accesibilidad a los alimentos frescos de consumo masivo de los habitantes del Municipio de Soacha.
- 14.22 La unidad de negocio de agregación de la demanda (Mercado Concertado) es un componente operativo del Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) que partiendo de la organización de la demanda, introduce cambios en la orientación comercial, garantizando la obtención permanente de alimentos de buena calidad y a precios económicos.

14.23 El Mercado Concertado interviene en la estructura, conducta y desempeño del mercado de los alimentos frescos, contribuyendo a la creación de una gran empresa social de producción, comercialización y consumo de alimentos, que además de mejorar la seguridad alimentaria y nutricional, amplía el abanico laboral y abre la posibilidad de recuperar el espacio público invadido por los vendedores informales para el uso y disfrute legítimo de todos sus habitantes.

15. Recomendaciones

15.1 Fortalecer el Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) en el municipio, de manera que responda adecuadamente a las necesidades de alimentos de la población actual y futura de Soacha y en particular de aquella con menores recursos.

15.2 Profundizar en los componentes administrativos y financieros de la alternativa denominada Mercado Concertado, de tal forma que permita tener una alta certidumbre en su implementación. Responsable: Secretaría de Desarrollo Social y Secretaría de Desarrollo Económico del Municipio de Soacha.

15.3 Profundizar en el estudio socio – económico del Sector Informal Alimentario, SIA con especial énfasis en su composición, demanda agregada, pérdidas post-cosecha y salubridad. Responsables: Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Salud, Secretaría de Desarrollo Económico y Secretaría de Gobierno del Municipio de Soacha.

15.4 Adelantar programas de intervención al SIA que sean el resultado de un proceso de diálogo y concertación directa con todos los agentes participantes, especialmente con los comerciantes informales. Responsables: Secretaría de Gobierno, Secretaría de Desarrollo, Secretaría de Planeación y Secretaría de Salud Municipal.

15.5 Establecer la normatividad que le permita a las dependencias de la alcaldía municipal intervenir legalmente al SIA, en los casos que sean pertinentes o que la situación lo amerite. Elaborar el Plan Maestro de Espacio Público del Municipio de Soacha. Responsables: Secretaría de Planeación, Secretaría de Gobierno, Departamento de Policía y Secretaría de Salud Municipal.

15.6 Desestimular el uso del espacio público mediante el aumento de los niveles de competitividad de los productos ofertados por las plazas de mercado, tiendas y supermercados de barrio vía menores costos de adquisición, mejor calidad y adecuado servicio al consumidor. Responsables: Secretaría de Desarrollo Social y Secretaría de Desarrollo Económico de Soacha.

15.7 Reubicar laboralmente a los comerciantes de productos frescos a saber: frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes, huevos y derivados lácteos, mediante su

incorporación en actividades formales relacionadas con su actividad. Se destacan las tiendas especializadas, las industrias locales de procesamiento de alimentos y el mercado concertado, tal como se desarrolla en los apartes 15.4.2 y 15.4.3 de este mismo documento. Responsable: Secretaría de Gobierno, Secretaría de Desarrollo Social y Secretaría de Desarrollo Económico de Soacha.

- 15.8 Fomentar, mediante capital semilla o un fondo rotatorio de crédito respaldado con recursos de la alcaldía municipal y la Gobernación de Cundinamarca, la creación de pequeñas empresas formales con pobladores de Soacha para el procesamiento de alimentos pre-listos como maní, arepas, embutidos, hamburguesas, pizzas, empanadas, pasteles, obleas, arequipes, ensaladas verdes, pulpas de frutas, etc., que a su vez suministren estos insumos al SIA o al sector formal de la economía a precios rentables y cumpliendo todas las normas higiénico - sanitarias vigentes. Responsable: Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Desarrollo Económico y Concejo Municipal de Soacha.
- 15.9 Relocalizar y reglamentar las ventas de comidas pre-listas y preparadas in situ en lo concerniente a la ubicación en el espacio público, mobiliario a utilizar, productos a expender, normas higiénico - sanitarias a cumplir y horarios de atención. Responsables: Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno y Secretaría de Desarrollo Social de Soacha.
- 15.10 Utilizar los medios de comunicación social presentes en el municipio como canales de difusión, socialización y participación en el proyecto de la seguridad alimentaria y nutricional en los componentes de disponibilidad, accesibilidad, consumo, inocuidad, calidad y aprovechamiento biológico. Responsables: Secretaria de Desarrollo Social y Secretaría de Salud municipal.
- 15.11 Facilitar el acceso al crédito bancario por parte de los comerciantes del SIA de tal forma que se reduzca la dependencia de los créditos denominados “gota a gota”. Responsables: Secretaría especial para Soacha – Gobernación de Cundinamarca y Secretaría de Desarrollo Social de Soacha.
- 15.12 Adelantar capacitaciones a los vendedores del SIA en temas como manejo higiénico de alimentos, atención al cliente, manejo administrativo y financiero de sus negocios, como paso previo a su formalización. Responsables: Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Educación, Secretaría de Gobierno y Secretaría de Desarrollo Económico del Municipio de Soacha.

16. Optimización del SIA del Municipio de Soacha

16.1 Visión prospectiva del SIA

El sector informal alimentario del Municipio de Soacha se ha convertido en una **trampa de pobreza** que engloba a un número creciente de familias en condición de alta vulnerabilidad económica. La resolución de este conflicto que además involucra al espacio público y la seguridad alimentaria de los habitantes, esta asociada con la formulación e implementación de un Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) competitivo y sostenible. Un componente funcional del SADA es el mercado concertado (MC) el cual se define como un modelo de producción, comercialización y consumo de alimentos de alto impacto socioeconómico, el cual responde a la coyuntura actual de pobreza y hambre de un amplio sector de la población⁴³.

El mercado concertado incorpora las fuerzas más dinámicas de la sociedad en tres grandes escenarios: producción, comercialización y consumo, tomando como base la organización y dinamización de la demanda. Consolida un modelo de gestión socio-productiva de doble vía desde el escenario del consumo hasta la producción, el cual disminuye apreciablemente los costos de los alimentos, aumentando al mismo tiempo la calidad, inocuidad, disponibilidad, accesibilidad, adecuado consumo y alto aprovechamiento biológico a la gran mayoría de habitantes del municipio. Por otro lado, integra a la comunidad alrededor de la comida, como bien y valor que permite superar esta necesidad básica insatisfecha. Dentro de esta estructura se involucran los comerciantes informales de frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, cárnicos y derivados lácteos, los cuales se estiman en 350 en todo el municipio. El mercado concertado va dirigido a las tiendas, supermercados, comedores comunitarios, restaurantes escolares, casinos y hogares pertenecientes al Municipio de Soacha.

Dentro de este esquema, la unidad funcional y de negocios denominada Mercado Concertado incorpora a los vendedores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos en su componente operativo, lo cual soluciona problemas como invasión del espacio público, contaminación visual y auditiva, inseguridad, generación de residuos sólidos, deterioro paisajístico, pérdidas post-recolección, diseminación de agentes patogénicos y bajo desempeño económico. En lo concerniente al componente de alimentos pre-preparados y preparados in situ, plantea la promoción y consolidación de empresas al interior del municipio que cumplan con la función de producir higiénica y rentablemente dichos alimentos, los cuales a su vez son suministrados a los comerciantes del SIA para su venta al consumidor. Lo anterior sobre la base de definir el marco técnico y normativo que garantice que estos comerciantes ofrezcan un alimento inocuo en lugares específicos del casco urbano en los cuales el habitante no asuma riesgos sanitarios o de seguridad personal.

⁴³ El mercado concertado corresponde a una conceptualización hecha por el consultor FAO, Ingeniero José Valentín Hurtado M.

El mercado concertado se fundamenta en el principio de núcleo de desarrollo endógeno referido a la producción, distribución y consumo de alimentos los cuales promueven la participación activa de toda la sociedad en la solución autónoma, competitiva y sostenible de su problemática alimentaria. Este sistema responde coyunturalmente a la crisis actual y futura del país, la cual profundiza en sus efectos devastadores, con especial saña en los sectores de la población más vulnerable.

Con la participación de las formas asociativas de la comunidad de base y tomando en consideración la división política del municipio en comunas, es posible fragmentar y operar un gran proyecto de producción directa, producción negociada, comercialización moderna y consumo concertado que involucre a muchos de los actuales habitantes de Soacha, garantizándoles un adecuado ingreso y de paso aumentando la seguridad y soberanía alimentaria del municipio.

17. Plan de acción quinquenal

17.1 Antecedentes y justificación

El Sector Informal Alimentario del Municipio de Soacha responde a las necesidades de suministro de alimentos baratos y generación de ingreso diario precario para segmentos poblacionales de bajos recursos o en condiciones de alta vulnerabilidad económica. Mirado desde otro ángulo es un tensionante social en la medida que invade el espacio público, deteriora el escenario urbano, genera contaminación e incrementa la inseguridad alimentaria y social. Los instrumentos de intervención por parte de las autoridades municipales son notoriamente limitados.

El Plan de Acción planifica y ejecuta un modelo de gestión técnico-comercial y social que disminuye significativamente los costos de los principales alimentos de la canasta básica de la población más pobre, al tiempo que aumenta la disponibilidad y accesibilidad. Incorpora a los vendedores informales dentro de un esquema empresarial que capitaliza su experiencia comercial, garantizando un mejor ingreso y calidad de vida. Todo lo anterior dentro del referente de aumentar la seguridad alimentaria y reducción de la pobreza.

17.2 Objetivos del plan de acción

- Establecer un marco regulatorio y de uso con relación al espacio público que beneficie el disfrute sano y productivo al habitante de Soacha.
- Aprovechar la riqueza, fortalezas y oportunidades generadas por efecto de las economías de escala, alcance, densidad y aglomeración presentes en la comunidad soachuna.
- Promover y consolidar la producción de alimentos sanos y económicos provenientes de la zona rural, periurbana y urbana del municipio.

- Racionalizar la subsidiariedad ofrecida por el Estado a través de las inversiones y apoyos brindados por la administración municipal y la Gobernación de Cundinamarca.
- Implementar un modelo técnico – comercial organizado a partir de la demanda que incorpore otras zonas o regiones productoras de alimentos a nivel nacional y siguiendo los principios de concentración geográfica, concertación entre los agentes participantes, programación productiva y comercial y asociatividad en nodos.
- Aumentar significativamente la eficiencia del proceso de comercialización mediante la disminución de la intermediación no necesaria, menores precios al consumidor, mayores precios al productor e incorporación de las formas asociativas urbanas al proceso de adecuación de producto, consolidación de pedidos y distribución física de alimentos.
- Vincular al sector privado de la economía a la función de comercialización de alimentos perecederos frescos.
- Establecer un marco regulatorio y de uso con relación al espacio público que beneficie el disfrute sano y productivo al habitante de Soacha.
- Promover y consolidar la producción de alimentos sanos y económicos provenientes de la zona rural, periurbana y urbana del municipio.
- Racionalizar la subsidiariedad ofrecida por el Estado a través de las inversiones y apoyos brindados por la administración municipal y la Gobernación de Cundinamarca.

17.3 Estrategias del plan de acción

Con el fin de optimizar el funcionamiento del Sector Informal Alimentario el Plan de Acción diseñado aplica las siguientes estrategias:

- Aplicar un marco normativo y regulatorio que permita intervenir legal y efectivamente el SIA.
- Promover las tiendas especializadas de frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes, leche y huevos como alternativa laboral formal para los vendedores del SIA.
- Optimizar la función del SIA en lo relativo a las ventas en el espacio público de alimentos pre-listos y preparados in situ y establecer pequeñas empresas de procesamiento industrial que suministren los alimentos pre-listos que utilizan los vendedores de estos alimentos en el espacio público.
- Implementar la unidad de negocio para alimentos perecederos denominada Mercado Concertado como una alternativa que incorpora a los vendedores

informales a la distribución de alimentos frescos, al tiempo que aumenta su disponibilidad y accesibilidad.

- Fortalecer el recurso humano y brindar respaldo tecnológico, de infraestructura y financiero para facilitar a estos agentes el desempeño de sus actividades comerciales como alternativa estratégica de acceso a los alimentos por parte de los habitantes más vulnerables del Municipio de Soacha.

Como resultado de la problemática creciente de invasión del espacio público por los vendedores informales unido a los problemas concomitantes (inseguridad, contaminación, congestión y deterioro paisajístico), la Alcaldía del Municipio de Soacha ha venido adelantando intervenciones sobre el SIA con resultados muy modestos y en ocasiones contraproducentes. Al día de hoy, no se cuenta con las herramientas que permitan intervenir eficazmente este sector y de paso recuperar el espacio público. En cambio, se observa cada día la aparición de nuevos vendedores informales que utilizan este espacio para el “rebusque”. Dentro de los procedimientos que se han venido aplicando al SIA, merecen resaltarse los siguientes:

- **Desalojo y/o decomiso del mobiliario y/o productos:** Es el procedimiento hasta ahora seguido por las autoridades policivas del Municipio de Soacha, mediante la aplicación de la normatividad general y específica relacionada con el uso del espacio público y las normas sanitarias aplicadas a los alimentos. Se fundamenta en el artículo 177 de la Ley 388 de 1997, Ley 9 de 1979, el Decreto 1504 de 1998 que reglamenta el uso del espacio público, código de policía nacional y su correspondiente para Cundinamarca⁴⁴. Esta estrategia es efectiva en casos puntuales de apropiación, uso económico del espacio público y bajo situaciones de marcada intransigencia. Se asimila al ejercicio de la autoridad del Estado y la defensa de los derechos colectivos sobre los individuales. Sin embargo, esta estrategia no ha demostrado a nivel práctico su eficiencia en el caso del Municipio de Soacha, en razón a que el tema relacionado con las ventas informales es el resultado directo de fallas estructurales del modelo socio-económico implementado en Colombia, reflejadas en una falta de fuentes de empleo formales que aseguren el bienestar de la población. La experiencia demuestra que el vendedor informal se cualifica en cada desalojo, adaptándose a las nuevas circunstancias y de paso incubando un gran resentimiento hacia la institucionalidad.
- **Incorporación a emplazamientos cerrados tipo plaza de mercado:** esta estrategia es una manera de habilitar a los vendedores del SIA como comerciantes formales que se articulan a las necesidades de un segmento del mercado de productos frescos y/o preparados. Los intentos adelantados por la Secretaría de Gobierno de Soacha durante finales del año 2005 y comienzos del año 2006 con el fin de reubicar los vendedores ambulantes dentro del área física

⁴⁴ Al respecto es importante señalar que el Municipio de Soacha no tiene formulado un Plan Maestro de Espacio Público, que oriente las actividades en ese sentido. Se asume que el espacio público “es de todos y no es de nadie”.

de la plaza de mercado (Comuna 2) fueron un fracaso, lo cual se manifestó en una reducción del protagonismo comercial de la misma plaza y paralelamente en el fortalecimiento de las ventas de alimentos en el espacio público, tal y cual se observa hasta el día de hoy⁴⁵.

- **Relocalización y reubicación en nuevos lotes o sitios dentro del espacio público:** esta estrategia (utilización económica del espacio público) implica la definición de áreas sobre algunos corredores de movilidad que son adecuados para que los comerciantes del SIA ejerzan su actividad. Normalmente esta estrategia implica que los mismos comerciantes se agrupen y comprometan en labores de protección y seguridad del entorno e impidan que el ambiente se degrade. Esta estrategia esta en proceso de estudio por parte de la actual administración.

17.4 Estrategias a futuro

El Sector Informal Alimentario del Municipio de Soacha requiere una intervención urgente compatible con la recuperación del espacio público y la solución al empleo de las personas que están dedicadas a esta actividad. La Sentencia Constitucional T 774 es explícita en el sentido que las intervenciones que haga el Estado colombiano con miras a recuperar o mejorar el espacio público, la seguridad, la imagen escénica, etc., deben tener como fundamento el desarrollo paralelo de alternativas de ingreso para dicha población. Las estrategias planteadas en esta investigación consultan con el sentido de dicha sentencia, en la medida que propone desarrollos empresariales en los cuales pueden incorporarse los vendedores informales. Dentro de este marco conceptual se enuncian las siguientes:

17.4.1 Fortalecimiento en la aplicación del marco normativo

La recuperación del espacio público debe ir acompañada de un marco regulatorio claro y efectivo que le permita al ciudadano el disfrute de este bien público. La formulación y aplicación del Plan Maestro de Espacio Público es una prioridad para el Municipio de Soacha. Dentro de éste, el tema relativo a los vendedores informales debe ser objeto de una dependencia específica en razón que además de responder a la carencia de fuentes laborales formales, se convierte en un problema de seguridad social y alimentaria para toda la población. Importante resaltar que las autoridades sanitarias del municipio no pueden intervenir el SIA en razón que la legislación solamente les autoriza controlar este componente en el mercado formal. Así se concluye que no hay legislación más allá de la contenida en el Código de Policía y en caso de marcada flagrancia del orden público, que les permite aplicar sanciones a dichos vendedores.

⁴⁵ El mercado informal de alimentos localizado en las afueras de la plaza se constituye en una competencia desleal que “filtra” la clientela de la plaza. Esto motivó a que muchos vendedores en aquella ocasión volvieran a ocupar sus lugares en las afueras de la plaza.

17.4.2 Promoción de tiendas de alimentos frescos

Tomando en consideración que la gran mayoría de vendedores informales cuentan con más de diez años de experiencia en este oficio y que éstos cumplen con la función social de distribución de alimentos, se propone gestionar su integración productiva en supermercados o tiendas que comercialicen alimentos frescos a nivel de barrio o comuna. En efecto, estudios recientes han demostrado la importancia que siguen teniendo las tiendas en la distribución de alimentos, en Colombia este canal distribuye al menos el 70 por ciento de las 45 categorías de productos de consumo masivo analizadas⁴⁶. Dada la importancia de este canal, en particular como punto de acceso a los alimentos para los estratos más pobres de las ciudades, la FAO realizó en el mes de mayo de 2009 una encuesta en el Municipio de Soacha como insumo para la caracterización de los tenderos, para identificar su perfil socioeconómico y sus prácticas comerciales, con el fin de estudiar estrategias de mejoramiento de su actividad⁴⁷.

La vinculación de los vendedores informales a una estrategia como esta implica un proceso de capacitación dirigido a este segmento social y el acompañamiento permanente en temas administrativos, financieros, comerciales, sociales, ambientales, legales y técnicos propios de las empresas detallistas modernas. Para lograr este objetivo se pueden utilizar los recursos ofrecidos por el Estado colombiano en capacitación técnica (Universidades, Sena, etc.), crédito asociativo e inclusive un fondo rotatorio soportado financieramente con recursos de la alcaldía⁴⁸.

Esta estrategia aprovecha y perfecciona la cultura de comercialización desarrollada por estos vendedores durante muchos años, incorporándolos dentro del escenario de la formalidad y garantizándoles un mejoramiento sustancial de la calidad de vida. Si se asume una población de 350 vendedores con un nivel de agregación de seis socios por negocio, se tendrían potencialmente 58 grandes o medianas tiendas dedicadas a comercializar frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes, huevos, leche y sus derivados que se localizarían estratégicamente en las seis comunas del municipio. Estos negocios formales estarían vinculados en una red de proveeduría con el fin obtener ventajas altamente competitivas vía calidad, oportunidad y precio.

17.4.3 Desarrollo de zonas especializadas en venta de alimentos preparados

El tratamiento dado al componente de alimentos pre-preparados o preparados in situ debe ser especial, dado que este segmento comercial responde a la necesidad y hábitos alimenticios de un importante segmento poblacional del municipio. Se plantea la opción

⁴⁶ FENALCO- MEIKO.2008. *Informe de distribución y desempeño de categorías de productos de consumo masivo en tiendas de barrio caracterizadas*. Bogotá (Colombia). (Disponible en: http://www.fenalco.com.co/index.php?option=com_remository&Itemid=32&func=fileinfo&id=51)

⁴⁷ A la fecha de elaboración del presente informe, se encuentra en proceso de análisis la información de las encuestas para la posterior elaboración del documento de análisis.

⁴⁸ Este mecanismo es menos perverso que indemnizar a cada vendedor y capacitarlo para que haga “empresa” con un capital entre 10 a 15 millones COP por usuario. Por otro lado al sustraer el concepto de asistencialismo estatal se obliga a los beneficiarios a asumir un compromiso más real.

de reubicar, concentrar y reglamentar dichas actividades en áreas específicas o corredores de movilidad pertenecientes al espacio público, en donde no se causen traumatismos a la movilidad y se cumpla cabalmente la normatividad de las Secretarías de Salud y/o Gobierno. Lo anterior implica el establecimiento de zonas exclusivas dedicadas a la venta detallista de este tipo de comidas. Adicionalmente se propone que los alimentos comercializados provengan de industrias conformadas por habitantes de las comunas del municipio, creadas con el fin principal de cubrir esta demanda, garantizando la calidad e inocuidad. De esta manera se da origen a pequeñas industrias locales de alimentos pre-preparados o prelistos las cuales son objeto del control directo de las dependencias sanitarias del municipio, generan empleo y disminuyen las amenazas actuales como consecuencia de la preparación antihigiénica de alimentos o su compra en lugares que no cumplen con la normatividad.

17.4.4 Incorporación de los comerciantes informales dentro del esquema comercial del mercado concertado

El Municipio de Soacha cuenta con una gran fortaleza representada en 402 007 consumidores que se distribuyen en todo su territorio, pero especialmente en su área urbana (396 555)⁴⁹. El incremento poblacional en los últimos cuatro años ha sido muy notorio, hasta tal punto que Soacha ha sido calificado como el municipio que presenta una de las más altas tasas de recepción de población desplazada⁵⁰. Esta situación, más el impacto de la recesión económica y la falta de empleo estable, han dado origen a un estado de inseguridad social que se expresa en altos índices de pobreza y violencia, tipificado como una comunidad en proceso de descomposición social.

El esquema propuesto se asimila a un núcleo de desarrollo endógeno asociado a la producción, distribución, industrialización y consumo de alimentos, a partir de la integración, coordinación y concertación directa entre todos los agentes participantes desde el consumidor final hasta el productor⁵¹. De esta manera desaparecen buena parte de los intermediarios en las áreas de producción, transporte y distribución. En su defecto, se originan nuevos agentes que por un lado, incorporan valor al proceso mediante el acompañamiento integral e idóneo a los productores de éste u otros municipios (Nodo Rural) y por otro lado, coordinan los centros de aprontamiento, adecuación, consolidación de pedidos y distribución masiva de alimentos a bajo costo (Nodo Urbano), generando empleo local, integrando a la comunidad, redistribuyendo utilidades y cumpliendo con altos estándares de calidad e inocuidad.

El modelo comercial propuesto no reproduce los procedimientos aplicados por las centrales mayoristas tipo Corabastos de convergencia de oferta y demanda para fijación del precio. No considera la participación de acopiadores locales o regionales y suprime

⁴⁹ Censo Dane Junio 30 del 2005. www.dane.gov.co

⁵⁰ El Tiempo 7 días. Viernes 13 de marzo del 2009. Pág. 4

⁵¹ El sistema se concibe a partir de un vector desde la agregación de demanda (consumo), contrario a lo planteado por los esquemas tradicionales de comercialización que parten de la agregación de oferta como el principio rector.

los denominados mayoristas de mayoristas, mayoristas de línea amplia, mayoristas tradicionales o mayoristas de minoristas y en algunos casos hasta los mismos detallistas, quienes son reemplazados en su conjunto por los agentes de facilitación⁵², los cuales están localizados en los escenarios de la producción, el transporte o la distribución. Es dentro de esta estrategia de producción – comercialización que se busca incorporar a los vendedores informales de alimentos frescos y/o preparados que tienen invadido el espacio público.

El mercado concertado se fundamenta en los siguientes principios:

- **Agregación y coordinación de la demanda**

Resalta la función integradora de la demanda agregada y concertada de los hogares, tiendas, restaurantes, instituciones y agroindustria. El desarrollo de esta estrategia responde a las siguientes preguntas: ¿Qué consume la población? ¿Cuál es la cantidad y con qué frecuencia la consume? ¿Dónde y en qué momento la consume? ¿Cuál presentación prefiere? ¿Cuál precio está pagando y estaría dispuesto a pagar por el producto? ¿Cuál es el hábito de compra y consumo? Esta operación comercial enfocada desde la demanda permite organizar “hacia atrás” el suministro de alimentos e introduce un conjunto de eficiencias que se traducen en la operación rápida y económica de la recolección, adecuación del producto, transporte, empaque, consolidación de pedidos y entrega a los clientes. Dentro de este modelo los productos ingresan a un Centro de Adecuación y Distribución de Alimentos (CADA), desde donde son enviados a los clientes en menos de 24 horas con lo cual disminuyen las pérdidas post-recolección aumentando la vida útil y el aprovechamiento del producto.

- **Conformación de nodos**

El nodo se define como el escenario o espacio físico de confluencia de redes. En ese sentido el mercado concertado asume la conformación de dos nodos. El nodo rural está localizado en las áreas de producción de alimentos y está compuesto por varios (subnodos), dependiendo de los productos a comercializar. Así, a manera de ejemplo, un nodo rural puede estar ubicado en Fusagasugá – Cundinamarca desde donde asesora integralmente a los productores responsables de la producción de arveja, habichuela, tomate y mora integrados al mercado concertado de las Comunas 1, 2 y 3 del Municipio de Soacha.

Este nodo cumple funciones de acompañamiento integral a los productores en los componentes técnico, administrativo, financiero, social, ambiental, comercial y legal y referido al proyecto productivo integrado. De esta manera se conforma

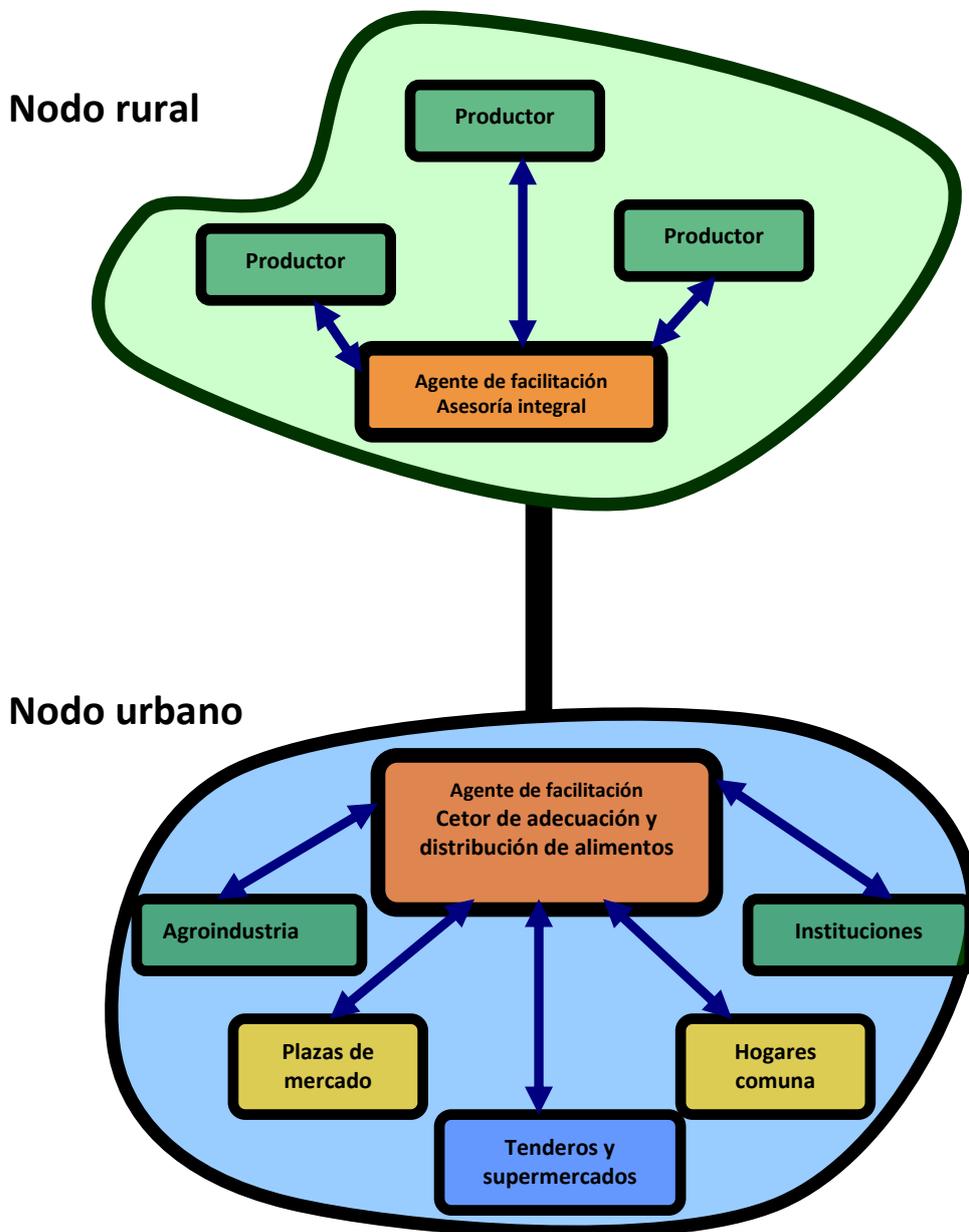
⁵² La expresión “agentes de facilitación” se circunscribe a las empresas que se encargan de hacer la conectividad y soporte del proceso. Este concepto implica un alto grado de integración a nivel práctico, que acaba con la fragmentación operativa y el surgimiento de estructuras monopólicas en el proceso de comercialización, tal y cual se observa en los principales mercados en Colombia.

una familia de productores que encuentran un respaldo integral en un grupo interdisciplinario de profesionales idóneos, lo cual les garantiza el aumento de sus rendimientos físicos y la rentabilidad en los cultivos. Este es un elemento de blindaje del proyecto técnico – comercial que no puede ser superado fácilmente por un comercializador convencional. El modelo de mercado concertado en principio establece subnodos en diferentes lugares en donde la producción cumpla con los criterios de concentración geográfica, concertación con los productores, programación productiva y asociatividad. Lo anterior con el fin de establecer economías de escala, alcance, densidad y aglomeración que aumentan la competitividad y sostenibilidad.

En la implementación de este esquema se parte de la producción inducida o presente en el municipio (papa, fresa, arveja, maíz, hortalizas, pollos de engorde, cerdos, leche, etc.), en el área rural, periurbana y urbana; para luego integrar a los productores localizados en los municipios circunvecinos pertenecientes a Cundinamarca (Sibaté, Granada, Silvania, Fusagasugá, Mesitas del Colegio, Viotá, Tena, San Antonio de Tena, La Mesa, Anapoima, Madrid, Mosquera, Subachoque, etc.), y finalmente involucrar a zonas o regiones localizadas fuera del escenario Departamental (Tolima, Huila, Llanos Orientales, Valle del Cauca, Eje Cafetero, etc.). El mercado concertado promueve la especialización productiva bajo el enfoque de unidad económica mínima, de tal forma que se disminuya la atomización y paralelamente se optimicen los procesos de producción y comercialización de los productos.

El nodo urbano es complementario al nodo rural, están integrados verticalmente y coordinados en sus actividades. Se localiza en un sitio estratégico del mercado objetivo (Municipio de Soacha) a donde llegan directamente los alimentos con el máximo grado de adecuación para el consumo (lavado, desinfectado, empacado y pesado) de tal forma que la distribución se haga de la manera rápida y segura. Este nodo es el encargado de consolidar la demanda de cada comuna, coordinar la distribución, manejar el recaudo y la tesorería de la operación. Adicionalmente, este nodo se encarga de la promoción al consumo. Aplica operativamente el concepto de pre-venta mediante la conformación de un conjunto de clientes que son agrupados en varias categorías como tiendas, supermercados, plazas de mercado, comedores comunitarios, usuarios del programa Familias en Acción, restaurantes, casinos empresariales, vendedores informales, empleados del sector industrial y hogares. De esta manera se garantiza la seguridad de la operación comercial mediante el prepago entre cinco a seis días antes de la entrega física del producto.

Gráfico 2. Esquema de comercialización del mercado concertado para Soacha



Con el fin de activar esta forma de negociación el sistema involucra una agresiva campaña publicitaria respaldada por estímulos pagables en producto (promociones, descuentos, puntos, bonos, etc.) utilizando a los líderes o formas asociativas presentes y reconocidas por la comunidad. En principio y con el ánimo de penetrar y dar a conocer el sistema se establecen los grupos dentro de un escenario de privacidad y exclusividad (“no todos los convidados son los

elegidos”), sobre la base de precios bajos, alta calidad y excelente atención al cliente.

Los actores integrados y coordinados bajo las premisas del sistema técnico – comercial del Mercado Concertado obtienen los siguientes beneficios:

El productor integrado:

- asesoría integral permanente y de alta idoneidad, que le permite aumentar la productividad física, disminuir los costos de producción y aumentar la rentabilidad;
- mejor precio para su producción que el promedio del mercado local;
- compra de toda la producción comercial pactada (mercado a futuros);
- aplicación de economías de escala, alcance, densidad y agregación en insumos, mano de obra, transporte y acompañamiento integral empresarial;
- pago vía electrónica en un intervalo de cinco días después de la facturación del producto en el nodo urbano;
- transparencia en la operación (el agricultor tiene acceso al valor facturado por el nodo urbano y el comportamiento de su producto);
- generación de ingresos adicionales por incorporación de valor agregado al producto en el lugar de producción: selección, clasificación, lavado, desinfección, empaque y pesado;
- desarrollo de un sentido de pertenencia, confianza, intimidad y familiaridad en las operaciones de producción, transporte y comercialización de los productos.

Las unidades de asesoría integral multidisciplinarias operadoras de los subnodos rurales:

- especialización y profundización en el conocimiento teórico-práctico relativo al servicio de acompañamiento integral a la comunidad de productores;
- articulación de los instrumentos de la producción que permiten habilitar a los agricultores dentro de un esquema empresarial moderno;
- garantía de empleo y altos ingresos como consecuencia de la participación en las comisiones por la gestión adelantada;
- posibilidad de integrarse con los programas y/o proyectos adelantados in situ por el ente territorial (alcaldía) o en su defecto con la Gobernación respectiva;
- integración con los centros de investigación y/o universidades a nivel nacional e internacional;
- desarrollo de una concepción sistémica, moderna, eficiente, productiva y rentable de las inversiones del sector agropecuario.

Los transportadores integrados al sistema:

- continuidad en el uso y la ocupación de sus camiones;
- especialización en la tecnología de cargue, traslado y descargue de los alimentos;

- articulación a una zona geográfica y a productos específicos, obteniendo economías de escala en la operación y menor desgaste vehicular;
- posibilidad de integrar el flete en doble vía (desde el nodo urbano hacia el nodo rural vía suministros concertados de insumos y alimentos);
- seguridad y transparencia en los términos de negociación.

Los usuarios del Mercado Concertado a nivel urbano (tiendas, supermercados, empresas del sector industrial, comedores comunitarios, familias en acción, restaurantes comerciales, hospitales, colegios, hogares, etc.):

- alimentos de alta calidad e inocuidad disponibles de manera suficiente y oportuna en cada una de las comunas del municipio, mediante la operación de los subnodos urbanos;
- reducción de los costos finales en frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes frescas, huevos y derivados lácteos;
- generación de ingreso para los vendedores del Sector Informal Alimentario y población en general (especialmente mujeres y jóvenes) en actividades de cargue, descargue, distribución, registro de ordenes, alistamiento de pedidos, mantenimiento de equipos, manejo de la plataforma informática, administración, procesamiento industrial, etc.;
- aumento de la capacidad de compra de alimentos de alto valor nutritivo como carne de res, carne de cerdo, carne de pollo, huevos, leche y derivados lácteos, dirigidos a controlar la desnutrición crónica y aguda de niños, madres embarazadas, madres lactantes, adultos mayores, etc.;
- integración comunitaria alrededor del proyecto técnico-comercial y modificación de hábitos y costumbres de compra y consumo de alimentos.
- aseguramiento y ampliación del impacto positivo de los Programas de familias en acción de la Presidencia de la República, comedores comunitarios de la alcaldía municipal – Gobernación de Cundinamarca y otros apoyos de alimentos subsidiados;

Las entidades gubernamentales vinculadas al proyecto (alcaldía municipal, Gobernación de Cundinamarca, Presidencia de la República):

- Establecimiento de un modelo moderno de producción, abastecimiento, distribución y consumo de alimentos dentro del marco referencial del desarrollo endógeno.
- Alto impacto en la disminución de la desnutrición global, crónica y aguda de la población más pobre y vulnerable del municipio.
- Aprovechamiento de las economías de escala, alcance, densidad y aglomeración asociadas a la producción, abastecimiento, distribución, consumo e industrialización de los alimentos de consumo masivo.
- Optimización en el uso de los recursos destinados por la Alcaldía Municipal de Soacha y/o la Gobernación de Cundinamarca para el desarrollo socio-económico.

- Integración socio-productiva y comercial del Municipio de Soacha a la región Cundinamarca y el resto del país.
- Incentivo a la creación de empresas de procesamiento de alimentos.

El nodo urbano se articula en el Centro de Adecuación y Distribución de Alimentos (CADA) a partir del cual se distribuyen los alimentos concertados con los clientes y desde donde se promueven las relaciones transversales entre ellos. Así, a manera de ejemplo se busca que el sector agroindustrial del municipio encuentre el espacio en el CADA para relacionarse directamente con las plazas de mercado, tenderos, mercado institucional y hogares incluidos en la unidad comercial de mercado concertado. Todas estas relaciones transversales aumentan el dinamismo comercial, generan empleo y estructuran un esquema integrado y eficiente de distribución y consumo de alimentos.

- **Agente en el área de producción:** el modelo de mercado concertado así planteado para el Municipio de Soacha implica una relación directa de los consumidores, detallistas, restaurantes, etc. con los escenarios y/o gremios de productores. Esta relación dentro del esquema del mercado normal no se produce, en razón que el acopiador local o regional, no le conviene que se sepa a quien le vende y cual es su nivel de utilidad. El agente de facilitación en el área de producción es una empresa privada compuesta por varios profesionales, tecnólogos y técnicos en diferentes disciplinas del sector agropecuario, quienes se encargan de prestar un acompañamiento integral a los productores dirigido a lograr aumentar su productividad al tiempo que aplican las buenas prácticas agropecuarias. El pago de este servicio se hace mediante un valor en COP por kilo producido o un porcentaje sobre el precio final cancelado a los agricultores directos o a sus formas asociativas en el Centro de Adecuación y Distribución de Alimentos localizado estratégicamente en el Municipio de Soacha. Esta forma de remuneración del servicio de acompañamiento integral se legaliza mediante la firma de un contrato de asesoría entre el agricultor y la oficina asesora registrado en Notaría⁵³. Los ingresos percibidos por la oficina o el equipo de asesores están en función del volumen y la calidad de los productos obtenidos en campo. De esta manera el productor se ve respaldado permanentemente por un equipo multidisciplinario de profesionales que garantizan mayor productividad, rentabilidad y sostenibilidad⁵⁴.
- **Agente en el área de distribución:** representado por una empresa privada o mixta que se encarga de:

⁵³ Los pagos hechos son el resultado del trabajo invertido en el cultivo, es decir son la expresión monetaria del valor incorporado al producto. En este sentido, esta actividad no se tipifica dentro del esquema de intermediación comercial, si bien es cierto que asume algunas de las funciones de ésta.

⁵⁴ Este esquema es muy diferente al prestado por las entidades estatales e inclusive algunos técnicos particulares, en el sentido que es integral, permanente y dependiente en su remuneración de los rendimientos físicos de los mismos cultivos. Obliga a los asesores a ser muy competentes y hacer uso de la tecnología más racional para lograr sus objetivos.

- ☞ Coordinar la recepción y consolidación de pedidos, mediante una plataforma informática diseñada para cada nodo y con base en un esquema general aplicado a todas las operaciones comerciales del sistema.
- ☞ Manejo de tesorería y pagos por participación o comisiones a los agentes participantes en el esquema de mercado concertado.
- ☞ Establecer la agregación y requerimientos de demanda en cantidades, calidades, presentaciones, tiempos y lugares de entrega.
- ☞ Coordinar con el agente del área de producción los procedimientos de recolección, presentación, transporte y entrega en el CADA.
- ☞ Recepción de los productos demandados y manejo físico en el CADA.
- ☞ Organización y operación de la entrega física de los pedidos hechos en coordinación con las Juntas de Acción Comunal y habitantes de los diferentes barrios incluidos en el programa.

El pago de los servicios profesionales de este agente de facilitación esta en función del volumen de ventas realizado y el grado de eficiencia en la labor de comercialización⁵⁵. Se expresa como un porcentaje sobre el precio final o en su defecto por un valor fijo en COP que varía dependiendo del producto, la calidad y la cantidad comercializada.

- **Conformación de redes:** la red es la expresión concreta de la conectividad entre los agentes participantes del mercado. La identificación, diseño, planeación, promoción, ejecución y control de redes en los procesos de producción, transporte, comercialización y consumo de alimentos es de vital importancia. Las redes permiten aplicar economías de escala, alcance, densidad y aglomeración⁵⁶.

Un factor a resaltar es el nivel de participación e integración comunitaria que se logra a través de la comida, lo cual es particularmente cierto para la población de los estratos socioeconómicos 1,2 y 3 presentes en las comunas del Municipio de Soacha. Por esta razón el sistema considera importante la **participación de la comunidad en la distribución de los alimentos** a través de las formas asociativas actuales, como líderes del programa Familias en Acción, Juntas de Acción Comunal, Asociaciones Mutuarias,

⁵⁵ La eficiencia en la comercialización se mide por varios indicadores dentro de los cuales se resaltan las ventas en función del espacio y el tiempo; la permanencia de los clientes en el sistema; las pérdidas post-cosecha; la coordinación en las entregas; y la oportunidad en recaudos y pagos.

⁵⁶ Las economías de escala hacen referencia a la reducción de costos en la medida en que aumenta el volumen comercializado. Las de alcance se refieren a disminuciones en costos como consecuencia de los encadenamientos o sinergias logrados en los procesos. Las economías de densidad y aglomeración se refieren a los rendimientos crecientes por efecto de la concentración de población en una determinada área o por efecto de la ocupación. Así en Soacha se logran este tipo de economías como consecuencia de los altos grados de ocupación del territorio (densidad) y los hábitos de compra establecidos (aglomeración).

etc. Importante resaltar que la unidad de negocio de mercado concertado está concebida para que una parte importante de los ingresos obtenidos por la gestión de comercialización se queden dentro de la misma comunidad⁵⁷, contribuyendo a aumentar la capacidad adquisitiva, combatir el desempleo y aumentar la seguridad alimentaria.

Las formas asociativas de la comunidad juegan un importante apoyo en las labores de conformación de redes de consumidores y distribución de alimentos dentro de su respectiva área de cobertura. Para tal efecto el nodo urbano utiliza temporalmente la infraestructura física de dichas asociaciones y el capital social como soportes puntuales al cumplimiento de las metas del mercado concertado. Importante resaltar que esta gestión genera ingresos para dichas formas asociativas.

17.4.5 Fortalecimiento del recurso humano y de la actividad comercial

A partir de las entrevistas realizadas a los vendedores informales, se pudieron identificar una serie de necesidades sobre las cuales estos agentes demandan apoyo para el mejoramiento de su actividad. Se proponen las siguientes acciones que se articulan positivamente con las estrategias formuladas para el SIA del Municipio de Soacha.

- **Recurso humano:** los vendedores informales conciben su actividad como un “salvaguarda” frente a la difícil situación económica. Las entrevistas permitieron detectar las siguientes áreas para el mejoramiento de SIA.
 - ☞ **Formación técnica en el manejo de los productos:** Los comerciantes del SIA en productos frescos (frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, carnes, pescados, huevos, derivados lácteos, etc.) requieren capacitación en el conocimiento técnico y sanitario de los alimentos que expenden con el fin de garantizar la inocuidad y disminuir las pérdidas post-cosecha. Con los productos preparados la necesidad es más sentida, en razón a que la formación incluye el conocimiento de las condiciones de manufactura de las materias primas, hasta el proceso de preparación o adecuación para el consumo in situ (normas higiénico-sanitarias).
 - ☞ **Desarrollo de la asociatividad:** la organización de los vendedores del sector informal en cooperativas, asociaciones, fundaciones, ONGs, etc. debe responder a la necesidad de optimizar y articular procesos, antes que buscar defensa frente a las autoridades. La asociatividad se consolida en estos estratos siempre y cuando este ligada a procesos. En este sentido se debe promover las compras en conjunto, la capacitación técnica, el mejoramiento de la seguridad social, el crédito para capital de trabajo y la interlocución con las autoridades.
 - ☞ **Incremento de la integración y esparcimiento social:** los vendedores informales tienen bajo nivel de interacción, integración y esparcimiento social. Si a lo

⁵⁷ El mercado concertado utiliza fundamentalmente mano de obra local en los procesos de cargue, descargue, mantenimiento, administración, selección, lavado, desinfección, clasificación, empaque, conformación de pedidos y distribución de alimentos.

anterior se suma el alto grado de incertidumbre y estrés que genera su trabajo, se consolida un Cuadro de aislamiento social que se constituye en un serio obstáculo para afianzar el sentimiento de ciudadanía. Especial mención corresponde a los hijos de estas familias, quienes permanecen solos o, en el mejor de los casos en compañía de sus padres en los sitios de trabajo. Para cubrir esta necesidad se plantea la conformación de grupos de gestión empresarial mediatizados por actividades de socialización, capacitación técnica y promoción a la inversión comunitaria. Adicionalmente se propone el desarrollo de actividades sociales de esparcimiento, descanso e integración que rompan con el aislamiento, la apatía y la baja autoestima.

- ☞ Mejoramiento de la seguridad social: aunque se encontraron comerciantes del SIA cubiertos por el Sisben, se hace necesario aumentar su cobertura y promover su ingreso dentro del régimen de pensiones. Ninguno está asociado a cajas de compensación familiar. La mayoría trabajan todos los días, con especial celeridad a partir del día jueves hasta el domingo. Esto hace que el acceso al descanso sea muy limitado, por no decir inexistente.
- **Respaldo tecnológico:** relacionado con las herramientas que permiten optimizar la inocuidad, conservación, exhibición, preparación, protección y uso de las materias primas o los productos ofertados a los consumidores. Se detectaron las siguientes necesidades:
 - ☞ Diseño de un mobiliario apropiado: cada actividad comercial del SIA requiere un mobiliario específico. Hasta el momento no hay ninguna orientación en ese sentido y cada vendedor informal crea su propio mobiliario sin consultar las normas sanitarias incluidas en el Decreto 3075 de 1997 del Ministerio de Salud. Se requiere diseñar y normalizar el mobiliario más adecuado para atender la heterogénea oferta tanto de alimentos frescos como preparados.
 - ☞ Dotación de equipos: están relacionados con los aparatos para pesar, conservar transitoriamente los alimentos (frío o calor), proteger del sol, aire, lluvia, etc. Hasta el momento no existen protocolos relacionados con los equipos. Se encuentran verdaderos peligros andantes (cocinas a gasolina o pipetas de gas) o riesgos sanitarios (pescados o aves en contenedores sin refrigeración suficiente).
 - ☞ Desarrollo e integración con la industria: hasta el momento el grado de integración del SIA con la industria es bajo. Muchos de los alimentos vendidos son pre-preparados por el mismo comerciante o en su defecto por “fábricas caseras” o fábricas que no cumplen normas sanitarias como los chorizos y otros productos del sector del frigorífico Guadalupe o las aves en fresco comercializadas a partir de la Plaza de las flores en el sector de Corabastos. El desarrollo de empresas locales que produzcan los alimentos pre-listos para el SIA es una necesidad sentida que se encuentra asociada con la generación de empleo.

- ☞ **Infraestructura informática:** para que el SIA cumpla a cabalidad con su función debe obligatoriamente contar con una infraestructura informática básica en la cual se registren sus actividades, proyecciones y desempeños. Esta infraestructura está orientada a apoyar la gestión de los comerciantes de alimentos pre-listos y preparados in situ de tal manera que se pueda mejorar la conectividad social y comercial. El manejo de esta infraestructura estará a cargo de un ente de naturaleza mixta y tendrá entre otras funciones monitorear y evaluar el avance de las pequeñas empresas de venta callejera de alimentos. De esta forma, cada beneficiario tendrá acceso a información estratégica que le permite optimizar sus actividades. Por otro lado, esta infraestructura arroja información relativa al inventario de vendedores, productos vendidos, demanda de materias primas, consumo, desempeño económico, tendencias, etc.
- ☞ **Conectividad a una red socio-comercial:** el SIA necesita articularse dentro de un esquema de distribución de alimentos moderno y altamente eficiente para la ciudad de Soacha. La capacitación mejora las competencias laborales siempre y cuando se haga sobre el mismo devenir laboral⁵⁸.
- **Infraestructura:** se refiere a los espacios o elementos operativos que facilitan el cumplimiento de la función de suministro de alimentos hacia la población.
 - ☞ **Infraestructura física:** es necesario que el SIA, especialmente el relacionado con la comercialización de alimentos pre-preparados o preparados in situ, cuente con espacios o zonas en las cuales pueda, de manera organizada y en condiciones sanitarias, cumplir con su labor.
 - ☞ **Infraestructura legal:** este es un aspecto central para el SIA. Mientras no se defina claramente el marco normativo de intervención, se dará origen a inhabilidades, incompatibilidades y hasta abusos en dichas acciones. Esta ambigüedad se manifiesta en una gran incapacidad de intervención de los organismos de control, trátase de la Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno o la Policía municipal.
 - ☞ **Redes:** muy ligado al tema de asociatividad, las redes por producto o por comuna entre los vendedores informales del SIA les permite aplicar economías de escala y alcance en la compra de materia prima o productos terminados, tanto en el mercado industrial, Corabastos u otro escenario disponible. Las redes también desarrollan un sentimiento de apropiación e identidad gremial.
- **Respaldo financiero:** incluye los recursos económicos que optimizan el funcionamiento del SIA. Se enuncian los siguientes:

⁵⁸ Algunas instituciones efectúan cursos de capacitación que se resumen en conferencias, charlas o reuniones en aulas de clase. Este tipo de acercamientos han mostrado su ineficacia en la mayoría de escenarios en que se han ejecutado. Aquí se plantea una capacitación in situ, es decir sobre la misma realidad, con los agentes directos, en los escenarios y condiciones en que el SIA opera.

- ☞ **Fondo rotatorio de crédito:** la gran mayoría de vendedores del SIA no tienen acceso a crédito por falta de garantías bancarias o reportes a las centrales de crédito. La formación de un fondo rotatorio de crédito es una alternativa que se homologa al modelo de las “cadenas”⁵⁹ operado por muchos de ellos.
- ☞ **Fondo de estabilización comercial:** esta es una necesidad apremiante para la gran mayoría de vendedores del SIA, quienes no tienen un “colchón de amortiguación” frente a diversas eventualidades del negocio. Si a lo anterior se une el hecho de la baja asociatividad, el Cuadro de vulnerabilidad financiera se completa. Muchos recurren al crédito “gota a gota” como un mecanismo expedito para salir de las crisis coyunturales.

17.4.6 Necesidades de información y capacitación a los agentes del SIA

Dentro de una estrategia de mejoramiento de las funciones del SIA en Soacha se requiere que la alcaldía municipal, en unión con la Gobernación de Cundinamarca, Universidades y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) adelanten un proceso de información y capacitación para todos los agentes vinculados al SIA. Dentro de este marco referencial se ha considerado la siguiente temática:

Cuadro 6. Información y capacitación a vendedores del SIA

Actor del sector informal alimentario	Necesidades de información y capacitación
Vendedores	Manipulación segura y conservación de alimentos frescos, prelistos o preparados in situ vendidos en el espacio público.
	Ruta crítica para la manipulación detallista de los alimentos frescos, prelistos o preparados in situ. Amenazas, riesgos y vulnerabilidades.
	Mobiliario adecuado para la venta detallista callejera de alimentos frescos, prelistos o preparados in situ.
	Desarrollo empresarial en actividades relacionadas con la comercialización de alimentos frescos, prelistos o preparados. Procedimientos de formalización.
	Marco normativo de la utilización del espacio público y las ventas callejeras.
	Asociatividad como estrategia de competitividad comercial y social.
	Estrategias comerciales de ventas detallistas en espacios abiertos.
	Escenarios de coordinación – supervisión y control con las dependencias de la alcaldía municipal.

⁵⁹ Las “cadenas” corresponden a un fondo mutuo de ahorro establecido por un grupo de comerciantes, cuya función principal es la de prestar una cantidad fija de dinero a sus asociados. La adjudicación de dicho crédito se hace sin fiador, mediante un sorteo que normalmente es semanal y en presencia de todos los participantes del grupo (sistema de balotas). Este mecanismo crediticio además de ser de bajo costo y fácil acceso, desarrolla un sentido de pertenencia gremial, responsabilidad y control colectivo.

Cuadro 7. Información y capacitación a proveedores del SIA

Actor del sector informal alimentario	Necesidades de información y capacitación
Proveedores	Manejo post - cosecha de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos
	Manejo de derivados lácteos, derivados cárnicos, huevos y carnes frescas de bovino, pollo, pescado y cerdo
	Normatividad aplicada para la distribución detallista de alimentos perecederos y altamente perecederos.
	Procedimientos de comercialización moderna de alimentos perecederos a nivel urbano.
	Certificación en gestión industrial y de distribución de alimentos.
	Asociatividad como estrategia para optimizar procesos y aumentar la rentabilidad y competitividad.

Cuadro 8. Información y capacitación a transportadores del SIA

Actor del sector informal alimentario	Necesidades de información y capacitación
Transportadores	Manipulación segura de alimentos frescos y procesados. Amenazas, riesgos y vulnerabilidades de los alimentos transportados.
	Normatividad vigente para el transporte y distribución de alimentos perecederos y altamente perecederos.
	Logística física e informática aplicada al transporte y la distribución de alimentos. Coordinación e integración.
	Asociatividad como estrategia de competitividad social.

Cuadro 9. Información y capacitación a consumidores del SIA

Actor del sector informal alimentario	Necesidades de información y capacitación
Ama de casa o consumidor	Calidad e inocuidad de los alimentos frescos y/o procesados. Amenazas, riesgos y vulnerabilidades.
	Consumo y aprovechamiento biológico de los alimentos frescos y/o procesados.
	Conservación y transformación casera de los alimentos frescos.
	Disponibilidad y accesibilidad a los alimentos frescos, prelistos y /o preparados.
	Hábitos y costumbres de compra – consumo de los alimentos en los centros urbanos.
	Asociatividad como estrategia de control y crecimiento

	social (redes de consumidores).
--	---------------------------------

17.4.7 Necesidades de información y capacitación a los funcionarios de la Alcaldía Municipal de Soacha

La realización de la investigación relativa al SIA del Municipio de Soacha permitió identificar escenarios que requieren refuerzo en términos de capacitación y trabajo interinstitucional que vincule a las entidades, dependencias y funcionarios con el fin de poder intervenir adecuada y efectivamente el SIA. La situación se resume de la siguiente manera:

Cuadro 10. Necesidades de información y capacitación a funcionarios del Municipio de Soacha

Actor del sector informal alimentario	Necesidades de información y capacitación
<p align="center">Funcionarios de la Alcaldía municipal de Soacha</p> <p>Secretaría de Gobierno, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Planeación, Secretaría de Salud, Secretaria de Educación y Policía Municipal</p>	Taller (1), sobre conocimiento detallado de las normas: Leyes, Decretos y/o Acuerdos vigentes en materia del uso del espacio público con fines económicos dentro del marco referencial del Sector Informal Alimentario.
	Taller (1), sobre conocimiento detallado de la aplicación del Código de Policía y su relación con el capítulo Cundinamarca.
	Taller (1), para el conocimiento detallado de la estructura y dinámica del Sector Informal Alimentario y su implicación en las amenazas, riesgos y vulnerabilidades alimentarias y sanitarias para la población de Soacha.
	Talleres metodológicos (2): Formulación, montaje y operación de proyectos de comercialización de alimentos en los centros urbanos.
	Curso de procedimientos de producción, comercialización distribución y consumo eficiente de alimentos seguros y económicos para el Municipio de Soacha.
	Talleres para la Implementación de sistemas de participación social activa entre dependencias, funcionarios y comunidad beneficiada del Municipio de Soacha.
	Talleres de trabajo interinstitucional para el diseño de planes de acción conjuntos y coordinados con otras instituciones como Gobernación de Cundinamarca, Presidencia de la República (Red Juntos- Acción Social), Ministerios, etc., en temas concernientes al SIA y la distribución de alimentos.

18. Operatividad y cronograma del plan de acción para el SIA

La implementación del plan de acción se divide en tres conjuntos de acciones diferenciadas en el tiempo:

- Actividades de corto plazo (menos de seis meses);
- Actividades de mediano plazo (de 6 meses a dos años)
- Actividades de largo plazo (de dos años a cinco años)

Cuadro 11. Plan de acción - actividades a corto plazo (menos de seis meses)

ACTIVIDAD A EJECUTAR	DURACIÓN EN MESES	INSTITUCIÓN LÍDER	INSTITUCIÓN DE APOYO
COMPLEMENTO AL ESTUDIO DEL SIA	3	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA
FORMULACIÓN DE LA NORMATIVIDAD APLICADA AL SIA	3	ALCALDÍA DE SOACHA	
CONCERTACIÓN CON LOS VENDEDORES DEL SIA	5	ALCALDÍA DE SOACHA	
DESARROLLO DE ÁREAS PARA EL SIA DE ALIMENTOS PRELISTOS Y PREPARADOS IN SITU	3	ALCALDÍA DE SOACHA	
DISEÑO EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO PARA EL SIA PRELISTOS Y PREPARADOS IN SITU	3	ALCALDÍA DE SOACHA	
CONFORMACIÓN NODOS EN ÁREA RURAL	3	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA
CONFORMACIÓN DE NODOS EN ÁREA URBANA	3	ALCALDÍA DE SOACHA	
ESTUDIOS PARA EL MONTAJE DE TIENDAS DE FRUVER	5	ALCALDÍA DE SOACHA	
PRUEBA PILOTO MERCADO CONCERTADO EN LAS COMUNAS 1 Y 4	3	ALCALDÍA DE SOACHA	

Cuadro 12. Plan de acción - actividades a mediano plazo (de 6 - 24 meses)

ACTIVIDAD A EJECUTAR	DURACIÓN EN MESES	INSTITUCIÓN LÍDER	INSTITUCIÓN DE APOYO
FORMULACIÓN DEL SADA	6	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA FAO
EVALUACIÓN Y AJUSTE PRUEBA PILOTO, MERCADO CONCERTADO EN LAS COMUNAS 1 y 4	3	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
IMPLEMENTACIÓN PILOTO DEL MERCADO CONCERTADO EN LAS COMUNAS 2,3, 5 y 6	9	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
EVALUACIÓN Y AJUSTE PRUEBA PILOTO MERCADO CONCERTADO EN LAS COMUNAS 2,3,5 y 6	6	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
EVALUACIÓN DE OPCIONES INDUSTRIALES PARA EL SIA DE ALIMENTOS PRELISTOS	3	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
PRUEBA PILOTO DE DIEZ TIENDAS ESPECIALIZADAS EN FRUVER	9	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
EVALUACIÓN Y AJUSTE PRUEBA PILOTO EN TIENDAS ESPECIALIZADAS EN FRUVER	6	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
PRUEBA PILOTO CON DIEZ EMPRESAS PROCESADORAS DE PRELISTOS	9	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
EVALUACIÓN Y AJUSTE DE PRUEBA PILOTO DE EMPRESAS DE PRELISTOS	6	ALCALDÍA DE SOACHA	GOBERNACIÓN CUNDINAMARCA
CAPACITACIÓN A AGENTES INFORMALES	6	ALCALDÍA DE SOACHA	

19. Bibliografía

- **Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.; Universidad Distrital Francisco José de Caldas.** 2006. *Sistema de Abastecimiento de Alimentos para Bogotá*. Localidades Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Sumapaz, San Cristóbal y Suba. Bogotá D.C.
- **Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. UESP.** 2005. *Soporte técnico del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá*. Programa Bogotá sin hambre. Bogotá D.C.
- **Alcaldía Municipal de Soacha.** 2009 *Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional, SAN*. Secretaría de Desarrollo Social. Soacha – Cundinamarca.
- **Alcaldía Municipal de Soacha.** 2008a. *Plan de Desarrollo Municipal 2008 – 2011*. “Soacha para vivir mejor”. Soacha – Cundinamarca.
- **Alcaldía Municipal de Soacha.** 2008b. *Diagnóstico Ambiental y Agropecuario*. Soacha – Cundinamarca.
- **Alcaldía Municipal de Soacha.** 2001. *Plan de Ordenamiento Territorial*. Soacha-Cundinamarca.
- **Aragrande, M. y Argenti, O.** 2001. *Estudiando los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Guía metodológica y operacional. Serie “Alimentos en las Ciudades” No 3. FAO, Roma.
- **Argenti, O; Francois, S y Mouawad, H.** 2003. *El Sector Informal Alimentario. Políticas municipales de apoyo a los operadores*. Serie “Alimentos en las ciudades” No 4. FAO, Roma.
- **Argenti, O.** (ed.) 2000. *Alimentos para las ciudades*. Políticas de abastecimiento y distribución de alimentos para reducir la inseguridad alimentaria urbana. Serie “Alimentos en las Ciudades”, DT/43-00S, FAO, Roma.
- **Castañeda, A; y García, J.** 2007. *Hábitat y Espacio Público*. El caso de los vendedores informales en el espacio público de Bogotá. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., Secretaría de Gobierno, Instituto para la Economía Social, PNUD, ONU- Hábitat. Bogotá D.C.
- **Corporación SER.** 2009. *Diagnóstico institucional de Soacha*. Bogotá D.C.

- **FAO.** Dirección de Infraestructura Rural y Agroindustrias y la Dirección de Nutrición y Protección al Consumidor. *Promesas y desafíos del Sector Alimentario Informal en países en desarrollo.* 2007. Ottawa – Canadá.
- **Gobernación de Cundinamarca.** 2008. *Plan Departamental de Desarrollo 2008 – 2012.* “Cundinamarca. Corazón de Colombia”. Bogotá D.C.
- **Gobernación de Cundinamarca,** 2007. *Perfil Epidemiológico. Provincia Soacha.* Secretaría de Salud Departamental. Bogotá D.C.
- **Kotler, P. 1989.** *Mercadotecnia.* Segunda edición. Prentice – Hall Hispanoamericana S.A. México.
- **Lehel, S; Kahan, D. y Warner, M.** 2008. *Market-oriented agricultural infrastructure: appraisal of public – private partnerships.* FAO, Roma.
- **Mendoza, G.** 1987. *Compendio de mercadeo de productos agropecuarios.* Segunda edición revisada y aumentada. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José, Costa Rica.
- **Moncayo, E.** 1993. *Estudio prospectivo de abastecimiento y distribución de alimentos.* Misión Bogotá Siglo XXI. Bogotá D.C.
- **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.** 2005. *Informe sobre Desarrollo Humano.* New York, EE.UU.
- **Zanderighi, L.** 2002. *Urban food distribution in Europe.* Serie: “Food into Cities” Collection No 5. FAO, Roma.

ANEXO 1. Metodología aplicada al análisis del sector informal alimentario

- **FASE 1 – Introductoria**

Elaboración de los fundamentos cognoscitivos de la realidad a estudiar, teniendo como soporte la información secundaria. Utiliza las siguientes herramientas:

- ☞ Documentos publicados por las diferentes entidades (públicas y/o privadas) relacionadas con el SADA y específicamente con el SIA.
- ☞ Reuniones con los funcionarios de las entidades participantes a saber: Gobernación de Cundinamarca y Alcaldía Municipal de Soacha.

- **FASE 2 - Identificación de la problemática**

Se refiere a la captura de información en fuentes primarias (detallistas, transportadores, intermediarios, mayoristas, autoridades locales y habitantes) relacionados con el SIA. Se utilizan fuentes directas como:

- ☞ Observaciones de los procesos y dinámicas comerciales en los emplazamientos y rutas.
- ☞ Entrevistas con los agentes involucrados directa e indirectamente en el sector informal alimentario, SIA.
- ☞ Reuniones con las formas asociativas presentes dentro de la comunidad de detallistas.

Mediante este procedimiento se estableció un contacto vivencial con los escenarios de gestión seleccionados lo cual facilitó la percepción e interpretación de la estructura, dinámica y problemática del SIA.

- **FASE 3 - Formulación de alternativas de optimización**

Corresponde a la síntesis del trabajo adelantado. Engloba, sintetiza y profundiza conceptos, alternativas y procedimientos que garantizan la optimización integral del Sector Informal Alimentario. Incluye las siguientes actividades:

- ☞ Definición de los conceptos relativos a principios, políticas, objetivos y estrategias aplicables al proceso de optimización integral del sector alimentario informal.
- ☞ Visión prospectiva del SIA del Municipio de Soacha.
- ☞ Formulación de las estrategias de intervención en el SIA de Soacha.
- ☞ Elaboración del Plan de Acción a cinco años.

ANEXO 2. PLANOS LOCALIZACION DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN SOACHA

- **PLANO 1. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 1**
- **PLANO 2. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 2**
- **PLANO 3. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 3**
- **PLANO 4. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 4**
- **PLANO 5. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 5**
- **PLANO 6. LOCALIZACIÓN DEL SECTOR INFORMAL ALIMENTARIO EN LA COMUNA 6**

ANEXO 3. PRECIOS Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN

TABLA 1. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	MARGEN BRUTO CORABASTOS	MARGEN BRUTO SIA	MARGEN BRUTO TIENDAS	MARGEN BRUTO CARREFOUR
1	NARANJA VALENCIA	320	600	1.000	1.200	1.750	47%	68%	73%	82%
2	AGUACATE COMUN	1.700	3.100	4.500	4.500	0	45%	62%	62%	0
3	AGUACATE INJERTO	2.900	3.700	5.500	5.600	5.200	22%	47%	48%	44%
4	BANANO BOCADILLO	500	1.050	1.650	1.800	0	52%	70%	72%	0
5	BANANO CAVENDISH	250	600	1.000	1.000	1.300	58%	75%	75%	81%
6	BANANO CRIOLLO	485	750	1.000	1.180	0	35%	52%	59%	0
7	FRESA	700	1.200	2.000	3.000	0	42%	65%	77%	0
8	GRANADILLA MEDIANA	1.565	2.270	3.200	3.200	3.800	31%	51%	51%	59%
9	GUAYABA COMUN	200	660	1.100	1.500	0	70%	82%	87%	0
10	GUAYABA PERA	700	1.300	2.000	2.000	2.300	46%	65%	65%	70%
11	LIMON TAHITI	900	1.800	2.800	3.000	3.800	50%	68%	70%	76%
12	LULO NACIONAL	1.600	2.300	3.000	3.000	6.100	30%	47%	47%	74%
13	MANDARINA ARRAYANA	950	1.600	2.500	3.000	3.300	41%	62%	68%	71%
14	MANGO DE AZÚCAR	400	1.050	2.000	2.400	3.800	62%	80%	83%	89%
15	MARACUYÁ	650	1.000	1.600	2.000	3.400	35%	59%	68%	81%
16	MELON	700	1.200	1.900	2.000	0	42%	63%	65%	0
17	MORA DE CASTILLA	1.400	2.000	2.400	3.000	0	30%	42%	53%	0
18	PAPAYA MARADOL	500	1.000	1.600	2.000	4.500	50%	69%	75%	89%
19	PERA NACIONAL	800	1.200	2.000	2.000	0	33%	60%	60%	0
20	PIÑA PEROLERA MEDIANA	450	733	1.100	1.230	0	39%	59%	63%	0
21	PIÑA PEROLERA PIPO	300	480	845	845	0	38%	64%	64%	0
22	PITAYA AMARILLA	1.500	2.800	5.000	4.000	6.700	46%	70%	63%	78%
23	TOMATE DE ARBOL	1.100	1.500	2.000	2.400	2.800	27%	45%	54%	61%

Nota: el Margen Bruto es igual al precio dado menos el precio pagado al productor, dividido por el precio dado por cada agente.

TABLA 2. PRECIOS COMPARATIVOS DE VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA EN FRUTAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	NARANJA VALENCIA	320	600	1.000	1.200	1.750	280	680	880	1430
2	AGUACATE COMUN	1.700	3.100	4.500	4.500	0	1400	2800	2800	0
3	AGUACATE INJERTO	2.900	3.700	5.500	5.600	5.200	800	2600	2700	2300
4	BANANO BOCADILLO	500	1.050	1.650	1.800	0	550	1150	1300	0
5	BANANO CAVENDISH	250	600	1.000	1.000	1.300	350	750	750	1050
6	BANANO CRIOLLO	485	750	1.000	1.180	0	265	515	695	0
7	FRESA	700	1.200	2.000	3.000	0	500	1300	2300	0
8	GRANADILLA MEDIANA	1.565	2.270	3.200	3.200	3.800	705	1635	1635	2235
9	GUAYABA COMUN	200	660	1.100	1.500	0	460	900	1300	0
10	GUAYABA PERA	700	1.300	2.000	2.000	2.300	600	1300	1300	1600
11	LIMON TAHITI	900	1.800	2.800	3.000	3.800	900	1900	2100	2900
12	LULO NACIONAL	1.600	2.300	3.000	3.000	6.100	700	1400	1400	4500
13	MANDARINA ARRAYANA	950	1.600	2.500	3.000	3.300	650	1550	2050	2350
14	MANGO DE AZÚCAR	400	1.050	2.000	2.400	3.800	650	1600	2000	3400
15	MARACUYÁ	650	1.000	1.600	2.000	3.400	350	950	1350	2750
16	MELON	700	1.200	1.900	2.000	0	500	1200	1300	0
17	MORA DE CASTILLA	1.400	2.000	2.400	3.000	0	600	1000	1600	0
18	PAPAYA MARADOL	500	1.000	1.600	2.000	4.500	500	1100	1500	4000
19	PERA NACIONAL	800	1.200	2.000	2.000	0	400	1200	1200	0
20	PIÑA PEROLERA MEDIANA	450	733	1.100	1.230	0	283	650	780	0
21	PIÑA PEROLERA PIPO	300	480	845	845	0	180	545	545	0
22	PITAYA AMARILLA	1.500	2.800	5.000	4.000	6.700	1300	3500	2500	5200
23	TOMATE DE ARBOL	1.100	1.500	2.000	2.400	2.800	400	900	1300	1700

Nota: La diferencia en COP se toma con base en los precios de cotización de cada agente menos el precio pagado al agricultor.

TABLA 3. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN FRUTAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	NARANJA VALENCIA	320	600	1.000	1.200	1.750	280	400	200	750
2	AGUACATE COMUN	1.700	3.100	4.500	4.500	0	1400	1400	0	0
3	AGUACATE INJERTO	2.900	3.700	5.500	5.600	5.200	800	1800	100	-300
4	BANANO BOCADILLO	500	1.050	1.650	1.800	0	550	600	150	0
5	BANANO CAVENDISH	250	600	1.000	1.000	1.300	350	400	0	300
6	BANANO CRIOLLO	485	750	1.000	1.180	0	265	250	180	0
7	FRESA	700	1.200	2.000	3.000	0	500	800	1000	0
8	GRANADILLA MEDIANA	1.565	2.270	3.200	3.200	3.800	705	930	0	600
9	GUAYABA COMUN	200	660	1.100	1.500	0	460	440	400	0
10	GUAYABA PERA	700	1.300	2.000	2.000	2.300	600	700	0	300
11	LIMON TAHITI	900	1.800	2.800	3.000	3.800	900	1000	200	1000
12	LULO NACIONAL	1.600	2.300	3.000	3.000	6.100	700	700	0	3100
13	MANDARINA ARRAYAN	950	1.600	2.500	3.000	3.300	650	900	500	800
14	MANGO DE AZÚCAR	400	1.050	2.000	2.400	3.800	650	950	400	1800
15	MARACUYÁ	650	1.000	1.600	2.000	3.400	350	600	400	1800
16	MELON	700	1.200	1.900	2.000	0	500	700	100	0
17	MORA DE CASTILLA	1.400	2.000	2.400	3.000	0	600	400	600	0
18	PAPAYA MARADOL	500	1.000	1.600	2.000	4.500	500	600	400	2900
19	PERA NACIONAL	800	1.200	2.000	2.000	0	400	800	0	0
20	PIÑA PEROLERA	450	733	1.100	1.230	0	283	367	130	0
21	PIÑA PEROLERA PIPO	300	480	845	845	0	180	365	0	0
22	PITAYA AMARILLA	1.500	2.800	5.000	4.000	6.700	1300	2200	-1000	1700
23	TOMATE DE ARBOL	1.100	1.500	2.000	2.400	2.800	400	500	400	800

Nota: la diferencia en COP entre agentes comerciales se calcula por sustracción con las cotizaciones del SIA.

TABLA 4. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE LOS AGENTES PARTICIPANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO PAGADO POR KILO AL PRODUCTOR	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CORABASTOS	PRECIO DE VENTA POR KILO EN EL SIA	PRECIO DE VENTA POR KILO EN TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CARREFOUR MERCURIO	MARGEN NETO CORABASTOS RELACIÓN CON SIA	MARGEN NETO SIA	MARGEN NETO TIENDAS	MARGEN NETO CARREFOUR
1	NARANJA VALENCIA	320	600	1.000	1.200	1.750	28%	40%	50%	66%
2	AGUACATE COMÚN	1.700	3.100	4.500	4.500	0	31%	31%	31%	0
3	AGUACATE INJERTO	2.900	3.700	5.500	5.600	5.200	15%	33%	34%	29%
4	BANANO BOCADILLO	500	1.050	1.650	1.800	0	33%	36%	42%	0
5	BANANO CAVENDISH	250	600	1.000	1.000	1.300	35%	40%	40%	54%
6	BANANO CRIOLLO	485	750	1.000	1.180	0	27%	25%	36%	0
7	FRESA	700	1.200	2.000	3.000	0	25%	40%	60%	0
8	GRANADILLA MEDIANA	1.565	2.270	3.200	3.200	3.800	22%	29%	29%	40%
9	GUAYABA COMÚN	200	660	1.100	1.500	0	42%	40%	56%	0
10	GUAYABA PERA	700	1.300	2.000	2.000	2.300	30%	35%	35%	43%
11	LIMON TAHITÍ	900	1.800	2.800	3.000	3.800	32%	36%	40%	53%
12	LULO NACIONAL	1.600	2.300	3.000	3.000	6.100	23%	23%	23%	62%
13	MANDARINA ARRAYANA	950	1.600	2.500	3.000	3.300	26%	36%	47%	52%
14	MANGO DE AZÚCAR	400	1.050	2.000	2.400	3.800	33%	48%	56%	72%
15	MARACUYÁ	650	1.000	1.600	2.000	3.400	22%	38%	50%	71%
16	MELÓN	700	1.200	1.900	2.000	0	26%	37%	40%	0
17	MORA DE CASTILLA	1.400	2.000	2.400	3.000	0	25%	17%	33%	0
18	PAPAYA MARADOL	500	1.000	1.600	2.000	4.500	31%	38%	50%	78%
19	PERA NACIONAL	800	1.200	2.000	2.000	0	20%	40%	40%	0
20	PIÑA PEROLERA MEDIANA	450	733	1.100	1.230	0	26%	33%	40%	0
21	PIÑA PEROLERA PIPO	300	480	845	845	0	21%	43%	43%	0
22	PITAYA AMARILLA	1.500	2.800	5.000	4.000	6.700	26%	44%	30%	58%
23	TOMATE DE ÁRBOL	1.100	1.500	2.000	2.400	2.800	20%	25%	38%	46%

Nota: para el cálculo de los márgenes netos se consideraron tres (3) canales comerciales. Para el SIA se consideró el canal Productor – Corabastos – SIA. Para las Tiendas y Supermercados de barrio se consideró el canal Productor – Corabastos – Tiendas y Supermercados. Para Carrefour se asumió el canal Productor – Corabastos – Carrefour.

TABLA 5. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	MARGEN BRUTO CORABASTOS	MARGEN BRUTO SIA	MARGEN BRUTO TIENDAS	MARGEN BRUTO CARREFOUR
1	AHUYAMA COMUN	380	800	1.100	1.100	1.300	53%	65%	65%	71%
2	AHUYAMA HIBRIDA	550	1.000	1.300	1.350	0	45%	58%	59%	0
3	AJO NACIONAL	1.200	2.000	4.500	4.500	0	40%	73%	73%	0
4	ARVEJA VERDE	1.080	1.400	3.000	3.400	5.300	23%	64%	68%	80%
5	CEBOLLA CABEZONA BLANCA	850	1.250	2.000	2.000	3.300	32%	58%	58%	74%
6	CEBOLLA JUNCA	755	1.050	1.900	2.000	3.400	28%	60%	62%	78%
7	FRIJOL VERDE	947	1.265	2.000	2.400	0	25%	53%	61%	0%
8	HABICHUELA	1.030	1.100	2.000	2.400	1.900	6%	49%	57%	46%
9	MAZORCA TIERNA	900	1.711	3.200	3.500	3.800	47%	72%	74%	76%
10	PEPINO COHOMBRO	440	1.000	1.500	1.500	1.800	56%	71%	71%	76%
14	TOMATE CHONTO DE 1a	545	820	1.600	1.600	2.400	34%	66%	66%	77%
15	TOMATE CHONTO DE 2a	250	400	1.000	1.200	0	38%	75%	79%	0
16	TOMATE LARVA VIDA De 3a	200	400	900	1.000	0	50%	78%	80%	0

Nota: Margen Bruto de Comercialización es igual al precio dado menos el precio pagado al productor, dividido por el precio dado por cada agente

TABLA 6. PRECIOS COMPARATIVOS DE VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA EN HORTALIZAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	AHUYAMA COMUN	380	800	1.100	1.100	1.300	420	720	720	920
2	AHUYAMA HIBRIDA	550	1.000	1.300	1.350	0	450	750	800	0
3	AJO NACIONAL	1.200	2.000	4.500	4.500	0	800	3300	3300	0
4	ARVEJA VERDE	1.080	1.400	3.000	3.400	5.300	320	1920	2320	4220
5	CEBOLLA CABEZONA BLANCA	850	1.250	2.000	2.000	3.300	400	1150	1150	2450
6	CEBOLLA JUNCA	755	1.050	1.900	2.000	3.400	295	1145	1245	2645
7	FRIJOL VERDE	947	1.265	2.000	2.400	0	318	1053	1453	0
8	HABICHUELA	1.030	1.100	2.000	2.400	1.900	70	970	1370	870
9	MAZORCA TIERNA	900	1.711	3.200	3.500	3.800	811	2300	2600	2900
10	PEPINO COHOMBRO	440	1.000	1.500	1.500	1.800	560	1060	1060	1360
14	TOMATE CHONTO DE 1a	545	820	1.600	1.600	2.400	275	1055	1055	1855
15	TOMATE CHONTO DE 2a	250	400	1.000	1.200	0	150	750	950	0
16	TOMATE LARVA VIDA De 3a	200	400	900	1.000	0	200	700	800	0

Nota: La diferencia en COP se toma con base en los precios de cotización de cada agente menos el precio pagado al agricultor.

TABLA 7. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACION Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN HORTALIZAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	AHUYAMA COMUN	380	800	1.100	1.100	1.300	420	300	0	200
2	AHUYAMA HIBRIDA	550	1.000	1.300	1.350	0	450	300	50	0
3	AJO NACIONAL	1.200	2.000	4.500	4.500	0	800	2500	0	0
4	ARVEJA VERDE	1.080	1.400	3.000	3.400	5.300	320	1600	400	2300
5	CEBOLLA CABEZONA BLANCA	850	1.250	2.000	2.000	3.300	400	750	0	1300
6	CEBOLLA JUNCA	755	1.050	1.900	2.000	3.400	295	850	100	1500
7	FRIJOL VERDE	947	1.265	2.000	2.400	0	318	735	400	0
8	HABICHUELA	1.030	1.100	2.000	2.400	1.900	70	900	400	-100
9	MAZORCA TIERNA	900	1.711	3.200	3.500	3.800	811	1489	300	600
10	PEPINO COHOMBRO	440	1.000	1.500	1.500	1.800	560	500	0	300
14	TOMATE CHONTO DE 1a	545	820	1.600	1.600	2.400	275	780	0	800
15	TOMATE CHONTO DE 2a	250	400	1.000	1.200	0	150	600	200	0
16	TOMATE LARVA VIDA De 3a	200	400	900	1.000	0	200	500	100	0

Nota: la diferencia en COP entre agentes comerciales se calcula por sustracción con las cotizaciones del SIA.

TABLA 8. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE LOS AGENTES PARTICIPANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO PAGADO POR KILO AL PRODUCTOR	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CORABASTOS	PRECIO DE VENTA POR KILO EN EL SIA	PRECIO DE VENTA POR KILO EN TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CARREFOUR MERCURIO	MARGEN NETO CORABASTOS	MARGEN NETO SIA	MARGEN NETO TIENDAS	MARGEN NETO EN CARREFOUR
1	AHUYAMA COMÚN	380	800	1.100	1.100	1.300	38%	27%	27%	38%
2	AHUYAMA HÍBRIDA	550	1.000	1.300	1.350	0	35%	23%	26%	0
3	AJO NACIONAL	1.200	2.000	4.500	4.500	0	18%	56%	56%	0
4	ARVEJA VERDE	1.080	1.400	3.000	3.400	5.300	11%	53%	59%	74%
5	CEBOLLA CABEZONA BLANCA	850	1.250	2.000	2.000	3.300	20%	38%	38%	62%
6	CEBOLLA JUNCA	755	1.050	1.900	2.000	3.400	16%	45%	48%	69%
7	FRÍJOL VERDE	947	1.265	2.000	2.400	0	16%	37%	47%	0%
8	HABICHUELA	1.030	1.100	2.000	2.400	1.900	4%	45%	54%	42%
9	MAZORCA TIERNA	900	1.711	3.200	3.500	3.800	25%	47%	51%	55%
10	PEPINO COHOMBRO	440	1.000	1.500	1.500	1.800	37%	33%	33%	44%
14	TOMATE CHONTO DE 1a	545	820	1.600	1.600	2.400	17%	49%	49%	66%
15	TOMATE CHONTO DE 2a	250	400	1.000	1.200	0	15%	60%	67%	0
16	TOMATE LARVA VIDA De 3a	200	400	900	1.000	0	22%	56%	60%	0

Nota: para el cálculo de los márgenes netos se consideraron tres (3) canales comerciales. Para el SIA se consideró el canal Productor – Corabastos – SIA. Para las Tiendas y Supermercados de barrio se consideró el canal Productor – Corabastos – Tiendas y Supermercados. Para Carrefour se asumió el canal Productor – Corabastos – Carrefour. Así para el margen neto de la **AHUYAMA COMÚN** es el resultado de la operación matemática: $1\ 100 - 800 / 1\ 100$. En este caso el precio final corresponde a la cotización dada en el SIA. Para el canal de tiendas el precio final es 1 100 COP kilo y para el canal de Carrefour el precio final es 1 300 COP Kilo. El mismo razonamiento se aplica para los demás productos.

TABLA 9. PRECIOS Y MÁRGENES BRUTOS ACUMULADOS EN CADA AGENTE POR COMERCIALIZACIÓN DE RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	MARGEN BRUTO CORABASTOS	MARGEN BRUTO SIA	MARGEN BRUTO TIENDAS	MARGEN BRUTO CARREFOUR
1	PAPA PASTUSA GRUESA	810	1.020	1.400	1.500	2.560	21%	42%	46%	68%
2	PAPA PASTUSA PAREJA	320	510	1.000	1.000	0	37%	68%	68%	0%
3	PAPA CRIOLLA PAREJA	750	1.020	1.400	1.700	2.400	26%	46%	56%	69%
4	ZANAHORIA GRUESA	230	375	800	1.000	1.000	39%	71%	77%	77%
5	ZANAHORIA DE SEGUNDA	141	166	600	800	0	15%	77%	82%	0
6	REMOLACHA DE SEGUNDA	435	670	1.400	1.600	0	35%	69%	73%	0
7	YUCA LLANERA GRUESA	232	500	900	1.000	0	54%	74%	77%	0
8	YUCA LLANERA DE SEGUNDA	172	285	600	660	0	40%	71%	74%	0
9	HARTON V y M DE PRIMERA	636	1.100	1.800	1.800	1.700	42%	65%	65%	63%
10	HARTON V y M DE SEGUNDA	409	700	1.350	1.400	0	42%	70%	71%	0

Nota: Margen Bruto de Comercialización es igual al precio dado menos el precio pagado al productor, dividido por el precio dado por cada agente

TABLA 10. PRECIOS COMPARATIVOS DE VENTA DETALLISTA Y DIFERENCIA (\$) RELATIVA ACUMULADA EN RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	PAPA PASTUSA GRUESA	810	1.020	1.400	1.500	2.560	210	590	690	1750
2	PAPA PASTUSA PAREJA	320	510	1.000	1.000	0	190	680	680	0%
3	PAPA CRIOLLA PAREJA	750	1.020	1.400	1.700	2.400	270	650	950	1650
4	ZANAHORIA GRUESA	230	375	800	1.000	1.000	145	570	770	770
5	ZANAHORIA DE SEGUNDA	123	185	600	800	0	62	477	677	0
6	REMOLACHA DE SEGUNDA	435	670	1.400	1.600	0	235	965	1165	0
7	YUCA LLANERA GRUESA	232	500	900	1.000	0	268	668	768	0
8	YUCA LLANERA DE SEGUNDA	172	285	600	660	0	113	428	488	0
9	HARTON V y M DE PRIMERA	636	1.100	1.800	1.800	1.700	464	1164	1164	1064
10	HARTON V y M DE SEGUNDA	409	700	1.350	1.400	0	291	941	991	0

Nota: la diferencia en COP se toma con base en los precios de cotización de cada agente menos el precio pagado al agricultor.

TABLA 11. PRECIOS COMPARATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIA (\$) ENTRE AGENTES EN RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO KILO PRODUCTOR	PRECIO KILO CORABASTOS	PRECIO KILO EN EL SIA	PRECIO KILO TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO KILO CARREFOUR MERCURIO	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CORABASTOS	DIFERENCIA (\$) x Kilo en SIA	DIFERENCIA (\$) x Kilos en TIENDAS, ETC	DIFERENCIA (\$) x Kilo en CARREFOUR
1	PAPA PASTUSA GRUESA	810	1.020	1.400	1.500	2.560	210	380	100	1160
2	PAPA PASTUSA PAREJA	320	510	1.000	1.000	0	190	490	0	0%
3	PAPA CRIOLLA PAREJA	750	1.020	1.400	1.700	2.400	270	380	300	1000
4	ZANAHORIA GRUESA	230	375	800	1.000	1.000	145	425	200	200
5	ZANAHORIA DE SEGUNDA	141	166	600	800	0	25	434	200	0
6	REMOLACHA DE SEGUNDA	435	670	1.400	1.600	0	235	730	200	0
7	YUCA LLANERA GRUESA	232	500	900	1.000	0	268	400	100	0
8	YUCA LLANERA DE SEGUNDA	172	285	600	660	0	113	315	60	0
9	HARTON V y M DE PRIMERA	636	1.100	1.800	1.800	1.700	464	700	0	-100
10	HARTON V y M DE SEGUNDA	409	700	1.350	1.400	0	291	650	50	0

Nota: la diferencia en COP entre agentes comerciales se calcula por sustracción con las cotizaciones del SIA.

TABLA 12. MÁRGENES NETOS EN PESOS (\$) ENTRE AGENTES PARTICIPANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE RAÍCES, TUBÉRCULOS Y PLÁTANO

Datos tomados los días 15 y 16 de abril del 2009 en Corabastos y el Municipio de Soacha

	PRODUCTO	PRECIO PAGADO POR KILO AL PRODUCTOR	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CORABASTOS	PRECIO DE VENTA POR KILO EN EL SIA	PRECIO DE VENTA POR KILO EN TIENDAS Y SUPERM.	PRECIO DE VENTA POR KILO EN CARREFOUR MERCURIO	MARGEN NETO CORABASTOS	MARGEN NETO SIA	MARGEN NETO TIENDAS	MARGEN NETO EN CARREFOUR
1	PAPA PASTUSA GRUESA	810	1.020	1.400	1.500	2.560	15%	27%	32%	60%
2	PAPA PASTUSA PAREJA	320	510	1.000	1.000	0	19%	49%	49%	0%
3	PAPA CRIOLLA PAREJA	750	1.020	1.400	1.700	2.400	19%	27%	40%	58%
4	ZANAHORIA GRUESA	230	375	800	1.000	1.000	18%	53%	63%	63%
5	ZANAHORIA DE SEGUNDA	141	260	600	800	0	20%	57%	68%	0
6	REMOLACHA DE SEGUNDA	435	670	1.400	1.600	0	17%	52%	58%	0
7	YUCA LLANERA GRUESA	232	500	900	1.000	0	30%	44%	50%	0
8	YUCA LLANERA DE SEGUNDA	172	285	600	660	0	19%	53%	57%	0
9	HARTÓN V y M DE PRIMERA	636	1.100	1.800	1.800	1.700	26%	39%	39%	35%
10	HARTÓN V y M DE SEGUNDA	409	700	1.350	1.400	0	22%	48%	50%	0

Nota: para el cálculo de los márgenes netos se consideraron tres (3) canales comerciales. Para el SIA se consideró el canal Productor – Corabastos – SIA. Para las Tiendas y Supermercados de barrio se consideró el canal Productor – Corabastos – Tiendas y Supermercados. Para Carrefour se asumió el canal Productor – Corabastos – Carrefour. Así para el margen neto de la **PAPA PASTUSA GRUESA** es el resultado de la operación matemática: $1\ 400 - 1\ 020 / 1\ 400$. En este caso el precio final corresponde a la cotización dada en el SIA. Para el canal de tiendas el precio final es 1 500 COP kilo y para el canal de Carrefour el precio final es 2 560 COP Kilo. El mismo razonamiento se aplica para el resto de productos.