

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL (UCI)



PROPUESTA DE UN DESARROLLO DE SELLOS DE CALIDAD “ALIMENTA BOGOTÁ”, COMO UNA ACCIÓN COMUNICATIVA PARA LA VISIBILIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA INOCUIDAD Y CALIDAD DE LOS ACTORES DEL ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO Y DE GENERACIÓN DE CONFIANZA EN LOS CONSUMIDORES DE BOGOTÁ

JULIA DEL CARMEN LUNA AMADOR

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GERENCIA DE PROGRAMAS SANITARIOS EN INOCUIDAD DE ALIMENTOS

**SAN JOSÉ, COSTA RICA
FEBRERO, 2013**

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL (UCI)

**Este proyecto final de graduación fue aprobado por la Universidad como requisito
para optar al grado de Master en Gerencia de Programas Sanitarios en Inocuidad
de Alimentos**

LENA PRIETO CONTRERAS

LILIANA PERALTA BAQUERO
LECTOR No1

JULIA DEL CARMEN LUNA AMADOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios, a mi gran maestro Jesús

A mi madre celestial, María

A mis arcángeles y ángeles que nunca me fallan

A mi madre por su inmenso e infinito amor

A Harlan y mi Ary: mi familia, mi esposo y mi hija por su paciencia, por su apoyo, por su Fe en mi y por su amor... aún en la distancia

A mi tío porque confía poderosamente que el universo conspira a mi favor y que “nacé para grandes cosas”

En especial a mi padre, que siendo muy niño dejó su casa, sus padres, su pueblo para ir tras un sueño de superación y que hoy ya cumplido el sueño y siendo un adulto mayor, me ha enseñado y demostrado con su ejemplo que querer es poder!

A mis amig@s y compañer@s que aportaron su granito de arena para el cumplimiento de este sueño: ser Magister

A mi ángel en la tierra: Ofelia Londoño, por su apoyo incondicional, por acompañarme en el arduo cumplimiento de esta meta

A mi asesora de comunicaciones y estilo: Ángela, otro ángel más a mi lado

A Bogotá, por recibirme y acogermé y por permitirme crecer cada día

A la SDDE, porque me retó y hoy puedo cumplirle

A Cartagena, porque en la brevedad podré aportar a su desarrollo

A mi tutora Dra. Liliana Peralta, por todo

A la UCI y su capital humano por su maravillosa labor. ¡Pura Vida!

Finalmente,

A mi Ary y a mi hermana Vicky para que nunca olviden que la fórmula de los milagros es: ¡Soñar, desear y confiar!

Al Universo, al Cristo que vive en mi interior, a la vida por permitirme alcanzar este logro y por enseñarme que: agradecer hace más corto el camino al éxito

A las mil bendiciones que vienen...

A ell@s y por todo...

¡Gracias, Gracias, Gracias!

DEDICATORIA

A mi hija Arantxa María, por que el ejemplo vale más que mil consejos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	ABREVIATURAS	xii
	RESUME EJECUTIVO	xiv
1	INTRODUCCIÓN	16
1.1	Antecedentes	16
1.1.1	El Derecho a la alimentación, la Política Publica de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá y el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad alimentaria de Bogotá (Alimenta Bogotá)	16
1.1.2	Avances del Plan Maestro Alimenta Bogotá como instrumento de gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá	18
1.1.3	El Plan Maestro Alimenta Bogotá y los consumidores de Bogotá	22
1.2	Problemática	25
1.3	Justificación del proyecto.	25
1.4	Supuestos	27
1.5	Restricciones	27
1.6	Objetivo general	27
1.7	Objetivos específicos	27
2	MARCO TEÓRICO	29
2.1	Marco referencial o institucional	30
2.1.1	La institución	30
2.1.2	Visión y Misión de la Secretaría de Desarrollo Económico	31
2.1.3	Estructura organizativa	32
2.1.4	El Plan Maestro Alimenta Bogotá: instrumento de gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Distrito Capital	34
2.1.5	Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y nutrición del Plan Maestro Alimenta Bogotá	36
2.1.6	Compromisos del Distrito de Bogotá, de la SDDE y Alimenta Bogotá a favor del derecho a la alimentación	37
2.1.7	Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro Alimenta Bogotá: Transformación del Pensamiento para la Acción	40

2.2	Fundamentos teóricos del proyecto	55
2.2.1	Calidad	55
2.2.2	Calidad alimentaria	55
2.2.3	Sistemas de gestión de la inocuidad	57
2.2.4	Certificaciones de Calidad	62
3	MARCO METODOLÓGICO	82
3.1	Fuentes de Información	82
3.2	Técnicas de investigación	83
3.3	Actividad des, instrumentos y participantes	85
3.3.1	Actividades	85
3.3.2	Instrumentos	87
3.3.3	Participantes	87
4	DESARROLLO DEL SELLO DE CALIDAD “ALIMENTA BOGOTA”.	88
4.1	Revisión de la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria en Calidad e Inocuidad.	88
4.2	Revisión del informe final de la línea estratégica de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá en calidad e inocuidad	94
4.3	Revisión del informe de ejecución del proyecto 442 para el periodo 2008-2012, de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario denominado: Implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria	95
4.4	Sellos de calidad y/o distintivos de promoción de atributos de valor diferenciadores entre consumidores	98
4.5	El Programa de certificación de calidad del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá: sello de calidad Alimenta Bogotá	101
4.6	Sello de calidad como acción comunicativa para la movilización	103

	social	
4.7	Gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá.	104
4.8	Operatividad del sello de calidad Alimenta Bogotá	108
4.8.1	Protocolo de acceso/guías de implementación	109
4.8.2	Sistema de evaluación del sello de calidad Alimenta Bogotá	114
4.8.3	Imagen institucional o corporativa del sello de calidad Alimenta Bogotá	114
4.9	Plan de acción	118
5	CONCLUSIONES	120
6	RECOMENDACIONES	126
7	BIBLIOGRAFÍA	128
	ANEXOS	132

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Organigrama Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	32
Figura 2	Dimensiones del Derecho a la alimentación- Ejes de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional	33
Figura 3	Portafolio de Servicios de Alimenta Bogotá	36
Figura 4	Pirámide para la gestión de alimentos seguros	59
Figura 5	Relación ISO 9000 e ISO 22000	61
Figura 6	Sistemas prerequisites para la implementación de ISO22000	62
Figura 7	Sello de Calidad: Denominación de Origen Protegida	66
Figura 8	Sello de Calidad: Indicación Geográfica Protegida	66
Figura 9	Sello de calidad: especialidad tradicional garantizada	67
Figura 10	Sello de calidad: Sello Rojo de Calidad Superior	68
Figura 11	Sello de calidad: Free-Farmed	69
Figura 12	Sello de calidad: FOSHU	70
Figura 13	Sello de calidad: SENASA	71
Figura 14	Sello de calidad: México, Calidad Selecta.	72
Figura 15	Procedimiento para obtener el distintivo “H”	74
Figura 16	Sello de calidad: Sello de Alimentos Argentinos	74
Figura 17	Sello Alimento Ecológico	80
Figura 18	Sello SAC: sello ambientalmente sostenible	81
Figura 19	Principales acciones para llevar a cabo la investigación – acción.	84
Figura 20	Estructura institucional del sello de calidad Alimenta Bogotá.	107
Figura 21	La marca Alimenta Bogotá	115
Figura 22	El logo y sus elementos.	117

Índice de cuadros

Cuadro 1	Ejes Temáticos de la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro-Alimenta Bogotá	44
Cuadro 2	Acciones de comunicación para el eje de Calidad e Inocuidad de los Alimentos	46
Cuadro 3	Acciones de comunicación para el eje de Hábitos Nutricionales Saludables	49
Cuadro 4	Herramientas e instrumentos eje Calidad e Inocuidad de los Alimentos.	50
Cuadro 5	Herramientas e instrumentos eje Hábitos Nutricionales Saludables	51
Cuadro 6	Resultados –Indicadores para Evaluación y Monitoreo	52
Cuadro 7	Parámetros Microbiológicos para la evaluación de los alimentos en la estrategia de restaurantes populares	77
Cuadro 8	Minuta Patrón	78
Cuadro 9	Estructura de la línea estratégica de comunicación para la movilización social en Calidad e Inocuidad.	90
Cuadro 10	Programación de actividades para el cumplimiento de la meta plan: “Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012”	96
Cuadro 11	Resumen de la ejecución de la Meta Plan: Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012.	97
Cuadro 12	Ficha técnica para la gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá	105
Cuadro 13	Guía para la implementación de la acción comunicativa: sello de calidad Alimenta Bogotá.	111

Cuadro 14	Protocolo de acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá. Actor voluntario.	112
Cuadro 15	Protocolo de acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá. Actor acompañado por la SDDE-Plan Maestro Alimenta Bogotá	113
Cuadro 16	Indicadores de Seguimiento y evaluación del sello de calidad alimenta Bogotá	114
Cuadro 17	Piezas promocionales de la marca del sello de calidad Alimenta Bogotá por tipo de actor.	117
Cuadro 18	Plan de acción general para el piloto de certificación de actores del abastecimiento con el sello de calidad Alimenta Bogotá y de formación e información de consumidores	119

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Acta (Charter) Del Proyecto Final de Graduación	133
Anexo 2	Esquema institucional de distribución de responsabilidades frente a la gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y nutricional	137
Anexo 3	Decreto 315 de 2006 del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, propósito, políticas, estrategias y metas	138
Anexo 4	Estrategias de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad en los alimentos y hábitos nutricionales saludables	158
Anexo 5	. Estrategia de comunicación para la movilización social en torno a la calidad inocuidad y hábitos nutricionales saludables.	286
Anexo 6	Decreto 3075 de 1997	329
Anexo 7	Manual de identidad corporativa	359

ABREVIATURAS

- ACODRÉS: Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica.
- AIS: Acción Internacional por la Salud de Bolivia.
- BPA: Buenas Prácticas Agrícolas.
- BPM: Buenas Prácticas de Manufatura.
- CONPES: Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- CODEDCO: Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor de Bolivia.
- DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- DERA: Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario.
- ECAS: Escuelas de Campo de los Agricultores Españoles.
- EE.UU.: Estados Unidos.
- ETAS: Enfermedades Transmitidas por los Alimentos.
- FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura.
- FUNAVI: Fundación por la Naturaleza y la Vida de Bolivia.
- HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points.
- IBFAN: Red Internacional de Grupos Pro Alimentación Infantil.
- IBNORCA: Instituto Boliviano de Normalización y Calidad.
- ICONTEC: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación.
- I.N.P.I: Instituto Nacional de Propiedad Intelectual de Argentina.
- INVIMA: Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.
- ISO: International Organization for Standardization.
- ODM: Objetivos de Desarrollo del Milenio.
- OMC: Organización Mundial del Comercio.
- ONU: Organización de las Naciones Unidas
- PMAASAB: Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá.
- POES: Procedimientos Operativos Estandarizados.
- PSAN: Política de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

- SAHyP: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina.
- SDDE: Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
- SDS: Secretaría Distrital de Salud.
- SGSSS: Sistema General de Seguridad Social en Salud.
- SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje.
- SENASA: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria
- USDA: United State Departmet of Agriculture. Departamento de Agricultura de Estados Unidos.

RESUMEN EJECUTIVO

La Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo. 25, establece entre otros aspectos que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación. Por su parte, la Constitución Política de Colombia de 1991 consagra en su artículo 13 que le corresponde al Estado garantizar un entorno seguro para el ejercicio del derecho a la alimentación; es decir, respetar y hacer respetar, o promover las condiciones para que los individuos puedan acceder, por sí mismos, a los alimentos, en la cantidad y la calidad requeridas.

La ciudad de Bogotá, capital de Colombia se convirtió en pionera en resguardar el derecho a la alimentación de los ciudadanos con la opción de La Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá (PSAN) así como el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria – Alimenta Bogotá como su instrumento de gestión, establecidas por la ciudad a través de los Decretos 508 de 2007 y 315 de 2006 respectivamente. En el marco de la PSAN fue designada como entidad responsable del eje de Disponibilidad de alimentos en cantidad, oportunidad y calidad fue designada a la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá (SDDE).

En el periodo administrativo 2008 - 2012, la SDDE, a través de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA) en cuyo resorte recae la implementación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, ha venido liderando acciones a favor del consumidor de alimentos de la ciudad de Bogotá, ofreciendo y apoyando a los actores de la cadena de abastecimiento con acciones como la capacitación de actores para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos y la implementación de sistemas de gestión de calidad e inocuidad como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), en la promoción de los derechos de los consumidores, hábitos nutricionales saludables y de correcta manipulación de los alimentos. En concordancia con estas acciones, la SDDE logró intervenir a un número aproximado de 20.000 actores de la cadena de abastecimiento de la ciudad – región, precisamente con acciones a favor de la gestión de la inocuidad de los alimentos, de tal forma que los consumidores bogotanos pudieran disponer y acceder a una alimentación sana y segura, que se tradujera en nutrición. Las acciones emprendidas, no dan cuenta de un proceso de visibilización de la tarea realizada por la SDDE y por Alimenta Bogotá a favor de los consumidores y mucho menos dan cuenta del compromiso de los actores de la cadena que lograron adoptar el sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos.

La presente investigación se desarrolló aplicando la técnica de investigación cualitativa, Investigación – Acción y en su primer ciclo de ejecución se tomó la tarea de analizar la problemática generada en la entidad, que se concreta en: el Plan Maestro Alimenta Bogotá no visibiliza a los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos que apoyó para la adopción de las BPM como sistema de gestión de la inocuidad y calidad de los alimentos en el periodo 2008-2012. Lo anterior, conduce al desconocimiento y desinformación por parte de los consumidores; propiciando prácticas inadecuadas de

compra, de consumo de alimentos y por ende a un aprovechamiento biológico de los alimentos deficiente, hecho que contribuye poco con la nutrición de los bogotanos, atentando contra el derecho fundamental de la alimentación.

La investigadora, parte activa de la SDDE, como coordinadora del servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición del Plan Maestro Alimenta Bogotá, logró el acceso a documentos provenientes de la misma entidad, constituyéndose en información de fuente primaria. En esta revisión de información, se halló la documentación que sustenta la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá. La estrategia pretende promover las transformaciones culturales hacia la adopción de hábitos nutricionales saludables y buenas prácticas de manipulación de los alimentos. La estrategia conformada por 21 acciones comunicativas no cuenta con alguna de estas acciones diseñada para visibilizar la gestión de la SDDE, del Plan Maestro Alimenta Bogotá y mucho menos visibilizar el compromiso con la gestión de inocuidad de los actores de la cadena de abastecimiento, que permitiera a los consumidores identificar alimentos sanos y seguros para su consumo.

La revisión de información de fuentes secundarias originaron luces de cómo desarrollar como producto de la investigación una propuesta relacionada con un sistema de sellos de calidad como acción comunicativa de movilización social, que le permitirá al Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá- Alimenta Bogotá-, visibilizar la gestión de la inocuidad alimentaria por parte de los actores del abastecimiento alimentario de Bogotá de tal forma, que permita el reconocimiento, diferenciación y generación de confianza por los consumidores.

Finalmente, luego de todo el análisis de la problemática, la revisión de la información existente en la SDDE y la revisión de casos exitosos relacionados con los sellos de calidad a nivel mundial, su operatividad y su posible carácter institucional, la investigación se concretó con la formulación de un sustento técnico documental para la implementación del programa de certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, a través del Sello de Calidad Alimenta Bogotá. La ficha técnica del sello, la guía de implementación para la SDDE, los protocolos de acceso de los actores al sello, la batería de indicadores de monitoreo y evaluación, la imagen corporativa y las posibles piezas promocionales del sello por tipo de actor, se constituyeron, entre otros, en entregables de la investigación. El proceso investigativo, culminó con la formulación de un plan de acción para el desarrollo de un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el sello de calidad “Alimenta Bogotá” y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el sello de calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

La Constitución Política de Colombia consagra, en el artículo 13, que todas las personas gozan de los mismos derechos, libertades y oportunidades, y el Estado debe proveer las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptar medidas a favor de grupos discriminados o marginados. Adicionalmente, le corresponde al Estado garantizar un entorno seguro para el ejercicio del derecho a la alimentación; es decir, respetar y hacer respetar, o promover las condiciones para que los individuos puedan acceder, por sí mismos, a los alimentos, en la cantidad y la calidad requeridas. El Estado debe adoptar políticas o medidas que faciliten el acceso a los alimentos y a los medios para obtenerlos y que promuevan su aprovechamiento de conformidad con el artículo 334.

En virtud de lo emanado por la declaración universal de los derechos humanos y por la constitución del 91, el país se dio a la tarea de diseñar e implementar acciones conducentes a la satisfacción del derecho fundamental de la alimentación.

1.1.1 El Derecho a la alimentación, la Política Publica de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá y el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad alimentaria de Bogotá (Alimenta Bogotá). En la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 25, se establece que: “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez y otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad.”

La Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá y el Plan Maestro Alimenta Bogotá como su instrumento de gestión, establecidos en el Distrito de Bogotá

a través de los Decretos 508 de 2007 y 315 de 2006, fueron consecuencias de la priorización del derecho a la alimentación, el cual se incorporó en la agenda pública del Distrito Capital desde comienzos de la década de los noventa, dando respuesta a lo establecido en la Conferencia de Alma Ata (1978) que planteó que la salud es un derecho humano fundamental y, en tanto derecho, de hombres y mujeres, requiere de información y de educación y además exige la participación comunitaria en la toma de decisiones. Así mismo, con la conferencia de Ottawa (1986) que continúa en esta línea y plantea que es necesario considerar la salud más allá de la enfermedad, colocando como requisito indispensable para que haya salud, la existencia de condiciones óptimas de educación, vivienda, alimentación, ecosistemas limpios, justicia social y equidad. Plantea, igualmente, que se requiere una política pública sana que pueda crear ambientes favorables reforzando la acción de la comunicación, para que todos los individuos, hombres y mujeres, puedan de esa manera ser copartícipes y puedan asumir de manera responsable la acción sobre su salud.

Las acciones emprendidas por las administraciones distritales, desde el año 2004 a la fecha, dan cuenta de los esfuerzos de la ciudad frente a lo consagrado por los 186 miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2000 como son los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), específicamente en lo que respecta al ODM 1 “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”.

Los esfuerzos de la ciudad, coincidieron con el Consejo Nacional de Política Económica Social (Conpes) Social 113 de 2008, que establece la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN); la cual se constituyó en una de las estrategias del Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010, para lograr la garantía de los derechos fundamentales, económicos y sociales; el fortalecimiento del capital humano, de las condiciones regionales de desarrollo y paz, de la institucionalidad del Estado y la reducción de la pobreza; ratificando a la nación en el compromiso con el cumplimiento de los ODM. Garantizar que toda la población colombiana disponga, acceda y consuma alimentos de manera permanente y oportuna, en suficiente cantidad, variedad, calidad e inocuidad es el objetivo general de la PSAN.

1.1.2 Avances del Plan Maestro Alimenta Bogotá como instrumento de gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá. Desde el año 2008 la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA) en cuyo resorte recae la implementación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, ha venido liderando acciones a favor del consumidor de alimentos de la ciudad de Bogotá, donde la calidad e inocuidad es la característica innegociable de los mismos, ofreciendo y apoyando a los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos en la implementación de sistemas de gestión de calidad e inocuidad como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), en la promoción de los derechos de los consumidores, hábitos nutricionales saludables y de correcta manipulación de los alimentos:

El Convenio No. 07 de 2008 desarrollado entre Compensar y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, logró diseñar e iniciar la puesta en marcha la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria, en torno a la calidad inocuidad y hábitos nutricionales saludables; estrategia que cuenta con acciones de comunicación direccionadas a los diferentes actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, en especial a los tenderos y sus familias; estas acciones se construyeron con énfasis en los ejes temáticos de calidad e inocuidad y hábitos nutricionales saludables.

Los resultados obtenidos en el ejercicio de implementación de la estrategia diseñada, alcanzaron la intervención de 1'147.325 personas; sujetos de las acciones de comunicación de la estrategia de movilización social con énfasis en el eje temático de calidad e inocuidad. Sujetos, entre los que se encontraron consumidores de tiendas de más de 113 barrios de Bogotá intervenidos, representantes de empresas transportadoras, gremios de restaurantes y tenderos, radioescuchas, tenderos, representantes de las Juntas de Acción Comunal de los barrios, comerciantes y clientes de plazas de mercado públicas, entre otros.

Sin embargo, en el año 2009, se hizo necesario empezar a escalar los procesos desarrollados, ajustándolos de acuerdo con las lecciones aprendidas. En este sentido, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y el Instituto Distrital de Turismo firmaron el Convenio No. 367 de 2009, con la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica ACODRÉS; el cual, se centró en la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura – BPM, mediante asistencia técnica y acompañamiento para fortalecer la calidad y la sostenibilidad como estrategia de competitividad empresarial, en establecimientos de gastronomía tradicional Afrocolombiana en Bogotá y restaurantes ubicados en zonas turísticas, en el contexto del Plan Maestro Alimenta Bogotá y de la Política Distrital de Turismo. Este convenio permitió la adopción de criterios de calidad en la operación y servicio a más de 50 restaurantes de las localidades turísticas de la ciudad, garantizando a los consumidores la inocuidad y, por ende, el valor nutricional esperado.

En el mismo año, 21.604 personas vulnerables de la ciudad, usuarios de comedores comunitarios de las localidades de Bogotá, se impactaron positivamente, luego que 71 comedores comunitarios fueron acompañados por el convenio 274 de 2009 firmado entre la SDDE y la Universidad Jorge Tadeo Lozano para la implementación de las Buenas Prácticas de Manufactura. En este proceso, más de 139 operarios y administradores de los comedores fueron capacitados por más de 18 horas en protección alimentaria, 1.015 operarios fueron capacitados y sensibilizados en campo, logrando transformaciones culturales y operacionales en el servicio de comedor, permitiendo la elaboración de alimentos sanos y seguros y escalando en el cumplimiento de la norma sanitaria colombiana, Decreto 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud.

A través del Convenio No. 367 de 2009 entre la Secretaría de Desarrollo Económico y la Universidad de La Salle, se intervinieron 150 empresas transformadoras de alimentos, logrando que más de 4.800 productos fueran avalados por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) emitiendo los registros sanitarios para los productos, con una vigencia hasta por 10 años; permitiendo, de esta

manera, que las 150 empresas intervenidas en el convenio, pudieran garantizar inocuidad y sanidad a los consumidores de sus alimentos y lograr ampliar su horizonte comercial cumpliendo a satisfacción los requerimientos legales y sanitarios de obligatoriedad en el país.

Ampliando los ámbitos de intervención y vinculando a consumidores, se propició la generación de compromiso y apropiación frente al desarrollo del Plan Maestro Alimenta Bogotá; en el 2010, se capacitaron y sensibilizaron consumidores hacia la adopción de prácticas adecuadas de preparación de los alimentos, el consumo de alimentos sanos y saludables. Así mismo, se propició la concientización para la promoción y exigibilidad del derecho de la alimentación, a través de jornadas lúdico-demostrativas de preparaciones gastronómicas o culinarias que permitieron interactuar con los consumidores logrando transferir el conocimiento relacionado con las prácticas adecuadas de preparación de alimentos para garantizar su inocuidad y sanidad, conservación de los nutrientes; se transfirieron conocimientos a los consumidores para la adopción de hábitos nutricionales saludables que permitan mejorar su calidad de vida. La campaña, logró impactar 30.000 habitantes correspondientes a 30.000 familias de las localidades de Bogotá en 600 jornadas lúdico demostrativas desarrolladas por ACODRÉS en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) para la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, a través del Convenio No. 202 de 2010.

En el 2010 por medio del Convenio No. 272 ejecutado por la Federación de Acción Comunal de Bogotá, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico apoyó el proceso de formación y formalización de 46 ligas de consumidores en las 20 localidades de Bogotá, en procura de que los consumidores se involucrarán en los procesos de exigibilidad del derecho a la alimentación. Convirtiéndose las ligas, de esta manera, en veedores del abastecimiento de la ciudad; abastecimiento y comercialización de alimentos, pero con condiciones de sanidad y en cumplimiento de criterios de calidad e inocuidad, de tal forma que se garantice la calidad de vida nutricional de los Bogotanos y Bogotanas.

Alrededor de 600 operarios y propietarios de restaurantes de gastronomía afrocolombiana de la ciudad fueron capacitados y sensibilizados para la adopción de hábitos adecuados de manipulación de los alimentos a través de los Convenios No. 244 de 2010 y 282 de 2011, firmados por la SDDE con la Universidad de la Salle y ACODRÉS respectivamente.

A la fecha, los comerciantes de los más de 1.000 Mercados Campesinos que se han realizado en las localidades de la ciudad de Bogotá, gracias a los diferentes convenios firmados entre ILSA y la SDDE, se han beneficiado por más de dos (2) años consecutivos de las acciones movilizadoras en torno a las Buenas Prácticas de Manipulación, promovidas por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Alimentos de la Universidad de La Salle, en el marco de sus prácticas sociales y el convenio marco entre las instituciones. Los consumidores finales, clientes de los mercados, autoridades, los mismos organizadores y la SDDE han podido constatar los cambios generados en los comerciantes y como los mensajes transformadores han logrado progresivamente la adopción de hábitos acertados para el manejo de los alimentos.

Desde el año 2009 y en la actualidad más de 200 boletines semanales electrónicos, han sido difundidos entre los actores vinculados al Plan Maestro Alimenta Bogotá, teniendo un alcance hasta de 1.600 lectores. A través de la página Web www.alimentabogota.gov.co, allí se pueden revisar y descargar los boletines correspondientes a las ediciones 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013. El boletín Alimenta Bogotá de periodicidad semanal, maneja entre otros, temas relacionados con la gestión de la calidad e inocuidad por parte de los consumidores y actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, en general.

Todas estas acciones emprendidas y desarrolladas por el proyecto 442 - *Implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria*- de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario, permitieron la intervención de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos por el Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición. Esta intervención se

trajo en el cumplimiento de la meta propuesta por el proyecto 442 de atender a “20.000 Actores de la cadena de abastecimiento capacitados para desarrollar las prácticas que garanticen la inocuidad y calidad de los alimentos”, para el periodo 2008-2012. Aunque el impacto de esta intervención aún no ha sido medido por la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, si se conocen los resultados y se cuentan con las estadísticas y evidencias de los diferentes procesos desarrollados para la gestión de la implementación del Plan Maestro Alimenta Bogotá.

Los resultados son conocidos por la Administración Distrital, por la Secretaría de Desarrollo Económico, por los interesados en la información que visitan las páginas institucionales en búsqueda de información y datos y por los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos intervenidos, quienes voluntariamente accedieron al servicio de Gestión de Calidad, inocuidad y Nutrición prestado por el Plan Maestro Alimenta Bogotá y vieron reflejados sus esfuerzos en las mejoras alcanzadas en sus establecimientos, en sus procesos y en el cumplimiento de la normatividad sanitaria colombiana vigente. Los consumidores iniciaron procesos de apropiación de su derecho a la alimentación, agremiándose en más de 40 ligas de consumidores; pero éstos y los que están por fuera de las ligas, desconocen el trabajo invisibilizado a favor de la gestión de la inocuidad de los alimentos realizado por los más de 20.000 actores intervenidos en Bogotá en el periodo 2008 -2012.

1.1.3 El Plan Maestro Alimenta Bogotá y los consumidores de Bogotá. Según el Boletín Censo General-Perfil Bogotá (2005): en el 2010, la ciudad tenía una población de 7.363.782 habitantes en el área metropolitana y rural, con una densidad poblacional de aprox. 4.146 habitantes por kilómetro cuadrado, de acuerdo con las cifras presentadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Lo que significa que el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá cuenta con igual número de consumidores para los cuales garantizar la disponibilidad de alimentos de forma oportuna, permanente y de calidad.

Es así como el consumidor de Bogotá, se constituye en el eje central del Plan Maestro Alimenta Bogotá, entre otras razones, por cuanto su política social, establece que éste, debe incidir en la calidad de vida de la ciudadanía en sus roles de consumo, producción, transformación y distribución de alimentos, garantizando la función de abastecimiento que repercuta en la garantía de la seguridad alimentaria en condiciones de equidad para toda la población.

Según el Decreto 315 de 2006, expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá, se establece la estrategia para la gestión de la política social del Plan Maestro Alimenta Bogotá, éste debe desarrollar procesos de “información, educación y comunicación al consumidor, como forma de transformar hábitos hacia dietas adecuadas, fortalecer su organización y participación para el conocimiento de sus derechos y deberes en relación con una alimentación adecuada”.

Una alimentación adecuada, implica que los alimentos consumidos por los Bogotanos deben ser inocuos y de calidad, de tal forma que cumplan con su fin último que es la nutrición. El eje transversal de Calidad e Inocuidad del Conpes Social 113 (2008) establece que: la inocuidad y calidad de los alimentos está afectada en muchos casos por la deficiente calidad de las materias primas, la presencia de contaminantes de riesgos para la salud humana, el cumplimiento parcial de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y de las de Manufactura (BPM) en los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria, el deterioro del medio ambiente o por inadecuadas técnicas de manipulación, conservación y preparación. Los problemas de la inocuidad alimentaria son los que ocasionan las Enfermedades Transmitidas por los alimentos (ETAS) entre los consumidores (p.20).

A pesar de que el alcance del Plan Maestro Alimenta Bogotá frente al fortalecimiento de las competencias de los consumidores, a la promoción de la apropiación, divulgación y salvaguarda de los derechos y deberes es amplia, está en mora de desarrollar verdaderos procesos de transferencias de conocimientos que les permita a los consumidores convertirse en los veedores del abastecimiento alimentario en la ciudad y

de las condiciones de inocuidad en que los alimentos son suministrados a la población para que el derecho de alimentación sea realmente efectivo.

El concepto de inocuidad y sus implicaciones no son un concepto familiar para el consumidor Bogotano, dado a que a diferencia de la calidad, la inocuidad de los alimentos no se aprecia a simple vista: el consumidor no reconoce a simple vista si el alimento puede causar algún daño a su salud. Lo que si puede hacer el consumidor, es adquirir los alimentos en un lugar que le ofrezca más garantías. Adicionalmente, el consumidor no está familiarizado con el concepto de inocuidad atendiendo a la carencia de acciones de movilización social, que impliquen información, concientización, y sensibilización sobre el tema.

Las 46 ligas de consumidores constituidas en el 2010 con el apoyo del Plan Maestro Alimenta Bogotá aún insipiente y débil institucionalmente, no arranca en el desarrollo a plenitud de sus funciones de movilización social frente a la exigencia por parte de los consumidores de la inocuidad de los alimentos. Sin duda una tarea adicional del Plan Maestro Alimenta Bogotá hacia las ligas consistirá en el fortalecimiento y acompañamiento para la realización de sus funciones.

El consumidor Bogotano y Colombiano, en general, está despertando del letargo y se está interesando cada día más en todo lo que a velar por sus derechos se refiere, y esto se evidencia en el recién establecido Estatuto del Consumidor por medio de la Ley 1480 de 2011. Dentro de los principios generales, esta ley que beneficia a todos los colombianos, decreta: “1 .La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, 2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas, 3. La educación del consumidor...”; principios que se concatenan y refuerzan las propuestas del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá frente al empoderamiento del consumidor.

1.2 Problemática.

El Plan Maestro Alimenta Bogotá no visibiliza a los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos que apoyo para la adopción de las BPM como sistema de gestión de la inocuidad y calidad de los alimentos en el periodo 2008-2012. Lo anterior, conduce al desconocimiento y desinformación por parte de los consumidores de que establecimientos/actores producen y comercializan alimentos inocuos a la luz de la normatividad sanitaria vigente; propiciando prácticas inadecuadas de compra, de consumo de alimentos y por ende a un aprovechamiento biológico de los alimentos deficiente, hecho que contribuye poco con la nutrición de los Bogotanos, atentando contra el derecho fundamental de la alimentación.

¿Un sistema de sellos de calidad como acción comunicativa de movilización social, le permitirá al Plan Maestro Alimenta Bogotá visibilizar la gestión de la inocuidad alimentaria por parte de los actores del abastecimiento alimentario de Bogotá de tal forma, que permita el reconocimiento, diferenciación y generación de confianza por los consumidores?

1.3 Justificación del proyecto.

La gestión de la SDDE y del Plan Maestro Alimenta Bogotá, en el periodo administrativo 2008-2012, se orientó en específico a la superación de ineficiencias del sistema de abastecimiento de alimentos Bogotá-Región, con la vinculación de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos al Plan Maestro y a la utilización de sus servicios como herramientas de generación de fortalezas operativas, comerciales y, en general, de competitividad. Con estas acciones, se propició la eliminación de la intermediación sin valor agregado, la garantía de la calidad de los alimentos y el precio justo.

Consecuentemente, con este propósito, la gestión del Plan Maestro alcanzó el 98% del cumplimiento de la meta de intervención para el periodo 2008-2012 de: “20.000 actores

de la cadena de abastecimiento capacitados para desarrollar las prácticas que garanticen la inocuidad y calidad de los alimentos”.

Al finalizar el período administrativo Bogotá Positiva (2008-2012) agentes del abastecimiento alimentario tales como: actores solidarios (comedores comunitarios), comerciales (tiendas, restaurantes, panaderías, carnicerías, tiendas de frutas y verduras), comerciantes de plazas de mercado y transformadores de alimentos, entre otros, habían implementado como mínimo las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) con el apoyo y asesoría del Distrito a través de los diferentes operadores de convenios y/o contratos.

La gestión alcanzada al día de hoy, sólo es reconocida por los casi 20.000 actores intervenidos y por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria. Los consumidores desconocen este logro y carecen de herramientas para identificar que actores o establecimientos pueden ofrecerles garantías en lo que respecta a la disponibilidad de alimentos sanos y seguros como requisito para la satisfacción del derecho fundamental a la alimentación.

El consumidor de hoy, persigue el cumplimiento de su derecho a la alimentación sana y segura. Éste es cada vez es más exigente y prefiere adquirir los alimentos que cuenten con uno u otro tipo de distinción y que se encuentren en establecimientos que evidentemente tengan las mejores condiciones higiénicas o sea establecimientos que le generen confianza.

En vista de lo anterior, se justifica que el Distrito de Bogotá, en especial el Plan Maestro Alimenta Bogotá, requiere desarrollar acciones de movilización social; una acción comunicativa o instrumento de visibilización de su gestión como entidad pública, al igual que la de la inocuidad y calidad de los alimentos por parte de los actores del sistema de abastecimiento alimentario; de tal forma, que permita el reconocimiento, diferenciación y generación de confianza por los consumidores.

1.4 Supuestos.

Se requiere que el Plan Maestro Alimenta Bogotá desarrolle e implemente un sello de calidad como acción comunicativa de movilización social, para visibilizar la gestión de la inocuidad de los actores del abastecimiento alimentario, de tal forma que se logren procesos de diferenciación, reconocimiento y generación de confianzas entre los consumidores de Bogotá.

1.5 Restricciones.

El presente estudio se limita a la primera parte del proyecto de investigación acción participativa. En concordancia de este tipo de investigación solo involucra las partes:

- Detectar el problema de investigación y
- Formulación de un plan o programa.

1.6 Objetivo general.

Desarrollar un Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, que sirva como instrumento de visibilización de la gestión de inocuidad y calidad de los actores del abastecimiento alimentario y de generación de confianza entre los consumidores de Bogotá

1.7 Objetivos específicos.

Definir los parámetros técnicos y de gestión que implican el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, como una herramienta de gestión de la inocuidad.

Documentar los protocolos de acceso, guías de implementación, sistema de evaluación e imagen institucional del Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”.

Definir un plan de acción para el desarrollo de un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá” y de formación

e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

2. MARCO TEÓRICO

Este capítulo lleva al lector hacia una comprensión de la argumentación teórica que apoya el desarrollo de la investigación.

Inicia con la presentación de la institucionalidad que acoge el proyecto, reseñando su plan estratégico, estructura organizacional hasta llevar al lector al conocimiento de sus obligaciones frente al derecho a la alimentación de los bogotanos y su tarea a través del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria, Alimenta Bogotá; da a conocer el papel protagónico del Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición del Plan como gestor de acciones a favor de la concreción de los objetivos del mismo, frente a la disponibilidad de los alimentos con atributos de calidad e inocuidad. Finaliza la primera parte de este capítulo, evidenciando el compromiso institucional con la alimentación de la ciudad y la estrategia de comunicación para la movilización social diseñada por la entidad para promover las transformaciones culturales de los actores de la cadena de abastecimiento alimentario.

Seguidamente se presentan todos los conceptos teóricos relacionados con la temática de la investigación, haciendo una introducción desde el concepto de calidad, sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos, certificación, tipos de certificación entre otros conceptos relacionados, hasta puntualizar en los sellos o distintivos de calidad para alimentos; para abordar este tema se extrajo del estudio realizado por la FAO en Chile, 2002, denominado Estudio sobre los Principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial, un resumen de experticias exitosas de este tipo de certificación a nivel mundial, incluyendo la Unión Europea y América Latina, entre otros. Otras experiencias internacionales y nacionales de certificación de alimentos y sistemas de gestión también se presentan.

2.1 Marco referencial o institucional.

La Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá (SDDE), se constituyó en el contexto de estudio de esta investigación y, en específico, lo que respecta a sus obligaciones y avances como gestora del derecho a la alimentación a través del Plan Maestro Alimenta Bogotá y su Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición. Así mismo, se hicieron los análisis de los fundamentos teóricos y normativos que orientan el accionar de esta entidad, a favor de la disponibilidad de alimentos en condiciones de calidad e inocuidad que les permita a los consumidores de la ciudad de Bogotá, concretar su nutrición como fin último de la alimentación. La estrategia de comunicación para la movilización social de Alimenta Bogotá y sus acciones, también fue consultada de tal forma que el producto de esta investigación fuera coherente y se incorporara como una acción de la misma, a favor del consumidor de Bogotá.

2.1.1 La institución. La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) creada en enero de 2006 a través del Acuerdo del Consejo No. 257, tiene la misión de (según el artículo 75) de orientar y liderar la formulación y desarrollo de las actividades comerciales, empresariales y de turismo del Distrito Capital, que conlleven a la revitalización de empresas y a la generación de empleo y de nuevos ingresos para los ciudadanos y ciudadanas ” y, adicionalmente según el artículo 74, tiene la misión de crear y promover condiciones que conduzcan a incrementar la capacidad de producción de bienes y servicios en Bogotá, de modo que se garantice un soporte material de las actividades económicas y laborales que permitan procesos productivos, de desarrollo de la iniciativa y de inclusión económica que hagan efectivos los derechos de las personas y viables el avance social y material del Distrito Capital y sus poblaciones, en el marco de la dinámica ciudad-región.

El Decreto 552 de 2006, expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá, establece como funciones generales de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico; entre otras, las que se relacionan a continuación:“(…) d. Formular, ejecutar y evaluar las políticas, planes, programas y estrategias en materia de desarrollo económico sostenible tanto

urbano como rural, en los sectores industrial, agropecuario, de comercio y de abastecimiento de bienes y servicios; f. Coordinar con las autoridades competentes la formulación, ejecución y evaluación de las políticas, planes, programas y estrategias en materia de abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria, promoviendo la participación de las organizaciones campesinas y de tenderos (...). (SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE BOGOTÁ. Misión, Visión y Plan estratégico (En línea). Consultado enero 6 de 2012. Disponible en <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/entidad/mision-vision-y-plan-estrategico>).

2.1.2 Visión y Misión de la Secretaría de Desarrollo Económico. La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), ha definido los instrumentos que permiten el control para la realización de sus planes, programas y proyectos, encauzándola a una gestión de la calidad, eficiente y eficaz, que satisfaga los requerimientos de sus usuarios y sus grupos de interés. Este direccionamiento estratégico servirá como marco de referencia que orientará a corto, mediano y largo plazo el cumplimiento de su misión, visión, valores, líneas de acción y objetivos estratégicos institucionales, bajo los principios de mejoramiento de las condiciones de la capacidad productiva, la generación de empleo y la competitividad en la ciudad de Bogotá, de acuerdo con su focalización estratégica así:

Misión

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico impulsa la productividad de emprendedores, empresarios y personas, especialmente en condiciones de vulnerabilidad, diseñando políticas e implementándolas con servicios concretos, tecnológicos y de gestión, para el crecimiento económico de la ciudad y el bienestar de los ciudadanos.

Visión

En el año 2018 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico será la institución que lidere la creación, el aprovechamiento y la democratización de las oportunidades, para el desarrollo equitativo y competitivo de la ciudad.

Misión, Visión y Plan estratégico (En línea). Consultado enero 6 de 2012. Disponible en <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/entidad/mision-vision-y-plan-estrategico>

2.1.3 Estructura organizativa. La SDDE cuenta, entre otras, con la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA), a la que corresponde de acuerdo con el Decreto 552 de 2006, expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá, en su artículo 21: “a. Proponer y coordinar las políticas que garanticen el abastecimiento alimentario de la ciudad-región, en una perspectiva de seguridad alimentaria, en el marco del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria (Alimenta Bogotá) del Distrito Capital, así como los esquemas y mecanismos para su integración; (...) e. Liderar y fomentar las políticas generales, estrategias, planes, programas y proyectos de desarrollo rural y agropecuario, en el marco del Plan Maestro Alimenta Bogotá articulando al Distrito, su ruralidad y la Región Central, identificando y promoviendo las capacidades regionales de oferta alimentaria (...)”. Véase organigrama de la SDDE en la figura 1.

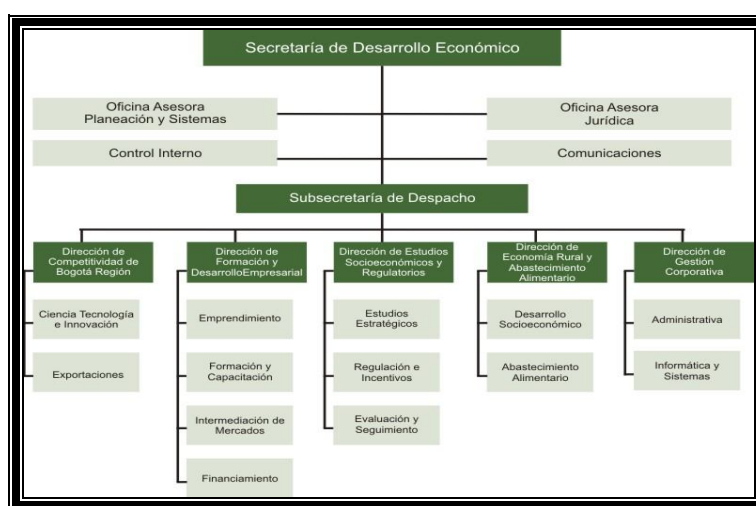


Figura 1. Organigrama Secretaría Distrital de Desarrollo Económico

Fuente: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/entidad/organigrama>

La SDDE además, interviene como entidad responsable de la coordinación de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá, así mismo su planeación, gestión e implementación y seguimiento de sus líneas de trabajo y es quien debe atender de forma prioritaria el eje de Disponibilidad de la política, actúa además como cooperante para la gestión del eje de Acceso a los alimentos. Alimentos, que deben caracterizarse entre otros, por contar con atributos como la calidad sanitaria expresada en la inocuidad de los alimentos. La disponibilidad y acceso a alimentos inocuos ofrece tranquilidad al consumidor y la certeza del cumplimiento de las normas vigentes en lo que respecta a los alimentos producidos, elaborados y transformados con base en el Decreto 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud (Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposición). Este Decreto, regula todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos como: preparación, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización a nivel nacional). Véase, Dimensiones del Derecho a la Alimentación- Ejes de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional en la Figura 2.

Ver en el Anexo No.1, el esquema institucional de distribución de responsabilidades frente a la gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

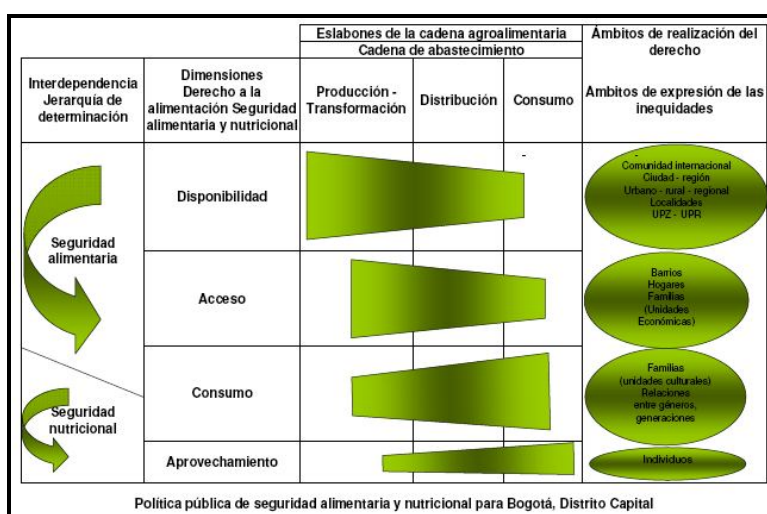


Figura 2. Dimensiones del Derecho a la alimentación- Ejes de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional

Fuente: Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria

2.1.4 El Plan Maestro Alimenta Bogotá: instrumento de gestión de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Distrito Capital. Para el ejercicio de garantizar la disponibilidad de los alimentos en la ciudad de Bogotá según lo estipula la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional, establecida como prioridad en el Plan de Desarrollo 2004-2008, la SDDE cuenta con un instrumento de gestión, liderado y gerenciado por la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA); este instrumento es el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria, Alimenta Bogotá, establecido por medio del Decreto 315 de 2006, expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá. El Plan Maestro Alimenta Bogotá tiene por objetivo general, regular la función de abastecimiento alimentario del Distrito Capital para garantizar la disponibilidad suficiente y estable de los suministros de alimentos, con calidad, criterio nutricional y acceso de manera oportuna y permanente reduciendo el precio y fortaleciendo los circuitos económicos tanto urbanos como rurales. Para cumplir con el objetivo general, se establecieron los siguientes objetivos específicos según el Decreto 315 de 2006:

En relación con la salud del sistema: a) Eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos; b) Garantizar condiciones sanitarias de los Equipamientos.

En relación con el suministro de alimentos para garantizar su calidad, cantidad y frecuencia: a) Aplicar la normatividad vigente y desarrollar nuevas normas que garanticen la calidad intrínseca de los alimentos que se comercializan y consumen en el Distrito Capital; c) Promover concertación alrededor de procesos de estandarización para generar eficiencias colectivas y garantizar resultados; d) Realizar integración de equipamientos y sistemas de información operativa y estratégica; e) Integrar la oferta organizada desde los diferentes anillos de provisión alimentaria identificados por el presente Plan con la demanda pública y privada.

En relación con las transformaciones culturales: a) Inducir la adopción de buenas prácticas agroecológicas sostenibles por parte de los productores campesinos y de buenas prácticas de manufactura en la industria transformadora agroalimentaria; b)

Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en los diferentes actores de la cadena; c) Propiciar los cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales; d) Diseñar y direccionar procesos incluyentes y participativos que reconozcan la diversidad y que garanticen el acceso de los actores más vulnerables dentro de las cadenas de abastecimiento a las facilidades, servicios y tecnologías que les permitirán mejorar su capacidad productiva y de gestión; e) Reconocer y potenciar contenidos y prácticas culturales que representan una oportunidad para el fortalecimiento del nuevo sistema de abastecimiento de alimentos.

En relación con la comunicación: a) Promover la integración de los agentes comerciales; b) Facilitar el acceso a la conectividad informática y al flujo físico de insumos y productos; c) Mejorar las condiciones de movilidad de los productos alimenticios por medio de la racionalización del uso de los medios de transporte y las vías. d) Desarrollar el sistema de información, educación y comunicación al consumidor que oriente de manera permanente la demanda de alimentos con criterio nutricional y a precio justo y promueva su organización para la exigibilidad de sus derechos.

En relación con el costo: a) Promocionar la organización e integración de redes de gestión campesina y de productores y transformadores primarios para potenciar su capacidad productiva y de gestión que les permita obtener precios justos para sus productos; b) Garantizar el acceso a los alimentos en términos de calidad, cantidad, oportunidad y precio justo a los consumidores; c) Propiciar la integración de cadenas de valor en los circuitos económicos locales responsables de la generación de riqueza en la región y en la ciudad; e) Fomentar el procesamiento de alimentos perecederos de manera que se aporte a la regulación en el suministro y el precio, amortiguando las variaciones estacionales y agregando valor para generar empleo e ingresos nuevos que fortalezca el tejido económico.

Véase el Decreto 315 de 2006 del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, propósito, políticas, estrategias y metas en el Anexo No.3

2.1.5 Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y nutrición del Plan Maestro Alimenta Bogotá. El Plan Maestro Alimenta Bogotá, cuenta a la fecha, con un portafolio de servicios a través de los cuales se acerca a los actores de la cadena de abastecimiento en el territorio, desde el campo hasta el consumidor. Esté portafolio se constituye en la herramienta de gestión de Alimenta Bogotá en materia de mejorar el sistema de abastecimiento de la ciudad, garantizando el eje de disponibilidad de los alimentos con criterios de calidad e inocuidad, cantidad y oportunidad. Ver Portafolio de Servicios del Plan Maestro Alimenta Bogotá en la Figura 3.

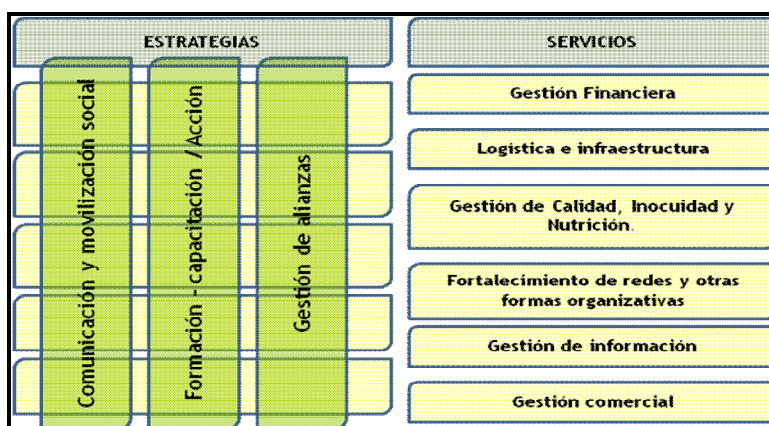


Figura 3. Portafolio de Servicios de Alimenta Bogotá

Fuente: Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá

Según el Documento Fichas y protocolos del Portafolio de Servicios de Alimenta Bogotá en su versión No.4 de 2010, el Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición, se desarrolló a partir de las necesidades de los actores del abastecimiento, con la perspectiva de promover la adopción de buenas prácticas que conduzcan a la mejora de las condiciones de operación a lo largo de la cadena productiva, que garantice la provisión de alimentos sanos, inocuos y nutritivos, así como la promoción de la adopción de hábitos nutricionales saludables en el consumidor final. Como objetivo este servicio, se propuso: “Desarrollar para los actores de la cadena de abastecimiento,

estrategias, proyectos y acciones, que permitan la adopción de una cultura de calidad y nutrición, -enmarcada en el derecho del consumidor- que redunden en la mejora de las condiciones de abastecimiento y consumo de alimentos de calidad, inocuos y nutritivos por parte de los Bogotanos”.

Es el Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición, el gestor, orientador y líder de las políticas, programas, proyectos y acciones del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, encaminadas a la garantizar el abastecimiento alimentario en condiciones de calidad e inocuidad así como la calidad de vida nutricional de los ciudadanos. En concordancia, el Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición lidera junto con el equipo de comunicaciones, los procesos y acciones de movilización social de los actores del abastecimiento que permitan las transformaciones culturales alrededor de los hábitos de calidad e inocuidad y los hábitos nutricionales saludables.

2.1.6 Compromisos del Distrito de Bogotá, de la SDDE y Alimenta Bogotá a favor del derecho a la alimentación. La Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá y su instrumento de gestión el Plan Maestro Alimenta Bogotá fueron consecuencia de la priorización del derecho a la alimentación, el cual se incorporó en la agenda pública del Distrito Capital desde comienzos de la década de los noventa, dando respuesta a lo establecido en la Conferencia de Alma Ata (1978) que planteó que la salud es un derecho humano fundamental y en tanto derecho, de hombres y mujeres, requiere de información y de educación y además exige la participación comunitaria en la toma de decisiones. Así mismo, con la conferencia de Ottawa (1986) que continúa en esta línea y plantea que es necesario considerar la salud más allá de la enfermedad colocando como requisito indispensable para que haya salud, la existencia de condiciones óptimas de educación, vivienda, alimentación, ecosistemas limpios, justicia social y equidad. Plantea, igualmente, que se requiere una política pública sana que pueda crear ambientes favorables reforzando la acción de la comunicación, para que todos los individuos, hombres y mujeres, puedan de esa

manera ser copartícipes y puedan asumir de manera responsable la acción sobre su salud.

Adicionalmente, estas acciones emprendidas por las administraciones desde el 2004 a la fecha, dan cuenta de los esfuerzos de la ciudad frente a lo consagrado por los 186 miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2000 como son los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), específicamente en lo que respecta al ODM: “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”. (ONU. Objetivos de Desarrollo del Milenio. (En línea). Consultado el 06 de enero de 2013. Disponible en <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/poverty.shtml>).

Los esfuerzos emprendidos por las administraciones distritales de Bogotá, coincidieron con el documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes) Social 113 de 2008 que establece la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN); la cual se constituyó en una de las estrategias del Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010, para lograr la garantía de los derechos fundamentales, económicos y sociales; el fortalecimiento del capital humano, de las condiciones regionales de desarrollo y paz, de la institucionalidad del Estado y la reducción de la pobreza; ratificando a la nación en el compromiso con el cumplimiento de los ODM. Garantizar que toda población colombiana disponga, acceda y consuma alimentos de manera permanente y oportuna, en suficiente cantidad, variedad, calidad e inocuidad es el objetivo general de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

A nivel distrital, se logran importantes avances en la materialización del derecho a la alimentación - en el marco del Estado Social de Derecho- en la administración 2004-2008, que adoptó el Programa Bogotá sin Hambre (Plan de Desarrollo Bogotá sin Indiferencia. 2004-2008), como el conjunto de estrategias orientadas al diseño e implementación de una política pública que, además de responder por el estado de nutrición de la población, integra las preocupaciones por el acceso y la disponibilidad de alimentos.

A partir de la fecha los planes de desarrollo distritales han sido consecuentes con el compromiso adquirido frente al derecho a la alimentación de los Bogotanos y Bogotanas y es así, como el Plan de Desarrollo Distrital 2008 - 2012 “Bogotá Positiva para Vivir Mejor”, en su primer Objetivo estructurante - Ciudad de Derechos, contempló el Programa Bogotá Bien Alimentada (Plan de Desarrollo Bogotá Positiva. 2008-2012).

En concordancia con lo expuesto arriba, el Plan de Desarrollo Distrital 2012-2016 “Bogotá Humana”, contempla en el artículo 15, el programa Soberanía y Seguridad Alimentaria y Nutricional, mediante el cual se busca favorecer la disponibilidad regional de alimentos, la garantía del acceso físico y económico de la canasta básica de los alimentos en el Distrito Capital, en condiciones de equidad, suficiencia, sustentabilidad y calidad; reducir la malnutrición de la población con prioridad en niñas y niños y adolescentes y generar prácticas y condiciones para una alimentación saludable. Este programa, consagra el proyecto prioritario: “apoyo alimentario y nutricional inocuo y seguro, acorde con la diversidad étnica y cultural y con enfoque poblacional, en el que se debe impulsar programas de adquisición y fortalecimiento de capacidades para que las familias incrementen progresivamente sus recursos con el fin de ser autosuficientes en materia alimentaria”

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y en especial la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario, cuenta hoy día, con un proyecto de inversión denominado: Disponibilidad y Acceso a los Alimentos en Mercado Interno a través del Abastecimiento, bajo el código 736, registrado en el Banco de Proyectos de Inversión del Distrito, que integra las acciones y líneas de inversión del proyecto, cuyo objetivo central es fortalecer la soberanía y la seguridad alimentaria de la Ciudad y la Región Central, a través de acciones como el fortalecimiento del sistema público de abastecimiento, mediante la cual se busca, entre otras actividades, desarrollar un programa de transformación de alimentos en la Región.

El proyecto de código 736 de alcance 2012-2016, en general, busca interpretar y aplicar en la práctica la visión y misión de la Secretaría, en lo que respecta al tema de los

alimentos y en especial a las funciones de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA). El desarrollo de acciones del proyecto, trata además entre otros de: “Promover las transformaciones culturales en lo que respecta a propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en los diferentes actores de la cadena; propiciar los cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales”.

2.1.7 Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro Alimenta Bogotá: Transformación del Pensamiento para la Acción. Según la SDDE (2008), el Plan Maestro Alimenta Bogotá cuenta con compendio de acciones comunicativas relacionadas con Calidad e Inocuidad de Alimentos y Hábitos Nutricionales Saludables. Estas acciones hacen parte integral de lo que se denominó en el 2008: la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá.

La necesidad de la estrategia está planteada desde el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, el cual señala:

“Los seres humanos necesitamos y merecemos alimentarnos saludablemente y tenemos el derecho de conseguir fácilmente esos productos a precios justos. El Plan Maestro Alimenta Bogotá es un conjunto de políticas, planes, programas y proyectos que pretende mejorar la gestión de la cadena de suministro de alimentos integrada por pequeños, medianos y grandes empresarios de la producción, la transformación, la distribución, y la comercialización “con el fin último de buscar el beneficio para el consumidor”.

La comunicación para la movilización social, transformación del pensamiento para la acción:

- Es una práctica estratégica que posibilita la participación de la sociedad civil en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad de programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.
- Tiene su fundamento en los derechos humanos y en particular en los derechos de las mujeres, niños y niñas.

La transformación del pensamiento para la acción, implica:

- Partir de la identificación y reconocimiento de las formas de organización, participación y expresión de la(s) comunidad(es)
- Involucrarlas en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad sobre metas y objetivos que recojan sus intereses y necesidades.
- Reconocer la pluralidad, la diversidad étnica y cultural, el respeto por la diferencia. Recogiendo el pensamiento de Estanislao Zuleta, filósofo colombiano: “El derecho fundamental es el derecho a diferir, a ser diferente; cuando uno no tiene más que el derecho a ser igual, todavía eso no es un derecho”.
- Asociar la dimensión individual y la dimensión colectiva, considerando los intereses individuales que se juegan en las construcciones colectivas para construir consensos y concertación.
- Asumir lo local y lo regional como opción estratégica de transformación; contando con las herramientas de planificación del desarrollo locales, regionales, sectoriales.

Objetivos.

Los objetivos de la estrategia de comunicación para la movilización social en torno a hábitos saludables y calidad e inocuidad, están planteados desde los objetivos del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, contenidos en el Decreto 315 de 2006, expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá, Capítulo II:

En relación con la salud del sistema:

- Contribuir a eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos por parte de comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.
- Contribuir a generar una conciencia alrededor de mejorar las condiciones sanitarias en los expendios de alimentos en el Distrito.

En relación con las transformaciones culturales:

- Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.
- Propiciar cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales;

En relación con la comunicación:

- Articularse a los desarrollos en información, educación y comunicación que diseñe el Plan Maestro para el consumidor a fin de orientar de manera permanente la demanda de alimentos con criterio nutricional y a precio justo y promover la organización para la exigibilidad de sus derechos.

Marco de la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro Alimenta Bogotá.

La estrategia de comunicación para la movilización social y sus acciones comunicativas, se enmarcan en:

El documento de diseño de la Estrategia de Comunicación y Movilización Social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, en:

El concepto de movilización social, el cual es eje del modelo, entendida como “convocación de voluntades para lograr un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos, mediante una acción comunicativa que por ser una convocación es un acto de libertad, por ser una convocación de voluntades es un acto de pasión y por ser una convocación de voluntades a un propósito común es un acto público y de participación (Toro, 2002) La movilización social, entonces, se propone lograr que muchos, que son diferentes, puedan concertar y lograr propósitos comunes sin tener que negociar, ceder o renunciar a su diferencia, es decir, busca colocar en el imaginario colectivo convocatorias tan sólidas y fuertes que motiven a muchos a sumarse, por encima de sus diferencias de etnia, sexo, edad, clase, religión o ideario político”.

Los principios de la estrategia de comunicación y movilización social del Plan: el ciudadano como eje de la estrategia, apropiación hacia el empoderamiento, inclusión social, equidad de género, responsabilidad social, responsabilidad social empresarial, control social, trabajo en equipo, orientación al cambio, calidad en la gestión de la educación e información y reconocimiento de la diversidad cultural

Atendiendo a la pertinencia expuesta de la definición de la estrategia de comunicación para la movilización social por parte del Plan Maestro Alimenta Bogotá, la SDDE a través del convenio 07 de 2008 ejecutado por Compensar, define la estrategia y decide realizar la implementación de algunas acciones de comunicación priorizadas para cada uno de los ejes temáticos de la estrategia.

Metodología aplicada para la definición de la estrategia.

La estrategia de comunicación para la movilización social se definió en un proceso de tres etapas o pasos que correspondieron a la definición de los ejes o núcleos temáticos en los que se fundamentaría la estrategia, definición de acción de comunicación para cada uno de los ejes con sus respectivas guías de implementación y la puesta en marcha de la línea estratégica.

Definición de ejes y núcleos temáticos de las líneas estratégicas desarrolladas.

Los ejes temáticos de las líneas estratégicas son diferenciados: Calidad e inocuidad y Hábitos nutricionales saludables; éstos están íntimamente relacionados y tienen un punto de encuentro en la práctica; esto es que los públicos de las líneas estratégicas (comercializadores, transportadores, consumidores del Distrito) interioricen la relación y la conviertan en práctica social. Ver Tabla No.1

Cuadro 1. Ejes Temáticos de la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro-Alimenta Bogotá.

EJE: Calidad e inocuidad:		EJE: Hábitos nutricionales saludables
Núcleos Temáticos	Inocuidad en la manipulación de los alimentos	Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
	Inocuidad en el transporte de los alimentos	Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
	Inocuidad en el almacenamiento comercial de alimentos	Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
	Inocuidad para el consumo de alimentos	Consumo de frutas y verduras
	Tratamiento de residuos orgánicos	Cultura alimentaria (mitos, leyendas, tradiciones)
	Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud (ETA)	Incidencia de los malos hábitos alimentos en la salud (sobrepeso, obesidad, anemia, falta de productividad)
	Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.	

Fuente: Informe final estrategias de comunicación para la movilización social del Plan Maestro. Pág.4

Definición de las acciones comunicativas de la estrategia

Las acciones comunicativas que componen la estrategia de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad y hábitos alimentarios, se construyeron en forma de guías para la implementación de la acción comunicativa, con el ánimo de facilitar su implementación. Ver las acciones comunicativas de la estrategia en el Documento Final Estrategia de Comunicación para la movilización social, en el Anexo 3

Cada una de las guías, contiene:

Acción comunicativa: entendida como una acción que posibilita la interlocución de diferentes actores frente a una misma situación para pasar del pensamiento a la acción transformadora. En la guía cada acción comunicativa, tiene un nombre y una breve descripción de la acción. Una misma acción comunicativa puede establecerse para varios sujetos de la acción.

Sujetos de la acción: se refiere a quienes intervienen en la acción. Los sujetos de la acción son públicos y/o privados; agentes todos del abastecimiento de alimentos. Los sujetos guían no solamente la acción comunicativa planteada sino que también se conciben como actores directos en la implementación y sostenibilidad de las acciones. En la estrategia de calidad e inocuidad en los alimentos son sujetos prioritarios de la acción los comerciantes de alimentos en plazas, comerciantes de alimentos en tiendas, comerciantes de alimentos preparados, organizaciones de comerciantes, organizaciones de la industria de alimentos, transportadores, consumidores, Juntas de Acción Comunal del Distrito.

Objetivos de la acción: son los resultados que se esperan lograr de la acción.

Núcleos temáticos: correspondientes a cada uno de los ejes; recogen y organizan de manera precisa, una información básica que guía la acción.

Enfoque de la acción: da cuenta, entre otros aspectos, de la intención que guía la acción; de su sentido; de las condiciones deseables para su ejecución.

Metodología y/o procedimiento: indica el cómo desarrollar la acción; con que dinámicas, con qué momentos. Para algunas acciones se detallan las agendas necesarias para implementar efectivamente la acción.

Recursos requeridos para la acción: señala recursos humanos, recursos técnicos y recursos logísticos requeridos. En algunas acciones se detallan las especificaciones técnicas de los productos requeridos para la acción.

Puesta en marcha de la estrategia

La SDDE estableció unas acciones comunicativas para ser implementadas en el marco del Convenio No. 07 de 2008 entre Compensar y la SDDE. Las acciones comunicativas priorizadas se relacionan a continuación en los cuadros 2 y 3, para los ejes de Calidad e inocuidad de los alimentos y hábitos nutricionales respectivamente:

Cuadro 2. Acciones de comunicación para el eje de Calidad e Inocuidad de los Alimentos

Eje: Calidad e Inocuidad de los Alimentos				
Nº	Guía #	Acción comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción
I	1	Construcción colectiva	Concertación de acciones con los coordinadores de plazas de mercado públicas y privadas	Coordinadores de plazas de mercado públicas y privadas
II	2	La voz de las plazas	Diagnóstico del estado de los circuitos de audio internos de las plazas priorizadas	Comerciantes de alimentos y usuarios de las plazas de mercado públicas y privadas. Personas encargadas de los

				circuitos internos en las plazas
III	2	La voz de las plazas	Activación de los circuitos internos de audio en las plazas mediante producción de un programa semana de audio y producción de mensajes. Capacitación.	Comerciantes de alimentos y usuarios de las plazas de mercado públicas y privadas. Personas encargadas de los circuitos internos en las plazas
IV	3	La voz de las plazas	Producción de un segmento del programa de radio Justo a las 4 desde las plazas de mercado públicas	Comerciantes de alimentos de las plazas públicas y privadas. Radioescuchas "Justo a las 4"
V	4	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas y privadas, Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado.
VI	5	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una historieta mensual alusiva a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos y consumidores de las plazas de mercado públicas y privadas. Transportadores de alimentos.

VII	6	Impresiones necesarias	Producción de una sección de impreso mensual (IPES), de circulación entre comercializadores y clientes de las plazas de mercado	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas.
VII I	7	Arte en las plazas	Puesta en escena y presentación de cuadros teatrales, de corta duración, alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos y consumidores de las plazas de mercado públicas y privadas. Transportadores de alimentos. Grupos de teatro comunitarios.
IX	9	Estímulo a la Calidad	Documento técnico que describe el concurso para otorgar el Premio al puesto de venta de las plazas de mercado públicas que presenten las mejores condiciones de calidad e inocuidad.	Comerciantes de las plazas de mercado públicas.

Fuente: informe final líneas estratégicas de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro

Cuadro 3. Acciones de comunicación para el eje de Hábitos Nutricionales Saludables

Eje: Hábitos Nutricionales Saludables				
Nº	Guía #	Acción comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción
I	1	Construcción colectiva	Concertación con tenderas y tenderos de las localidades, convocadas.	Tenderas y tenderos de las localidades priorizando San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.
II	2	Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva	Acción de formación y acompañamiento a tenderas que han respondido afirmativamente a la convocatoria realizada, asumiendo un compromiso solidario personal con la promoción de hábitos nutricionales saludables en, al menos, cinco familias clientes de su tienda.	Tenderas y tenderos de las localidades priorizando San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.
III	11	Momentos de regocijo	Jornadas para sensibilizar a tenderos(as) y sus familias, y motivar su compromiso con la calidad e inocuidad en y desde las tiendas.	Tenderos(as), Comunes, familiares menores de edad, localidades San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.
IV	12	Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	Llamado masivo para promover la transformación y adquisición de hábitos nutricionales saludables y prácticas de calidad e inocuidad en los alimentos.	Consumidores y consumidoras del Distrito Capital por localidades/estratos.

Fuente: Informe final líneas estratégicas de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro Alimenta Bogotá. Pág. 7

Para la implementación de la estrategia se realizó todo el proceso de gestión para llevar a cabo las acciones comunicativas priorizadas, coordinando todo lo relacionado con espacios, convocatoria de los sujetos de cada acción, herramientas e instrumentos, ajuste de guías, diseño de las bases técnicas, coordinación con equipos territoriales y gestión administrativa.

Se definieron instrumentos y herramientas para la implementación de las acciones para cada uno de los ejes temáticos definidos. Ver cuadros. 4 y 5 correspondientes a los instrumentos y herramientas para los ejes de Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables, respectivamente.

Cuadro 4. Herramientas e instrumentos eje Calidad e Inocuidad de los Alimentos.

	Acción comunicativa	Herramientas e instrumentos desarrollados
Eje: Calidad e Inocuidad de los alimentos	Construcción colectiva	Documento técnico - Guías de las acciones comunicativas para Plazas de Mercado. Presentación de la Estrategia de comunicación para la movilización social.
	La voz de las plazas Diagnóstico del estado de los circuitos de audio	Documento Informe de Diagnóstico y registros fotográficos de las visitas de diagnóstico a los circuitos de audio activos en las plazas de mercado.
	La voz de las plazas Capacitación para Activación de circuitos internos de audio.	Documento técnico base para la capacitación en producción de audio. Memorias de la Capacitación. Cuñas radiales construidas y grabadas por el personal asistente a las capacitaciones, para ser utilizadas en la producción de los programas de audio en las plazas de mercado.
	La voz de las plazas Segmento programa Justo a las 4	Grabaciones y producciones del programa en las cuales aparecen segmentos de las plazas de mercado.
	Impresiones necesarias. Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad.	Documento con bases técnicas para el diseño de 10 habladores alusivos a calidad e inocuidad. 10 habladores diseñados y 1.000 impresos en poliestireno de 40 pulgadas $\frac{1}{4}$ de pliego e instalados en las plazas de mercado.

	Arte en las plazas	Documento con bases técnicas para el montaje de las obras de teatro. Dos libretos elaborados por los grupos de teatro con base en los temas de calidad e inocuidad seleccionados Montaje y puesta en escena de 2 obras de teatro de 20 minutos cada una. Archivos fotográficos y de video.
	Estímulo a la calidad	Documento base para la realización del concurso.

Fuente: Informe final líneas estratégicas de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro

Alimenta Bogotá. Pág.8

Cuadro 5. Herramientas e instrumentos eje Hábitos Nutricionales Saludables.

	Acción comunicativa	Herramientas e instrumentos desarrollados
Eje: Hábitos Nutricionales Saludables	Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva.	Documento técnico para las asesorías. Términos de referencia profesionales en Nutrición y Dietética. Formato Auditoría de Calidad Nutricional y base de datos para tabulación y análisis. Documento final que contiene el análisis del proceso de Auditoría de Calidad Nutricional.
	Momentos de regocijo	Documento guía para la acción comunicativa. 2 Documentos técnicos para la producción de audios sobre manipulación de alimentos. 2 Producciones de audio de 10 minutos cada una sobre un producto de alto riesgo (pollo) y perecedero (fruver). Registros fotográficos y video de la acción comunicativa.
	Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	40.000 Trípticos diseñados e impresos sobre el tema de calidad, inocuidad y hábitos nutricionales saludables. Pendones diseñados e instalados en las plazas de mercado.

Fuente: Informe final líneas estratégicas de comunicación para la movilización social del Plan Maestro

Alimenta Bogotá. Pág.9

Como resultados importantes de la implementación de las líneas estratégicas de Comunicación para la Movilización Social y específicamente las acciones comunicativas priorizadas para los ejes de Calidad e Inocuidad de los Alimentos y Hábitos Nutricionales Saludables se pueden revisar los evidenciados por los indicadores de Evaluación y Monitoreo que a continuación se expresan en la Tabla No.6. Para conocer detalles de la implementación, remítase al documento informe final líneas estratégicas de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro Alimenta Bogotá, en Anexo No. 4

Cuadro 6. Resultados –Indicadores para Evaluación y Monitoreo

Acción Comunicativa	Indicadores monitoreo y evaluación	Construcción de indicador	Resultado
Construcción colectiva	# de plazas participando/ # de plazas convocadas.	20 plazas participando 20 plazas convocadas	100%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
La voz de las plazas- Diagnóstico y Capacitación	# de circuitos activos / # plazas	7 circuitos activos 20 plazas	35%
	# personas capacitadas para producción audio / # personas invitadas	16 personas capacitadas 20 personas invitadas	80%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	16 horas capacitación 16 horas programadas	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Segmentos Programa Justo a las 4	# de segmentos emitidos / # segmentos programados	6 segmentos emitidos 6 segmentos programados	100%
	#Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
Impresiones necesarias - Habladores	# afiches exhibidos / # afiches producidos	1.000 habladores exhibidos 1.000 habladores producidos	100%

Acción Comunicativa	Indicadores monitoreo y evaluación	Construcción de indicador	Resultado
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Impresiones necesarias - Historieta	# historietas distribuidas / # historietas producidas	No se realiza	0%
Impresiones necesarias - Impreso del IPES	# impresos distribuidos / # impresos producidos	No se realiza	0%
Arte en las plazas	# aliados participando / # aliados convocados	2 aliados participando 3 aliados convocados	67%
	# presentaciones realizadas / # presentaciones programadas	20 presentaciones realizadas 20 presentaciones programadas	100%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Momentos de regocijo	# de aliados participando/ # aliados convocados	Juntas de Acción Comunal participando en tres localidades Juntas de Acción Comunal convocadas en seis localidades	50%
	# jornadas realizadas / # jornadas programadas	7 jornadas realizadas 20 jornadas programadas	35%
	# Participantes en las jornadas / # invitados.	128 organizaciones comerciales participantes 239 organizaciones comerciales invitadas,	54%
	Nivel de aceptación de las metodologías aplicadas en las actividades de las jornadas	Evaluación de los participantes en términos de Metodología	86%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%

Acción Comunicativa	Indicadores monitoreo y evaluación	Construcción de indicador	Resultado
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva	# de consejeras solidarias activas / # consejeras solidarias	239 Consejeras (os) activos 239 Consejeras (os) solidarias (os)	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado.		
	Tiempos empleados / Tiempos programados	30 días empleados 30 días programados	100%
Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	# NutriNotas distribuidas	40.000 trípticos impresos. 40.000 trípticos distribuidos a los comerciantes y consumidores.	100%

Fuente: informe final líneas estratégicas de comunicación para la movilización social del Plan Maestro

Alimenta Bogotá. Pág.40

Finalmente, a continuación se presentan algunas de las recomendaciones emanadas del ejercicio de implementación de estas acciones en el marco del Convenio de asociación No. 07, entre la SDDE y Compensar en el año 2008, en el cual además de diseñar la línea estrategia de Comunicación para la Movilización Social tuvo como obligación desarrollar la implementación de algunas de las acciones priorizadas para cada uno de los ejes temáticos:

Educar a los consumidores, es fundamental para garantizar la exigencia del derecho a una alimentación de calidad y esto parte del conocimiento y la conciencia masiva que se genere en torno a estos temas. Algunas de las actividades desarrolladas contribuyen en gran medida a este proceso pero aún se debe continuar y consolidar más una propuesta que se pueda trabajar desde los medios de comunicación.

Continuar el proceso de construcción y adaptación de las acciones comunicativas teniendo presente que la mejor forma de modificar hábitos y lograr cambios culturales es a través de estrategias lúdicas y procesos pedagógicos de enseñanza-aprendizaje en todos los grupos de edad.

Con base en las experiencias adquiridas durante este proceso es necesario reevaluar los mecanismos de intervención para algunas acciones, teniendo en cuenta la diversidad cultural, educativa y social de los actores intervenidos, además de sus características comerciales particulares.

2.2 Fundamentos teóricos del proyecto.

2.2.1 Calidad. La calidad es una propiedad, es una característica intrínseca de una cosa, objeto, elemento o producto que les permite a los consumidores tener preferencias, hacer comparaciones entre uno y otro. Es una percepción mental de los consumidores que suele ser subjetiva.

La calidad es un elemento básico de las estrategias comerciales, por lo cual se convierte en un elemento importante en el proceso de elección de los consumidores.

Según Prieto, Mowen, López y Cerdeño (2008) señalan que: “La calidad del producto sería un concepto variable basado en atributos y vendría determinada por el grado de adecuación para usos o consumos concretos” (p. 258).

Para la Organización Internacional de Normalización (ISO) la calidad es la capacidad de un producto o servicio de satisfacer las necesidades declaradas o implícitas del consumidor a través de sus propiedades o características. De esta manera, la adecuación es definida por el usuario o consumidor.

2.2.2 Calidad alimentaria. En el caso de los alimentos, la calidad de los mismos se puede reconocer como el conjunto de cualidades o propiedades que los hacen aceptables o no para los consumidores. Estas cualidades incluyen tanto a las

percibidas por los sentidos (sensoriales): olor, sabor, color, textura, forma y apariencia, como también las cualidades higiénico sanitarias (condiciones básicas para que los alimentos no sean peligrosos para la salud humana), cualidades bromatológicas o nutricionales, cualidades de ética o emocionales y cualidades o propiedades comerciales que están relacionadas con precio, envase, servicio al cliente, etiquetado del producto, diferenciación de la competencia, rastreabilidad, otros. Todas estas cualidades o propiedades conforman los atributos de calidad de los alimentos.

Específicamente hablando de la calidad higiénico-sanitaria de los alimentos podemos definirla como el atributo de calidad innegociable, objetivo, puro, absoluta e indispensable, fundamental y de mayor valor de los alimentos. El no ser parte de las cualidades de los alimentos este tipo de calidad pone en riesgo la salud de los consumidores dejándolos a portas de enfermedades. Mientras que los otros tipos de calidades de los alimentos pueden bien ser medidas subjetivamente por el consumidor.

Prieto et al. (2008) sostiene que: por ello se tiende a separar la calidad higiénica y sanitaria del resto definiéndola también como inocuidad o seguridad del alimento. La calidad higiénico-sanitaria se evaluaría por la ausencia en el alimento de ciertos componentes bióticos (agentes patógenos como bacterias, parásitos, virus, priones, toxinas, alérgenos) y abióticos (residuos de medicamentos, plaguicidas, pesticidas, contaminantes, etc.) que comportarían un riesgo para la salud (p.259).

Por otro lado, se encuentra la calidad definida como atributos de valor diferenciales de los alimentos, la FAO (2002) indica que: la calidad definida por los atributos de valor. Estos atributos son factores que están por sobre la calidad básica de inocuidad de un alimento y diferencian los productos de acuerdo a sus características organolépticas, de composición y a la satisfacción del acto de alimentarse ligada a tradiciones socio-culturales, educación y necesidad de convivencia. Así, en la última década se consideran factores como: el respeto al medio ambiente a lo largo de toda su cadena productiva (ej.: productos orgánicos). El respeto a las leyes sociales de los trabajadores

encargados de la producción (ej. comercio justo) y el respeto a las tradiciones (ej.: alimentos elaborados por métodos tradicionales) (p.4).

- **Inocuidad.** Es el atributo básico de los alimentos. La inocuidad alimentaria es la certeza que un alimento está libre de agentes contaminantes y no causará daño al ser consumido. Un alimento inocuo no supone riesgos a la salud de las personas.

La FAO (2002) hace un recuento en su documento Alimentos Inocuos y Nutritivos para los Consumidores: como se reafirmó en la Cumbre Mundial sobre Alimentación de 1996, el acceso a unos alimentos inocuos y nutritivos es un derecho de todas las personas. El suministro de los alimentos inocuos y nutritivos está íntimamente ligado con la seguridad alimentaria. Constituye una base eficaz para la mitigación de la pobreza y el desarrollo social y económico al tiempo que ofrece nuevas oportunidades de comercio y amplía las existentes (p.2).

Garantizar la inocuidad de los alimentos, es responsabilidad de todos y cada uno de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, desde el productor hasta el consumidor de los alimentos; en concordancia con el enfoque de gestión de la inocuidad que abarca toda la cadena, promulgado por la FAO: “ desde el campo a la mesa”.

2.2.3 Sistemas de gestión de la inocuidad. El libre mercado, la inseguridad alimentaria, la proliferación de las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos (ETAS), consumidores cada día más interesados en saber de qué se alimentan y el estado más comprometido con la salud pública han promovido la atención hacia garantizar la inocuidad de los alimentos.

La salud de los consumidores está en juego y por ende cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento de alimentos o cadena alimentaria deben de fortalecerse y asegurar que no existen riesgos que pongan en riesgos la cadena, de tal forma que produzca, distribuya, almacene, elabore y comercialice alimentos seguros. Un error se

traduce en daños a la salud de quien consume los alimentos y también impactos económicos.

Cada uno de los eslabones de la cadena debe de ofrecer confianza a los consumidores asumiendo con seriedad y sostenibilidad la inocuidad. No basta sólo con tener el control de los procesos sino más bien de tener un esquema en la organización que permita planear, implementar, comunicar y mejorar continuamente los procesos, procurando la calidad de los alimentos, reducir costo y como fin principal los riesgos para la salud de los consumidores.

Este nivel de concientización ha permitido que en Colombia se hayan venido desarrollado y adoptando los sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos obligatorios como las Buenas Prácticas de Manufactura y el sistema de Análisis de Peligros y Puntos Control Crítico (HACCP). La Norma ISO 22000 de carácter voluntario también está siendo tomada en cuenta para la certificarles a los consumidores la inocuidad de los alimentos producidos.

- **Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).** En Colombia todas las actividades que puedan generar riesgos para la salud de los habitantes por el consumo de alimentos, están reguladas por el Decreto presidencial 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud. Este Decreto en su artículo 2, define que las BPM son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se deben ceñir a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura según el articulado número 2 del decreto. Véase el Decreto 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud en el Anexo No.6

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), junto con las BPM, se constituyen en la base del sistema para la gestión de la inocuidad de los alimentos en la cadena alimentaria. Ver pirámide para la gestión de alimentos seguros en la Figura No.4.



Figura 4. Pirámide para la gestión de alimentos seguros

Fuente: modelo para mejorar la calidad de los alimentos. Plan Maestro Alimenta Bogotá

Buenas Prácticas Agrícolas (BPA): Conjunto de prácticas para el mejoramiento de los métodos convencionales de producción agrícola, haciendo énfasis en la inocuidad del producto, y con el menor impacto de las prácticas de producción sobre el ambiente como la fauna, la flora y la salud de los trabajadores.

- **Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Control Crítico (HACCP).** La FAO (1997) indica que: el sistema de HACCP (iniciales que en inglés significan “Hazard Analysis Critical Control Point” y en español se traduce “Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico”), que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final (p.39).

La aplicación del HACCP en Colombia es obligatoria a partir de la expedición del Decreto 60 del 2002 por el Ministerio de Salud, en este decreto se promueve la aplicación del sistema y se reglamenta el proceso de certificación.

El sistema HACCP tiene como prerrequisito para su establecimiento la implementación de la BPM y de los Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanitización (POES). Este sistema puede ser implementado en cualquier eslabón de la cadena alimentaria y tiene la característica que es compatible con sistemas de aseguramiento de la calidad como las series ISO 9000.

Castellanos, Villamil y Romero (2004) señalan que: el HACCP promueve una mayor conciencia en el comercio de alimentos respecto de la inocuidad, al intervenir en cada una de las fases de producción de un alimento, monitorear y controlar toda operación crucial y garantizar que se establezcan, mantengan y evalúen las medidas adecuadas y eficaces para asegurar su inocuidad. Esto lo hace una estrategia más eficaz que los mecanismos tradicionales de inspección y ensayo del producto final, para proteger la salud del consumidor y evitar las pérdidas económicas ocasionadas por el mal estado de los alimentos o el retiro de los productos del comercio. Además, aumenta las posibilidades para los países en cuanto a la aceptabilidad de sus productos en el ámbito internacional (p.294).

- **Sistema de Gestión de Inocuidad de Alimentos: ISO 22000.** La norma técnica Colombiana NTC ISO 22000:2005 especifica los requerimientos para un sistema de gestión de seguridad o inocuidad de los alimentos, donde la organización en la cadena alimentaria necesita demostrar su capacidad para controlar los peligros de inocuidad de alimentos para asegurar que el alimento es inocuo al momento del consumo humano.

Esta norma puede ser aplicada por todo tipo de organización sin tener en cuenta su tamaño, siempre y cuando estén relacionadas con algún eslabón de la cadena

alimentaria. Los actores que implementan esta norma tienen como interés garantizar a sus clientes y consumidores la inocuidad de los alimentos.

En Colombia, la implementación de esta norma es de carácter voluntario y no es aún exigida por las entidades pertinentes.

La aplicación de la norma tiene como objetivos:

- Demostrar y proporcionar evidencias de la capacidad para identificar y controlar peligros, relacionados con la inocuidad de los alimentos.
- Cumplir con los requisitos reglamentarios y evitar sanciones de las autoridades y clientes.
- Incorporar en un solo sistema, la gestión de calidad e inocuidad de los alimentos.

La norma técnica Colombiana NTC ISO 22000 tiene un formato similar al del sistema de gestión de calidad ISO 9000, con un enfoque especial en la inocuidad de toda la cadena alimenticia como se observa en la Figura 5.

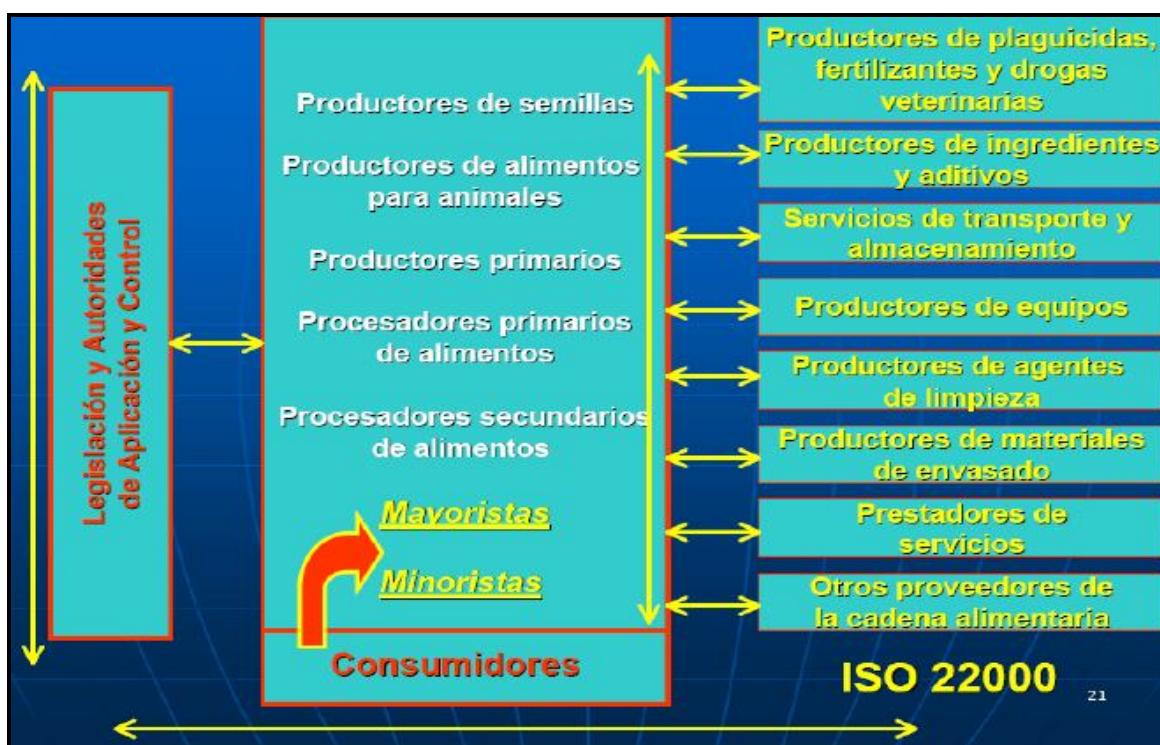


Figura 5. Relación ISO 9000 e ISO 22000

Fuente: norma internacional de inocuidad de alimentos – ISO 22000:

Las BPM, el HACCP y el sistema de gestión de calidad ISO 9000, se constituyen en prerequisite o componentes fundamentales para la implementación de la norma ISO 22000. Ver Sistemas de gestión de inocuidad prerequisite para la implementación de la norma ISO 22000 en la Figura 6.

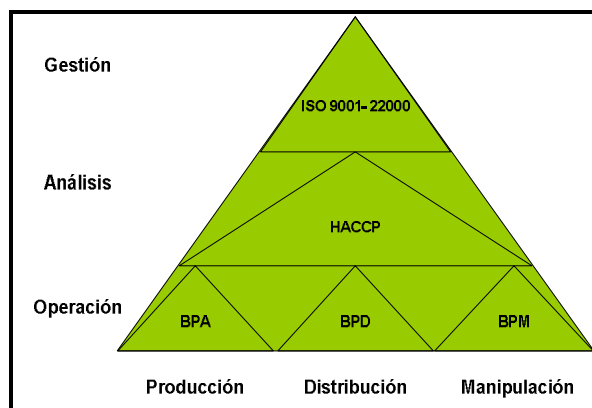


Figura 6. Sistemas prerequisite para la implementación de ISO22000

Fuente: Modelo de gestión para mejorar la calidad de los alimentos. Plan Maestro Alimenta Bogotá.

El acceso a nuevos mercados, la reducción de costos de producción e incremento de la productividad así como el reconocimiento entre los consumidores , aumento del prestigio son beneficios que se acogen las actores de la cadena de abastecimiento de alimentos que implementan y se certifican en la norma ISO 22000 como sistema para gestionar la inocuidad de los alimentos.

2.2.4 Certificaciones de Calidad.

- **Normalización.** Según el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), la Normalización es la actividad que establece disposiciones para uso común y repetido, encaminadas al logro del grado óptimo de orden con respecto a problemas reales o potenciales, en un contexto dado. En particular, la actividad consta de los procesos de formulación, publicación e implementación de normas.

Es una especificación técnica aprobada por una institución con actividades de normalización, para su aplicación repetitiva o continua, y cuya observación no es obligatoria, así define la Normalización la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Las características de un producto o servicio quedan consignadas en la Norma y esta busca garantizar la aptitud para el uso de un producto, proceso o un servicio.

Las normas se construyen y se acuerdan con los grupos de interés en ese producto, proceso o servicio, tales como las agremiaciones, fabricantes, usuarios, autoridades, profesionales entre otros.

- **Certificación.** CODEDCO, AIS, IBFAN y FUNAVI Bolivia (2003) indican que la Certificación es: la actividad que consiste en atestiguar que un producto o servicio se ajusta a determinadas especificaciones técnicas y/o normas, con la expedición de un acta en la que se da fe documental del cumplimiento de todos los requisitos exigidos en dichas especificaciones y/o normas. Esta acta puede tomar la forma de un certificado y/o marca de conformidad.

Según Castellanos, Villamil y Romero (2004): “La conformidad de productos, procesos, servicios o sistemas de gestión con los requisitos definidos en documentos denominados normas o especificaciones técnicas es evaluada por los organismos de certificación, con lo que se establece que la empresa cumple unos requisitos de calidad, obteniendo mayor prestigio entre los consumidores” (p.264).

Por su parte el ICONTEC menciona que la certificación, o evaluación de la conformidad, es la actividad que respalda que una organización, producto, proceso o servicio cumple con los requisitos definidos en normas o especificaciones técnicas.

Se puede decir, entonces, que una vez un organismo u empresa de certificación audita o verifica que un producto, proceso, servicio o sistema de gestión cumple con una norma y sus requerimientos específicos se suscitan el proceso de certificación.

- **Tipos de certificación.**

- **Certificación de sistemas de gestión de calidad.** Esta certificación corrobora que una empresa u organización cumple con los requerimientos mínimos de un sistema de gestión a nivel de su estructura organizativa, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para poner en práctica la gestión de la calidad. La certificación de los sistemas de gestión de calidad, pueden estar orientados hacia diferentes sectores según sus necesidades: automotriz, educativo, inocuidad, etc. Ejemplos son la certificaciones ISO 9000 (gestión de calidad integral), ISO 22000 (gestión de inocuidad alimentaria), HACCP, entre otras. Algunas de estas certificaciones cuentan con carácter voluntario u obligatorio por estar reglamentadas, tal es el caso de la ISO 22000 y HACCP respectivamente.

- **Certificación de productos.** Este tipo de certificación da cuenta que un producto cumple con una serie de requisitos o especificaciones técnicas establecidas en una norma. Los Sellos de Calidad o marcas de conformidad se originan a partir de este tipo de certificación. El sello o marca reconocen el cumplimiento del producto de los requisitos mínimos especificados en una norma.

Según CODEDCO et al. (2003) este tipo de certificaciones ofrecen al consumidor, una mayor confianza en el producto que adquieren, protegen contra la competencia desleal, permiten comparar ofertas, facilitan la venta de productos y su introducción en nuevos mercados (p.33).

- **Certificaciones de alimentos.** La certificación de alimentos no es más que un tipo de certificación de productos, en la que el alimento cumple con todas las especificaciones y protocolos establecidos en una norma. También la certificación de un alimento puede corroborar aquellas características de calidad diferenciales que lo hacen particular frente a los otros. Esta calidad diferencial es la definida por los atributos de valor del producto alimenticio.

Tiscornia (2005) indica que la certificación se constituye como una moderna herramienta de comercialización cuando sirve al productor para diferenciar su artículo de sus similares, de comunicación cuando le permite al cliente distinguir el producto que desea del resto y como instrumento de ética cuando establece una relación de confianza entre el productor y el consumidor.(p.24)

La certificación de alimentos es de carácter voluntario, nace con el propósito de dar cuenta a los consumidores de encontrar en los alimentos lo demandado. Esta como las demás certificaciones de productos también es otorgada por una entidad acreditada para certificar. Ejemplo de este tipo de certificaciones son los sellos de calidad en sus diferentes variantes.

- **Sellos de calidad, algunas experiencias internacionales.** Del estudio realizado por la FAO en Chile 2002, denominado estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial, estado actual y perspectivas de los sellos de calidad en productos alimenticios de la agroindustria rural en América Latina, se recopilaron en este aparte algunas experiencias internacionales que ofrecen orientación al respecto de los sellos de calidad a la investigación. Experiencias de la Unión Europea, Francia, Estados Unidos, Japón y países de América Latina como México, Argentina, Chile y Bolivia también fueron estriadas y consolidas en este aparte como punto de referencia teórica:

- **Unión Europea.** El consumidor europeo busca cada vez más información sobre el origen y el proceso de elaboración de los productos alimenticios. Existen así personas que prefieren productos auténticos que tengan más sabor y que sean elaborados de acuerdo a un conocimiento resguardado por la tradición. Ya no se trata de comparar productos estándares que se diferencian en el precio, sino productos cuya calidad sea identificada, garantizada y que responda a lo esperado por el consumidor. Esta evolución del comportamiento de los consumidores europeos, junto con la saturación del mercado de los productos agroalimentarios ha contribuido fuertemente al desarrollo

de una política favorable hacia la identificación cultural de los productos agrícolas y alimentarios (Mulder, 1998; Comisión Europea, 2001)

La Política de Calidad de la Unión Europea, actualmente tiene reglamentadas tres corrientes de sellos de calidad para productos y alimentos de origen agropecuario:

Denominación de Origen Protegida -DOP-: Garantiza que el producto que lleva este sello ha sido producido, transformado y elaborado en una zona geográfica determinada, con conocimientos específicos reconocidos y comprobados.



Figura 7. Sello de Calidad: Denominación de Origen Protegida

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

Indicación Geográfica Protegida -IGP-: Garantiza que el producto que lleva este sello presenta un vínculo con el medio geográfico en al menos una de las etapas de su desarrollo: producción, transformación o elaboración.



Figura 8. Sello de Calidad: Indicación Geográfica Protegida

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

Especialidad Tradicional Garantizada -ETG-: Garantiza que el producto que lleva este sello presenta una composición tradicional o está elaborado según un método de producción tradicional.



Figura 9. Sello de calidad: especialidad tradicional garantizada

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

En estas tres categorías de productos existe un registro comunitario, donde se asocia el nombre del producto al pliego de condiciones que debe cumplir para ostentar la clasificación correspondiente: DOP, IGP o ETG.

El sello o logotipo comunitario es el distintivo que puede usarse sobre la etiqueta o envase del producto aprobado y en su promoción publicitaria, permitiéndole aumentar la percepción visual y aproximarlos a los consumidores de toda la Unión Europea.

Los consumidores a su vez tienen la garantía de que éstos son productos controlados y que responden a las exigencias de su categoría. Por reglamento, los estados miembros deben contar con los recursos técnicos y humanos necesarios para realizar los análisis de control y visitas de fiscalización.

- **Francia**

Label Rouge o Sello Rojo de Calidad Superior. El Label Rouge o Sello Rojo de Calidad Superior, como se denominará en adelante, fue creado por la Ley de

Orientación Agrícola de 1960. El producto con este Sello se distingue de sus similares en el mercado por sus condiciones de producción o de fabricación, que le otorgan una diferencia cualitativa, la que es percibida por el consumidor final por sus características de sabor y por la imagen que conlleva. Asimismo, la prueba de su calidad superior, es evaluada y comprobada por un análisis sensorial.

Sello Rojo de Calidad Superior: esta etiqueta es una certificación que acredita que se trata de un producto alimenticio de calidad superior, por cumplir con un conjunto de características establecidas previamente como condición para optar a esa categoría.

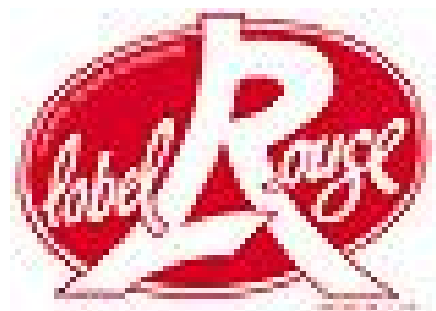


Figura 10. Sello de calidad: Sello Rojo de Calidad Superior

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

El sello Rojo de Calidad Superior es una marca colectiva, propiedad del Ministerio de Agricultura y Pesca y que por ley va en todos los productos que ostentan esta categoría.

• **Estados Unidos.** En los Estados Unidos de América existen diferentes tipos de sellos de calidad en los envases de productos alimenticios. Por una parte, están los institucionalizados a través del Departamento de Agricultura -USDA-, como la certificación voluntaria de carne de ave y carne de cerdo. En este caso los productos son inspeccionados por personal entrenado, que clasifica el producto en grados de calidad de acuerdo a estándares oficiales. Estos productos llevan en el envase el sello o marca de inspección con las iniciales USDA.

Por otra parte, están los sellos de calidad emitidos por asociaciones privadas, como la Asociación Americana del Corazón, la que avala con su marca de aprobación, alimentos que son parte de una alimentación saludable para el corazón.

En el mercado de los productos orgánicos es donde más ha proliferado la variedad de sellos, ya que cada entidad certificadora tiene su símbolo para representar que el producto ha sido certificado de acuerdo a normas preestablecidas. A continuación, se presentan las características de algunos programas de sellos de calidad vigentes en los EE.UU.

El sello Free-Farmed es una marca registrada en los EE UU, y también en Canadá, México, Corea y Japón, países hacia los cuales se exportan productos cárnicos desde los EE.UU.

Productos con este sello se expenden en grandes cadenas de supermercado de la costa este de los EE. UU. y también en cadenas más exclusivas de otras regiones del país.



Figura 11. Sello de calidad: Free-Farmed

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en

<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

Los tipos de productos certificados por la institución American Human Association con el Sello Free-Farmed son: carne de vacuno, productos lácteos, huevos, aves y carne de cerdo.

Japón. El gobierno japonés introdujo en 1991, a través de la marca o símbolo FOSHU, un sistema de aprobación voluntario para la aparición de mensajes saludables específicos en el etiquetado de alimentos funcionales.

Los demás productos funcionales no pueden usar mensajes saludables y sólo pueden optar a realizar mensajes de facto para llamar la atención de la presencia de ingredientes funcionales.

Al año 2000, entre un 10 y un 15% de los productos funcionales en el mercado japonés tienen un mensaje aprobado y pueden llevar el símbolo FOSHU en su etiqueta. Este símbolo se está transformando en una herramienta de comercialización importante para estos alimentos en Japón, país donde desde 1988 se han lanzado más de 2.000 diferentes alimentos y bebidas del tipo funcional (Japanscan, 2000).

Símbolo o sello FOSHU: la leyenda que acompaña este símbolo dice: Autorizado, Alimento Saludable.



Figura 12. Sello de calidad: FOSHU

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial.

(En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en

<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

Los ingredientes de tipo funcional en el mercado japonés, comprenden: probióticos, prebióticos, fibra dietética, edulcorantes no-cariogénicos, polifenoles, calcio y

promotores de su absorción, hierro, carotenos, licopenos, ácidos grasos poli-insaturados y moderadores del metabolismo lipídico y de la hipertensión arterial. Estos ingredientes son usados en la elaboración de bebidas (bebidas de fantasía, té de hierbas, bebidas de cacao, bebidas lácteas y yogurts) y de alimentos (quesos, helados de crema y de agua, productos de confitería, galletas, queques, snacks, cereales de desayuno, pastas instantáneas, edulcorantes, entre otros) (Japanscan, 2000).

- **América Latina.**

- **Argentina.** El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria de la Argentina –SENASA realiza la fiscalización de la calidad de productos cárnicos y efectúa la certificación que es requisito para el transporte de estos productos dentro del país. La certificación de SENASA también es requisito de los productos de exportación. Estos productos son: carnes frescas y congeladas y subproductos cárnicos del tipo embutidos y conservas; pescados y productos del mar frescos, congelados, salados, ahumados y deshidratados; aves frescas y procesadas y subproductos; y huevos frescos y procesados. Todos los productos certificados son inspeccionados periódicamente en las plantas elaboradoras (Batista, 2001).



Figura 13. Sello de calidad: SENASA

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellos-decalidadFAO.pdf>

Los productos alimenticios que llevan el sello o logotipo de SENASA en su envase, responden a la certificación en conformidad con la norma técnica correspondiente y su número acompaña al sello.

- **Bolivia.** El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad -IBNORCA-, creado en 1993, es una entidad privada sin fines de lucro cuyas funciones básicas son la elaboración de normas técnicas bolivianas y la certificación de productos, servicios y sistemas de empresas, confiriéndoles a las mismas un valor competitivo diferencial, que contribuye a favorecer los intercambios comerciales (IBNORCA, 2001).

Dentro de la certificación de productos, el Sello IBNORCA de Conformidad con Norma Boliviana es un sistema voluntario basado en el ensayo de tipo 39, complementado con la evaluación, aceptación y vigilancia posterior del sistema de control de la calidad de producción, por medio de inspecciones constantes a dicho sistema y con verificaciones de la certificación, en base a ensayo de muestras tomadas del comercio y de la producción del fabricante (IBNORCA, 2001). El seguimiento de los productos se realiza al menos una vez cada seis meses, dependiendo de los resultados de la última auditoría y del estado de la empresa que ostenta este sello (Kuramoto, 2001).

- **México.** La marca oficial de calidad: México, Calidad Selecta, fue creada con el propósito de apoyar el ingreso de los productos mexicanos a nuevos mercados y consolidar su presencia en aquellos en los que ya se comercializan.

Esta marca oficial es un signo distintivo de propiedad del gobierno federal, a través de la Secretaría de Economía, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación y del Banco Nacional de Comercio Exterior.



Figura 14. Sello de calidad: México, Calidad Selecta.

Fuente: FAO (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. (En línea) Santiago de Chile. Consultado 10 de enero de 2013 en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>

El sello distintivo México Calidad Selecta ha sido registrado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial el 20 de febrero del año 2001.

- **Otras experiencias internacionales.**

Distintivo H: México. Con el propósito fundamental de disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos en turistas nacionales y extranjeros y mejorar la imagen de México a nivel mundial con respecto a la seguridad alimentaria, desde 1990, se implementó, un programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos, Distintivo "H", para todos los establecimientos fijos de alimentos y bebidas.

El Distintivo "H", es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas etc.), por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX/2004.

El programa "H" es 100% PREVENTIVO, lo que asegura la advertencia de una contaminación que pudiera causar alguna enfermedad transmitida por alimentos; este programa contempla un programa de capacitación al 80% del personal operativo y al 100% del personal de mandos medios y altos.

Para obtener el Distintivo "H" se requiere cumplir con el procedimiento que se muestra en la Figura 15.

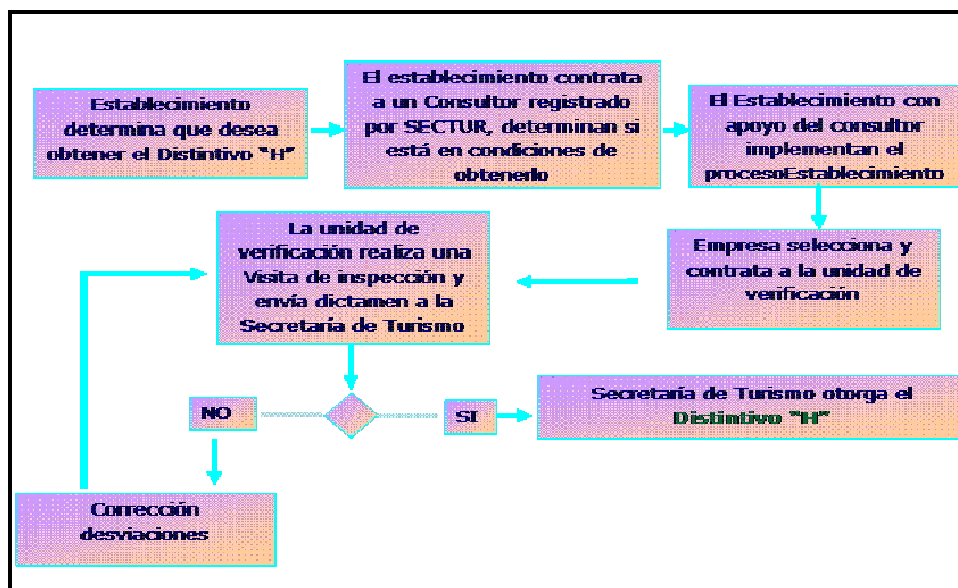


Figura 15. Procedimiento para obtener el distintivo “H”

Fuente: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9233_requisitos_y_procedimientos

Sello de Alimentos Argentinos: Argentina. El sello es una MARCA NACIONAL registrada por la SAGyP ante el I.N.P.I., que facilita la identificación de los alimentos argentinos y sus atributos, distinguiendo una IMAGEN NACIONAL, posibilitando el posicionamiento de los alimentos en los mercados tanto doméstico como internacional, favoreciendo su colocación y comercialización. El Sello puede ser solicitado por toda persona física o jurídica, que sea productor o empresa productora y/o elaboradora de alimentos en el territorio argentino, que cumpla con las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), de Manufactura (BPM) y el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) según corresponda. El sello es para el producto en cuestión para el cual se solicita su uso. Por tratarse de una marca, la cesión es siempre entre personas (físicas o jurídicas).



Figura 16. Sello de calidad: Sello de Alimentos Argentinos.

Fuente: <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/index.php>

El sello Alimentos Argentinos tiene como objetivos:

- ✓ Promover y resguardar la autenticidad y originalidad de los alimentos argentinos, en virtud de las circunstancias sociales, culturales y naturales de producción, elaboración y transformación.
- ✓ Impulsar la incorporación de atributos de valor diferencial en los alimentos argentinos.
- ✓ Otorgar un distintivo especial a los alimentos argentinos que presenten atributos de valor característico y constante, y que respondan a criterios de valoración significativos, objetivos, mensurables y rastreables.
- ✓ Promover el reconocimiento inmediato por parte del consumidor de una calidad que satisface una expectativa o gusto determinado por sobre los estándares que fija el Código Alimentario Argentino; y la diferenciación de los productos con el Sello en los canales de comercialización y en los puntos de venta.
- ✓ Brindar a clientes y consumidores garantía de que los productos son elaborados en conformidad a características específicas y/o condiciones especialmente establecidas en los respectivos protocolos.
- ✓ Difundir y promocionar las características de valoración de los productos que ingresen al sistema voluntariamente.
- ✓ Fomentar la coordinación de las entidades involucradas en la promoción de los alimentos argentinos en el exterior.

Sellos de calidad y otro tipo de distinciones en Colombia.

- **Restaurantes 1ª, Distinción Sanitaria de la Secretaría Distrital de Salud (SDS) de Bogotá a Restaurantes Populares.** Según la SDS (2004): la estrategia de Distinción Restaurantes 1ª fue diseñada con el ánimo de integrar el cumplimiento de la normatividad sanitaria (para contribuir con la inocuidad de los alimentos en los restaurantes), la oferta de menús balanceados y la calidad del servicio, como un compromiso y una responsabilidad social. La estrategia busca que los establecimientos

que ofrecen los almuerzos conocidos como “corrientazos” implementen un sistema de gestión de la calidad (p.4).

La SDS, se basó en la realización de un diagnóstico situacional a más de cinco restaurantes en funcionamiento de la ciudad, de los cuales por deber misional le corresponde practicarles la inspección vigilancia y control (IVC) sanitario teniendo en cuenta la normatividad para el país (Decreto 3075 de 1997). El ejercicio evidenció las problemáticas resultantes de la falta de higiene tales como: pérdidas económicas por altos volúmenes de desperdicios de comidas preparadas; reducción de la vida útil de la comida; pérdida de propiedades organolépticas de los alimentos preparados, insatisfacción de los clientes, y posibles perjuicios para la salud de los consumidores por los diferentes tipos de contaminación a los que éstos se exponen en las condiciones precarias de higiene evidenciadas. Ante las situaciones desfavorables evidenciadas para los consumidores, la SDS estableció la estrategia de Distinción para los restaurantes populares de Bogotá.

La estrategia básicamente se fundamentó en promover que los propietarios de los restaurantes populares (corrientazos) de Bogotá, adopten los requerimientos sanitarios requeridos por la norma; de tal forma que el suministro de alimentos a los consumidores se realizará cumpliendo atributos de inocuidad. Los aspectos relacionados con el balance nutricional de las comidas ofrecidas en los restaurantes y la vinculación de los empleados de los restaurantes al Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS.) también fueron propiciados por la estrategia.

Las características o requisitos para que un restaurante de la ciudad de Bogotá participará de la estrategia o accediera a la distinción, según la SDS (2004) consistían en: tener existencia legal; tener como tiempo mínimo de funcionamiento de un año; tener a sus empleados afiliados al SGSSS; vender menús denominados como corrientes o ejecutivos; vender a diario, por lo menos treinta servicios; vender servicios (desayunos, almuerzos, cenas) de costo no mayor a cinco mil pesos cada uno; no ser un puesto de venta callejera; no encontrarse en plazoletas de centros comerciales; no pertenecer a una cadena de restaurantes (p.7).

El restaurante vinculado a la estrategia, debía ser objeto de un proceso para corroborar su aptitud sanitaria y los demás fundamentos de la estrategia como se mencionaron arriba. El protocolo implementado por la SDE consistía en:

Visita de inspección sanitaria.

- Evaluar las condiciones de la infraestructura física y sanitaria.
- Evaluar las condiciones de saneamiento
- Evaluar las condiciones de preparación y prestación del servicio.
- Evaluar las prácticas higiénicas y medidas de protección.
- Evaluar las condiciones de almacenamiento y manejo de productos.
- Evaluar las condiciones de seguridad ocupacional.
- Toma de muestras al azar de alimentos (carnes, ensaladas y jugos) elaborados en el día para ser llevados a laboratorio y realizar los análisis para la detección de patógenos según parámetros establecidos por el INVIMA y el Ministerio de Salud, para este tipo de muestras. Cuadro 7

Cuadro 7. Parámetros Microbiológicos para la evaluación de los alimentos en la estrategia de restaurantes populares

Parámetros microbiológicos para la evaluación de los alimentos de la estrategia de restaurantes populares	
<u>Parámetros invima</u>	
• Recuento de mesófilos aerobios ufc/g	10000
• NMP Coliformes totales	<3
• NMP coliformes fecales	<3
• Estafilococo coagulasa positiva ufc/g	<100
• Bacillus cereus ufc/g	<100
• Detección de Salmonella / 25g Negativa	
<u>Resolución 7992 / 91, Min. Salud para jugos</u>	
• Recuento de mesófilos aerobios ufc/g	20000-50000
• NMP Coliformes totales	9-29
• NMP coliformes fecales	<3
• Esporas de clostridium sulfito reductor ufc/g	<10
• Recuento de mohos y levaduras ufc/g	1000-3000

Fuente: SDS (2004): Boletín Epidemiológico Distrital. Semana 41 a 44/ 10 de octubre a 10 de noviembre de 2004

Evaluación del componente nutricional de las minutas ofrecidas en el menú por los establecimientos, con base en la minuta patrón pre-establecida por la SDS. Ver Gráfico No.9

Cuadro 8. Minuta Patrón

Ejemplo de presentación de minutas por parte de los establecimientos. Estrategia de restaurantes populares. Bogotá. 2004-2005

Grupo de alimento	Cantidad en gramos	Medida casera
Vegetales u hortalizas	100 gramos	1 taza
Fruta	60 gramos	Una unidad
Cereales Tubérculos Plátanos Pastas	150 gramos	1 y media a 2 tazas
Carnes: Pollo, pescado, res, cerdo, vísceras	100 gramos	1 porción
Aceites y otras grasas	20 gramos	4 cucharaditas
Azúcares	20 gramos	4 cucharaditas

Fuente: SDS (2004): Boletín Epidemiológico Distrital. Semana 41 a 44/ 10 de octubre a 10 de noviembre de 2004

Finalmente, la SDS terminaba el trámite de la distinción, con la emisión de los conceptos. El concepto se emitía “favorable” para aquel restaurante popular que cumpliera con los parámetros establecidos en los tres pasos anteriores, concepto “pendiente”; cuando el cumplimiento se daba parcialmente y “desfavorable” para aquellos restaurantes populares que no cumplieron con ninguno de los parámetros medidos en el proceso.

Si el restaurante accedía a un concepto favorable recibía la Distinción 1ª, la cual tendría una vigencia de dos años, renovable. En este caso, los restaurantes recibían visitas de control tres veces por año.

Para los restaurantes con concepto pendiente, se les otorgaban 30 días a los propietarios para que hicieran los ajustes necesarios; posteriormente se verificaban los

ajustes y se emitía la Distinción. Si el restaurante no realizaba los ajustes no accedía a la Distinción 1ª.

Para los restaurantes con concepto desfavorable, sólo podría solicitar una nueva verificación contando un año posterior al concepto.

La revocatoria de las distinciones se daba en caso de que las visitas de verificación practicadas por las SDS a los restaurantes 1-A, comprobaran irregularidades o incumplimiento de los requisitos de la distinción.

Como resultados de la estrategia al 31 de diciembre de 2004 la SDS indicó que de los cinco mil establecimientos de Bogotá potenciales de participar en la estrategia y que son objeto de IVC por parte de la SDS, sólo 230 participaron, encontrándose que: al 95(43%) se les emitió concepto desfavorable, (37,4%) concepto pendiente y la distinción sanitaria se emitió a 49 establecimientos correspondientes al 21.3%.

- **Cosechas del Campo: Proyecto FAO-MANA, Antioquia –Colombia.** Con el apoyo de la FAO en el departamento de Antioquia se lideró el proyecto MANA. En este proyecto a 2008 se habían capacitado y certificado en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) a más de 1.000 productores de más de 20 municipios del departamento. Con metodología teórico-prácticas se impartieron los conocimientos en el sistema de gestión de la inocuidad a los productores en lo que se denominaron Escuelas de Campo de Agricultores (ECAS).

A partir de la formación y mediante la aplicación de las BPA los campesinos antioqueños produjeron fríjol cargamanto blanco, panela y tomate larga vida chonto y milano.

El proyecto FAO MANA(2008) :Como forma de reconocimiento y diferenciación frente a otros productores, se promovió un “sello social”, que da garantías de la inocuidad y calidad de los productos elaborados en base a Buenas Prácticas Agrícolas, como lo es la marca “Cosechas del Campo”

- **Sello Ecológico del Ministerio de Agricultura de Colombia.** Mediante la Resolución 0148 de 2004, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, se creó y se reglamentó el otorgamiento del “sello de alimento ecológico”, y, mediante la Resolución 036 de 2007 se modifica su administración y uso. El sello de alimento ecológico se creó para promover, diferenciar y posicionar los productos ecológicos dentro de toda la cadena de productos alimenticios, generando confianza en los consumidores al adquirir un producto con las características deseadas, respaldado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.



Figura 17. Sello Alimento Ecológico.

Fuente: http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/04san_03agroeco.aspx

El sello de alimento ecológico se creó para promover, diferenciar y posicionar los productos ecológicos dentro de toda la cadena de productos alimenticios, generando confianza en los consumidores al adquirir un producto con las características deseadas, respaldado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Sello Ambientalmente Sostenible: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural (MAVDR)

El sello Ambiental Colombiano “SAC”, creado por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT) tiene como objetivo consolidar la producción de bienes ambientales sostenibles y aumentar la oferta de servicios ecológicos competitivos en el mercado nacional e internacional.



Figura 18. Sello SAC: sello ambientalmente sostenible

Fuente: <http://www.minambiente.gov.co//contenido/contenido.aspx?conID=7745&catID=1277>

Este sello nace en respuesta al reto que afrontan las empresas de entregar bienes o servicios de calidad pero con impacto ambiental negativo o mínimo. Esto en razón de la preocupación manifiesta por la protección del medio ambiente, hecho que los consumidores comienzan a exigir como atributo de calidad en los bienes y servicios que consumen.

El uso del Sello Ambiental Colombiano “SAC” fue reglamentado por los Ministerios de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y de Comercio, Industria y Turismo a través de la Resolución 1555 de 2005.

Según el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2006): El sello o distintivo ecológico, es de carácter voluntario y busca orientar a los consumidores con información verificable, precisa, no engañosa, sobre los aspectos ambientales de los productos, en la misma medida que promueve el mejoramiento ambiental de los procesos productivos y alentar la demanda y el suministro de productos que afecten en menor medida el medio ambiente (p.2).

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente capítulo detalla la metodología aplicada para la realización del estudio. En éste, se describen las fuentes de información revisadas, tipo, método y técnica de investigación utilizada para el abordaje y resolución del problema identificado.

3.1 Fuentes de información.

Se consideraron fuentes primarias, consistentes en información propia generada por el quehacer misionario de la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá (SDDE); en específico la documentación relacionada con la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria – Alimenta Bogotá y el informe de ejecución de actividades del periodo administrativo distrital 2008-2012, específicamente del proyecto 442 de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario (DERAA).

Esto permitió identificar con cuales acciones comunicativas para la movilización social de los consumidores, contaba el Plan Maestro Alimenta Bogotá para la visibilización de los actores de la cadena que implementaban las BPM con el apoyo de la institución. Así mismo, permitió identificar el alcance del apoyo de la entidad a los actores de la cadena de abastecimiento del Distrito, en lo que respecta al acompañamiento para la implementación del sistema de gestión de la inocuidad.

Para el análisis del estado actual de las certificaciones de calidad de los alimentos a nivel internacional y nacional, en especial de los sellos o distintivos de calidad utilizados para la diferenciación de alimentos y actores frente a su compromiso con la gestión de la inocuidad de los alimentos y productos alimenticios y otros sistemas o normas, se revisaron fuentes secundarias consistentes en publicaciones, documentos y otros, hallados a través de la Internet. Así mismo, se procedió, en conocer el perfil de los consumidores bogotanos y, en general, el marco teórico de esta investigación.

La investigación realizada se describe como una investigación cualitativa-documental. Cualitativa, porque las circunstancias de investigación se sujetaron a un escenario particular, bien conocido por la autora por ser su lugar de trabajo y porque las acciones analizadas corresponden al quehacer de sus funciones y documental porque el método de la investigación se centró únicamente a la revisión de información existente en forma documental tanto en la SDDE y los archivos de la DERA A como en las fuentes secundarias consultadas.

3.2 Técnicas de investigación.

El diseño de este trabajo es de investigación-acción; aclarando desde las restricciones del proyecto que el alcance del mismo sólo involucraría los dos ciclos o fases iniciales del diseño de este tipo de investigación:

- Detectar el problema de investigación
- Formulación de un plan o programa para resolver el problema o introducir un cambio.

Con la implementación de esta técnica la autora pretendió analizar la problemática existente en la SDDE en especial en la DERA A en lo que respecta a la poca o nula visibilización de la intervención del Plan Maestro Alimenta Bogotá en los actores de la cadena y su apoyo para la gestión de inocuidad a través de la implementación de las BPM, generándose una desinformación de los consumidores de la ciudad aumentando las probabilidades de un acceso a alimentos no inocuos lo que repercute directamente en la nutrición de los ciudadanos y en efecto a la garantía del derecho a la alimentación por parte del estado colombiano y en este caso del Distrito de Bogotá.

A renglón seguido de la detección y análisis de problema, la autora procuró como segundo ciclo de este diseño de investigación, la formulación de un plan para subsanar la problemática existente, conduciendo a la SDDE al planteamiento de un sistemas de sellos de calidad como acción comunicativa de movilización social, que le permitirá al Plan Maestro Alimenta Bogotá visibilizar la gestión de la inocuidad alimentaria por parte

de los actores del abastecimiento alimentario de Bogotá de tal forma, que permita el reconocimiento, diferenciación y generación de confianza por los consumidores.

El laborar en la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, como coordinadora del Servicio de Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición de Alimentos Bogotá, le permitió a la autora conocer, de primera mano, el contexto o ambiente, liderar la investigación –acción detectando la problemática y proponiendo un plan de acción para fomentar el cambio.

Ver a continuación en la Figura No.19, las principales acciones para llevar a cabo esta investigación con la técnica: Investigación-Acción.

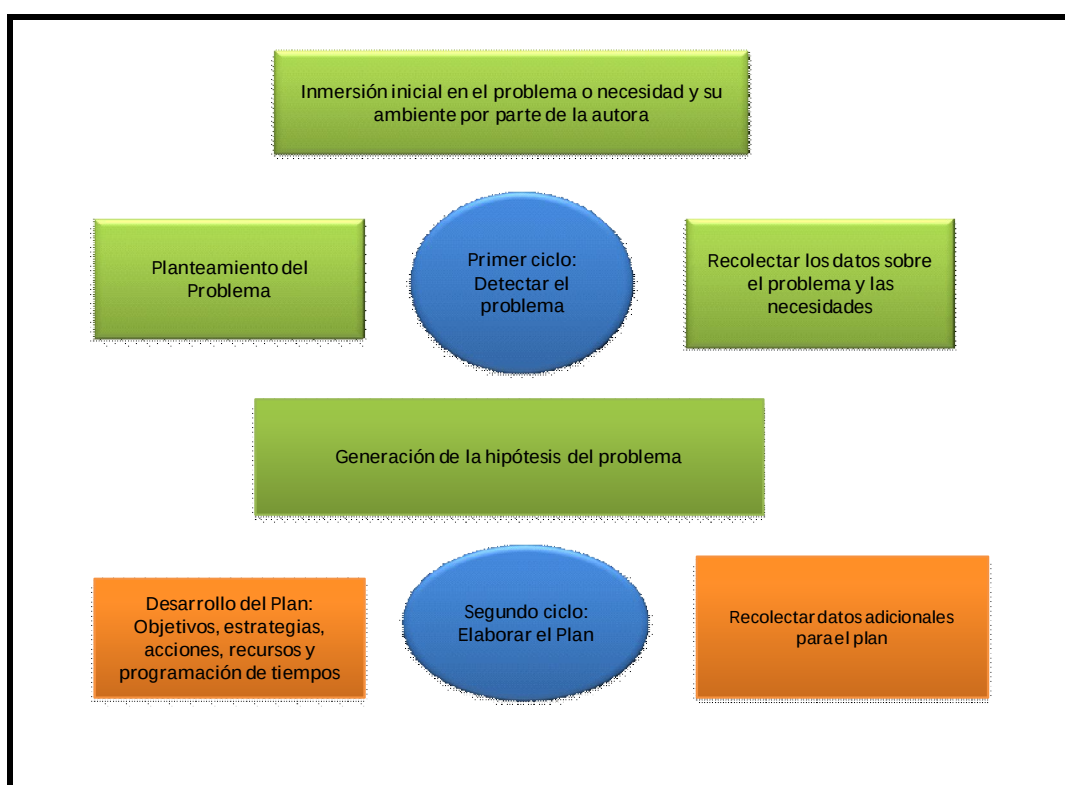


Figura 19. Principales acciones para llevar a cabo la investigación – acción.

Fuente: Adaptado de Hernández-Samperi (2005): Metodología de la investigación. 4^{ta} edición. Principales acciones para llevar a cabo el proceso de la investigación-acción. Capítulo 15. Diseño del proceso de investigación cualitativa. P.709

3.3 Actividades, instrumentos y participantes.

3.3.1 Actividades. Al desarrollo de actividades para la consecución de los objetivos propuestos por la investigación, fue precedido por:

- Identificación y análisis de la problemática
- Revisión de las fuentes de información primaria como se detalló en el punto anterior 3.1, relacionada con la problemática y de acceso oportuno por parte de la investigadora por hacer parte del equipo de trabajo de la entidad contexto de la investigación (SDDE).

A continuación se enumeran las actividades desarrolladas para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación y consecución de entregables:

Objetivo específico No.1: definir los parámetros técnicos y de gestión que implican el sello de calidad “Alimenta Bogotá”, como una herramienta de gestión de la inocuidad.

- Análisis de la línea estratégica de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá en calidad e inocuidad y la pertinencia de las acciones comunicativas que la conforman.
- Revisión del informe final de la implementación de la línea estratégica de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad generado por el convenio 07 de 2008 entre Compensar y la SDDE.
- Revisión y análisis de los resultados de la implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria (Proyecto DERAA 442 y la intervención de los actores del abastecimiento alimentario en el periodo 2008 a 2012.
- Revisión de experiencias internacionales y nacionales de certificaciones de calidad para alimentos y sistemas de gestión como los sellos de calidad .
- Proyección de un programa de certificación de calidad del Plan Maestro Alimenta Bogotá: sello de calidad Alimenta Bogotá.
- Presentación del sello de calidad como acción comunicativa para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá.

- Planteamiento de la gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá:
- Identificación de actores involucrados en el proceso de certificación o sujetos de la acción comunicativa sello de calidad, con lo cual se definió una estructura institucional que evidencia las relaciones entre los involucrados y el rol de cada uno de los intervinientes.
- Diseño y planteamiento de una ficha técnica que recoge los parámetros técnicos para la gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá.

Objetivo específico No.2: documentar los protocolos de acceso, guías de implementación, sistema de evaluación e imagen institucional del sello de calidad “Alimenta Bogotá”.

- Presentación de la operatividad del sello de calidad Alimenta Bogotá:
- Diseño y planteamiento de protocolo de acceso por tipo de actor:

Protocolo No.1. Solicitud voluntaria del actor para acceder al sello de calidad Alimenta Bogotá.

Protocolo No.2. Actor acompañado y asesorado por la SDDE-Alimenta Bogotá para la implementación del sistema de gestión de la inocuidad: Buenas Prácticas hasta el acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá.

- Planteamiento de una guía general de implementación de la acción comunicativa sello de calidad Alimenta Bogotá que aborda todos los actores involucrados (actores del abastecimiento, consumidores, entidades certificadoras avaladas por la SDDE y el Plan Maestro Alimenta Bogotá).
- Diseño y planteamiento de una batería de indicadores de seguimiento y evaluación como sistema de evaluación.
- Adopción y adecuación de la imagen corporativa del Plan Maestro Alimenta Bogotá como imagen institucional o corporativa del sello de calidad Alimenta Bogotá.

- Documentación de la marca y sus elementos como imagen del sello de calidad Alimenta Bogotá.
- Diseño y documentación de piezas comunicativas promocionales del sello por tipo de actor.

Objetivo específico No.3: definir un plan de acción para el desarrollo de un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el sello de calidad “Alimenta Bogotá” y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el sello de calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

- Diseño y definición de un plan de acción general con proyección a tres años, con dos objetivos: 1. El desarrollo de un piloto de certificación de actores del abastecimiento con el sello de calidad Alimenta Bogotá y 2. La formación e información de los consumidores de la ciudad de Bogotá que les permita identificar y reconocer el sello de calidad Alimenta Bogotá como garantía de inocuidad y calidad.

3.3.2 Instrumentos. No hubo un instrumento de captura de información, diseñado y utilizado para el desarrollo de la investigación. La investigación se realizó a partir de la revisión de información primaria facilitada por la fuente originaria de la misma como es la SDDE y la DERRA de la cual se extrajo la información relevante para el desarrollo de la misma.

3.3.3 Participantes. En la investigación fue unipersonal con el apoyo de la profesional de comunicaciones de Alimenta Bogotá de la SDDE, quien suministró información documental para el proyecto, proveniente de los archivos institucionales.

4. DESARROLLO DEL SELLO DE CALIDAD “ALIMENTA BOGOTA”.

Aplicando la metodología prevista para el desarrollo de la investigación con base en el diseño de investigación-acción como bien se puntualizó en el capítulo anterior, se llevaron a cabo las acciones conducentes a generar una propuesta a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico - SDDE y en especial a la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario - DERA A como ejecutora del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria - Alimenta Bogotá, en la que se plantea la definición de un sistema de sellos de calidad para la certificación y visibilización de los actores de la cadena de abastecimiento, que cuentan con Buenas Prácticas como sistema de gestión de inocuidad; de tal forma, que los consumidores de Bogotá reconozcan, diferencien e identifiquen a los actores seguros para el acceso a alimentos inocuos, conducentes a una adecuada nutrición.

En las líneas siguientes, se exponen los resultados de las acciones desarrolladas, hasta la presentación de la propuesta que satisface la problemática identificada cumpliendo con los objetivos propuestos de la investigación.

4.1 Revisión de la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria en Calidad e Inocuidad.

En el marco del Convenio No. 07 de 2008 firmado entre la SDDE y Compensar se diseñaron dos líneas de acción de la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá. Dentro de esta estrategia se conformaron dos líneas estratégicas una en Calidad e Inocuidad y otra en Hábitos Nutricionales Saludables. Para efectos de la investigación, la autora se limitó a la revisión documental de la línea estratégica de Comunicación para la Movilización Social en Calidad e Inocuidad atendiendo a su estrecha relación con la problemática establecida.

Para facilitar el análisis se consolidó la siguiente tabla (Ver cuadro 9), en la que se discrimina la estructura de la líneas estratégica en Calidad e Inocuidad y se enumeran las 21 acciones comunicativas diseñadas para la línea estratégica particular, se describen cada una de las acciones, indicando los sujetos destinatarios para cada una de ellas. La revisión del documento permitió verificar cuáles de las 21 acciones diseñadas fueron priorizadas e implementadas por el Convenio No. 07 de 2008. Adicionalmente, para cada una de las acciones, se respondió a la pregunta:

- ¿Visibiliza a los consumidores la gestión de la inocuidad de los alimentos, desarrollada por los sujetos de la acción?

Lo anterior, con el propósito de revisar al detalle las acciones diseñadas, identificar las priorizadas e implementadas por el Convenio No. 07 de 2008 y tener acceso a los resultados que bien podrían ofrecer algún tipo de orientación para la investigación. Finalmente, la revisión de cada una de las acciones, permitía identificar si éstas, estaban diseñadas para satisfacer la problemática establecida.

Cuadro 9. Estructura de la línea estratégica de comunicación para la movilización social en Calidad e Inocuidad.

Estrategia de Comunicación para la Movilización Social en Calidad e Inocuidad					
Guía #	Acción Comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción	Implementación priorizada por el convenio 07 de 2008	Visibiliza a los consumidores la gestión de la inocuidad de los alimentos, desarrollada por los sujetos de la acción?
1	Construcción colectiva	Concertación de acciones con los coordinadores de plazas de mercado públicas y privadas	Coordinadores de plazas de mercado públicas	Si	No
2	La voz de las plazas	Activación de los circuitos internos de audio en las plazas mediante producción de un programa semanal de audio y producción de mensajes	Comerciantes de alimentos de las plazas públicas. Usuarios de las plazas públicas de mercado. Personas encargadas de los circuitos internos en las plazas	Si	No
3	La voz de las plazas	Producción de un segmento del programa de radio Justo a las 4 desde las plazas de mercado públicas	Comerciantes de alimentos de las plazas públicas. Radioescuchas "Justo a las 4"	Si	No
4	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas y privadas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado.	Si	No
5	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una historieta mensual alusiva a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas.	Si	No
6	Impresiones necesarias	Producción de una sección de impreso mensual, de circulación entre comercializadores y clientes de las plazas de mercado	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas.	Si	No
7	Arte en las plazas	Puesta en escena y presentación de cuadros teatrales, de corta duración, alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas. Grupos de teatro de las localidades de Ciudad Bolívar y San Cristóbal.	Si	No
8	Arte en las plazas	Producción de un concierto con música popular alusiva al hombre y su relación con los alimentos.	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas. Músicos/ cantautores.	Si	No

9	Premio a la calidad	Premio al puesto de venta de las plazas de mercado públicas que presenten las mejores condiciones de calidad e inocuidad.	Comerciantes de las plazas de mercado públicas.	Si	Si
10	Construcción colectiva	Alianza con representantes de organizaciones de comerciantes de alimentos, ya vinculados a través de alianzas o gestión de redes.	Representantes de organizaciones de comerciantes de alimentos. Comerciantes de alimentos del Distrito Capital	Si	No
11	Momentos de regocijo	Jornadas para sensibilizar a tenderos(as) y sus familias, y motivar su compromiso con la calidad e inocuidad en y desde las tiendas	Tenderos(as), Comunales, familiares menores de edad, localidades Ciudad Bolívar y San Cristóbal.	No	No
12	La voz de las tiendas	Vinculación de tenderos, tenderas, comunales y sus familias, como corresponsales de Justo a las 4.	Tenderos(as), Comunales, familiares menores de edad, localidades Ciudad Bolívar y San Cristóbal. Radioescuchas Justo a las 4.	No	No
13	Impresiones necesarias	Distribución en tiendas de la serie de afiches relativos a calidad e inocuidad.	Tenderos(as) y consumidores de las tiendas	No	No
14		Distribución en tiendas de la serie de historieta relativa calidad e inocuidad.	Tenderos(as) y consumidores de las tiendas	No	No
15		Producción de sección de impreso mensual, de circulación entre tenderos(as) y clientes de las tiendas.	Tenderos(as) y consumidores de las tiendas	No	No
16	Línea de atención en calidad	Poner en servicio a través de la línea de atención Alimentación Bogotá, un servicio sobre calidad e inocuidad en los alimentos.	Comerciantes, Transportadores, Transformadores y Consumidores de alimentos; facilitadores de información	No	No
17	Fiesta por la alimentación	Jornada para toda la ciudad, unida a la conmemoración del día mundial de la alimentación	Todos los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, públicos y privados.	No	No
18	Construcción colectiva	Alianza con dirigentes de ACODRES para promover acciones de calidad e inocuidad con restaurantes populares del Distrito.	Dirigentes ACODRES y afiliados	No	No
19	Padrinazgos saludables	Establecer cooperación e intercambio entre restaurantes afiliados a ACODRES y restaurantes populares.	Restaurantes afiliados a ACODRES, restaurantes populares de Ciudad Bolívar y San Cristóbal.	No	No
20	Construcción colectiva	Alianza con transportadores de alimentos	Representantes de empresas transportadoras de alimentos.	No	No
21	La llave de la calidad	Producción y distribución de material informativo y promocional sobre calidad e inocuidad en el transporte de alimentos.	Transportadores de alimentos.	No	No

Fuente: la autora

Fruto de la revisión se evidenció que se priorizaron e implementaron 10 de las 21 acciones diseñadas a través del Convenio No. 07 de 2008. Se encontró, además, que sólo una de las 21 acciones contemplaba la visibilización de los actores comerciantes de las plazas de mercado de Bogotá, cuando presenten las mejores condiciones de calidad e inocuidad. Este es el caso de la acción comunicativa: premio a la calidad / Estímulo a la calidad.

Enfoque de la Guía No.9 (Acción comunicativa estímulo a la calidad. Documento estrategias de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá en Calidad e Inocuidad. 2008): la acción estímulo a la calidad, destaca las buenas prácticas en calidad e inocuidad específicamente en manipulación y almacenamiento comercial de los alimentos.

Emulan, mensualmente, por el estímulo a la calidad colectivos de comerciantes de una misma plaza quienes comercian un mismo tipo de alimento, tales como comerciantes de frutas, comerciantes de verduras, comerciantes de cárnicos, comerciantes de pescados, comerciantes de lácteos, entre otros.

El estímulo es un reconocimiento colectivo, no individual; ello posibilita promover la gestión colectiva, estrategia esencial del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos de Bogotá. Permite, igualmente, que comerciantes comprometidos con la calidad jalonen a otros con quienes entran a concursar y quienes también se verán beneficiados con el premio.

Para los comerciantes el estímulo debe ser atractivo y significativo en términos de ahorro, productividad o rentabilidad. Para la plaza el estímulo debe ser significativo en términos de visibilidad, reconocimiento a la gestión y perspectivas de mercadeo para la plaza en su conjunto.

La acción busca, igualmente, proyectar escenarios de encuentro entre los grupos de comerciantes ganadores de estímulos para compartir experiencias y aportar iniciativas

de acción para el avance y consolidación de la política pública del Distrito en calidad e inocuidad en los alimentos.

La acción estímulo a la calidad, está enmarcada en el artículo 12 del Decreto 315 de 2006 expedido por la Alcaldía Mayor de Bogotá, por medio del cual se otorga atribuciones al Consejo Directivo del Plan Maestro Alimenta Bogotá en términos de “Definir incentivos distritales para promover y facilitar la vinculación de los agentes del abastecimiento al Plan”. Ver Acciones comunicativas y sus guías de implementación en el Anexo No.4

Revisado el alcance y la guía de implementación de la única acción comunicativa (Premio o estímulo a la calidad) diseñada con perspectivas de visibilización del compromiso de los actores, frente a la gestión de la inocuidad de los alimentos y el enfoque de la misma, se encontraron las siguientes limitaciones frente al propósito de la investigación:

- La acción sólo se limita a actores comerciales de las plazas de mercado. Excluyendo los demás actores de la cadena.
- El procedimiento de implementación del concurso no hace referencia explícita a que uno de los requerimientos de participación de los actores sea demostrar formalmente el cumplimiento de la normatividad o Decreto 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud.
- Un proceso de seguimiento para la sostenibilidad de la gestión por parte de los actores premiados no es contemplado.
- El concurso es de carácter colectivo.
- No se evidencia un proceso de sensibilización hacia los consumidores clientes de la plaza para que relacionen la razón de ser del premio con sus derechos como consumidores a acceder a alimentos inocuos en las plazas de mercado de manera permanente.

- No se evidencia un proceso de información y comunicación permanente para los consumidores que les permita reconocer e identificar a los actores ganadores del premio a la calidad.

De la revisión y análisis de la línea estratégica de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad, de la identificación de las limitaciones en el alcance y procedimiento de aplicación de la acción comunicativa premio o incentivo a la calidad, la autora infirió la pertinencia de desarrollar una acción comunicativa nueva, que apuntara a la resolución de la problemática establecida pero que pudiera integrarse a la estrategia general planteada por el Plan Maestro Alimenta Bogotá.

4.2 Revisión del informe final de la línea estratégica de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá en calidad e inocuidad.

Hacer esta revisión permitió a la autora encontrar recomendaciones importantes desencadenadas del proceso de implementación de las 10 acciones comunicativas priorizadas pero que sin duda dieron una orientación clara a la investigación, siendo estas recomendaciones acordes con el propósito establecido para resolver la problemática. Ver documento informe final de la línea estratégica de comunicación para la movilización social, en el Anexo No.5.

Las recomendaciones que a continuación se transcriben del informe final de la línea estratégica de comunicación para la movilización social y que para efectos del estudio se limitó a la línea estratégica en calidad e inocuidad dan cuenta de la necesidad expresa y de la pertinencia de la generación de acciones comunicativas que permitan empoderar al consumidor:

- Con base en las experiencias adquiridas durante este proceso es necesario reevaluar los mecanismos de intervención para algunas acciones, teniendo en cuenta la diversidad cultural, educativa y social de los actores intervenidos, además de sus características comerciales particulares.

- Educar a los consumidores, es fundamental para garantizar la exigencia del derecho a una alimentación de calidad y esto parte del conocimiento y la conciencia masiva que se genere en torno a estos temas. Algunas de las actividades desarrolladas contribuyen en gran medida a este proceso pero aún se debe continuar y consolidar más una propuesta que se pueda trabajar desde los medios de comunicación.
- Continuar el proceso de construcción y adaptación de las acciones comunicativas teniendo presente que la mejor forma de modificar hábitos y lograr cambios culturales es a través de estrategias lúdicas y procesos pedagógicos de enseñanza-aprendizaje en todos los grupos de edad.

4.3 Revisión del informe de ejecución del proyecto 442 para el periodo 2008-2012, de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario denominado: Implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria.

Al ser parte activa del equipo de trabajo de la DERRA, la autora accedió al informe final de resultados de la ejecución del Plan Maestro Alimenta Bogotá para el periodo 2008-2012.

En la revisión se evidenció que las actividades planteadas para el cuatrienio en función del cumplimiento de la meta plan del proyecto 442: "Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012", no contemplaron ninguna actividad relacionada con el proceso de visibilización de la gestión de la inocuidad por parte de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos que el Plan Maestro Alimenta Bogotá, vinculó a la meta plan. Las actividades contempladas se pueden revisar en El cuadro 10

En el cuadro también se evidencia como se proyectó la vinculación de actores para el cumplimiento de la meta año tras año para el periodo 2008-2012. Cabe aclarar que los

valores presentados para cada año, corresponden a actores vinculados a cualquiera de las actividades proyectadas.

Cuadro 10. Programación de actividades para el cumplimiento de la meta plan: “Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012”

Meta Plan proyecto 442: Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012							
No.	Actividad	Programacion vinculacion de actores a la meta 2008-2012					
		2008	2009	2010	2011	2012	Total
1	Definir el Modelo de Gestion para mejorar la Calidad de los Alimentos.(Buenas Practicas de Manufactura de Alimentos)	2240	6335	6088	4038	1299	20000
2	Realizar un acompañamiento técnico a la implementación de las buenas prácticas de manufactura de los alimentos por actores del abastecimiento						
3	Apoyar el proceso de registro sanitario de alimentos de transformadores de Bogota y de la Región Central						
4	Diseñar e implementar una estrategia de promoción de la calidad e inocuidad de los alimentos y hábitos nutricionales saludables para el consumidor de Bogota						

Fuente: la autora

En el Cuadro 11 que a continuación se detalla se recoge los resultados cuantitativos para el cumplimiento de la meta “Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012” con respecto a lo proyectado y evidenciado en la Cuadro 10.

Cuadro 11. Resumen de la ejecución de la Meta Plan: Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos en el periodo 2008-2012.

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO-DIRECCION DE ECONOMIA RURAL Y ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO						
442 - Implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogota, D. C., PMASAB						
OBJETIVO ESTRUCTURANTE: CIUDAD DE DERECHOS						
PROGRAMA: BOGOTÁ BIEN ALIMENTADA						
Meta Plan: Capacitar a 20.000 actores de la cadena de abastecimiento para desarrollar prácticas que garanticen la calidad y la inocuidad de los alimentos						
INDICADOR	Capacitación de actores de la cadena de abastecimiento	PROGRAMACIÓN		SEGUIMIENTO 2012	RECURSOS	% CUMPLIMIENTO META CUATRIENIO
		AÑO	MAGNITUD	MAGNITUD	MAGNITUD	96
		2.008	2.240,00	2.240,00	\$ 184.416.000	
		2.009	6.335,00	6.335,00	\$ 821.648.479	
		2.010	6.088,00	6.088,00	\$ 800.269.972	
		2.011	4.038,00	4.038,00	\$ 453.764.000	
		Mayo 2012	1.299,00	481,00		
		TOTAL	20.000,00	19.182,00	\$ 2.260.098.451	
OBSERVACIONES						
Retrasos y Soluciones	La magnitud total prevista en términos de capacitación de actores del abastecimiento alimentario, para garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos no se logró al cierre de ejecución del plan de desarrollo Bogotá Positiva y se atribuye a la menor inversión de los recursos previstos para la meta.					
Beneficios	Con las acciones realizadas se contribuyó para que los actores del abastecimiento capacitados contaran con los conocimientos y habilidades para la implementación de buenas prácticas de producción, manufactura y manipulación, que garantizan la calidad e inocuidad de los alimentos que consumen los bogotanos.					

Fuente: la autora

Finalmente, al conocer la información presentada en las tablas 8 y 9, se deduce que la meta plan del proyecto 442, sólo se cumplió en un 96%, correspondiente a la vinculación de 19.182 actores de la cadena de abastecimiento de alimentos a las actividades planteadas para el cumplimiento de la meta (tabla 8). En las que una de ellas es el acompañamiento del actor para la implementación de las BPM por parte de la institución. En paralelo se constató que no se contempló actividad alguna de visibilización de la gestión de actores vinculados a favor de la inocuidad de los alimentos y tampoco actividad alguna que permitiera dar a conocer al consumidor de la ciudad la gestión de la SDDE a favor de la alimentación inocua de los habitantes.

4.4 Sellos de calidad y/o distintivos de promoción de atributos de valor diferenciadores entre consumidores.

La revisión de esta temática permitió constatar que la aptitud de los consumidores de alimentos a nivel mundial ha adquirido sin duda mayor asertividad en el momento de comprar los alimentos; por lo cual cada vez más, los productores se ven en la tarea de aumentar el nivel de información hacia los consumidores. El consumidor es mucho más consiente y analiza al detalle los productos antes de adquirirlos con el objeto de verificar atributos de calidad diferenciables que los hacen lógicamente ser preferidos o en el mejor de los casos de confianza.

Las certificaciones para los productos alimenticios más populares o que han adquirido mayor auge entre los países de la Unión Europea, precisamente por el aumento del grado de exigencia de los consumidores al respecto de los productos alimenticios son los sellos de calidad. Los países de América Latina incursionan a satisfacción en este proceso como se evidencia en las experiencias revisadas y descritas en el marco teórico, destacándose países como México, Argentina y Chile.

Optar por un sello de calidad es un acto voluntario y sólo un ente certificador puede verificar y controlar que el producto efectivamente da cuenta de la calidad o atributo de valor que ostenta. Este certificador es una entidad diferente a la empresa, totalmente independiente: organismo certificador.

El productor que pretenda optar por una certificación de este tipo por un atributo de calidad diferenciador de su producto, debe cumplir principalmente con los requerimientos o normatividad exigida por el país con respecto a la inocuidad del alimento. Adicionalmente, debe dar cuenta de los estándares preestablecidos que confirman el atributo de valor específico del cual ostenta.

Los sellos de calidad, distintivos o marcas representan que un producto alimenticio y su proceso de producción cumplen con normas técnicas de calidad y/o estándares

preestablecidos o que ostenta efectivamente de un atributo de valor diferenciador. Según FAO (2002) estos atributos son factores que están por sobre la calidad básica de inocuidad de un alimento y diferencian los productos de acuerdo a sus características organolépticas, de composición y a la satisfacción del acto de alimentarse ligada a tradiciones socio-culturales, educación y necesidad de convivencia. Así, en la última década se consideran factores como: el respeto al medio ambiente a lo largo de toda su cadena productiva (ej.: productos orgánicos). El respeto a las leyes sociales de los trabajadores encargados de la producción (ej. Comercio Justo) y el respeto a las tradiciones (ej.: alimentos elaborados por métodos tradicionales). (p.3)

Los sistemas de certificación de sellos de calidad, pueden ser institucionales (públicos) o privados según las experiencias internacionales y nacionales revisadas. Aunque el ente u organismo certificador sea diferente al estado para el caso de los sistemas institucionales, estos organismos certificadores deberán cumplir o estar acreditados por la entidad pública competente.

Experiencia internacional exitosa por destacar y que guarda similitud con lo pretendido por esta investigación es el caso mexicano. México, a través de su Secretaría de Turismo y de Salud otorga un reconocimiento a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas que cumplan los estándares de higiene que marca la norma mexicana NMX-F605 NORMEX 2004. A este reconocimiento lo han denominado DISTINTIVO H.

Para el caso mexicano la autora infiere que el atributo de valor diferenciado que destaca un restaurante de otro para optar por este sello o distinción es el compromiso del establecimiento con la gestión de la inocuidad que se evidencia por el cumplimiento de la norma mexicana. Para el caso de Colombia su equivalente sería que un establecimiento cumpliera con lo estipulado por la norma sanitaria Decreto 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud.

Restaurantes 1- A, es quizás la experiencia de certificación Colombiana más destacada y que, igualmente, guarda similitudes con lo que esta investigación pretende. Es certificación es de carácter público, siendo la Secretaría de Salud de Bogotá quien la implementó hace aproximadamente una década para certificar restaurantes populares de la ciudad que cumplieran con una serie de requisitos entre los más destacados: balance nutricional de los platos, BPM y resultados de laboratorios satisfactorios para muestras de juegos, ensaladas y carnes.

Sin duda y como lo recomienda la FAO (2002) en el Estudio Sobre los Principales Tipos de Sellos de Calidad en Alimentos a Nivel Mundial: la institucionalización de los sellos de calidad en alimentos es una forma de garantizar transparencia e independencia en la certificación. Además, esta institucionalidad asegura condiciones uniformes para todos los agentes que intervienen en la certificación y en el otorgamiento de los sellos. No obstante, para la ejecución de las tareas relacionadas a la certificación, control y otorgamiento de sellos de calidad, la participación de órganos especializados de naturaleza privada y/o académica pueden ejercer una importante función.

En particular, la institucionalidad propuesta debería generar un marco de referencia que enumere y defina las categorías de calidad, que establezca los procedimientos para optar a los sellos y para la realización de los controles; asimismo, deberá normar el diseño del sello de calidad y mantener un registro a nivel nacional. (p.64)

El caso mexicano, Restaurantes 1-A y esta recomendación de la FAO, confirma el papel del estado en los proceso de otorgamiento de sellos o distinciones de calidad. Garantiza procesos transparentes en los que privilegia y garantiza al consumidor la veracidad y autenticidad del merecimiento del sello.

En consecuencia, según la FAO (2002): los beneficios de la presencia de un sello de calidad son, entre otros, mejorar la diferenciación del producto en el punto de venta, proporcionar confianza al consumidor y otorgarle una garantía de conformidad con estándares locales o internacionales (p.5).

4.5 El Programa de certificación de calidad del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá: sello de calidad Alimenta Bogotá.

La FAO (2002) señala que: “Un programa de certificación de calidad tiene el objetivo de proporcionar a los consumidores la verificación de que el producto ha sido producido de una determinada manera” (...) Los programas de certificación son necesarios cuando la calidad o seguridad no pueden ser comprobadas directamente por el consumidor, porque son el resultado de muchas decisiones de manejo durante el proceso productivo. Generalmente, es más económico certificar varias características, cubriendo simultáneamente aspectos de calidad y seguridad.

Recogiendo esta afirmación y las premisas resultantes del análisis:

- Que el Plan Maestro Alimenta Bogotá cuenta con una línea estratégica de comunicación para la movilización social de los actores del abastecimiento en Calidad e Inocuidad. Que la línea estratégica en Calidad e Inocuidad, está conformada por 21 acciones comunicativas pero que ninguna apunta a la visibilización de la gestión de la inocuidad por parte de los actores de la cadena que permitan ser diferenciados y reconocidos por los consumidores generándoles la confianza necesaria para el acceso a alimentos inocuos.
- Que la SDDE, en el periodo administrativo 2008-2012, a través del proyecto 442: implementación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, apoyo a más de 19.000 actores de la cadena de abastecimiento con asesoría y acompañamiento técnico para la implementación del Sistema de Gestión de Inocuidad: BPM
- Que los tipos de certificación de alimentos, productos o procesos más comúnmente usados, a nivel internacional, para acreditar estándares, normas y atributos de valor diferenciados, son los sellos, distintivos o marcas de calidad.
- Que México cuenta con una experticia exitosa como es el otorgamiento a los restaurantes del Distintivo H, por cumplir a cabalidad la norma técnica mexicana para los estándares de higiene en este tipo de establecimientos.

- Que el Distintivo para restaurantes, Restaurantes 1-A implementado por la Secretaría de Salud de Bogotá desde el 2004 a la fecha, es ejemplo de un sistema de certificación público o institucional, que a través de un logo, marca o sello da cuenta del compromiso de los restaurantes con la inocuidad y balance nutricional de los platos que ofrece a los consumidores de la ciudad.
- Que la FAO (2002) indica que: la institucionalización de los sellos de calidad en alimentos es una forma de garantizar transparencia e independencia en la certificación. Además, reconoce:
 - Que la nueva Ley 1480 o estatuto del consumidor (2012) se definió sobre los objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: 1.La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, 2.El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas, 3.La educación del consumidor (...) y establece entre otros los derechos del consumidor de: 1. Derecho a recibir productos de calidad: recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado, 2. Derecho a la seguridad e indemnidad: derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores, 3. Derecho a recibir información: obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos, (...) 11. Derecho a la educación: los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.
- Los beneficios de la presencia de un sello de calidad son, entre otros, mejorar la diferenciación del producto en el punto de venta, proporcionar confianza al consumidor y otorgarle una garantía de conformidad con estándares locales o internacionales.

La autora infirió la pertinencia y competencia del Plan Maestro Alimenta Bogotá de diseñar e implementar un programa de certificación de calidad, que otorgue a los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos de Bogotá y la Región: desde el productor hasta el actor comercial un sello o distintivo de calidad que reconozca la gestión de la inocuidad del actor como atributo de valor.

Con la puesta en marcha de este programa el Plan Maestro Alimenta Bogotá garantizaría a los consumidores bogotanos el cumplimiento de uno de sus objetivos misionales: un abastecimiento de alimentos en la ciudad bajo condiciones y atributos de inocuidad. Hecho que generaría un impacto positivo en la nutrición de los ciudadanos como lo establece el derecho a la alimentación.

Los consumidores contarían con una herramienta de información que les permitiría diferenciar los establecimientos de confianza. El sello o distintivo de calidad Alimenta Bogotá sería la clave de la nutrición de los bogotanos y representaría el respaldo de una gestión tanto para el actor como para el Plan Maestro Alimenta Bogotá.

4.6 Sello de calidad como acción comunicativa para la movilización social.

El sello de calidad Alimenta Bogotá, se constituye en una nueva acción comunicativa de la línea estratégica de comunicación para la movilización social en Calidad e Inocuidad.

Este sello es la apuesta del Plan Maestro Alimenta Bogotá para el cambio. Cambio de comportamientos, hábitos de los actores del abastecimiento frente a su responsabilidad de producir, transportar, comercializar, transformar, etc., alimentos inocuos para la sociedad.

Esta nueva acción comunicativa, tiene como objetivo fundamental movilizar a los actores del abastecimiento, a favor de la gestión de la inocuidad de los alimentos y visibilizar su compromiso y responsabilidad hacia la salud de los consumidores,

adoptando la certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá: el sello de calidad Alimenta Bogotá.

El sello de calidad Alimenta Bogotá, es un instrumento de diferenciación de actores del abastecimiento alimentario y se constituye en uno de los primeros programas de certificación institucional a nivel nacional y latinoamericano en los que el atributo de valor diferencial a certificar es la inocuidad de los alimentos. Esto en respuesta a las tendencias mundiales en lo que respecta la certificación

La acción comunicativa tiene un enfoque de derechos, enmarcándose en el derecho de los consumidores a una alimentación sana y a una nutrición segura y es un ejemplo de participación de la administración distrital en la promoción de actividades productivas responsables.

El sello materializa la gestión del Plan Maestro Alimenta Bogotá como responsable del eje de disponibilidad de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

4.7 Gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá.

La propuesta de la autora referente a la definición de los parámetros técnicos para la gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá se recoge en la ficha técnica para la gestión del sello que se presenta a continuación en el cuadro 12

Cuadro 12.Ficha técnica para la gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá

Programa de Certificación de Calidad del PMAASAB	
Ficha Técnica para la gestión del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	
Sello de Calidad Alimenta Bogotá	Es una Acción comunicativa de la Estrategia de Comunicación para la Movilización social en Calidad e Inocuidad de los Alimentos. Es un instrumento de diferenciación de actores del abastecimiento alimentario en los que el atributo de valor diferencial a certificar es la inocuidad de los alimentos
Certificación Sello de Calidad Alimenta Bogotá:	Procedimiento mediante el cual el PMAASAB, garantiza que un determinado Actor de la Cadena de Abastecimiento de Alimentos, esta comprometido con la gestión de la inocuidad de los alimentos, porque cumple con las Buenas Practicas según la normatividad Colombiana vigente para cada uno, según sea el caso, asegurando a los consumidores Bogotanos alimentos sanos y seguros.
Objetivo del Sello de Calidad Alimenta Bogotá:	Visibilizar la gestión de la inocuidad y calidad de los actores del abastecimiento alimentario como acción comunicativa de generación de confianza entre los consumidores de Bogotá
Atributo de Valor Diferenciador	Inocuidad de los alimentos
Alcance PMAASAB:	El PMAASAB se encargara de : 1. Emitir criterios técnicos para la certificación de Actores de la Cadena de Abastecimiento de alimentos con el Sello de Calidad Alimenta Bogotá, amparada en la Normatividad Colombiana vigente por tipo de actor en lo que respecta a los sistemas para la Gestión de inocuidad de los alimentos. (*) 2. Otorga el Sello de Calidad Alimenta Bogotá y verifica su sostenibilidad.(**) 3. Administra el Sello de Calidad Alimenta Bogotá.(***)
	(*)-El PMAASAB podrá asesore de entidades de Normalización nacional e internacional para el ejercicio de esta tarea. (**): El PMAASAB podrá desarrollar esta tarea a través de entidades acreditadas para tal fin bajo la modalidad de alianza, convenio u otro tipo de acuerdo. Para lo cual promoverá y apoyara la acreditación de los gremios, academia y otras entidades in (***):El PMAASAB podrá desarrollar esta tarea a través de un operador debidamente avalado a través de un convenio, alianza u otro tipo de acuerdo.
Alcance Geográfico:	El Sello de Calidad Alimenta Bogotá podrá ser otorgado a los actores de la cadena de abastecimiento principalmente de Bogotá y su ruralidad, de igual forma podrá ser otorgado a los actores de la cadena ubicados en los departamentos aliados del Plan que cuenten con la Alianza o Convenio Marco vigente entre la gobernación del departamento y el PMAASAB(*)
	(*) Departamentos aliados del PMAASAB: Cundinamarca, Boyacá, Meta, Casanare, Santander y Tolima.

Alcance del Sello de Calidad Alimenta Bogotá por Tipo de Actor:	El Sello Alimenta Bogotá podrá ser otorgado a todos los Actores de la Cadena de Abastecimiento de alimentos así: *Productor primario *Transportador *Transformador. *Almacenador. *Servicio de Alimentación Solidario (Comedores comunitarios, Comedores escolares, etc.) *Actores comerciales y sus variantes: Tiendas, Panaderías, Fruvers, Carnicerías, etc *Restaurantes *Plazas de mercado en general y puntos de ventas específicos.
Categorías o tipos de Sellos de Calidad Alimenta Bogotá	1. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPA-Productores. 2. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPT-Transportadores. 3. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPM-Transformador. 4. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPA-Bodega. 5. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPM-Solidarios. 6. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPM-Comerciales. 7. Sello de Calidad Alimenta Bogotá-BPM-Restaurantes
Alcance en magnitud de intervención del Sello de Calidad Alimenta Bogotá	Abierto: incluyendo los 19280 actores de la cadena de abastecimiento de alimentos intervenidos en el periodo 2008-2012 por el PMAASAB, capacitados para desarrollar practicas que garanticen calidad e inocuidad de los alimentos
Alcance del Sello de Calidad Alimenta Bogotá por constitución del Actor:	1. Individual: 1.1 Persona Natural. 1.2 Persona jurídica.
	2. Grupal: 2.1 Organización de actores.
Carácter del Sello de Calidad Alimenta Bogotá	1. Voluntario: Actores que cuentan con sistema de gestión de inocuidad implementado y certificado por la autoridad de IVC correspondiente (ICA, INVIMA, Secretaria de Salud Territoriales)
	2. Obligatorio: Cuando el actor está siendo apoyado en el proceso de implementación del sistema de gestión de inocuidad a través de la gestiónde un tercero con recursos de la SDDE-PMAASAB
Bases Normativas Distritales de la Certificación Sello de Calidad Alimenta Bogotá	1. Política Publica de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá: Decreto 508 de 2007
	2. Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá: Decreto 315 de 2006
Bases Normativas Nacionales de la Certificación Sello de Calidad Alimenta Bogotá	1. Normatividad Sanitaria vigente: Decreto 3075 de 1997
	2. Estatuto del Consumidor: Ley 1480 de 2012
Vigencia del Sello de Calidad Alimenta Bogotá	(3) años contados a partir de ser otorgado por la SDDE-PMAASAB
Verificación de la Sostenibilidad	Se practicaran mínimo 3 visitas de verificación de sostenibilidad del Sello de Calidad Alimenta Bogotá, durante la vigencia del Sello.

Sanciones	1. Se puede cancelar el Sello de Calidad Alimenta Bogotá al Actor, cuando en desarrollo de las actividades de verificación de la sostenibilidad del Sello se comprueben irregularidades en el funcionamiento del sistema o incumplimiento de los requisitos que sirvieron de fundamento para el otorgamiento del Sello.
	2. No se otorga el Sello de Calidad a un actor cuando este en la visita de auditoria de Certificación evidencia o mantiene no conformidades identificadas en la visita de pre auditoria y convenidas a mejorar con el actor.
	Para ambos casos solo se podrá retomar el proceso de Certificación del Actor (1) año después contados a partir de la fecha de cancelación o negación del Sello y por solicitud del actor.

Fuente: la autora

La gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá, involucra además de la institucionalidad de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y el Plan Maestro Alimenta Bogotá, otros actores que se relacionan para hacer del sello de calidad una realidad. De la estructura institucional del sello de calidad Alimenta Bogotá hacen parte activa los la SDDE y Alimenta Bogotá, los actores de la cadena de abastecimiento, desde los productores primarios de alimentos hasta los actores comerciales, las entidades autorizadas por la SDDE-Alimenta Bogotá para apoyar o ejecutar la emisión de lineamientos técnicos para el acceso al sello o bien para efectuar la certificación de los actores que se concreta con el otorgamiento del sello Alimenta Bogotá. A continuación, se presenta la estructura institucional del sello de calidad Alimenta Bogotá en la Figura 20.

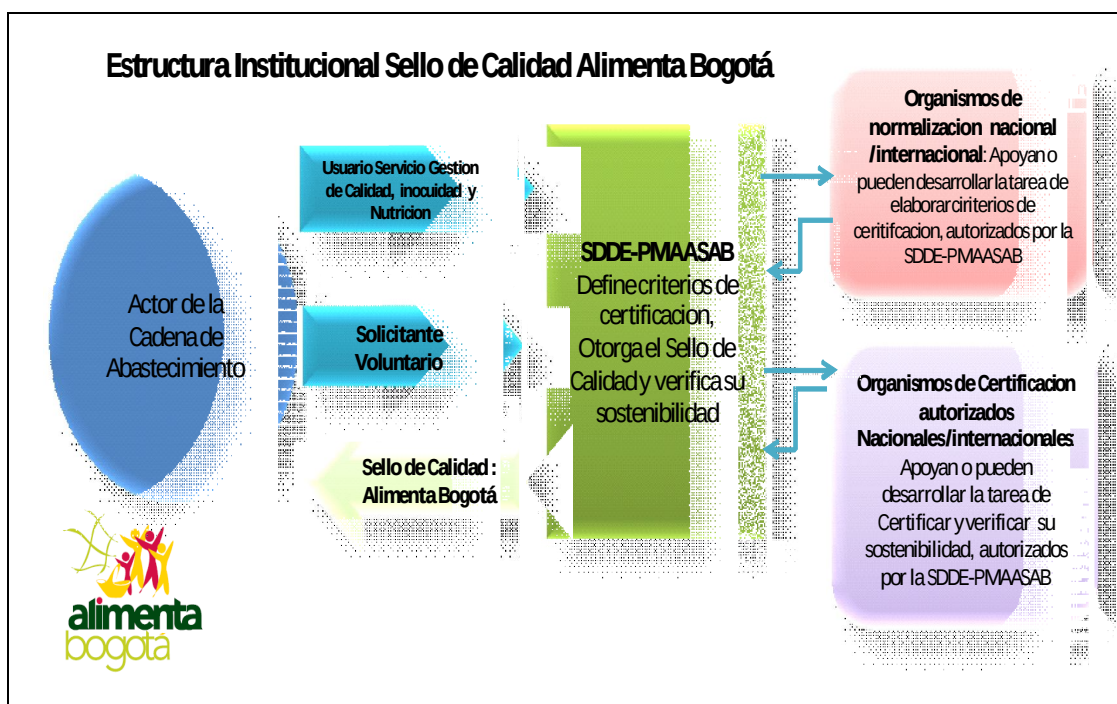


Figura 20. Estructura institucional del sello de calidad Alimenta Bogotá.

Fuente: la autora

4.8 Operatividad del sello de calidad Alimenta Bogotá

La gestión del sello de calidad Alimenta Bogotá por parte de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, responde operativamente a un paso a paso denominado protocolo de acceso, en el cual están consignadas las etapas, fases o pasos para que un actor pueda acceder al Sello de Calidad, según la categoría o tipo de sello que le corresponda o sea pertinente por su objeto misional.

Por otra parte, la institucionalidad concreta el otorgamiento del sello de calidad Alimenta Bogotá atendiendo a un proceso estandarizado y plasmado en una guía de implementación.

El sello de calidad Alimenta Bogotá, es una nueva acción de comunicación para la movilización social de la estrategia del Plan Maestro Alimenta Bogotá, dirigida a los actores de la cadena y con impacto en los consumidores de alimentos, por lo cual el otorgamiento del sello debe de responder a una guía que facilite su implementación por parte de la SDDE - Alimenta Bogotá o sus entidades avaladas, guardando la misma estructura que las otras acciones comunicativas que conforman la línea estratégica en calidad e inocuidad. La guía de implementación se complementa con el protocolo de acceso de los actores al sello.

El programa de Certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, se fortalece en la medida que cuente con un sistema de evaluación del sello de calidad Alimenta Bogotá, para este caso la autora plantea a renglón seguido un modelo de seguimiento y evaluación que permitirá hacer las verificaciones y ajustes pertinentes al programa y a los actores que accedan al sello de calidad, de tal forma que se garantice la sostenibilidad del mismo en el tiempo por parte del actor y el fortalecimiento del programa para la SDDE.

Sin duda, la marca o logo que caracterice o represente al sello de calidad Alimenta Bogotá, juega un papel trascendental en el proceso de visibilización de la gestión de la inocuidad por parte de los actores, de la gestión del Plan Maestro Alimenta Bogotá y del reconocimiento y aprehensión por parte de los consumidores. El Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, comercialmente llamado Alimenta Bogotá cuenta con una identidad corporativa propia. El sello de calidad, se acoge a esta imagen, para crear su imagen institucional o corporativa.

A continuación la autora presenta a mayor profundidad los aspectos operativos relacionados arriba, los cuales se configuran en los lineamientos generales para la puesta en marcha del programa de certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá o la implementación del sistema de sello de calidad propuesto en la investigación.

Finalmente, y también como producto de la investigación, la autora plantea un plan de acción con el cual la SDDE y su Plan Maestro Alimenta Bogotá pueda desarrollar un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el sello de calidad “Alimenta Bogotá” y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el sello de calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

4.8.1 Protocolo de acceso/guías de implementación. La guía de implementación que la investigación define es el instrumento orientador para la entidad que ejecuta la acción comunicativa o quien realiza el proceso de certificación de los actores, que bien puede ser la misma SDDE como se ha planteado antes o entidades certificadoras avaladas por la misma para apoyarla en este proceso por cualquiera modalidad de contratación.

La guía de implementación de la acción, expresa la conceptualización de la acción comunicativa en este caso del sello de calidad Alimenta Bogotá, pero, adicionalmente, indica la metodología para la concreción del sello. Esta metodología dirige a la entidad a hacer efectivo el protocolo de acceso de los actores, cualquiera que sea el caso.

La guía de implementación que a continuación se presenta, responde a una guía generalizada y orienta a la SDDE en la ejecución de la acción comunicativa: certificación de actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá. Ver Cuadro 13

Se fusionó la guía para actores del abastecimiento y para consumidores en una sola, atendiendo a que la guía diseñada, propone como metodología de certificación de los actores la ejecución del protocolo de acceso; este paso a paso implica en una de sus etapas finales acciones de formación de los consumidores para reconocimiento del sello.

Para la definición de los protocolos se establecieron dos tipos diferentes de actor:

- Actor que voluntariamente solicita la certificación con el sello de calidad Alimenta Bogotá y
- Actor que es acompañado por la SDDE para la implementación del sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos, hasta la certificación.

El protocolo de acceso, corresponde al paso a paso que orienta al actor en el proceso de obtención del sello de calidad Alimenta Bogotá. Como fruto de esta investigación, se definieron dos (2) protocolos que diferencian las etapas a surtir entre un actor que voluntariamente solicita la certificación por tener implementado un sistema de gestión de buenas prácticas y aquel actor al cual la SDDE aportara acompañamiento para surtir todo el proceso de implementación del sistema hasta la certificación.

El protocolo de verificación de las buenas prácticas, corresponde al protocolo a seguir por los actores que voluntariamente solicitan el sello. Ver cuadro 14 correspondiente al protocolo No.1 para actores voluntarios.

El protocolo No.2 corresponde al actor acompañado y asesorado por la SDDE-Alimenta Bogotá para la implementación del Sistema de Gestión de la Inocuidad: Buenas Prácticas hasta el acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá. Ver cuadro 15

Cuadro 13. Guía para la implementación de la acción comunicativa: sello de calidad Alimenta Bogotá.

GUIA PARA LA IMPLEMENTACION DE LA ACCION COMUNICATIVA	
SELLO DE CALIDAD ALIMENTA BOGOTA	
	
Breve descripción de la Acción:	Certificación de los actores de la cadena de abastecimiento comprometidos con la gestión de la calidad e inocuidad de los alimentos. La diferenciación de los actores se realiza con la entrega del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.
Sujetos de la Acción:	1. Actores de la Cadena de Abastecimiento según ficha técnica. 2. Consumidores. 3. Entidades certificadoras avaladas por la SDDE-PMAASAB. 4. SDDE-PMAASAB.
Objetivos de la Acción:	Visibilizar la gestión de la inocuidad y calidad de los actores del abastecimiento alimentario como acción comunicativa de generación de confianza entre los consumidores de Bogotá
Núcleos temáticos:	1. Inocuidad de alimentos 2. Derechos del consumidor. 3. Responsabilidad social
Enfoque para la acción:	La acción comunicativa tiene un enfoque de derechos, enmarcándose en el derecho de los consumidores a una alimentación sana y a una nutrición segura. La acción debe propiciar un auto-reconocimiento de la responsabilidad del actor frente a la gestión de la inocuidad de los alimentos que produce, transporta, comercializa, transforma etc, de tal forma que se garantice la salud de los consumidores. Debe motivar a la sostenibilidad de la gestión de la inocuidad en aquellos actores que vienen aplicando las buenas prácticas en la realización de su labor. Por otro lado debe incentivar la adopción del sistema de gestión de la inocuidad acorde con el actor como mecanismo de garantía del derecho a la salud de los consumidores producto de una alimentación sana. La motivación de los actores a certificarse en las buenas prácticas y visibilizar su gestión es otro deber de la acción, de tal forma que puedan ser diferenciados por los consumidores. La acción comunicativa debe permitir que los actores comprometidos con la gestión de la inocuidad de los alimentos y la salud del consumidor accedan al Sello de Calidad Alimenta Bogotá como herramienta diferenciadora y ser visibilizados por la gestión del Distrito, liderado por la SDDE y el PMAASAB. Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito. La implementación de la acción comunicativa debe permitir la generación de confianza entre los involucrados y el actor y entre este último y los consumidores. Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.
Metodología:	La metodología de implementación de la acción comunicativa se sigue al protocolo de acceso al Sello de Calidad Alimenta Bogotá establecido para actores que voluntariamente se vinculan al proceso (Protocolo No.1) y el protocolo establecido para aquellos actores que inician la implementación de las buenas prácticas hasta llegar al sello de calidad con el apoyo de la SDDE-PMAASAB
Recursos:	Para la ejecución de la acción comunicativa por parte de la SDDE se requieren: 1. Recursos económicos que deberán ser cuantificados para determinar el costo de la implementación de los 2 tipos de protocolos para la certificación del actor con el sello de calidad Alimenta Bogotá. 2. Recursos humanos provenientes de las entidades vinculadas al proceso: SDDE-PMAASAB, entidades avaladas para el proceso de certificación por la SDDE y los actores con sus equipos de trabajo.

Fuente: la autora.

Cuadro 14. Protocolo de acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá. Actor voluntario.

Protocolo No.1. Solicitud voluntaria del Actor para acceder al Sello de Calidad Alimenta Bogotá.			
Proceso de verificación de las Buenas Practicas (*)(**)			
No.	Actividades	Observación	
0	Solicitud del Actor para la evaluación del cumplimiento de las Buenas Practicas a través de la pagina web: www.alimentabogotá.gov.co y con el formato correspondiente para la solicitud del servicio.	En esta etapa se procesa la solicitud y se procede al Desarrollo de la actividad 1 de protocolo.	
1	Contacto y Sensibilización sobre el proceso al Actor para la Gestión del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	En esta etapa se desarrolla un proceso de acercamiento, sensibilización y concientización del actor al redor de las temáticas de Responsabilidad Social empresarial , Gestión de inocuidad de los alimentos, Estatuto del Consumidor, que lo promueva a la vinculación al proceso.	
2	Firma simbólica del compromiso o acuerdo de voluntades	La firma simbólica del compromiso estrecha la relación entre las partes y genera voluntad y cumplimiento por parte del Actor.	
3	Visita 0: Verificación de las buenas practicas a través del Diagnostico de Buenas Practicas y perfil sanitario.	En esta etapa se cuenta con el antecedente del concepto sanitario emitido por la entidad de ICV correspondiente, según tipo de actor para soportar Diagnostico y perfil gestionado. En caso de encontrarse no conformidades se establece plan de mejoras y se procede a la Actividad 4 del protocolo.	
4	Visita 1. Pre auditoría de Buenas Practicas	En esta visita se evalúa el cumplimiento del plan de mejora de manera formal. Si el actor cumple se procede a cumplir con la actividad 5 y 6.	
5	Visita auditoria de certificación.	Con esta actividad se verifica el cumplimiento del plan de mejoras y se formaliza la Certificación del actor.	
6	Evento Certificación: Sello de Calidad Alimenta Bogotá por la implementación del Sistema de Gestión de Inocuidad.	Evento de visibilizacion de la Certificación del Actor, en el que se hace la entrega formal del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	
7	Desarrollo de acciones de formacion e informacion de consumidores	Se desarrollan campañas de formacion e informacion a traves de los diferentes medios de comunicación aliados de la SDDE de tal forma que les permita a los consumidores identificar y reconocer el Sello de calidad.	
8	Visita Xn... Verificación de Sostenibilidad.	Esta actividad hace parte del modelo de Seguimiento y evaluación del programa y de la sostenibilidad del Sello de Calidad Alimenta Bogotá. El numero de visitas, sanciones y recertificación se rigen por los lineamientos de la ficha técnica.	
Aclaraciones: (*)El proceso se ajusta al tipo de Actor de la Cadena de abastecimiento según ficha técnica del Sello. (**) BPA, PBM, BPT, BPA, según tipo de actor.			

Fuente: la autora

Cuadro 15. Protocolo de acceso al sello de calidad Alimenta Bogotá. Actor acompañado por la SDDE-Plan Maestro Alimenta Bogotá.

Protocolo No.2. Actor acompañado y asesorado por la SDDE-PM AASAB para la Implementación del Sistema de Gestión de la Inocuidad: Buenas Practicas hasta el acceso al Sello de Calidad Alimenta Bogotá.		
Proceso de Acompañamiento de Actores de la Cadena de Abastecimiento de Alimentos en Buenas Practicas (*) (**)		
No.	Actividades	Observacion
1	Sensibilizacion sobre el proceso al Actor para la Gestion del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	En esta etapa se desarrolla un proceso de invitacion, sensibilizacion y concientizacion del actor al redor de las tematicas de Responsabilidad Social empresarial , Gestion de inocuidad de los alimentos, Estatuto del Consumidor, que lo promueva a la vinculacion al proceso.
2	Firma simbólica del compromiso o acuerdo de voluntades	La firma simbólica del compromiso estrecha la relacion entre las partes y genera voluntad y cumplimiento por parte del Actor.
3	Visita 0: Diagnostico de Buenas Practicas : establecimiento de perfil sanitario y plan de mejoras	En esta etapa se cuenta con el antecedente del concepto sanitario emitido por la entidad de ICV correspondiente, según tipo de actor para soportar Diagnostico y perfil gestionado.
4	Visita 1: Acompañamiento y Evaluación.	Las visitas de acompañamiento y evaluacion tienen como objetivo acompañar al actor en el proceso de mejora o adopcion de las recomendaciones establecidas en la actividad 3 del protocolo.
5	Capacitacion integral del Actor y su equipo	La capacitacion tendra una intensidad minima de 20 horas e incluire tematicas que profundicen en Responsabilidad social, Proteccion alimentaria, sistema de gestion de la inocuidad de los alimentos, Estatuto del consumidor, etc.
6	Visita Xn...	Se realizaran un minimo de 5 visitas de acompañamiento según las necesidades del Actor.
7	Visita Pre auditoría de Buenas Practicas	En esta visita se evalua el cumplimiento del plan de mejora de manera formal. Si el actor cumple se procede a cumplir con la actividad 9 y 10.
8	Visita Xn... Verificación de ajuste de no conformidad	Esta etapa se surte en caso de que el actor halla presentado falencias en cumplimiento del plan de mejoras en la visita comprendida en la actividad 9 del protocolo.
9	Visita auditoria de certificación.	Con esta actividad se verifica el cumplimiento del plan de mejoras y se formaliza la Certificacion del actor.
10	Evento Certificación: Sello de Calidad Alimenta Bogotá por la implementación del Sistema de Gestion de Inocuidad.	Evento de visibilizacion de la Certificacion del Actor, en el que se hace la entrega formal del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.
11	Desarrollo de acciones de formacion e informacion de consumidores	Se desarrollan campañas de formacion e informacion a traves de los diferentes medios de comunicación aliados de la SDDE de tal forma que les permita a los consumidores identificar y reconocer el Sello de calidad.
11	Visita Xn... Verificación de Sostenibilidad.	Esta actividad hace parte del modelo de Seguimiento y evaluacion del programa y de la sostenibilidad del Sello de Calidad Alimenta Bogotá. El numero de visitas, sanciones y recertificacion se rigen por los lineamientos de la ficha tecnica.

Fuente: la autora

4.8.2 Sistema de evaluación del sello de calidad Alimenta Bogotá. Como sistema de seguimiento y evaluación del sello de calidad Alimenta Bogotá, la investigadora propone una batería de indicadores de monitoreo y evaluación que permitan revisar el avance en el tiempo del programa de certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá, como se aprecia en el Cuadro 16.

Cuadro 16. Indicadores de Seguimiento y evaluación del sello de calidad alimenta Bogotá.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN SOCIAL EN CALIDAD E INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS				
INDICADORES PARA MONITOREO Y EVALUACION				
Guía #	Acción Comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción	Indicadores para monitoreo y evaluación
1	Sello de Calidad Alimenta Bogotá	Certificación de los actores de la cadena de abastecimiento comprometidos con la gestión de la calidad e inocuidad de los alimentos. La diferenciación de los actores se realiza con la entrega del Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	1. Actores de la Cadena de Abastecimiento según ficha técnica. 2. Consumidores. 3. Entidades certificadoras avaladas por la SDDE-PMAASAB. 4. SDDE-PMAASAB.	# actores de la cadena por tipo participando/ # de actores de la cadena proyectados por tipo # de actores vinculados voluntariamente/ # actores proyectados. # de actores apoyados por la SDDE-PMAASAB/ # actores proyectados. # de entidades certificadoras aliadas participando/ # de entidades aliadas convocadas. # Sellos de calidad otorgados/ # de sellos proyectados. # Sellos de calidad negados/ # de sellos proyectados. # Sellos suspendidos/ # de sellos auditados. # de notas publicitarias de visibilización del sello dirigida a consumidores/ # de notas publicitarias proyectadas. Presupuesto ejecutado/presupuesto proyectado. Tiempos empleados/ tiempos proyectados

Fuente: la autora

Los indicadores propuestos permiten hacer seguimiento mes a mes del programa de certificación de actores de la cadena de abastecimiento a través del sistema de Sellos de Calidad Alimenta Bogotá.

4.8.3 Imagen institucional o corporativa del sello de calidad Alimenta Bogotá. Para definir la imagen institucional o corporativa del sello de calidad Alimenta Bogotá, la investigadora recoge en primera instancia el nombre comercial del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá: Alimenta Bogotá.

Pero más allá la revisión documental in situ permitió identificar la existencia del manual de identidad de Alimenta Bogotá, lo cual permitió a la investigadora asumir el nombre, el manual con todos los componentes de la marca: El nombre, y el logo a excepción del eslogan para la identificación del sello de calidad Alimenta Bogotá. Ver figura No.21.



Figura 21. La marca Alimenta Bogotá

Fuente: manual de identidad Alimenta Bogotá, Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria.2008

Adicionar a esta marca, los calificativos: BPA Productores, BPT Transportadores, BPM Transformadores, BPM Restaurantes, BPM Solidarios, etc. representa la innovación propuesta por la autora para adicionar a la marca de tal forma que los actores de la cadena independientemente se identificaran en el sello. En la Tabla No.15, se ejemplifican las piezas promocionales de la marca del sello de calidad Alimenta Bogotá por tipos de actor. Ver Cuadro 17

De esta forma, la marca Alimenta Bogotá asumirá las frases o elementos:

- Sello de calidad
- Los calificativos que indican tipo de actor y el sistema de inocuidad certificado con el sello: BPA, BPM, BPT, etc.

Como bien se utilizó la marca Alimenta Bogotá, para representar el sello de calidad del mismo nombre, pertinentemente asume la significancia del mismo según el manual de

identidad del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria (2008):

La marca del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, exalta el dinamismo de una ciudad diversa, que avanza a un ritmo acelerado para darle respuesta a las necesidades de la ciudadanía y generar oportunidades para todos. La marca habla de una ciudad que promueve el mejoramiento de las condiciones de vida para todos sus habitantes. El nombre, logo y (...) constituyen un conjunto que genera sentido de pertinencia y convoca la participación de los bogotanos. La marca, hace evidente que el plan es de la ciudadanía y para la ciudadanía (p.5).

A continuación se indica el significado de los elementos de la marca que plantea el manual:

1. El Nombre:

- Alimenta: connota dar alimento: el derecho a la alimentación.
- Bogotá: refuerza el protagonismo de la ciudad en los temas de seguridad alimentaria y el derecho a la alimentación.

2. El Logo y sus elementos: Ver Figura No.22

- La gente: involucra, compromete y beneficia a todos. El ciudadano productor y consumidor como eje.
- El canasto: asocia con canasta recomendada de alimentos; con nutrición de calidad. Insinúa frescura y calidad.
- La red: insinúa transmisión del conocimiento, circulación de información y datos, uso y apropiación de recursos tecnológicos.
- Los elementos en conjunto: materializa las transformaciones que ha tenido la ciudad, especialmente al volcarse hacia el logro de mejor calidad de vida para sus habitantes.

3. Los colores:

- Amarillo: claridad y junto con el rojo los colores de la bandera de la ciudad de Bogotá
- Verde: relación con el campo, la producción y la calidad de los alimentos.
- Rojo: vitalidad, participación activa de los diferentes actores del abastecimiento.

- Los tres colores amarillo, rojo y verde: la paleta de colores de las frutas colombianas.



Figura 22. El logo y sus elementos.

Fuente: manual de identidad Alimenta Bogotá, Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria.2008

Cuadro 17. Piezas promocionales de la marca del sello de calidad Alimenta Bogotá por tipo de actor.

Sello de Calidad:	Sello de Calidad:	Sello de Calidad:
		
BPA Productores	BPT Transportadores	BPM Transformadores
Sello de Calidad:	Sello de Calidad:	Sello de Calidad:
		
BPM Restaurantes	BPM Solidarios	BPM Plaza de Mercado
Sello de Calidad:	Sello de Calidad:	Sello de Calidad:
		
BPM Comerciales	BPM Bodega	BPM Tiendas

Fuente: la autora

El conjunto de elementos que constituyen la marca Alimenta Bogotá, coinciden con la intención del Sello de Calidad que esta investigación propone y desarrolla. Es una marca pertinente para visibilizar el compromiso de los actores del abastecimiento con la gestión de la inocuidad de los alimentos. La pretensión del Sello expresado en esta marca consiste en ser fácilmente identificables por el consumidor, de tal forma que el consumidor Bogotano relacione el Sello con inocuidad con nutrición asegurada.

La marca del sello de calidad Alimenta Bogotá, denota confianza para los consumidores, garantía de calidad e inocuidad.

El reconocimiento que los consumidores bogotanos hagan del sello de calidad, dependerá de la estrategia de información y formación de los consumidores que el Plan Maestro Alimenta Bogotá diseñe e implemente para que se logre el cometido del sello de calidad.

4.9 Plan de acción.

El plan de acción que a continuación se presenta es una propuesta que la autora plantea para desarrollar un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el sello de calidad “Alimenta Bogotá” y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el sello de calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

El plan se plantea en líneas generales, para ser detallado por la SDDE en caso que sea adoptado el sello de calidad Alimenta Bogotá. Adicionalmente, se formula atendiendo a las siguientes condiciones:

- Proyección de ejecución del plan a tres años, los mismos que hacen falta por ejecutar del periodo administrativo 2012-2016.
- Meta de certificación de actores voluntarios del 5 %, con respecto a los 19.182 actores intervenidos en el periodo administrativo 2008-2012.

- Meta de certificación de 540 actores nuevos, apoyados en el proceso de implementación de sistemas de gestión de la inocuidad de alimentos hasta la certificación.
- Meta de consumidores informados: 3.5 millones de consumidores.
- Meta de consumidores formados e informados: 100.000
- Los costos y recursos serán estimados por la SDDE para la ejecución del plan.

En el cuadro 18 se plantea el plan de acción general para el desarrollo del piloto de certificación de actores del abastecimiento de alimentos con el sello de calidad Alimenta Bogotá y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.

Cuadro 18. Plan de acción general para el piloto de certificación de actores del abastecimiento con el sello de calidad Alimenta Bogotá y de formación e información de consumidores.

Objetivo general	Actividad	Plan de Acción general del Programa de Certificación de Actores del abastecimiento de alimentos con el Sello de Calidad Alimenta Bogotá								
		Meta	Anualización de la Cantidad				Unidad	Presupuesto de la Meta	Responsable de la ejecución	Indicador
			2013	2014	2015	1. Semestr e 2016				
Desarrollar un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá” y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.	Certificación de actores del abastecimiento de alimentos con el Sello de Calidad Alimenta Bogotá.	1500	100	600	600	200	Actores	Por definir	SDDE- PMAASAB /Aliados en convenio, contrato u otra figura.	#de actores certificados/ # de actores proyectados
	Desarrollo acciones de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, como garantía de inocuidad y calidad.	100000	5000	40000	40000	15000	Consumidores	Por definir	SDDE- PMAASAB /Aliados en convenio, contrato u otra figura.	#de actores formados e informados/ # de actores proyectados

Fuente: la autora

5. CONCLUSIONES

- La investigación se realizó respondiendo a un diseño de investigación-acción; este diseño permitió llevar a cabo acciones conducentes a generar una propuesta a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, en la que se plantea la definición de un sistema de sellos de calidad para la certificación y visibilización de los actores de la cadena de abastecimiento, que cuentan con Buenas Prácticas como sistema de gestión de inocuidad, de tal forma que los consumidores de Bogotá reconozcan, diferencien a los actores y puedan identificar en ellos la confianza para el acceso a alimentos inocuos, conducentes a una adecuada nutrición.
- La revisión de esta temática relacionada con los sellos de calidad y/o Distintivos de promoción de atributos de valor diferenciadores entre consumidores permitió constatar que la aptitud de los consumidores de alimentos a nivel mundial ha adquirido sin duda mayor asertividad en el momento de comprar los alimentos; por lo cual cada vez más los productores se ven en la tarea de aumentar el nivel de información hacia los consumidores.
- Los tipos de certificación de alimentos, productos o procesos más comúnmente usados a nivel internacional para acreditar estándares, normas y atributos de valor diferenciados, son los sellos, distintivos o marcas de calidad.
- Los sellos de calidad, distintivos o marcas representan como un producto alimenticio y su proceso de producción cumplen con normas técnicas de calidad y/o estándares preestablecidos o que ostenta efectivamente de un atributo de valor diferenciado, son de carácter voluntario. El productor que pretenda optar por una certificación de este tipo por un atributo de calidad diferenciador de su producto, debe cumplir principalmente con los requerimientos o normatividad exigida por el país con respecto a la inocuidad del alimento. Adicionalmente debe dar cuenta de los estándares preestablecidos que confirman el atributo de valor específico del cual ostenta.

- Los sistemas de certificación de sellos de calidad, pueden ser institucionales (públicos) o privados según las experiencias internacionales y nacionales revisadas. Aunque el ente u organismo certificador sea diferente al estado para el caso de los sistemas institucionales, estos organismos certificadores deberán cumplir o estar acreditados por la entidad pública competente.
- Los consumidores colombianos están amparados por la nueva Ley 1480 o Estatuto del consumidor (2012) que se definió sobre los objetivos de proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores.
- Los beneficios de la presencia de un sello de calidad son, entre otros, mejorar la diferenciación del producto en el punto de venta, proporcionar confianza al consumidor y otorgarle una garantía de conformidad con estándares locales o internacionales. Portar un sello debe ser considerado por los actores de la cadena de abastecimiento como una estrategia comercial y una ventaja competitiva, y por los consumidores, como garantía de inocuidad, frente a los que no cuentan con este instrumento de diferenciación.
- Es pertinente y competente que el Plan Maestro Alimenta Bogotá diseñe e implemente un programa de certificación de calidad, que otorgue a los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos de Bogotá y la Región: desde el productor hasta el actor comercial un sello o distintivo de calidad que reconozca la gestión de la inocuidad del actor como atributo de valor.
- Con la puesta en marcha del programa propuesto el Plan Maestro Alimenta Bogotá garantizaría a los consumidores bogotanos el cumplimiento de uno de sus objetivos misionales: un abastecimiento de alimentos en la ciudad bajo condiciones y atributos de inocuidad. Hecho que generaría un impacto positivo en la nutrición de los ciudadanos como lo establece el derecho a la alimentación.

- El sello de calidad Alimenta Bogotá representaría para los consumidores una herramienta de información que les permitiría diferenciar los establecimientos de confianza. El sello o distintivo de calidad Alimenta Bogotá sería la clave de la nutrición de los bogotanos y representaría el respaldo de una gestión tanto para el actor como para el Plan Maestro Alimenta Bogotá.
- El sello de calidad Alimenta Bogotá, propuesto por esta investigación se constituye en una nueva acción comunicativa de la estrategia de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad. Esta nueva acción comunicativa, tiene como objetivo fundamental movilizar a los actores del abastecimiento, a favor de la gestión de la inocuidad de los alimentos y visibilizar su compromiso y responsabilidad hacia la salud de los consumidores, adoptando la certificación del Plan Maestro Alimenta Bogotá: el sello de calidad Alimenta Bogotá.
- El planteamiento de la gestión del sello de calidad sugerido aporta a la SDDE y el Plan Maestro Alimenta Bogotá, una ficha técnica que recoge los parámetros técnicos para la puesta en marcha el proceso de certificación de actores del abastecimiento alimentario. Los parámetros consignados en la ficha propuesta son, entre otros: definición del sello de calidad Alimenta Bogotá, en qué consiste la certificación sello de calidad Alimenta Bogotá, objetivos, atributos de valor diferenciador del sello, alcance del Plan Maestro Alimenta Bogotá frente al proceso de certificación, alcance geográfico del sello, alcance de los actores del abastecimiento por tipo de actor, categoría o tipos de sellos, magnitud de la intervención del proceso de certificación, carácter del sello, bases normativas, vigencia, verificación de la sostenibilidad, sanciones.
- La estructura institucional que enmarca las relaciones de los intervinientes en el proceso de certificación de actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá, también fue aportada por la investigación. De esta estructura institucional, hacen parte: los actores de la cadena de abastecimiento, la SDDE y el Plan Maestro Alimenta Bogotá, organismos de normalización nacionales o internacionales y los organismos de certificación, nacionales o internacionales autorizados por la SDDE.

- La propuesta de estructura institucional indica que los organismos de normalización nacional o internacional podrán apoyar a la SDDE en el desarrollo de la tarea de definir los criterios o parámetros técnicos para la certificación. Los organismos certificadores nacionales o internacionales podrán apoyar a la SDDE en certificar a los actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá y verificar su sostenibilidad. En ambos casos deberán estar avalados por la SDDE bajo algún tipo o modalidad de contratación.
- La investigación aporta a la SDDE la metodología para la operativización del sello de calidad Alimenta Bogotá; el proceso operativo propuesto consta de: guía de implementación del sello para la SDDE, protocolos de acceso por tipo de actor (voluntario o actor apoyado en el proceso de implementación de las Buenas Prácticas hasta la certificación), batería de indicadores de monitoreo y evaluación como sistema de evaluación del sello, la definición y documentación de la imagen institucional del sello de calidad Alimenta Bogotá, así como posibles piezas promocionales en el que se adapta la imagen del sello por tipo de actor de la cadena de abastecimiento.
- La guía de implementación del sello de calidad Alimenta Bogotá diseñada guarda sincronía en su estructura con las guías de las acciones comunicativas de la estrategia de comunicación para la movilización social del Plan Maestro Alimenta Bogotá; la descripción de la acción comunicativa (sello de calidad Alimenta Bogotá), sujetos de la acción, objetivos, núcleos temáticos, enfoque para la acción, metodología y recursos constituyen los componentes de la guía la cual es de uso de la SDDE y la cual se construyó integrada para actores de la cadena, consumidores y los demás actores intervinientes en el proceso de certificación.
- El protocolo de acceso corresponde a la metodología de la guía. Y, estos constituyen la serie de pasos que el actor del abastecimiento debe surtir para certificarse. Se construyeron dos protocolos diferentes: Protocolo No.1 para actores que voluntariamente solicitan o se postulan para acceder al sello, a través de un proceso de verificación de las Buenas Prácticas y el Protocolo No.2 para los actores que son

apoyados y acompañados por la SDDE y sus aliados en el proceso de implementación de las buenas prácticas hasta la certificación. Las buenas practicas incluyen: BPM, BPA, BPT, entre otras.

- El protocolo No.1 incluye acciones que van desde la solicitud a la SDDE para acceder al sello del actor, sensibilización, firma de compromiso, pasando por visitas de verificación, pre y auditoria de certificación. El protocolo No.2, consta de 11 etapas, que inician con la sensibilización y firma simbólica del compromiso por parte del actor, visita de diagnóstico y plan de mejoras, visitas de seguimiento a las mejoras, capacitación al 100% del equipo de trabajo, visita de pre auditoria, de verificación de ajustes en caso que haya lugar y visita de auditoría de certificación.
- Eventos de entrega del sello de calidad Alimenta Bogotá a los actores y acciones de formación e información de consumidores son actividades coincidentes para los dos protocolos.
- Una batería de 10 indicadores de resultado hacen parte del sistema de monitoreo y evaluación del proceso de certificación de actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá. Estos indicadores permitirán saber en el tiempo cuantos actores acceden al sello de calidad, cuantos por tipo de actor, cuántos se han vinculado al proceso voluntariamente, cuántos apoya la SDDE en el proceso de implementación de las buenas prácticas, cuántas entidades certificadoras aliadas participan del proceso frente a las esperadas, cuantos sellos de calidad se otorgan, cuantos se suspenden entre otros aspectos de relevancia para la medición de los resultados en el tiempo.
- La imagen del sello de calidad Alimenta Bogotá, asumió la misma imagen o marca que representa comercialmente al Plan Maestro Alimenta Bogotá. Esto con el propósito de capitalizar el reconocimiento que esta marca tiene en el sector del abastecimiento alimentario de la ciudad. Las frases sello de calidad, tipo de actor y el sistema certificado (BPM; BPA; BPT) fueron agregadas a la marca para diferenciar a los actores que acceden al sello.

- Para la imagen adaptada del sello de calidad Alimenta Bogotá, también se le ajustó su manual de identidad. El cual consta de tres elementos: 1.El nombre, 2. El logo y sus elementos, y 3. Los colores.
- La marca del sello de calidad Alimenta Bogotá, recoge el espíritu del Plan Maestro Alimenta Bogotá, que habla de una ciudad que promueve el mejoramiento de las condiciones de vida para todos sus habitantes
- Un plan de acción a tres años se propone para desarrollar un piloto del proceso de certificación de actores. Este plan de acción incluye adelantar dos actividades puntuales a partir del año 2012 hasta el primer semestre del año 2016 que consisten en: 1. Certificación de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos con el sello de calidad Alimenta Bogotá y 2. Desarrollo de acciones de formación e información de consumidores que les permita reconocer el sello de calidad Alimenta Bogotá, como garantía de calidad e inocuidad. Las metas de 1.500 actores certificados y de 100.000 consumidores de Bogotá formados e informados, serían las apuestas del plan en el cuatrienio.

6. RECOMENDACIONES

1. Las recomendaciones que a continuación se presentan, son sugerencias que enuncia la investigadora con el objeto de proponer acciones que bien podrían ser el punto de partida para una segunda fase del proyecto:
2. Revisar la pertinencia y competencia de la iniciativa de la implementación del sello de calidad Alimenta Bogotá, por parte de las directivas de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico – SDDE y la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario - DERAA de tal forma que el programa propuesto sea asumido institucionalmente y le sean asignados recursos para su implementación.
3. Convocar a un equipo multidisciplinario de la DERAA para desarrollar una revisión detallada de la propuesta e identificar componentes de la misma para fortalecer conceptual y técnicamente. Hacer una documentación más robusta a partir de la desarrollada por esta investigación. En la construcción a desarrollar debe quedar definido la estructura administrativa del programa de certificación de actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá.
4. Proyectar un decreto u otro tipo de ordenanza por parte de la SDDE que permita institucionalizar el Sello de Calidad Alimenta Bogotá como un programa de la SDDE para el desarrollo económico de la ciudad y para el mejoramiento de la calidad de vida nutricional de los bogotanos. El decreto, si es el caso, deberá incluir estrategias o propuestas de incentivos que motiven a los actores del abastecimiento a certificarse con el sello de calidad Alimenta Bogotá.
5. Incluir en el programa de certificación el sello de calidad Alimenta Bogotá para los actores de la cadena de abastecimiento que demuestren la implementación del HACCP o que bien participen del proceso de implementación con el Plan Maestro Alimenta Bogotá, para lo cual se debe ajustar el protocolo de acceso y la guía de implementación.

6. Convocar a los actores gremiales de la ciudad para que se preparen y acrediten para desarrollar el proceso de certificación del sello de calidad Alimenta Bogotá de tal forma que puedan entablar relaciones contractuales con la SDDE para desarrollar la tarea de certificación y seguimiento a la certificación de los actores con sello de calidad.
7. Convocar a las entidades universitarias con facultades de Ingeniería de Alimentos para construir junto a la SDDE alianzas que permitan ejecutar el acompañamiento de los actores que implementan las Buenas Prácticas hasta llegar a la certificación con acompañamiento o recursos de la SDDE.
8. Desarrollar mesas de trabajo con las ligas de consumidores de la ciudad para dar a conocer la iniciativa y recoger observaciones para la consolidación del programa de certificación.
9. Presentar la propuesta ante la mesa técnica de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional compuesta por las secretarías ejecutoras de la Política Pública, como una iniciativa de la SDDE a favor de la política, de tal forma que permita la consecución de adeptos como también de recomendaciones y propuestas de ajustes que permitan el fortalecimiento de la misma.
10. Involucrar a las demás direcciones misionales de la SDDE, en la implementación del programa de certificación de actores con el sello de calidad Alimenta Bogotá desde su ámbito misional y como cooperantes para el éxito de la puesta en marcha de la iniciativa.
11. Desarrollar un micrositio en la página Web: www.alimentabogotá.gov.co para visibilizar todas las acciones relacionadas con el programa de certificación de actores del Plan Maestro Alimenta Bogotá con el sello de calidad Alimenta Bogotá.

7. BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía Mayor de Bogotá. 2002. Decreto 60 de 2002. (En línea). Bogotá, Colombia. Consultado Enero 12 de 2013. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6005>
- Alcaldía de Bogotá. 2006. Acuerdo Distrital 257 de 2006. (En línea). Bogotá, Colombia. Consultado 10 de enero de 2013. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22307>
- Alcaldía de Bogotá. 2006. Decreto 552 de 2006. Por el cual se determina la estructura organizacional, las funciones de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, y se dictan otras disposiciones”, modificado por el artículo 1° del Decreto 091 de 2007) (En línea) Consultado en Enero 5 de 2013. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22587>
- Carta de Ottawa. 1986. Primera Conferencia internacional sobre la promoción de la Salud. Ottawa (1986). (En Línea). Consultado 13 de enero de 2013. Disponible en <http://www.paho.org/spanish/HPP/OttawaCharterSp.pdf>
- Castellanos, Villamil y Romero (2004): Revista de salud pública Volumen 6, Noviembre 2004. Incorporación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control en la Legislación Alimentaria. Bogotá. (En Línea). Consultado 14 de enero de 2013. Disponible en www.scielo.org.co/pdf/rsap/v6n3/a05v6n3.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. 2011. Estatuto del consumidor. Ley 1480 de 2011. Bogotá. (En Línea). Consultado en 11 de Enero de 2013. Disponible en http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2011/ley_1480_2011.html
- Congreso de la Republica de Colombia. Senado de Colombia. 1991. Bogotá. Constitución Política de Colombia. Art. 13 y 334. (En Línea). Consultado 15 de Enero de 2013. <http://www.senado.gov.co/el-senado/normatividad/constitucion-politica>.
- Consejo de Bogotá. 2004. Acuerdo distrital 119 de 2004. Plan de Desarrollo Bogotá sin indiferencia 2004-2008. Bogotá. (En línea). Consultado 12 enero de 2013. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=13607>
- Consejo de Bogotá. 2004. Acuerdo distrital 308 de 2008. Plan de Desarrollo Bogotá Positiva para vivir mejor. 2008-2012. Bogotá. (En línea). Consultado 12 enero de 2013. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=30681>
- Consejo de Bogotá. 2008. Acuerdo distrital 489 de 2012. Plan de Desarrollo Bogotá Humana. 2012-2016. Bogotá. (En línea). Consultado 12 enero de 2013. Disponible en: <http://portel.bogota.gov.co/portel/libreria/pdf/Acuerdo489de2012Plannedesarrollo2012-2016.pdf>
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). 2010. Boletín Censo General-Perfil Bogotá. 2005. Bogotá. (En Línea). Consultado 12 de Enero de 2013. Disponible en http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfil_pdf_cg2005/11000t7t000.pdf
- Declaración Universal de los Derechos Humanos. 1948. Art. 25 (En línea) Consultado 10 de enero de 2013. Disponible en <http://www.acnur.org/t3/fileadmin/scripts/doc.php?file=biblioteca/pdf/0013>

- Declaración Alma Ata (1978). Conferencia Internacional sobre Atención Primaria de Salud, Alma-Ata, URSS. Septiembre de 1978.(En línea).Consultado 10 de enero de 2013. Disponible en http://www.paho.org/spanish/dd/pin/alma-ata_declaracion.htm
- DNP (Departamento Nacional de Planeación) 2008. Concejo Nacional de Política Económica Social. CONPES 113 de 2008. Bogotá. (En Línea).Consultado 11 de Enero de 2013. Disponible en <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=xWTd1oDPg8E%3D&tabid=343>
- FAO (Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura).2010. Estudio sobre los Principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial (En línea).Chile. Consultado el 05 de Enero de 2013. Disponible en <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/publicaciones/calidad/BPM/diferenciacion/sellosdecalidadFAO.pdf>
- FAO (Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2008. Proyecto FAO Mana. Sello Social Cosechas del Campo. 2008. (En Línea). Consultado Enero 12 de 2013. Disponible en http://www.rediex.gov.py/beta/userfiles/file/V-simposio/Sellos%20de%20Calidad%20en%20Alimentos.%20Natalia_Bonvini.pdf
- Hernández, Samperi (2005): Metodología de la investigación. 4 ta edición. Principales acciones para llevar a cabo el proceso de la investigación-acción. Capítulo 15. Diseño del proceso de investigación cualitativa.
- (ICONTEC) Instituto Colombiano de Normas Técnicas. 2013. la Normalización. Bogotá (En Línea). Consultado 15 enero de 2013. Disponible en: <http://www.icontec.org.co/index.php?section=37>
- INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos).1997.Decreto 3075: Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. (En línea). Bogotá, Colombia. Consultado 13 Enero 2013. Disponible en: http://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=484:decreto-3075-1997&catid=96:decretos-alimentos&Itemid=2139
- JARAMILLO, Juan Camilo y TORO, José Bernardo (2002): "Comunicación Pública y Movilización Social". Proyecto de Comunicación Pública, Imprenta Departamental de Antioquia.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.2004. Resolución 0148 de 2004. “sello de alimento ecológico” Bogotá. (En Línea).Consultado Diciembre 15 de 2012.Disponible en: http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/04san_03agroeco.aspx
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT) .El sello Ambiental Colombiano “SAC”. Bogotá. (En Línea). Consultado en diciembre 14 de 2012. Disponible en: <http://www.minambiente.gov.co//contenido/contenido.aspx?conID=7745&catID=1277>
- ONU (Organización de las Naciones Unidas).2000.Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).(En línea).Consultado el 06 de Enero de 2013 .Disponible en: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/poverty.shtml>
- OPS Bolivia (Organización Panamericana de la Salud) CODEDCO, AIS, IBFAN y FUNAVI Bolivia (2003): Codex Alimentarius y seguridad alimentaria. En busca de una buena salud. La Paz Bolivia. (En Línea). Consultado en 16 de enero de 2013.

Disponible

en:

http://new.ops.org.bo/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=245

- Prieto, Mowen, López y Cerdeño (2008). Concepto de calidad en la industria agroalimentaria. (En Línea). Consultado Diciembre 27 de 2012. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=33933405>
- Plan de Desarrollo Distrital 2012-2016. Bogotá Humana. 2012. Artículo 15. Programa Soberanía y Seguridad Alimentaria y Nutricional. 2012 (En Línea). Consultado 12 enero de 2013. Disponible en <http://portel.bogota.gov.co/portel/libreria/pdf/Acuerdo489de2012Plannedesarrollo2012-2016.pdf>
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario. 2013. Bogotá. Boletines Alimenta Bogotá. (En línea). Consultado 10 de enero de 2013. Disponible en <http://www.alimentabogota.gov.co/boletin>
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario. 2013. Manual de Identidad Corporativa Alimenta Bogotá.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Compensar .2008 Convenio de Asociación 07 de 2008 Bogotá. La estrategia de Comunicación para la Movilización Social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica ACODRÉS 2009. Convenio de asociación 367 de 2009 Bogotá. Informe final de resultados del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Universidad Jorge Tadeo Lozano. 2009. Convenio de Asociación 274 de 2009 Bogotá. Informe final del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Universidad de La Salle. 2009. Convenio especial de cooperación para el fomento de actividades científicas y tecnológicas 367 de Bogotá. Informe final del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica ACODRÉS 2009. Convenio de Asociación 202 de 2010 Bogotá. Informe final de resultados del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y la Federación de Acción Comunal de Bogotá 2011. Convenio de asociación 272 de 2011 Bogotá. Informe final de resultados del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica ACODRÉS 2011. Convenio de Asociación 282 de 2011 Bogotá. Informe final de resultados del convenio. Archivos no publicados.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Universidad de La Salle. 2010. Convenio especial de cooperación para el fomento de actividades científicas y tecnológicas 244 de 2010 Bogotá. Informe final del convenio. Archivos no publicados
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario 2008. Proyecto 442 Implementación del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria. Informe de ejecución 2008-2012. Archivos no publicados.

- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. 2013. Misión, Visión y Plan estratégico (En línea). Consultado enero 6 de 2012. Disponible en: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/entidad/mision-vision-y-plan-estrategico>
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. 2013. Organigrama (En línea). Consultado enero 6 de 2012. Disponible en: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/entidad/organigrama>
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario 2010. Documento Fichas y protocolos del Portafolio de Servicios del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá. VersionNo.4 de 2010. .Archivos no publicados
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario 2012. Proyecto de inversión 736: Disponibilidad y Acceso a los Alimentos en Mercado Interno a través del Abastecimiento 2012. Archivos no publicados
- Secretaría Distrital de Salud de Bogotá. 2013. Boletín epidemiológico distrital. Semana 41-44. Octubre – noviembre 2004. Estrategia de distinción sanitaria de restaurantes populares. Restaurantes 1-A. 2004.
- Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. 2007. Política Pública de Seguridad Alimentaria para Bogotá: Decreto 508 de 2007. (En línea). Bogotá, Colombia. Consultado 10 enero 2013. Disponible en: <http://www.saludcapital.gov.co>
- Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. 2006. Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria para Bogotá - Alimenta Bogotá: Decreto 315 de 2006.(En línea). Bogotá, Colombia. Consultado 10 de enero 2013. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21063>
- Secretaría de Turismo de México. 2013. Distintivo H. (En Línea). Consultado 27 de diciembre de 2012. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9233_requisitos_y_procedimientos
- Tiscornia. María Isabel. Certificación de alimentos. Una nueva herramienta para garantizar calidad nacional. (En Línea). Consultado en 28 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.lezgon.com/pdf/IB00000003/24-29.%20I%EDnea%20de%20llenado.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Acta (Charter) Del Proyecto Final de Graduación (PFG)



ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

Nombre y apellidos: Julia del Carmen Luna Amador

Lugar de residencia: Bogotá, Colombia

Institución: Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario.

Cargo / puesto: Coordinadora Gestión de Calidad, Inocuidad y Nutrición. Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá. "Alimenta Bogotá".

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: Octubre 05 de 2012	Nombre del proyecto: Propuesta de un desarrollo de Sellos de Calidad "Alimenta Bogotá", como una acción comunicativa para la visibilización de la gestión de la inocuidad y calidad de los actores del abastecimiento alimentario y de generación de confianza en los consumidores de Bogotá.
Fecha de inicio del proyecto: Octubre 05 de 2012	Fecha tentativa de finalización: Febrero de 2013.
Tipo de PFG: (tesina / artículo): Tesina	
Objetivo General: Desarrollar un Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", que sirva como instrumento de visibilización de la gestión de inocuidad y calidad de los actores del abastecimiento alimentario y de generación de confianza entre los consumidores de Bogotá.	
Objetivos Específicos: 1. Diseñar y documentar técnicamente el Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", como acción comunicativa y/o instrumento para la movilización social de actor del sistema de abastecimiento alimentario y de los consumidores de Bogotá. 2. Diseñar y documentar los protocolos de acceso al Sello de Calidad "Alimenta Bogotá" por tipo de actor del sistema de abastecimiento alimentario. 3. Diseñar y documentar la imagen institucional y las diferentes piezas promocionales del Sello de Calidad "Alimenta Bogotá". 4. Documentar la o las guías de implementación de la acción comunicativa para la movilización social dirigida a los actores del sistema de abastecimiento alimentario de Bogotá. 5. Documentar la o las guías de implementación de la acción comunicativa para la movilización social dirigida a los consumidores de Bogotá. 6. Definir un plan de acción para el desarrollo de un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el Sello de Calidad "Alimenta Bogotá" y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", como garantía de inocuidad y calidad.	



Descripción del producto:

Los sellos de Calidad “Alimenta Bogotá”, son un instrumento de visibilización y diferenciación; certifica, respalda y/o reconoce la gestión de la inocuidad y calidad por parte de los actores del sistema de abastecimiento de alimentos de Bogotá. Son una herramienta generadora de confianza entre los consumidores.

Los Sellos de Calidad “Alimenta Bogotá”, son una acción de comunicación para la movilización social de los consumidores, que promueve las transformaciones culturales de los consumidores, cambios de hábitos de compra, adopción de hábitos de consumo de alimentos sanos y seguros, por ende conllevan a un aprovechamiento biológico de los alimentos adecuado traducándose en nutrición para los Bogotanos.

Como herramienta de visibilización, los Sellos de Calidad “Alimenta Bogotá” diferencian, resaltan, respaldan a los actores comprometidos con la inocuidad y calidad, son una acción movilizadora de consumidores, la cual tiene su fundamento en los derechos humanos; en el derecho a la alimentación, derecho rector de la Política Pública de Seguridad Alimentaria y nutricional de Bogotá¹ y de su instrumento de gestión, el Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá².

El Sello de Calidad “Alimenta Bogotá” para el Plan Maestro en términos de movilización social propende a los desarrollos en información, educación y comunicación para el consumidor, a fin de orientarlo de manera permanente sobre la demanda de alimentos con criterio nutricional, de inocuidad y calidad y a precio justo. Así mismo promueve la organización de los consumidores para la exigibilidad de sus derechos.

Necesidad del proyecto:

La gestión del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, en el periodo administrativo 2008- 2012, se orientó en específico a la superación de ineficiencias del sistema de abastecimiento de alimentos Bogotá-Región, con la vinculación de los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos al Plan Maestro y a la utilización de sus servicios como herramientas de generación de fortalezas operativas, comerciales y en general de competitividad. Con estas acciones, se propició la eliminación de la intermediación sin valor agregado, la garantía de la y calidad de los alimentos y el precio justo.

Consecuentemente, con este propósito, la gestión del Plan Maestro alcanzó otra meta de intervención: “20.000 Actores de la cadena de abastecimiento capacitados para desarrollar las prácticas que garanticen la inocuidad y calidad de los alimentos ³”.

Al finalizar el período administrativo Bogotá Positiva (2008-2012) agentes del abastecimiento alimentario tales como: actores solidarios (comedores comunitarios), comerciales (tiendas, restaurantes, panaderías, carnicerías, tiendas de frutas y verduras), comerciantes de plazas de mercado y transformadores de alimentos, entre otros habían implementado como mínimo

¹ Decreto 408 de 2007. Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá.

² Decreto 315 de 2006. Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá.

³ Meta Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá. 2008-2012.



las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) con el apoyo y asesoría del Distrito a través de los diferentes operadores de convenios y/o contratos.

La gestión alcanzada al día de hoy, solo es reconocida por los 20 000 actores y por el Plan Maestro de abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria. Los consumidores desconocen este logro y carecen de herramientas para identificar que actores o establecimientos pueden ofrecerles garantías en lo que respecta a la disponibilidad de alimentos sanos y seguros como requisito para la satisfacción del derecho fundamental a la alimentación.

La poca o nula visibilización de estos actores que adoptaron las BPM como sistema de gestión de la inocuidad y calidad de los alimentos por parte de la administración del Distrito Capital conducen al desconocimiento de los consumidores, propiciando prácticas inadecuadas de compra, de consumo de alimentos y por ende a un aprovechamiento biológico de los alimentos deficientes, hecho que contribuye poco con la nutrición de los ciudadanos.

El consumidor de hoy, persigue el cumplimiento de su derecho a la alimentación sana y segura. Éste es cada vez es más exigente y prefiere adquirir los alimentos que cuenten con uno u otro tipo de distinción y que se encuentren en establecimientos que evidentemente tengan las mejores condiciones higiénicas o sea establecimientos que le generen confianza.

En vista de lo anterior, el Distrito de Bogotá, en especial el Plan Maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria, requiere de una acción comunicativa o instrumento de visibilización de su gestión como entidad pública al igual que la de la inocuidad y calidad de los alimentos por parte de los actores del sistema de abastecimiento alimentario; de tal forma, que permita el reconocimiento, diferenciación y generación de confianza por los consumidores.

Justificación de impacto del proyecto:

El proyecto permitirá ofrecerle a los consumidores de alimentos de las 20 localidades de Bogotá conformadas por unas 7 millones de personas, una herramienta de diferenciación de los actores del sistema de abastecimiento, con respecto a la gestión de la inocuidad y calidad de los alimentos. Podrán identificar con el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá” los actores que le ofrecen garantía de alimentos sanos y seguros de los que no les ofrecen las mismas condiciones. De esta forma el Distrito contribuye con la adopción de cambios en los hábitos inadecuados de compra por los consumidores, promoción de los buenos hábitos nutricionales y el derecho a la alimentación.

Por otro lado, los actores del sistema de abastecimiento alimentario optaran por emular a los actores con el Sello de Calidad “Alimenta Bogotá”, esto debido a la difusión de la estrategia y a la preferencia de los consumidores por los actores certificados. Para acceder al Sello, deberán adoptar como mínimo las BPM y surtir los protocolos para ser certificados con el Sello “Alimenta Bogotá”.

Finalmente, el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, podrá impactar positivamente la Salud Pública Distrital.

Restricciones:

- Disponibilidad de recursos para la implementación del proceso por parte del Plan Maestro de Abastecimiento.

**Entregables:**

1. El Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", diseñado y documentado técnicamente.
2. Protocolos de acceso al Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", por tipo de actor del sistema de abastecimiento alimentario
3. Imagen institucional y las diferentes piezas promocionales del Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", diseñadas y documentadas.
4. Guías de implementación de la acción comunicativa para la movilización social dirigida a los actores del sistema de abastecimiento alimentario de Bogotá, documentadas.
5. Guías de implementación de la acción comunicativa para la movilización social dirigida a los consumidores de Bogotá, documentadas.
6. Plan de acción para el desarrollo de un piloto para la certificación de actores del abastecimiento alimentario con el Sello de Calidad "Alimenta Bogotá" y de formación e información de los consumidores que les permita identificar y reconocer el Sello de Calidad "Alimenta Bogotá", como garantía de inocuidad y calidad, definido.

Identificación de grupos de interés:

- Cliente(s) directo(s): Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
- Cliente(s) indirecto(s): Actores del sistema de abastecimiento alimentario y consumidores de Bogotá.

Aprobado por (Tutor):

- Liliana Peralta Baquero

Firma:


CC 52.150.607

Estudiante:

- Julia del Carmen Luna Amador

Firma:


cc 22.785.911 Cj.

Anexo 2. Esquema Institucional de Distribución de Responsabilidades.

Esquema Institucional de Distribucion de Responsabilidades.			
Ejes de Accion Publica	Lineas de Trabajo	Entidades Distritales	
		Orientacion y Coordinacion	Soporte Tecnico y Estrategico
Acceso a toda la poblacion a los alimentos y agua potable de forma autonoma y en igualdad de condiciones y oportunidades	Fortalecimiento de la produccion regional de alimentos y de la economia campesina		
	Proteccion de los recursos hidricos Promocion de la Integracion Regional		
	Consolidacion del Abastecimiento en las localidades del distrito capital.		
	Provision de alimentos nutritivos,seguros e inocuos		
	Abastecimiento de Alimentos a precio justo		
Practicas de Alimentacion y modos de vida Saludables en el marco de la diversidad cultural	Extencion de los servicios publicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado	Secretaria de Desarrollo Economico,Secretaria Distrital de Integracion Social	Secretaria Distrital de Salud,Secretaria de Educacion del Distrito,Secretaria distrital de Ambiente,Jardin Botanico Jose celestino Mutis,Instituto para la proteccion de la Niñez y la juventud, Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogota.
	Apoyo alimentario a poblaciones en condicion de vulnerabilidad aalimentaria y nutricional. Promocion de practicas de agricultura urbana		
	Promocion, proteccion y defensamde la lactancia materna y de la alimentacion infantil saludable.		
	Promocion , proteccion de los derechos del consumidor Promocion, proteccion de la alimentacion saludable y actividad fisica		
	Promocion de Entornos Saludables		
Nutricion y Entornos Saludables	Prevencion, deteccion temprana,manejo y control de alteraciones nutricionales, según ciclo de vida	Secretaria Distrital de Salud	Secretaria Distrital de Ambiente,Secretaria Distrital de Integracion Social,Secretaria de Educacion Distrital, Secretaria Distrital de habitat
Fuente: Publicacion Politica Publica de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Bogota 2007-2015,Bogota sin Hambre.Bogota-2007			

Anexo 3. Decreto 315 de 2006.Expedido por la Alcaldía de Bogotá.

DECRETO 315 DE 2006

(Agosto 15)

"Por el cual se adopta el Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria para Bogotá Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 38, numeral 4º del Decreto Ley 1421 de 1993, y el artículo 46, Parágrafo 3º del Decreto Distrital 190 de 2004,,

CONSIDERANDO:

Que en el artículo 3 del acuerdo 119 de 2004, por medio del cual se adoptó el plan de desarrollo económico, social y de obras públicas Bogotá 2004 -2008 "Bogotá sin indiferencia, un compromiso social contra la pobreza y la exclusión" define unos principios rectores para la administración distrital.

Que en el artículo 1 del mencionado Plan se señalan los fundamentos del mismo enfocados a la construcción de las condiciones para el ejercicio efectivo, progresivo y sostenible de los derechos humanos integrales; establecidos en el pacto constitucional y en los convenios e instrumentos internacionales y con énfasis en la búsqueda de la pronta efectividad de los niveles básicos de tales derechos

Que el abastecimiento de alimentos es una función que compete al conjunto de grupos sociales, en sus roles de consumo, producción, transformación, distribución y comercialización y por tanto, las visiones, tradiciones, hábitos, culturas e intereses de los diferentes grupos deben ser considerados en el desarrollo de políticas, estrategias y proyectos de abastecimiento.

Que en desarrollo de la política de participación, la administración distrital en asocio con el Concejo de Bogotá convocó a un proceso de discusión pública del plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá y de su decreto de adopción, a los diferentes sectores sociales involucrados.

Que concurrieron a esta discusión las organizaciones de consumidores, entidades del orden distrital, departamental, regional y nacional, el Consejo Territorial de Planeación, organizaciones populares y del sector comunitario, organizaciones y asociaciones de productores campesinos, pequeños y medianos comerciantes, grandes comerciantes, gremios de la producción, proveedores de servicios, academia y organizaciones no gubernamentales.

Que este decreto refleja el proceso de consulta con estos sectores en torno al plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá.

Que por su localización en la línea ecuatorial y la diversidad de pisos térmicos, Colombia presenta unas fortalezas geográficas que favorecen y garantizan el abastecimiento y la seguridad alimentaria del país, la región y el Distrito Capital.

Que por esta condición geográfica, el 33% de los alimentos básicos que consume Bogotá se encuentran a una distancia de 40 kilómetros de la capital y cerca al 80% en un radio de 300 kilómetros, siendo así su región circundante la despensa natural de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Tolima y Meta. Por lo tanto, el fortalecimiento de este tejido productivo campesino regional es un factor esencial para la lucha contra el hambre y la desnutrición en la ciudad para la generación de condiciones dignas de vida, producción y comercialización de los productos de los campesinos de la región y del Distrito Capital, aplicando la justicia social, la equidad y los precios justos.

Que las características sociales y culturales de la economía campesina y la producción primaria también constituyen una fortaleza puesto que aportan alrededor del 65 por ciento de los alimentos de la canasta básica consumida en Bogotá, y por sus características de producción y propiedad sobre los medios de producción protegen al abastecimiento de prácticas monopólicas y entrega una diversidad de productos primarios y transformados.

Que es necesario proteger la riqueza de este entorno y garantizar su sostenibilidad cultural, social, económica y ambiental, con énfasis en los recursos hídricos y en la preservación de la biodiversidad.

Que la ciudad cuenta con la Central de distribución mayorista CORABASTOS S.A. que cumple un papel fundamental en el abastecimiento de alimentos, donde su conocimiento, experiencia y ubicación se constituyen en una potencialidad para la construcción del nuevo Sistema de Abastecimiento de Alimentos, adecuándose a los retos del comercio moderno.

Que las características de distribución del canal tradicional de tenderos y otros pequeños comerciantes también es una fortaleza por la cercanía al consumidor y la función social que cumple, especialmente para la población de menor capacidad adquisitiva y el servicio en zonas no atendidas por otros canales.

Que la dimensión actual de la ciudad y su crecimiento hacia el futuro exige una reorganización de los servicios de abastecimiento, desconcentrándolos para garantizar no solo el acceso a estos por parte de toda la población, sino aportando al reordenamiento de la ciudad a través de una adecuada planeación de estos servicios en las centralidades proyectadas en Bogotá.

Que en el sistema actual de abastecimiento, los canales de producción, transformación y distribución no cuentan suficiente información, conectividad, crédito y facilidades logísticas que hagan más eficiente su labor de movilizar los volúmenes de alimentos requeridos para el consumo.

Que hay poco acceso a nuevas tecnologías por parte de algunos actores de las cadenas, lo que dificulta sus posibilidades de participación en el marco de los circuitos comerciales de alimentos.

Que estas carencias producen un conjunto de debilidades cuya eliminación o reducción representan importantes economías, en beneficio del precio final de los alimentos al consumidor y de los ingresos de productores, transformadores y distribuidores.

Que estas debilidades se manifiestan especialmente en las pérdidas por manipulación y empaque, en la presencia de intermediarios que no agregan valor, en el bajo impacto de la red de plazas de mercado y en la utilización del parque de carga y los fletes asociados;

Que de acuerdo con la investigación "Canasta básica de alimentos para el área urbana de Bogotá" realizada por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar en el año 2004, el 40.2% de los hogares en Bogotá no alcanza a cubrir las necesidades de calorías y el 34% no cubre las necesidades de proteínas. Por lo tanto se debe mejorar el acceso de los hogares a los alimentos básicos para garantizar un buen nivel alimentario y nutricional.

Que para lograr el nivel nutricional deseable, debe existir disponibilidad de alimentos, fuente de proteína; aumentarse particularmente el consumo de frutas, hortalizas y cereales, para lo cual es necesario coordinar acciones con los entes territoriales y los productores para mejorar la productividad e incrementar la frontera cultivada.

Que el precio per capita, de la dieta actual deficitaria equivale al 16% de un salario mínimo legal y el de la dieta deseable al 31% de este salario

Que el 49.6% de la población bogotana se encuentra en situación de pobreza y de esta, un 30.45 por ciento en pobreza absoluta, por lo que el nivel de precio de la canasta básica desborda la capacidad de pago de gran parte de la población e incidir en el precio final de los alimentos es un imperativo para garantizar el derecho fundamental a la alimentación y nutrición.

Que los ciudadanos no se reconocen como consumidores sujetos de derecho y deberes relacionados con el acceso, consumo, uso y utilización adecuados de los alimentos.

Que es necesario desarrollar estrategias que permitan eliminar o reducir el conjunto de debilidades, potenciando las fortalezas del entorno geográfico y cultural de las redes de gestión social y productiva constituidas.

Que para garantizar la realización progresiva del derecho fundamental a la alimentación adecuada de los ciudadanos y ciudadanas del Distrito Capital, esta administración ha colocado como prioridad de la agenda pública el problema de la pobreza, el hambre y la desnutrición y ha creado el programa "Bogotá sin Hambre", con el propósito de promover la construcción de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional para la ciudad;

Que la alimentación adecuada es requisito mínimo para el ejercicio del derecho a la vida digna;

Que el Plan de Desarrollo Bogotá sin Indiferencia, Un compromiso Social contra la Pobreza y la Exclusión, establece dentro del artículo 8 numeral 2 y 3 estrategias del eje social, que toda persona tiene el derecho fundamental al alimento, y el acceso al mismo no puede estar condicionado a la dinámica del devenir económico, lo que implica una obligatoriedad al Estado en su realización progresiva.

Que para el ejercicio progresivo de este derecho fundamental, el plan de desarrollo distrital prevé en el artículo 4 numeral 10, que se ejecutará una política de seguridad alimentaria y nutricional.

Que de conformidad con la Conferencia de Organizaciones de la Sociedad Civil de Latinoamérica y del Caribe de Julio de 1996, esta política es entendida como "la disponibilidad suficiente y estable de los suministros de alimentos a nivel local, el acceso oportuno y permanente por parte de todas las personas a los alimentos que se precisan, en cantidad y calidad, el adecuado consumo y utilización biológica de los mismos, para lo cual es indispensable el acceso a los servicios básicos de saneamiento, atención de salud y la decisión política de los gobiernos para lograrla"

Que los artículos 44 y 45 del Decreto 190 de 2004 conciben los planes maestros como instrumentos estructurantes del primer nivel de jerarquización, mediante los cuales se establecen los objetivos, políticas y estrategias de largo plazo.

Que los planes maestros de equipamientos, de conformidad con el artículo 46 inciso 2 del Decreto 190 de 2004, deben ser elaborados por la entidad responsable del servicio en colaboración con el Departamento Administrativo de Planeación Distrital DAPD.

Que en el parágrafo 3 del mismo artículo, se establece que los planes maestros serán aprobados por el Departamento Administrativo de Planeación Distrital y adoptados por el Alcalde Mayor

Que el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, D.C., se constituye en un instrumento de la política de Seguridad Alimentaria y Nutricional que actuará sobre la función de abastecimiento para garantizar por un lado, la disponibilidad suficiente y estable de los suministros de alimentos con calidad y con criterio nutricional en el nivel local, y por el otro, el acceso a éstos de

manera oportuna y permanente por parte de todas las personas, por la vía de la reducción del precio y el fortalecimiento de los circuitos económicos tanto urbanos como rurales.

Que el PMASAB es uno de los planes maestros de equipamiento definidos por el POT, y ordena las actividades de la cadena de suministro de los agentes económicos de los eslabones de producción, transformación y distribución de alimentos en el Distrito Capital.

Que el PMASAB deberá sustentarse en la construcción de una ética pública y colectiva que garantice la equitativa distribución de los beneficios y la transparencia de todos sus procesos para el logro de su fin último: nutrir a precio justo.

Que reconociendo el papel fundamental de la región central en el abastecimiento de alimentos a la ciudad y que existen autonomías y competencias jurisdiccionales y territoriales diferentes, el Distrito Capital promoverá las concertaciones, alianzas y acuerdos pertinentes para integrar agendas que aseguren que la construcción del sistema de abastecimiento se realice bajo criterios de equidad regional, sostenibilidad ambiental y participación activa de todos los actores comprometidos.

Que de conformidad con el artículo 3 del Decreto 782 de 1994 la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP, tienen como objetivo, entre otros, el planear, coordinar, supervisar y controlar la prestación de los servicios de plazas de mercado y galerías comerciales.

Que mediante el parágrafo del artículo 43 Decreto 854 de 2001, el Alcalde Mayor de Bogotá, D. C., delegó en la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP, la adopción de la políticas y medidas conducentes al mejoramiento y modernización de las plazas de mercado, al incremento de la productividad y competitividad de las actividades de expendio y venta de productos y al desarrollo de la capacidad de gestión empresarial.

Que es necesario desarrollar estrategias encaminadas a fomentar el mejoramiento de las plazas de mercado de propiedad del Distrito Capital y de Corabastos; su seguridad, competitividad, sostenibilidad y tecnificación en función de sus nuevos roles de soporte logístico para el abastecimiento y de plataforma básica del sistema público de abastecimiento.

Que para la organización, fortalecimiento y expansión del Sistema de Plazas de Mercado, se deben tener en cuenta, especialmente los lineamientos del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá.

Que se elaboró el documento técnico de soporte con un análisis diagnóstico de la situación sectorial y territorial, que sirve de fundamento para la formulación del presente decreto el cual estuvo a cargo de la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP.

Que en mérito de lo expuesto,

DECRETA:

TITULO I

PLAN MAESTRO DE ABASTECIMIENTO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DE BOGOTÁ

Capítulo I

Contenido General del Plan.

Artículo 1. Adopción del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, PMASAB- Adoptase el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, con el fin de incorporar y articular los equipamientos y vincular los agentes públicos y privados a un Sistema Integrado de Abastecimiento de Alimentos.

Artículo 2. Principales definiciones- Para efectos del presente Decreto se adoptan las siguientes definiciones:

1. Soberanía alimentaria: Se adopta la Declaración del Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria, La Habana, Cuba, 2001 que define la soberanía alimentaria como el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base en la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales, en los cuales la mujer desempeña un papel fundamental.

2. Vulnerabilidad alimentaria: Es una situación de hecho que amenaza la seguridad alimentaria de la población que puede ser vulnerabilidad social por la imposibilidad económica de acceso a los alimentos de la canasta básica vigente o vulnerabilidad funcional por hechos sobrevinientes de carácter político, antrópico o por desastres naturales que pueden hacer colapsar la función de abastecimiento.

3. Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, PMASAB: Constituye el instrumento de la política de seguridad alimentaria y nutricional que permite propiciar las transformaciones culturales, operacionales y territoriales conducentes a la eficiencia del sistema de abastecimiento de alimentos para asegurar la nutrición a precio justo.

4. Canasta básica de alimentos: Conjunto de alimentos comúnmente comprados y consumidos, expresados en cantidades suficientes y adecuadas para cubrir las necesidades de energía y proteína de un hogar promedio en una población determinada, al menor precio. (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar)

5. Cadena productiva: Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y comercialización de un mismo producto agropecuario, hasta el mercado de consumo.

6. Cadena de abastecimiento: También conocida como cadena de suministro, es la encargada de facilitar las transacciones y el manejo y movimiento de insumos y productos que requieren las cadenas productivas.

7. Oferta alimentaria: Es el conjunto de bienes, productos y servicios alimenticios colocados a disposición del mercado

8. Demanda alimentaria: Está compuesta por todos los alimentos consumidos por la población, que en razón de la dinámica de crecimiento poblacional se calcula en su proyección de consumo y volumen para ser atendida por el sistema de abastecimiento propuesto dentro del plan.

9. Anillos de provisión alimentaria: Son las zonas geográficas de producción de alimentos identificadas como las fuentes del abastecimiento alimentario del mercado de Bogotá D.C. El primero corresponde a las áreas rurales de Bogotá y a los 19 municipios de la Sabana de Bogotá (Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Facatativa, Funza, La Calera, Madrid, Mosquera, Sibate, Soacha, Tabio, Tenjo, Bojacá, El Rosal, Subachoque, Zipaquirá, Tocancipá, Gachancipá); el segundo corresponde al resto de los municipios de Cundinamarca y a los departamentos de Boyacá, Meta y Tolima considerados como Región Central y el tercero está constituido por el resto de los departamentos del país y los productos importados.

10. Transformación: Se entiende por transformación, la aplicación de los procesos de adecuación que generan valor agregado a los alimentos.

11. Distribución: Es el proceso de transferencia de insumos y productos desde los productores y procesadores hasta los consumidores.

12. Sistema de Abastecimiento: Es el conjunto interrelacionado de funciones de producción, transformación y comercialización, en el que intervienen agentes públicos y privados, orientado a satisfacer las necesidades de alimentos de los ciudadanos de Bogotá D.C. y de las zonas de influencia, a través de una red de servicios.

Como modelo sistémico, integra y articula la producción rural, la industria de adecuación y transformación, la distribución urbana mayorista y minorista, tradicional y moderna de alimentos, con el consumidor final, mediante los soportes logístico, institucional y educativo.

13. Redes de gestión de vecindad rural y urbana: Proceso planificado que articula y presta servicios de apoyo para fortalecer la organización de productores, de transformadores y de distribuidores en un territorio de vecindad definido, lo cual permite una gestión ágil y oportuna, a partir de condiciones socioeconómicas, potencialidades y problemáticas similares, con el fin de optimizar la gestión de los actores y apalancar procesos de desarrollo. Entre las posibles opciones para el fortalecimiento de esta gestión de vecindad se encuentran la economía solidaria y la asociatividad.

14. AGRORED: Es la constitución de redes rurales de producción y de integración de gestión de vecindad. Su función es organizar el suministro y procesamiento desde y para una subregión.

15. NUTRIRED: Es la constitución de redes de integración de gestión por vecindad urbana. Su función es organizar la operación de abastecimiento de los territorios urbanos e integrar el procesamiento, manejo de los alimentos, la gestión comercial de todos los agentes económicos y la dinamización de los circuitos económicos locales.

16. Red de conectividad, información y transporte: Incluye la infraestructura de conectividad, los sistemas de información estratégica y operativa, de precios, oferta y demanda, y los sistemas transaccionales entre los diferentes agentes económicos y la transferencia física de materias primas y productos procesados.

17. Observatorio: Es la instancia técnica que analiza y administra información, construye conocimiento y reporta información de actividades, resultados y logros para la toma de decisiones en el seguimiento, ajustes del plan y fortalecimiento del ejercicio del control social.

18. Equipamientos: son los espacios físicos especializados en la operación de manejo y movimiento de productos e insumos negociados por los agentes económicos de las cadenas productivas. Son ellos:

*Centros de gestión veredal: son centros de apoyo para el manejo de información directa y permanente y para la gestión básica de la producción agropecuaria de las fincas que hagan uso del sistema al sistema en la vereda y/o vecindad.

*Centros de integración de la producción agrícola CIPAS: son equipamientos de escala subregional ubicados en las AGROREDES, encargados del apoyo y desarrollo agroindustrial de la subregión para realizar los procesos de acopio, transformación y comercialización mayorista de los productos agropecuarios. En la región estos pueden ser homologados con los Centros Provinciales para la Gestión Agroempresarial CPGA-, según el Decreto Nacional 2980 de 2004.

19. Plazas: equipamientos para la función logística, comercial o mixta, así:

i. Logísticas: son los equipamientos de escala local que conforman el sistema principal de las nutriendes, donde se ejecutarán las funciones de transferencia física, redespacho y distribución de los insumos y productos requeridos por los agentes económicos de la NUTRIRED.

ii. Plazas comerciales o de mercado: son equipamientos de escala local articulados a las nutriendes donde se adelantan especialmente actividades de venta directa detallista de productos y oferta de servicios complementarios.

20. Nodos: son equipamientos de escala regional, que se desarrollarán en el momento en que los volúmenes de carga así lo requieran, para dar soporte al Sistema de Abastecimiento y a la exportación, y en los que se efectúa la distribución, almacenamiento, procesamiento, comercialización y adecuación de insumos y bienes alimentarios procedentes de las AGROREDES o generados en Bogotá

Artículo 3. Contenido.- El Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria está conformado, además de este decreto, por las normas que lo desarrollen y por la siguiente cartografía anexa:

1. Territorio de intervención prioritaria.

2. Plazas logísticas y comerciales

3. Zonas de integración logística

Artículo 4. Períodos de Ejecución: Este Plan Maestro establece períodos de corto, mediano y largo plazo de ejecución. Para tales efectos, se entenderá como de corto plazo el período comprendido entre la fecha de publicación de este Decreto y el año 2010; como de mediano plazo, el período comprendido entre la fecha de publicación del presente decreto y el 2015; y, como de largo plazo, el período comprendido entre la fecha de expedición del presente decreto y el año 2019.

Capítulo II

Objetivos del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos para Bogotá PMASAB

Artículo 5. Objetivos. EL Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria tiene por objetivo general regular la función de abastecimiento alimentario del Distrito Capital de Bogotá para garantizar la disponibilidad suficiente y estable del suministro de alimentos, con calidad, con criterio nutricional y con acceso de manera oportuna y permanente, reduciendo el precio y fortaleciendo los circuitos económicos urbanos y rurales.

De igual forma, pretende garantizar un efectivo aprovisionamiento por parte de la población y la comercialización de productos de la canasta básica de alimentos a precio justo y al alcance de todas y todos, articulando la producción distrital, regional y nacional a la demanda integrada de alimentos por medio del desarrollo de procesos transparentes y confiables y de la conformación de una red de equipamientos de apoyo al sector.0

Para cumplir con el objetivo general se establecen los siguientes objetivos específicos:

En relación con la salud del sistema: a) Eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos; b) Garantizar condiciones sanitarias de los equipamientos.

En relación con el suministro de alimentos para garantizar su calidad, cantidad y frecuencia: a) Aplicar la normatividad vigente y desarrollar nuevas normas que garanticen la calidad intrínseca de los alimentos que se comercializan y consumen en el Distrito Capital; b)

c) Promover concertación alrededor de procesos de estandarización para generar eficiencias colectivas y garantizar resultados; d) Realizar integración de equipamientos y sistemas de información operativa y estratégica; e) Integrar la oferta organizada desde los diferentes anillos de provisión alimentaria identificados por el presente Plan con la demanda pública y privada.

En relación con las transformaciones culturales: a) Inducir la adopción de buenas prácticas agroecológicas sostenibles por parte de los productores campesinos y de buenas prácticas de manufactura en la industria transformadora agroalimentaria; b) Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en los diferentes actores de la cadena; c) Propiciar los cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales; d) Diseñar y direccionar procesos incluyentes y participativos que reconozcan la diversidad y que garanticen el acceso de los actores más vulnerables dentro de las cadenas de abastecimiento a las facilidades, servicios y tecnologías que les permitirán mejorar su capacidad productiva y de gestión; e) Reconocer y potenciar contenidos y prácticas culturales que representan una oportunidad para el fortalecimiento del nuevo sistema de abastecimiento de alimentos.

En relación con la comunicación: a) Promover la integración de los agentes comerciales; b) Facilitar el acceso a la conectividad informática y al flujo físico de insumos y productos; c) Mejorar las condiciones de movilidad de los productos alimenticios por medio de la racionalización del uso de los medios de transporte y las vías. d) Desarrollar el sistema de información, educación y comunicación al consumidor que oriente de manera permanente la demanda de alimentos con criterio nutricional y a precio justo y promueva su organización para la exigibilidad de sus derechos.

En relación con el costo: a) Promocionar la organización e integración de redes de gestión campesina y de productores y transformadores primarios para potenciar su capacidad productiva y de gestión que les permita obtener precios justos para sus productos; b) Garantizar el acceso a los alimentos en términos de calidad, cantidad, oportunidad y precio justo a los consumidores; c) Propiciar la integración de cadenas de valor en los circuitos económicos locales responsables de la generación de riqueza en la región y en la ciudad; e) Fomentar el procesamiento de alimentos perecederos de manera que se aporte a la regulación en el suministro y el precio, amortiguando las variaciones estacionales y agregando valor para generar empleo e ingresos nuevos que fortalezca el tejido económico.

Capítulo III

Políticas del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos para Bogotá PMASAB

Artículo 6. Políticas del PMASAB-. Son políticas del PMASAB:

1. Política social

Incidir en la calidad de vida de la ciudadanía en sus roles de consumo, producción, transformación y distribución de alimentos, garantizando la función de abastecimiento que repercute en la garantía de la seguridad alimentaria en condiciones de equidad para toda la población.

2. Política operacional

Mejorar el sistema para disminuir los costos del abastecimiento, de modo que se reflejen en el precio al consumidor y mejores ingresos para los pequeños y medianos actores de la cadena de producción, transformación y comercialización, optimizando las eficiencias de los operadores y eliminando la intermediación que no agrega valor.

3. Política de integración territorial

Promover la integración de la región central, de manera que se fortalezca el tejido económico y social regional y se aproveche la riqueza de su biodiversidad, apoyándose en la dinámica propia de cada sector y de las diferentes comunidades para contribuir a una mejor distribución de población y actividades económicas en la ciudad región.

4. Política de sostenibilidad

Propender por las condiciones culturales, ambientales, sociales y económicas del entorno regional que garanticen la permanencia de la población en el territorio. Para el sector rural se desarrollarán estrategias que garanticen la sostenibilidad de su población en el marco de la política de ruralidad distrital.

5. Política de integración a las directrices de producción agrícola nacional

Se busca articular la política local a las directrices de la producción agrícola nacional para aprovechar los recursos técnicos y financieros que las respaldan.

6. Política de participación

Promover la participación de los distintos actores de la cadena de abastecimiento, reconociendo su diversidad y sus intereses, promoviendo escenarios de concertación de los propósitos del plan en la construcción de una ciudad incluyente y sin indiferencia.

Capítulo IV

Estrategias de ejecución del PMASAB

Artículo 7. Estrategias básicas.- Constituyen estrategias básicas del presente plan las siguientes:

1. Estrategia de integración

Integración de los actores de la cadena productiva desde el cultivador hasta el consumidor final con los actores políticos, institucionales y particulares, públicos y privados y organizaciones sociales y comunitarias.

2. Estrategia de articulación

Articulación de acciones institucionales para garantizar el sistema de abastecimiento alimentario en el marco de las políticas públicas definidas en los diferentes niveles de planificación local.

3. Estrategia de gestión

Se centralizarán instrumentos de gestión y seguimiento del plan maestro para incrementar y ordenar la intervención pública con el objeto de reducir la vulnerabilidad funcional del sistema y garantizar su democratización.

4. Estrategia de participación y comunicación para la movilización social

Promoción de los procesos de participación organizada con incidencia de los actores y sus organizaciones en la formulación, ejecución, seguimiento,

evaluación y ajuste del plan, así como en el ejercicio del control social. Se vincularán los actores sociales y privados en la definición de reglas de juego, construcción y operación del sistema, y veeduría del mismo.

Se desarrollará un amplio proceso de formación que difunda los mecanismos de participación.

5. Estrategia de regionalización

Se promoverá la vinculación política, de gestión, concertación y ejecución de proyectos con otros entes territoriales nacionales, especialmente de los departamentos y municipios de la región central, conformada por Cundinamarca, Boyacá, Meta y Tolima. Para esto se integrará el plan maestro como programa prioritario de la agenda de concertación de la Mesa de Planificación Regional Bogotá Cundinamarca, Mesa Región Central y Consejo Regional de Competitividad. En estos escenarios se promoverá la complementariedad, concurrencia y subsidiariedad de las políticas, programas y proyectos de los distintos entes territoriales que pueden aportar a la ejecución del Plan, buscando el beneficio regional.

6. Estrategia de sostenibilidad territorial

Se diseñarán indicadores para evaluar los impactos del Plan en las comunidades productoras de la ciudad región y se acordarán los ajustes respectivos.

Artículo 8. Estrategias ambientales

Con el propósito de articular los elementos de gestión de carácter ambiental, el Plan Maestro se articula a las estrategias del Plan Distrital de Gestión Ambiental en los siguientes componentes:

1. Investigación. Se adelantarán los estudios ambientales asociados a cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento, buscando la incorporación de tecnologías más limpias.
2. Educación. Se promoverán cambios en el comportamiento de los distintos actores involucrados en los eslabones de la cadena de abastecimiento de alimentos, partiendo del conocimiento y responsabilidades sobre los impactos ambientales asociados a cada uno de los procesos.
3. Participación. Se fomentará la participación - acción de los distintos actores involucrados en los eslabones de la cadena de abastecimiento de alimentos, en la formulación de alternativas de manejo ambiental y en los mecanismos de autocontrol de su aplicación.
4. Fortalecimiento. Se propenderá por el fortalecimiento de la capacidad de los distintos actores involucrados en los eslabones de la cadena de abastecimiento de alimentos, en mejorar su desempeño ambiental y al mismo tiempo en cumplir la normatividad y exigencias ambientales.
5. Coordinación. Se coordinarán y articularán de manera permanente las acciones entre los actores de oferta, demanda y de los soportes institucional y logístico.
6. Control y vigilancia. Se propenderá por el desarrollo de mecanismos de autocontrol en los actores de la cadena de abastecimiento de alimentos frente a los impactos ambientales de los procesos, para cumplir con la normatividad y exigencias ambientales.
7. Ubicación de la infraestructura. La ubicación espacial y funcional de la infraestructura y equipamiento de los eslabones de la cadena de abastecimiento de alimentos, se orienta bajo el direccionamiento de los criterios ambientales del

POT y del PGA Distrital, así como también del Plan de Gestión Ambiental Regional de Cundinamarca PGAR.

Artículo 9. Estrategias operativas

Las anteriores políticas se concretan y desarrollan en las siguientes estrategias operativas

1. Para la política social

1.1. Nutriredes, cuya función es integrar la gestión de vecindad de la demanda comercial e institucional con base en la UPZ, con el fin de reducir costos logísticos y comerciales y trasladar esta economía al consumidor.

1.2. Agorredes, cuya función es integrar la gestión de vecindad a nivel de vereda y municipio, con el fin de reducir los costos de los insumos de producción, despacho de la producción primaria o transformada y de los márgenes de intermediación.

1.3. Nutricombos, como mecanismo de distribución de raciones económicas nutricionalmente adecuadas.

1.4. Información, educación y comunicación al consumidor, como forma de transformar hábitos hacia dietas adecuadas, fortalecer su organización y participación para el conocimiento de sus derechos y deberes en relación una alimentación adecuada.

1.5. Recuperación, investigación y desarrollo de los productos de la biodiversidad local de alto valor nutritivo.

1.6. Marcas blancas, como mecanismo de reducir costos asociados a los productos -envase, marca y publicidad, flexibilidad en cantidades consumidas.

1.7. Plazas comerciales o de mercado como infraestructura física de la red de distribución urbana para la comercialización detallista de productos.

1.8. Plataformas logísticas (red de plazas, CIPAS, nodos logísticos) como infraestructura de conectividad física para reducir ineficiencias en transporte y transformación de alimentos, reduciendo los costos y, por tanto, el precio final al consumidor y para superar la vulnerabilidad funcional del sistema.

2. Para la política operativa

2.1. Conectividad del sistema, que facilita y garantiza el acceso de los operadores, en especial de la pequeña y mediana producción, industria y comercio, a la información del sistema (precios, oferta, demanda, oportunidades) y a las transacciones (pedidos, pagos, contrato de servicios)

2.2. Acceso a la información en condiciones de equidad por parte de los actores de las cadenas, desarrollando sistemas tecnológicos al alcance de todos y en concordancia con las líneas de política planteadas en el Plan Maestro de Telecomunicaciones.

2.3. Cultura de los operadores, para aprender y apropiar prácticas modernas y con aplicación de nuevas tecnologías, que potencien las culturas de producción, transformación y distribución existentes.

2.4. Centros de negocios, cuyo objeto es, para los productores, colocar productos en el mercado total de la ciudad y, para los comerciantes, acceder en bloque a oportunidades comerciales (subastas, productos clasificados y normalizados, compras en volumen).

2.5. Plataformas logísticas, con el objeto de proveer movilización en volumen para pequeños y medianos operadores, con las subsecuentes economías en transporte y procesos de transformación.

3. Para la política de integración territorial

3.1. Agrored, para aportar al desarrollo rural integral de la región.

3.2. Los nuevos mercados campesinos entendidos como un instrumento de posicionamiento de la economía campesina y como una instancia de generación de negocios, de ocurrencia periódica, que utilicen para sus transacciones el sistema de abastecimiento propuesto.

3.3. Nodos logísticos externos y CIPAS, para el desarrollo de la estrategia de red de ciudades de la región.

3.4. Plazas logísticas, para el desarrollo de la estrategia de fortalecimiento de la red de centralidades urbanas y zonales del POT.

3.5. Nodos logísticos urbanos (Usme y Corabastos) para el desarrollo de la estrategia de fortalecimiento de las áreas estratégicas de integración regional en el Distrito Capital.

4. Para la política de sostenibilidad

4.1. Agroredes para la potenciación de condiciones sociales, culturales y económicas.

4.2. Prácticas agroecológicas para la protección de recursos naturales.

4.3. Organización de negocios, para el crecimiento y fortalecimiento de la economía campesina.

TITULO II

Capítulo I

Gestión del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá

Artículo 10. Estructura de gestión del PMASAB-: La gestión del PMASAB estará a cargo de las siguientes instancias:

1. Consejo Directivo
2. Gerencia
3. Mesas consultivas
4. Coordinadora local del SAAB

Artículo 11. Consejo Directivo del PMASAB-. Estará integrado por el Alcalde Mayor, o su delegado, quien lo presidirá, el Gerente de la UESP o su delegado, el Secretario de Salud o su delegado, el Director del DAMA o su delegado, el Director del Departamento Administrativo de Planeación Distrital o su delegado, dos representantes de las Mesas Consultivas, un representante de las organizaciones campesinas y un representante de las organizaciones de vecinos o juntas comunales del Distrito. La Secretaría Técnica será ejercida por el Gerente del PMASAB

Parágrafo. Podrán asistir en calidad de invitados al consejo directivo del PMASAB el representante legal de Corabastos, un representante de la red de plazas de

mercado, un representante de la Agrored, un representante de los consumidores y un representante de los comerciantes.

Artículo 12. Atribuciones del Consejo Directivo del PMASAB -. El Consejo Directivo del PMASAB tendrá a su cargo:

- a. La dirección general del PMASAB y la responsabilidad directa de velar por el cumplimiento de sus políticas, planes, programas y proyectos.
- b. Proponer la asignación de recursos financieros necesarios para garantizar la operatividad del SIAAB y las demás funciones establecidas en este decreto, las que mediante resolución administrativa le fije el Alcalde Mayor o el reglamento interno del Consejo.
- c. Definir las condiciones para dar acceso preferente a los productores primarios nacionales al abastecimiento de las nutriendes, a través de la red de plazas logísticas distritales.
- d. Definir los incentivos distritales para promover y facilitar la vinculación de los agentes del abastecimiento al SIAAB;
- e. Definir y promover las agendas de coordinación y acuerdos de políticas, estrategias y proyectos con las autoridades nacionales, departamentales y municipales de la región central
- f. Dar los lineamientos estratégicos para los rediseños administrativos requeridos para el ajuste del PMASAB, en función de las dinámicas y logros alcanzados por el SIAAB;
- g. Definir las medidas de mitigación y manejo de crisis alimentaria en la ocurrencia de emergencia alimentaria.
- h. Aprobar los esquemas de administración de las plataformas logísticas, plazas comerciales y redes de abastecimiento.

Parágrafo- En los 3 meses siguientes a la expedición de este decreto, la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP, preparará un proyecto de funciones y reglamento de operación del Consejo, para adopción por parte del Alcalde Mayor.

Artículo 13. Gerencia del PMASAB- La Gerencia del PMASAB estará a cargo de la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos, la cual se conformará una vez se adopte el Plan.

Artículo 14. Objetivo de la Gerencia- La Gerencia del PMASAB tiene como función estratégica, coordinar el conjunto de acciones para lograr los objetivos, políticas y estrategias del PMASAB.

Artículo 15. Funciones de la Gerencia- Corresponde a la Gerencia del PMASAB:

- 1. Identificar las entidades y dependencias distritales participantes en el PMASAB y proponer los esquemas y mecanismos para su integración.
- 2. Coordinar las acciones institucionales en las instancias de gestión distritales constituidas a partir del Consejo Distrital de Política Social.
- 3. Diseñar y poner en operación el Observatorio del PMASAB, como instrumento de monitoreo y evaluación de actividades, resultados y logro de metas, para la toma de decisiones de consolidación y ajuste del PMASAB.

4. Generar y entregar información permanente a la ciudadanía, al Consejo Directivo, a las Mesas Consultivas, a las entidades involucradas y a los actores privados del abastecimiento.
5. Diseñar, orientar la Gerencia del Sistema Integrado de Abastecimiento de Bogotá SIAAB.
6. Proponer los instrumentos y esquemas de administración de las plataformas logísticas y redes de abastecimiento, para consideración del Consejo Directivo del PMASAB.
7. Implementar y desarrollar un sistema de distribución que facilite el flujo físico de los productos, que incluya un paquete de incentivos para la comercialización y procesamiento de la producción campesina distrital que se integre al sistema y que se constituya en modelo para la región.
8. Llevar la Secretaría Técnica del Consejo Directivo.

En los 2 meses siguientes a la publicación del presente decreto, la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP reglamentará las funciones de la Gerencia.

Artículo 16. Mesas consultivas. Naturaleza-. Las Mesas Consultivas del PMASAB constituyen los espacios de participación de los actores del abastecimiento y son órganos de seguimiento del plan y asesoría para su consolidación y ajuste.

Artículo 17. Composición de las Mesas Consultivas- El PMASAB contará con 4 mesas consultivas, una por componente:

- 1) Mesa de nutriendes.
- 2) Mesa de agroredes.
- 3) Mesa de conectividad y manejo de información.
- 4) Mesa de nodos logísticos.

Estas mesas estarán integradas por representantes de los diferentes actores del abastecimiento.

Artículo 18. Función de las mesas consultivas.- Las mesas consultivas tienen por función evaluar el respectivo componente, de acuerdo a la información que le reporta el Observatorio y las visiones e intereses del respectivo sector, para recomendar ajustes al PMASAB y a sus mecanismos de ejecución.

Artículo 19. Funcionamiento de las mesas consultivas- La Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP, previa concertación con los sectores involucrados, reglamentará el funcionamiento e integración de las mesas consultivas.

Artículo 20. Coordinadora Local del PMASAB. La Coordinadora Local estará conformada por los delegados de las entidades y dependencias directamente involucradas en las acciones de planeación y ejecución de los diferentes componentes del PMASAB en la correspondiente nutried o agrored. Igualmente se convocará la participación de los sectores de sociedad civil que se consideren relevantes en la ejecución del Plan en el territorio. La coordinación compete al respectivo alcalde local, quien tendrá como asesor técnico a la gerencia del SAAB.

Artículo 21. Objeto - Coordinar las acciones de las entidades públicas distritales en el ámbito de la agrored y nutried, proponiendo espacios de participación ciudadana en donde se convoquen a los diferentes actores de las mencionadas redes.

Parágrafo.- En un plazo de 2 meses a partir de la adopción de este decreto, la gerencia del PMASAB definirá los apoyos requeridos de las diferentes entidades del nivel central de la administración Distrital, conducentes a mejorar la capacidad de gestión, planeación y ejecución local del abastecimiento.

Artículo 22. Instrumentos de gestión para la coordinación local del PMASAB-

La administración distrital desarrollará instrumentos operativos de gestión en, por lo menos, las siguientes áreas:

*Oficina local del PMASAB

*Medios y proyectos de comunicación para la colectivización de conceptos, términos y propósitos y como mecanismos de información pública local

*Tecnologías de participación, como un instrumento de convocatoria de las autoridades locales y otros líderes locales

*Espacios y metodologías de planeación concertada entre las entidades en el ámbito de la nutrienda o agros.

TITULO III

Proyectos del PMASAB

Capítulo I

Artículo 23. Naturaleza de los proyectos del PMASAB.- Los proyectos del PMASAB, contenidos en este decreto, son proyectos con inversión del Distrito Capital para los componentes operativo, infraestructura, formación y educación, organización y conformación de redes y de mejoramiento institucional.

Artículo. 24 Proyectos de corto plazo del PMASAB.- Son proyectos de corto plazo del PMASAB:

Operativos

1. Formación del sistema de abastecimiento de Bogotá SAAB.

De infraestructura

1. Plazas logísticas de Ciudad Bolívar, Bosa, Usme y Suba.
2. Adecuación, remodelación y ampliación de las plazas comerciales distritales
3. Formulación del plan zonal o plan parcial de la centralidad y nodo logístico de Usme.

De Formación y educación;

1. Estrategia de comunicación del PMASAB.
2. Formación a instituciones de solidaridad alimentaria.
3. Programa interinstitucional de educación en alimentación y nutrición.

Organización y conformación de redes:

1. Formación del Banco Solidario de Alimentos para todas las localidades de Bogotá.
2. Formación de las nutriendas de las localidades de Ciudad Bolívar, Bosa, Usme, San Cristóbal y Suba.

3. Formación de las agroredes de Sumapaz, Usme y Ciudad Bolívar.
4. Modernización de la gestión y administración de las plazas comerciales distritales.
5. Institucionalización del esquema de nuevos mercados campesinos.

Mejoramiento institucional:

1. Constitución e institucionalización de la gerencia del PMASAB
2. Constitución e institucionalización de la gerencia general y gerencias locales del SAAB.
3. Constitución del Observatorio del PMASAB.
4. Sistema de información del PMASAB.
5. Institucionalización del programa de comunicación del PMASAB.

Artículo 25. Proyectos de mediano plazo del PMASAB.- Los proyectos de mediano plazo serán reprogramados por el Consejo Directivo del PMASAB con la asesoría de las mesas consultivas, de acuerdo a los avances reportados por la gerencia del PMASAB y el observatorio, en función de las metas y proyectos establecidos para el largo plazo.

Artículo 26. Proyectos de largo plazo del PMASAB.- Son proyectos de largo plazo del PMASAB:

Operativos:

1. Red de plazas: consolidación de capacidad de distribución urbana (plataformas y puntos comerciales).

Infraestructura:

2. Nodos logísticos: consolidación de gestión integrada de transferencia, transformación y almacenamiento regional y urbano
3. CIPAS- centros integrados de producción agrícola. Infraestructura, conectividad y asesoramiento técnico
4. Infraestructura Vial distrital: Circunvalar del Sur y obras de mantenimiento de la red urbana
5. Infraestructura Vial Regional.

Artículo 27. Metas de corto plazo del PMASAB.- Son metas de corto plazo del PMASAB:

- 1) Conformación integral y operación de redes comerciales en 5 localidades y redes solidarias en todas las localidades, con formación de redes, infraestructura básica requerida, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa
- 2) Conformación integral y operación de 4 agroredes en el Distrito Capital y subregiones de la región central, con formación de redes de oferta, infraestructura en centros de gestión veredal, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa

3) Primera fase de formación de la red de nodos logísticos, con la preparación (estudios y visión estratégica) de los planes zonales de los nodos de Usme y Corabastos

4) Institucionalidad completa para la dirección estratégica, gerencia (en instancias central y local), seguimiento y ajuste del plan y promoción y apropiación.

Artículo 28. Metas de mediano plazo del PMASAB.- Son metas de mediano plazo del PMASAB:

1) Conformación integral y operación de dos zonas de integración logística ZIL, con redes comerciales y solidarias en funcionamiento, infraestructura, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa

2) Conformación integral y operación de agroredes para atender las demandas de las dos ZIL, con redes de oferta en funcionamiento, infraestructura en centros de gestión veredal y CIPAS, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa.

3) Plataformas logísticas de Usme y Corabastos, en desarrollo de los planes zonales estos nodos.

Artículo 29. Metas de largo plazo del PMASAB.- Son metas de largo plazo del PMASAB:

1) Conformación integral y operación de todas las zonas de integración logística ZIL, con redes comerciales y solidarias en funcionamiento, infraestructura, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa.

2) Conformación integral y operación del 100% de agroredes del segundo anillo, con redes de oferta en funcionamiento, infraestructura en centros de gestión veredal y CIPAS, educación y formación de cultura de sus actores y conectividad interna y externa.

3) Formación y operación de la red completa de plataformas logísticas.

TITULO IV

Lineamientos Normativos para Planes de Regularización y Manejo y de Implantación por tipos de Equipamiento

Capítulo I

Aplicación de instrumentos de planeamiento urbano en los equipamientos de abastecimiento de alimentos

Artículo 30. Equipamientos de abastecimiento.- Son equipamientos de abastecimiento:

1. En el área urbana:

Las plazas logísticas

Las plazas comerciales

Los nodos logísticos

2. En el área rural:

Los Centros de Gestión Veredal CGV

Los Centros Integrados de Producción Agropecuaria CIPAS

Artículo 31. Aplicación de instrumentos de planeamiento.- En los equipamientos urbanos aplican los siguientes instrumentos:

1. Para Nodos Logísticos en áreas urbanizadas se realizará un plan zonal que contenga los planes de renovación correspondientes.
2. Para Nodos Logísticos en áreas no urbanizadas se realizará un plan parcial.
3. Para plazas logísticas y plazas comerciales existentes se realizarán planes de regularización y manejo.
4. Para nuevas plazas logísticas y/o comerciales se realizarán planes de implantación.

Artículo 32. Planes de regularización y manejo.- Podrán solicitar la adopción de planes de regularización y manejo, de los equipamientos relacionados con el abastecimiento alimentario de Bogotá D.C., los propietarios o poseedores de los predios objeto de la solicitud.

Dichos planes deben estar formulados y adoptados el 31 de diciembre de 2006.

En los sectores caracterizados por la presencia concentrada de usos dotacionales, que sean objeto del plan de regularización y manejo, la realización de dichos planes podrá desarrollarse conjuntamente por sus propietarios y poseedores.

Artículo 33. Procedimiento para la expedición de los planes de regularización y manejo y planes de implantación.- El procedimiento para la expedición de los planes de los equipamientos relacionados con el abastecimiento alimentario será el siguiente:

1. El Departamento Administrativo de Planeación Distrital DAPD definirá los estudios de impacto requeridos, la zona de influencia del proyecto y la planimetría requerida para el plan de regularización y manejo o plan de implantación en un plazo de 30 días a partir de la solicitud por parte de la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP, de lo que informará a las curadurías urbanas.
2. La Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP realizará el estudio de caracterización y dimensionamiento de la Nutrired respectiva, en el cual precisará las características específicas de sus plazas logísticas y/o comerciales e incluirá los estudios de impacto de la zona de influencia que le haya definido el Departamento Administrativo de Planeación Distrital DAPD.
3. La Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP radicará los estudios y diseños urbanos, viales y de infraestructura de servicios resultantes ante la curaduría urbana, la cual verificará el cumplimiento de los requisitos para el respectivo plan y reportará el cumplimiento al Departamento Administrativo de Planeación Distrital, el cual procederá a su aprobación y, con esta, el propietario o promotor procederá al trámite de las licencias de construcción correspondientes ante la curaduría urbana.

Parágrafo 1.- Para las plazas privadas que sean parte de la Nutrired se aplicará el procedimiento arriba descrito. Sin embargo, sus propietarios y/o promotores pagarán los costos de los estudios respectivos, para lo que la UESP expedirá la reglamentación correspondiente en los 6 meses posteriores a la expedición de este decreto.

Parágrafo 2.- Para las plazas privadas que no sean parte de una Nutrired, se aplicarán los procedimientos establecidos en la normativa vigente.

Artículo 34. Procedimiento para nodos logísticos.- El Departamento Administrativo de Planeación Distrital DAPD definirá los términos de referencia

para la elaboración del plan zonal o plan parcial correspondiente y la participación directa en su formulación.

Artículo 35. Alcance del plan zonal o plan parcial.- El respectivo plan definirá los límites y el desarrollo de la zona de influencia como centralidad logística, donde se localizarán usos de transformación, servicios y comercialización de abastecimiento de productos. Para ello aplicará los mecanismos legales de integración inmobiliaria y reajuste de tierras.

Artículo 36. Cesión especial en el plan zonal o plan parcial.- El respectivo plan construirá el nodo logístico y lo entregará en cesión al Distrito Capital.

Artículo 37. Nodos logísticos en el territorio de otros entes territoriales.- El Distrito Capital promoverá esquemas de cesión pública de plataformas logísticas, en aquellos nodos que se localicen por fuera del territorio distrital. Para facilitar esta gestión, el Distrito Capital podrá invertir en estos nodos, adquiriendo su propiedad.

Artículo 38. Propiedad de las plataformas logísticas.- En primera instancia, y aplicando el mecanismo mencionado, el conjunto de plataformas será propiedad del Distrito Capital.

El Distrito Capital podrá entregarlas en concesión a los particulares promoviendo que accedan a la contratación los pequeños productores, comerciantes, prestadores de servicios, instituciones de atención alimentaria y organizaciones de consumidores.

TITULO V

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 39. Articulación Regional El Distrito a través de la Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos promoverá a través de acuerdos y alianzas en el marco de las instancias de interlocución como: Mesa de Planificación Regional Bogotá Cundinamarca, Mesa Región Central y Consejo regional de Competitividad, la articulación de las distintas acciones de las entidades territoriales relacionadas con el Plan para promover conjuntamente la seguridad alimentaria regional.

Artículo 40. Articulación con el Plan de Ordenamiento Territorial. Todas las acciones que se desarrollen en cumplimiento de las disposiciones contenidas en este Decreto deberán atenerse a las previsiones del Plan de Ordenamiento Territorial, y en especial, a las relacionadas con Sistema de equipamientos y su integración con la estructura regional; el sistema de espacios públicos construidos; el sistema de movilidad; y la estructura socioeconómica y espacial de que trata el artículo 23 del Decreto 190 de 2004.

Artículo 41. Financiación del PMASAB.- La financiación del PMASAB se efectuará mediante inversiones públicas y privadas; y bajo la forma contractual conforme a la contratación estatal.

Se promoverán mecanismos para garantizar: 1) el carácter público del servicio y 2) la prioridad para la participación de los pequeños agentes (campesinos, tenderos, ligas de consumo, etc.) en la propiedad de los equipamientos.

Artículo 42.- Seguimiento del Plan Maestro. Para el seguimiento y evaluación del Plan se prevén las siguientes acciones:

- a. Evaluación periódica y sistemática y ajustes anuales a las metas de regularización e implantación según el avance de las políticas.
- b. Cumplimiento de las disposiciones del Acuerdo No. 223 de 2006 expedido por el Concejo de Bogotá, para el seguimiento al Plan.

c. Articulación con otros sistemas de información y evaluación de la planificación distrital.

Artículo 43.- Indicadores de control, seguimiento y evaluación. Para el control, seguimiento y evaluación de la ejecución del presente Plan Maestro, se expedirán indicadores por reglamentación posterior, en un lapso no mayor de dos (2) meses, a partir de la publicación del presente decreto.

Artículo 44. Vigencia.- El presente decreto rige a partir de su publicación en el Registro Distrital, y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Dado en Bogotá, D.C., a los quince días del mes de Agosto de 2006

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

LUÍS EDUARDO GARZÓN

Alcalde Mayor

CATALINA VELASCO CAMPUZANO

Directora Departamento Administrativo de Planeación distrital

GLORIA LUCIA OSPINA SORZANO

Gerente Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos

Anexo 4. Estrategias de Comunicación para la Movilización Social en Calidad e Inocuidad en Los Alimentos y Hábitos Nutricionales Saludables

- Premisas conceptuales
 - 1.1. Del derecho a la alimentación
 - 1.2. De la política pública de seguridad alimentaria y nutricional
 - 1.3. De la comunicación para la movilización social
- 2. Revisión de experiencias nacionales e internacionales relacionadas con las temáticas de las estrategias.
 - 2.1 Experiencias internacionales
 - 2.1. Experiencias nacionales
- 3. Justificación y Objetivos de las estrategias
 - 3.1. Justificación
 - 3.2. Objetivos
- 4. Ejes y Núcleos temáticos de las estrategias
 - 4.1. Estrategia de calidad e inocuidad
 - 4-2. Estrategia de hábitos nutricionales saludables
- 5. Estrategia de calidad e inocuidad en los alimentos.
 - 5.1. Marco de las acciones comunicativas planteadas.
 - 5.2. Acciones comunicativas (actividades, enfoque, recursos humanos, técnicos y logísticos requeridos para su implementación)
 - 5.3. Plan de trabajo viable a doce meses
 - 5.4. Alianzas requeridas
- 6. Estrategia de hábitos nutricionales saludables.
 - 6.1. Acciones comunicativas (actividades, enfoque, recursos humanos, técnicos y logísticos requeridos para su implementación)
 - 6.2. Plan de trabajo viable a doce meses
 - 6.3. Alianzas requeridas
- 7. Sujetos de la acción en las estrategias
 - Sujetos de la acción estrategia Calidad e Inocuidad
 - 7.1. Sujetos de la acción estrategia Hábitos Nutricionales Saludables.
- 8. Garantías para la sostenibilidad de la estrategia
 - 8.1. La política pública
 - 8.2 El compromiso interinstitucional en desarrollo de la intersectorialidad de la política.
 - 8.3. La participación de los agentes y actores del abastecimiento de alimentos
 - 8.4. La construcción de alianzas con actores públicos y privados.
- 9. Articulación de las dos estrategias diseñadas.
 - 10. Indicadores para monitoreo y evaluación de las estrategias
 - 10.1 Indicadores estrategia Calidad e Inocuidad
 - 10.2 Indicadores estrategia Hábitos Nutricionales Saludables.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN SOCIAL EN CALIDAD E INOCUIDAD Y HABITOS NUTRICIONALES SALUDABLES

1. PREMISAS CONCEPTUALES.

1.1. DEL DERECHO A LA ALIMENTACION

La Conferencia de Alma Ata (1978) planteó que **la salud** es un derecho humano fundamental y en tanto derecho, de hombres y mujeres, requiere de información y de educación y además exige la participación comunitaria en la toma de decisiones. Años mas tarde, la conferencia de Ottawa (1986) continúa en esta línea y plantea que es necesario considerar la salud más allá de la enfermedad colocando como requisito indispensable para que haya salud, la existencia de condiciones optimas de educación, vivienda, **alimentación**, ecosistemas limpios, justicia social y equidad. Plantea igualmente que se requiere una política pública sana que pueda crear ambientes favorables reforzando la acción de la comunicación, para que todos los individuos, hombres y mujeres, puedan de esa manera ser copartícipes y puedan asumir de manera responsable la acción sobre su salud.

1.2 DE LA POLITICA PÚBLICA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL EN EL DISTRITO CAPITAL¹

El derecho a la alimentación se ha incorporado en la agenda pública del Distrito Capital desde comienzos de la década de los noventa, pero se logran importantes avances en la materialización del derecho a la alimentación - en el marco del Estado Social de Derecho- en la anterior administración que adoptó el Programa Bogotá sin Hambre, como el conjunto de estrategias orientadas al diseño e implementación de una política pública que, además de responder por el estado de nutrición de la población, integra las preocupaciones por el acceso y la disponibilidad de alimentos.

En consonancia con el mandato constitucional, la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito Capital se propone la realización efectiva del derecho a la alimentación y no simplemente la satisfacción de esta necesidad vital. La política adoptada reconoce que los titulares son sujetos activos, por lo que incorpora una dimensión de responsabilidad que por igual se concreta en deberes y obligaciones para el Estado y la sociedad, aunque de distinta manera: obligaciones de respeto o defensa, obligaciones de protección y obligaciones de satisfacción o promoción del derecho.

Se parte de reconocer que los alimentos –incluida el agua– son bienes comunes, de interés público, por lo que la titularidad sobre su goce es un derecho colectivo, no solo individual, y su suministro un servicio igualmente de interés público.

En virtud del beneficio colectivo, y no sólo individual, que encierra la realización efectiva del derecho a la alimentación, para el Distrito su garantía no se puede subordinar a la dinámica del crecimiento económico y mucho menos se puede abandonar a la suerte de los mecanismos de mercado.

Con esta política se propone, de una parte, consolidar y ampliar la responsabilidad que tiene el Estado en la provisión de alimentos y en el ordenamiento y manejo del agua, desde una perspectiva amplia e

¹ Tomado del cuadernillo “Crisis mundial de alimentos: Un problema más estructural que coyuntural”. Publicación de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Dirección de Estudios Socioeconomicos y Regulatorios. Bogotá. Junio de 2008. El contenido del cuadernillo se obtiene del documento: “Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Bogotá, Distrito capital. 2007 – 2015”. Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Mayo de 2007. Imprenta Distrital.

integral de seguridad alimentaria y nutricional; de otra, avanzar en la institucionalización de mecanismos e instrumentos para hacer efectiva la corresponsabilidad del Estado, los empresarios grandes y chicos, las organizaciones sociales y la ciudadanía, en cada una de las dimensiones del derecho.

La política de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito Capital busca, en lo fundamental, propiciar la transformación de las condiciones estructurales que restringen la disponibilidad y la accesibilidad física y económica a los alimentos y en este marco, plantea como obligaciones del Estado:

Procurar la redistribución del ingreso entre los distintos actores del abastecimiento, preferentemente entre los consumidores, los pequeños productores y los pequeños comerciantes;

Reducir las inequidades sociales en la disponibilidad, el acceso y el consumo de alimentos;

Intervenir frente a las fallas del mercado que provocan desigualdades en el acceso a los recursos necesarios para la producción, distribución y consumo de alimentos;

- Adoptar las medidas de prevención necesarias frente a las contingencias que puedan afectar el abastecimiento de alimentos y la disponibilidad y el acceso al agua potable.

La política de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito, conocida como PSAN, se plantea diez principios:

- Universalidad
- Equidad
- Progresividad.
- Soberanía alimentaria
- Diversidad cultural
- Sustentabilidad y sostenibilidad ambiental
- Integralidad
- Responsabilidad social
- Solidaridad
- Participación social, movilización ciudadana y promoción de la autonomía

Estos principios guían la actuación de los objetivos de la política, los cuales son:

Objetivo general de la PSAN del Distrito Capital:

Garantizar de manera progresiva, estable y sostenible las condiciones necesarias para la seguridad alimentaria y nutricional de la población del Distrito Capital, en perspectiva de ciudad-región.

Objetivos específicos de la PSAN para el Distrito:

Garantizar la disponibilidad de alimentos nutritivos, seguros e inocuos para la ciudad-región, por medio de la articulación estratégica entre Bogotá y la región central.

Garantizar a la población del Distrito Capital, el acceso oportuno y permanente a alimentos nutritivos, seguros e inocuos, mediante la generación de condiciones que contribuyan a superar las restricciones económicas y culturales.

Promover prácticas de alimentación saludable y de actividad física, en el marco de la diversidad cultural y el reconocimiento de la autonomía de la población del Distrito Capital.

Promover las condiciones ambientales y de salud que favorezcan el aprovechamiento biológico de los alimentos y un adecuado estado nutricional de la población del Distrito Capital.

Para el desarrollo de la política se procede a través de cuatro grandes áreas o ejes estratégicos de acción pública:

Disponibilidad de alimentos suficientes, nutricionales y culturalmente adecuados e inocuos, así como de agua apta para el consumo humano, en la cantidad mínima esencial y con la regularidad y sostenibilidad necesarias.

Acceso de toda la población a los alimentos y al agua potable en forma autónoma y en igualdad de condiciones y oportunidades.

Prácticas de alimentación y modos de vida saludables, en el marco de la diversidad cultural.

Nutrición y entornos saludables.

Para la realización del derecho a la alimentación, plantea la política, se requiere de una gestión integral del Estado que comprometa a una institucionalidad con capacidad para responder a la complejidad, en la flexibilidad, al igual que para convocar y vincular a los actores públicos y privados, y reconocer la estrecha interdependencia entre los territorios y los espacios donde la gente vive, ejerce la ciudadanía y materializa el derecho.

Para tal fin, el Distrito adoptó un esquema de coordinación intersectorial para la orientación, la adopción, el soporte técnico y la gestión operativa de la política, tanto del orden distrital como local, con los correspondientes instrumentos de planeación, seguimiento y evaluación.

Al tiempo que se han conformado los espacios de coordinación interinstitucional, se han emprendido procesos de desarrollo institucional en todas las entidades involucradas en la política, para hacer evidentes las competencias, atribuciones, responsabilidades y funciones de cada una en el desarrollo de la política, pero también las consecuencias que de ello se derivan para la organización y la gestión interna de cada una de ellas.

Para avanzar en tal dirección, se ha convenido un esquema de distribución de responsabilidades en la orientación política y el soporte técnico y estratégico de cada una de las líneas de acción. A partir de allí, se precisan las relaciones de concurrencia, complementariedad y subsidiaridad entre las distintas entidades del nivel central y entre éste y la administración local.

De manera complementaria, se plantea establecer canales y mecanismos de comunicación y participación para concertar esquemas de distribución de responsabilidades, derechos, obligaciones y contribuciones, y convenir instrumentos para la implementación y el seguimiento de la política con las entidades del orden nacional; las organizaciones sociales; los organismos no gubernamentales; los pequeños, medianos y grandes agentes económicos y sociales del abastecimiento de alimentos; los consumidores; la academia y los organismos de cooperación internacional.

1.2. DE LA COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN SOCIAL.²

TRANSFORMACION DEL PENSAMIENTO PARA LA ACCION.

La comunicación para la movilización social es una práctica estratégica que posibilita la participación de la sociedad civil en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad de programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.

² El marco conceptual de la comunicación para la movilización social se toma de la construcción realizada desde la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle con María Victoria Polanco, en su calidad de docente de la misma y ha sido aplicado en diversas experiencias de comunicación para la movilización social tanto urbanas como rurales desarrolladas desde 1990. Recoge a su vez, las reflexiones conceptuales y metodológicas de diversos investigadores de la comunicación para el desarrollo social en América Latina.

La comunicación para la movilización social tiene su fundamento en los derechos humanos y en particular en los derechos de las mujeres, niños y niñas.

La comunicación para la movilización social, implica:

- Partir de la identificación y reconocimiento de las formas de organización, participación y expresión de la(s) comunidad(es)
- Involucrarlas en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad sobre metas y objetivos que recojan sus intereses y necesidades.
- Reconocer la pluralidad, la diversidad étnica y cultural, el respeto por la diferencia. Recogiendo el pensamiento de Estanislao Zuleta, filósofo colombiano: “El derecho fundamental es el derecho a diferir, a ser diferente; cuando uno no tiene más que el derecho a ser igual, todavía eso no es un derecho”.
- Asociar la dimensión individual y la dimensión colectiva, considerando los intereses individuales que se juegan en las construcciones colectivas para construir consensos y concertación.
- Asumir lo local y lo regional como opción estratégica de transformación; contando con las herramientas de planificación del desarrollo locales, regionales, sectoriales.

La comunicación para la movilización social permite avanzar:

- De una acción espontánea a una acción planificada;
- De una acción puntual a un proyecto concebido dentro de una planificación estratégica;
- De una actividad coyuntural a un programa sostenible, respondiendo a procesos dinámicos y no solamente a acciones de coyuntura. Procesos que requieren maduración, tiempo y exigen que haya una dinámica en el sentido de participación y que sean permanente evaluados sobre indicadores de logro cualitativos y cuantitativos claramente definidos.
- De la dependencia a la autonomía.

Cuando hablamos de comunicación para la movilización social, no solo hablamos de medios, en tanto comprende:

- Investigación,
- Abogacía en política pública
- Información,
- Educación,
- Comunicación interpersonal y mediatizada
- Mercadeo social
- Fortalecimiento de la organización comunitaria y su capacidad de gestión,
- Construcción y fortalecimiento de redes
- Construcción y fortalecimiento de alianzas
- El monitoreo.
- La evaluación.

2. REVISIÓN DE EXPERIENCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES RELACIONADAS CON LAS TEMÁTICAS DE LAS ESTRATEGIAS.

El presente capítulo recoge una revisión de algunas de las experiencias adelantadas a nivel internacional y nacional relativas a comunicación para la promoción de prácticas saludables centradas en estrategias informativas, educativas, movilizadoras, adelantadas en el marco de proyectos públicos y/o privados.

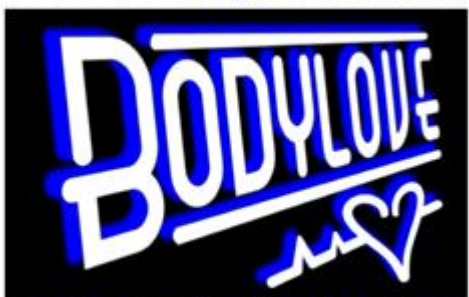
La selección de las experiencias se ha realizado teniendo en cuenta:

- Que hayan sido documentadas y publicadas;
- Que hayan sido llevadas a cabo en países que comparten características afines a Colombia o donde las lecciones aprendidas pueden aprovecharse para poner especial atención en aspectos particulares de las estrategias diseñadas desde el convenio Compensar-SDDE en los ejes de hábitos nutricionales saludables y calidad e inocuidad;
- Que permitan identificar aliados estratégicos claves para el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá.

2.1. REVISIÓN DE EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

BodyLove Académico, Privado.
País: Estados Unidos de América.
Región: Norte América
Síntesis de la experiencia:

www.bodylove.org



THE SOAP OPERA THAT'S GOOD FOR YOU

Lanzada en 2002 por docentes y estudiantes de la Universidad de Alabama en Birmingham, Estados Unidos, la estrategia se orientó en promover hábitos saludables en población afro americana adulta, de bajos ingresos, bajo nivel de escolaridad, situación de vulnerabilidad, limitado acceso a la información. La acción comunicativa se centró en la producción y emisión de una radio novela con capítulos unitarios emitidos a la fecha en emisoras de Alabama, Georgia, Florida, Mississippi.

El programa basado en el enfoque de educar entreteniéndolo busca transformar hábitos de vida no saludables incrementando el conocimiento de los radioescuchas y motivándolos a adoptar prácticas saludables especialmente en nutrición, actividad física, y manejo del stress.

A septiembre de 2008, 83 programas se han producido y emitido. Cada emisión del programa consta de un capítulo de la radionovela, con duración de quince minutos, seguido por cuarenta y cinco minutos de programa con participación al aire de radioescuchas y expertos.

Las historias del radio drama están construidas en torno a tres familias en las cuales, dos de sus integrantes manejan un salón de belleza llamado BodyLove y dos de sus integrantes sufren de problemas de salud originados por malos hábitos. Las historias demuestran a los radioescuchas cómo si es posible adquirir hábitos saludables aún en ambientes poco favorables al cambio. BodyLove dispone también de un website a través del cual se brinda información adicional y sugerencias.

El éxito de la estrategia originó la creación de Media for Health, organización privada sin ánimo de lucro fundada en 2006 para producir, promover y distribuir BodyLove.

Aspectos claves de la experiencia:

En una investigación de impacto realizada en un panel de 95-162 radioescuchas de veinte capítulos, 67% evaluó de muy bueno a excelente el programa; 43% plantearon haber cambiado sus rutinas para ajustarse al horario del programa. Al preguntar nivel de influencia en un rango de 0-100%, la mayoría de los radioescuchas indicaron más de 70% de influencia positiva la cual les llevó a iniciar cambios de hábitos relativos a nutrición, manejo de ejercicio físico. Influencia moderada, menos del 50%, en manejo del stress.

Cinco emisoras de Alabama, de la 16 en las cuales se emite el programa, reportaron una audiencia cercana a las 20.000 personas durante los 15 minutos de emisión del radio drama.

BodyLove ha sido reseñado en números periódicos, revistas, programas de televisión.

Se constituyó un blog en Internet por personas que han cambiado sus hábitos de vida influenciadas por BodyLove.

BodyLove es financiado por la Fundación Robert Wood Jonson y 24 fundaciones locales y nacionales incluyendo la Asociación Médica Americana, la Cruz Roja de Alabama, Universidades, entre otras.

Mayor información sobre BodyLove se encuentra en su website <http://www.soph.uab.edu/bodylove/>

Comunicación Educativa de Salud. Privada.

País: México

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:



Comunicación Educativa en Salud es desarrollada por el Instituto Carso de la Salud, buscando promover una línea de trabajo en comunicación educativa en salud dentro de su plataforma acción de Información, difusión, evaluación y análisis. Su objetivo consiste en desarrollar un modelo estratégico de comunicación educativa con herramientas que contribuyan, en la región de América Latina, a generar cambios de actitud en el auto-cuidado responsable de la salud, la prevención de riesgos de salud, la búsqueda de alternativas de atención y el apego a tratamientos prescritos. El modelo hace especial énfasis en el nivel individual, familiar y comunitario.

El Instituto Carso de la Salud, de la Fundación Carlos Slim, es una organización civil no lucrativa que moviliza recursos privados para financiar proyectos de interés social en el área de la salud, la nutrición y el medio ambiente. Su principal objetivo es contribuir a resolver rezagos que en materia de salud existen en la región latinoamericana.

Esto lo hace identificando los problemas y priorizándolos; diseñando iniciativas y mecanismos para enfrentar los problemas seleccionados; eligiendo socios para coordinar y ejecutar las iniciativas diseñadas; capacitando, asesorando y supervisando a los participantes, y evaluando los resultados.

También puede financiar iniciativas presentadas por otras instituciones, grupos o personas, dentro de las prioridades seleccionadas.

Aspectos claves de la experiencia:

Adopta estrategia multi-medios, transmitiendo mensajes por según la línea de trabajo de la que deriven y la audiencia específica a la que vayan dirigidos. Estos medios buscan aprovechar los avances tecnológicos y de telecomunicación, e incorporan igualmente medios tradicionales de alta eficacia en la transmisión de mensajes.

La estrategia multimedial comprende:

- Portal Web. Mecanismo que sirve como canal de expresión y reforzamiento del modelo educativo y la integración de grupos interactivos, cursos en línea y otras posibilidades de la Web.
- Impresos. Incluye el desarrollo o adaptación de manuales de salud, con mensajes breves, y una línea editorial de vinculación entre la salud y la cultura.
- Telefonía celular: Vinculado específicamente con los programas AMANECE, Longevidad Saludable y TELSALUD.
- Kioscos interactivos. Se refieren al establecimiento de módulos para el monitoreo de constantes tales como el peso, la talla, la masa corporal que se capturen en el sistema de información de un área sobre Soluciones Operativas y permiten al usuario el monitoreo de las mismas. Dichos módulos se ubican en lugares públicos y/o de fácil acceso.
- Teatro guiñol. Este medio retoma esta vieja tradición de eficacia probada en la transmisión de mensajes educativos.

La estrategia moviliza diversos grupos de actores:

- Canales Carso: amplia red de empresas y servicios que cubren poblaciones urbanas.
- Participación comunitaria: referida al acercamiento a poblaciones rurales y de la ruralidad urbana.

La estrategia contempla la construcción de soportes de materiales educativos, de distintos tipos:

- Banco de materiales educativos en salud. Con un enfoque de núcleo de acopio, análisis y difusión de materiales educativos en salud. Busca establecer alianzas con organizaciones nacionales e internacionales dedicadas a la producción de este tipo de materiales que estén dispuestos a convertir sus materiales en bienes públicos. Estableciendo un símil con el sector financiero, se considerará el depósito de información como una forma de inversión redimible. El Instituto Carso de la Salud se acerca a instituciones expertas a fin incorporar una perspectiva profesional y de vanguardia en la construcción del banco.
- Formato Wiki. Mediante una dinámica de participación social, y aprovechando el portal Web, se pretende construir entradas, definiciones y conceptos vinculados con el campo de la salud. Se busca de manera especial la incorporación de registros específicos de población vulnerable tal como grupos de migrantes, indígena, entre otros.
- Metodologías de evaluación. La línea de trabajo de comunicación educativa desarrolla metodologías para evaluar la eficacia de los materiales en salud que promueve y los resultados del conjunto de sus acciones.

Metodológicamente, la estrategia articula a:

- Instituto Carso de la Salud. Se refiere a la interacción que existe entre sus plataformas estratégicas, en este caso la de información, y sus diferentes líneas de trabajo o programas.
- Vinculación con grupos expertos y organizaciones especializadas a fin de conferir a sus actividades un soporte técnico y profesional de excelencia.
- Vinculación con el mejor socio. Al igual que en el resto de sus plataformas, el ICS busca organizaciones operadoras y multiplicadoras para la operación de algunas líneas de trabajo con un enfoque orientado a la identificación de términos de colaboración mutua que se identifiquen con los objetivos del Instituto.

Las iniciativas y proyectos que desarrolla y financia el ICS, dedicados a la búsqueda de soluciones, se sustentan en seis plataformas de acción: Investigación, Innovación, Implantación, Instituciones fortalecidas, Información e Inversión.

En Instituciones Fortalecidas se desarrollan iniciativas en las áreas de fondos de inversión social, becas, cátedras patrimoniales y premios.

La inversión social del Instituto está dirigida a organizaciones a: Organizaciones no lucrativas, centros de investigación, universidades, entidades públicas e investigadores y académicos.

La plataforma de Información, difusión, evaluación y análisis está diseñada para evaluar el impacto de la intervención en salud y divulgar los resultados y mejores prácticas. A través de esta plataforma el instituto desarrolla a nivel mundial la iniciativa Observatorio de la salud.

Mayor información sobre Instituto Carso de la Salud se encuentra en su website

<http://www.salud.carso.org/>

Comunicación y mercadeo social para la promoción de la sal yodada. Gobierno. Organismo Internacional.

País: Bolivia

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:



Experiencia de investigación, planificación e implementación de acciones estratégicas en nutrición orientadas a apoyar la adecuada producción, comercialización, control y consumo de sal yodada en Bolivia, desarrollada entre los años 2002 y 2004 por el Programa Nacional de Nutrición e Inocuidad Alimentaria del Ministerio de Salud de Bolivia, con el apoyo técnico y financiero de UNICEF.

El proceso se desarrolló en seis etapas:

- Investigación: el sector de Comunicación de UNICEF brindó asistencia técnica y financiera al área de Nutrición del Ministerio de Salud, para desarrollar una investigación cualitativa de Haceres, Pensares y Sentires (HPS) sobre la sal yodada, con el fin de conocer las percepciones de diferentes públicos sobre la oferta y demanda de sal yodada. Con esto se buscó establecer las bases de estrategias para promover la adopción o el refuerzo de prácticas adecuadas, dirigidas a recuperar los buenos niveles de consumo de sal yodada en las familias, que se habían alcanzado por medio de iniciativas anteriores como el "Programa Nacional de Lucha contra el Bocio". La investigación incluyó la participación de madres (en el ámbito de la demanda) y productores salineros, comerciantes, inspectores y autoridades sanitarias (en el ámbito de la oferta); las principales técnicas utilizadas fueron los grupos focales y las entrevistas en profundidad.
- Planificación de las estrategias y acciones necesarias para promover el refuerzo y adopción de comportamientos en general y el conocimiento de la problemática por parte de las autoridades locales.
- Preparación de materiales: el objetivo de esta etapa fue identificar, a partir de los resultados encontrados en la investigación de HPS, los elementos necesarios para el adecuado manejo de la forma y el contenido de los mensajes a promover.
- Prueba y revisión: se llevó a cabo un trabajo de campo de validación en barrios periféricos de las ciudades donde se encontró mayor resistencia al tema de la sal yodada durante la investigación de HPS.
 - Ejecución: durante esta etapa se pusieron en marcha todas las líneas o mecanismo de acción, se distribuyeron todos los materiales de comunicación producidos y se llevó a cabo su difusión

y se capacitó a los agentes involucrados. Además se tuvo en cuenta asegurarse de la calidad de los productos ofertados y gerenciar la estrategia de Comunicación y Mercadeo Social para la promoción de la sal yodada.

- La última etapa correspondió al monitoreo, evaluación y ajustes.

Aspectos claves de la experiencia:

La principal estrategia aplicada en el proceso fue el mercadeo social, con el fin de ofrecer productos y prácticas para contribuir a la solución de problemas relacionados con la adopción y refuerzo de comportamientos favorables a la salud, específicamente, como respuesta a los Desórdenes por Deficiencia de Yodo (DDY). Con este fin se produjeron y propagaron mensajes relacionados con esta problemática por medio de materiales sonoros e impresos (cuñas radiales, microprogramas radiales, materiales informativos, manuales). Uno de los principales aciertos de la experiencia fue el desarrollo de la investigación diagnóstica y formativa de Haceres, Pensares y Saberes, que permitió conocer los comportamientos sociales del grupo investigado. Dicho conocimiento constituyó la base para construir un proceso de información, comunicación y movilización social eficiente y adecuado a las necesidades y condiciones identificadas.

Socio Global de la Experiencia: UNICEF. Mayor información se encuentra en el website del Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia <http://www.sns.gov.bo/>

Contar historias: una propuesta metodológica para evaluar la efectividad de la comunicación en salud a través del teatro popular.³ Gobierno-Academia, un medio

País: Chile

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:



Proceso de desarrollo de una metodología para evaluar la efectividad de una estrategia de comunicación en salud dirigida a la disminución y control de la alta mortalidad y morbilidad por Infecciones Respiratorias Agudas (IRA) en menores de un año, por medio del uso del teatro popular e historietas producidas por miembros de las propias comunidades.

La iniciativa se puso en marcha a partir de un diagnóstico que mostró la gravedad de la incidencia de las Infecciones Respiratorias Agudas en la población infantil en Chile. De esta forma, se puso en evidencia un problema de salud que no sólo debía ser abordado desde la perspectiva asistencial – aumentando cupos de hospitalización o entregando medicamentos- sino también desde la perspectiva de la educación y las comunicaciones para la salud.

El proyecto fue liderado a partir de 1993 por el Servicio de Salud Metropolitano Sur (SSMS), cuya jurisdicción abarca a 10 de las comunas más pobres del área sur de Santiago de Chile. El público objetivo fueron mujeres de nivel socioeconómico bajo, a quienes se les presentaron tanto las obras de teatro

como las historietas producidas por miembros de las propias comunidades.

Las etapas desarrolladas fueron las siguientes:

- Investigación formativa de conocimientos, actitudes, creencias y prácticas en el público objetivo en relación a las IRA.

³ Información suministrada por María Teresa Valenzuela, Periodista, Magíster en Salud Pública, División de Promoción de la Salud, Escuela de Salud Pública - Facultad de Medicina, Universidad de Chile, el 4 de abril de 2008.

- Aplicación del Modelo PRECEDE para el diagnóstico de factores facilitadores y reforzadores de conductas relacionadas con la prevención de IRA infantiles.
- Escritura de los guiones de teatro por parte de compañías de teatro popular, y diseño de la historieta.
- Socialización y presentación de las obras de teatro en la población objetivo.
- Evaluación de la efectividad comunicacional de las obras de teatro.

El modelo Precede-Procede⁴ es un modelo de planeación diseñado por Lawrence Green y Marshall Kreuter para la educación en salud y para los programas de promoción de la salud. Se apoya en el principio de que la mayoría de los cambios de comportamientos son voluntarios por naturaleza. Ese principio se refleja en el sistemático proceso de planeación que intenta empoderar a los individuos con: comprensión, motivación y habilidades para que participen activamente en la resolución de los problemas de la comunidad con el fin de mejorar la calidad de vida. Estudios demuestran que los cambios en el comportamiento perduran mas cuando las personas han participado activamente en estos y la toma de decisiones acerca del cambio se hace a lo largo del proceso. En este proceso, los individuos toman decisiones saludables a través del cambio de su comportamiento y a través del cambio de políticas que influyen en sus comportamientos.

El modelo tiene siete etapas, las cinco primeras de diagnóstico y las restantes de ejecución y evaluación, no necesariamente secuenciales:

- Diagnóstico social de las necesidades, deseos y percepciones de los adolescentes,
- Diagnóstico epidemiológico de la situación y los problemas de salud más frecuentes;
- Diagnóstico de las conductas y del entorno;
- Diagnóstico de los condicionantes de las conductas que predisponen, refuerzan, facilitan y afectan el comportamiento.

Los factores que predisponen incluyen los conocimientos, actitudes, creencias, valores y percepciones del adolescente que facilitan o limitan el proceso de cambio. Los factores reforzadores son las recompensas y la retroalimentación que recibe el adolescente de las personas que lo rodean, una vez adoptada una conducta, (como los compañeros, amigos, familiares, medios de comunicación, profesores, personal de salud, etc.). Los factores favorecedores son aquellos que hacen posible o facilitan el cambio deseado, como las habilidades sociales (resistencia a la presión de pares, competencia social, ser una persona decidida, con habilidades de manejo de problemas y estrés), los recursos disponibles (acceso a los servicios, leyes, planes y programas) y/o las barreras que pueden favorecer la conducta deseada y limitar la indeseada (legislación, cultura); 5) Diagnóstico del ambiente administrativo y político que evalúa la capacidad organizacional gerencial y los recursos disponibles para el desarrollo e implementación de programas, y que pueden influenciar los factores de la conducta deseada. Las fases siguientes son de ejecución y evaluación.

El Modelo Precede-Procede enfatiza la idea básica de que la salud y las conductas están determinadas por múltiples factores y que las acciones multisectoriales y multidisciplinarias son fundamentales para lograr el cambio de conducta esperado.

Este modelo ha sido usado en programas de promoción de salud de adolescentes y considera los factores determinantes de la salud y orienta a los planificadores de programas a identificar estos factores para el diseño de las intervenciones, facilitando la planificación, implementación y evaluación integral de programas, así como el desarrollo de las políticas y legislación.

⁴ Fuente: Plan de acción de desarrollo y salud de adolescentes y jóvenes en las Américas (1998 – 2001)
Organización Panamericana de la Salud Oficina Sanitaria Panamericana, Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

El modelo Precede-Procede ha sido adaptado y aplicado con éxito en programas de promoción de salud de adolescentes en el sistema escolar de Estados Unidos, en las que se ha otorgado énfasis al desarrollo de habilidades y destrezas de adolescentes (resistencia a presión de pares, habilidades de competencia social, etc.), a los cambios ambientales (cambios en la estructura organizacional) y a la implementación de políticas y regulaciones.

Aspectos claves de la experiencia:

Además de sumarse a la "Campaña de Invierno" creada en 1994 por el Ministerio de Salud de Chile, el SSMS decidió indagar más profundamente en las conductas, actitudes, creencias y prácticas de las madres de los niños, para crear posteriormente instrumentos y acciones educativas que ayudaran a cambiar las alarmantes cifras de morbilidad. Se concluyó que este objetivo podía cumplirse mejor si se apoyaban los esfuerzos asistenciales con una estrategia de comunicación social complementaria a la del Ministerio de Salud.

De esta forma, se reforzaban los esfuerzos nacionales con estrategias locales de comunicación y educación, adicionando a la campaña publicitaria en medios masivos una campaña "cara a cara" con los grupos de más alto riesgo; buscando medios "entretenidos e innovadores" se decidió realizar una campaña con teatro popular educativo e historietas.

Para el diseño de los mensajes educativos y la elaboración de las piezas comunicacionales se optó por dos modalidades: obras de teatro callejero, que fueron producidas por grupos de teatro popular ligados a las mismas comunidades que serían grupo objetivo de la campaña. A los cinco grupos teatrales contactados se les entregó un resumen de los grupos de foco y de las conductas que el equipo de salud determinó reforzar a través del análisis del PRECEDE.

De ese proceso creativo surgieron las cinco obras de teatro que participaron en la campaña:

- "El Viruco Malón", de la compañía de teatro "Asociación Prohibida"; contaba la historia de dos niños, compañeros de juego, que sin darse cuenta incorporaban a sus juegos al "viruco malón", personaje maligno que representaba las IRA. Esta obra tenía un desenlace fatal, al morir uno de los niños por falta de detección oportuna de los síntomas, de parte de sus padres.
- "Bronco y Neumonía", del Grupo "Pasacalles", obra alegórico-humorística que presentaba las perversas acciones de un comando "maligno" de microbios integrado por "IRA" y sus secuaces, "Bronco", "Neumonía", "Tos" y "Moco". Todos ellos atacaban a un bebé cuya madre lo descuidaba, intentando producirle una "bronconeumonía" y "llevárselo" de trofeo a "IRA". Sin embargo, los planes de este maligno grupo fracasan al aparecer en escena el personaje "Salud" acompañado de un médico y fármacos que finalmente ganan la batalla al comando de "IRA".
- "La Historia de Lipo", una obra de guión realista, hecha con títeres de tamaño natural por el grupo "TECAI", de la población La Bandera. La obra relata la historia de una madre y su inquieto hijo, Lipo, que al ser afectado por una IRA, recurren a los consejos poco científicos de la vecina para curar al niño. Luego de múltiples fracasos de las recetas "caseras", la madre recurre al consultorio donde un atento médico atiende a su hijo y le da sabios consejos para prevenir las IRA.
- "Historias de IRA y fútbol", del Grupo de Teatro "El Tren", de la población La Victoria, obra también realista y humorística, que relataba en forma caricaturesca la realidad de una familia de escasos recursos en la que el padre, sentado permanentemente frente al televisor viendo fútbol, no repara en los graves síntomas de su hijo, al que la madre lo ha dejado cuidando mientras ella se encarga de las labores hogareñas. Luego de la aparición reiterada y equívoca de una vecina que le da "curiosas" recetas caseras para mejorar al niño, ambos padres deciden partir al consultorio con el bebé.
- "Esto no es un cuento", del Grupo de Teatro "La Carreta", obra alegórico-dramática que enfatizaba el contexto de pobreza y mal tiempo que rodea a las familias de los niños afectados por una IRA, y que remarcaba fuertemente la situación de abandono y soledad de las mujeres frente a la enfermedad de un hijo.

La historieta educativa, por su parte, fue producida en el Departamento de Comunicaciones del Servicio de Salud Metropolitano Sur, tomando como insumo principal el resumen de los grupos focales y las conductas priorizadas. La historieta tenía como objetivo servir de refuerzo a los contenidos de las obras de teatro y se entregarían a los asistentes al finalizar la presentación de teatro callejero. Los dibujos de la historieta iban coloreados en su contorno, pero llevaban su interior en blanco, de modo que los niños pudieran pintarlas a su gusto. De esta forma, se intentó evitar la costumbre de muchas personas de arrugar y botar inmediatamente los folletos que recibían, conducta que parecía ser bastante frecuente a la luz de lo dicho por las madres en los grupos focales.

Una vez producidas la historieta y las cuatro obras teatrales se procedió a validarlas. La historieta fue presentada a madres asistentes a un consultorio de atención primaria, quienes entregaron valiosos aportes para mejorar su contenido y diseño; también aportaron su punto de vista las profesionales de la Unidad de Educación para la Salud del Ministerio de Salud. Las obras teatrales fueron presentadas a un grupo de expertos del Servicio de Salud Metropolitano Sur antes de ir a las poblaciones; ellos validaron los contenidos de las obras teatrales y sugirieron algunos cambios en los guiones.

Un componente esencial del proceso fue la conformación de redes de apoyo comunitario; la gestión operativa de la campaña se centró en el trabajo con tres grupos de personas: los pobladores, sus organizaciones sociales y sus líderes locales; los equipos de salud de los consultorios de atención primaria; las máximas autoridades comunales y de salud local.

31 intervenciones se llevaron a cabo entre el 10 de junio y el 24 de agosto de 1994. Las presentaciones teatrales se realizaron en igual número de poblaciones de las comunas de Lo Espejo, San Bernardo, La Cisterna, Pedro Aguirre Cerda, El Bosque y Paine. La actividad se iniciaba en el terreno con una murga de zanquistas y músicos vestidos y maquillados, que culminaba en el lugar definido para las presentaciones, que habitualmente eran canchas deportivas comunitarias, plazas, ferias libres o sedes de juntas vecinales. Al terminar la actividad, se entregaba la historieta y los folletos de la campaña y se entrevistaba al azar a algunos de los asistentes para conocer sus opiniones sobre la actividad y recoger sus datos personales, para poder realizar posteriormente las actividades de evaluación de la campaña.

Los resultados de la evaluación del proyecto indican que las personas expuestas al teatro popular educativo en IRA mostraron mejores resultados en cuanto a conocimientos sobre el problema, criterios para definir gravedad de un cuadro respiratorio y conductas correctas, en comparación con aquellas que no se expusieron a esta experiencia.

El grupo objetivo definido para la investigación fueron mujeres, madres de niños menores de 2 años, primíparas o multíparas, de nivel socioeconómico bajo y baja escolaridad, adscritas a un consultorio de atención primaria del SSMS; con o sin experiencia de enfermedad respiratoria en sus hijos.

Las evaluaciones del proceso se realizaron durante el transcurso de toda la campaña (tres meses), lo que redundó en una serie de correcciones a los detalles operativos. Cumplido el cronograma de presentaciones teatrales en las poblaciones, se llevaron a cabo dos tipos de evaluación:

Evaluación cuantitativa, con la estadística de actividades realizadas, personas expuestas a los mensajes y recursos utilizados: Durante 11 fines de semana, 4320 personas aproximadamente presenciaron alguna de las cinco obras de teatro preparadas para la campaña. La asistencia promedio fue de 137 personas por cada presentación. Se distribuyeron más de 137 unidades de material educativo (afiches, folletos, dípticos, historietas).

Evaluación cualitativa. Consistió en la realización de: Grupos focales "casos": aquellos que sólo incluían a personas asistentes a alguna de las obras de teatro presentadas durante el invierno. Grupos focales "control": aquellos que sólo incluían personas que no se expusieron a las obras de teatro.

Las grupos fueron citados 4 ó 5 meses después de realizada la campaña de invierno, es decir, al inicio del verano. A los asistentes a las obras de teatro se les citó usando los datos recogidos durante la campaña y a los no expuestos a las obras se les citó a través de los consultorios de atención primaria. En total se realizaron 6 grupos focales de evaluación: 3 casos y 3 controles.

Se utilizó además la técnica de "completar historias", que consistió en presentar a todos los grupos las obras de teatro sobre IRA, pero interrumpidas en tres ocasiones: (1) al identificar los factores de riesgo o los factores protectores de una IRA; (2) al nombrar los síntomas de un resfrío o de una bronconeumonía y (3) al decidir qué hacer o dónde llevar a la criatura enferma. La técnica consiste en que los actores, al interrumpir la obra en las mencionadas partes del guión, interactúan con las personas del público, de manera que ellas completen, con sus conocimientos, aquellas partes inconclusas.

Las principales conclusiones de la evaluación son las siguientes:

Las personas expuestas al teatro popular educativo en IRA mostraron mejores resultados en cuanto a conocimientos sobre el problema, criterios para definir gravedad de un cuadro respiratorio y conductas correctas, en comparación con aquellas que no se expusieron a esta experiencia.

Un factor relevante es el nivel de recordación del contenido de las obras teatrales. En este aspecto, dos son los factores más destacables: Alta recordación del guión de las obras, transcurridos 4 a 6 meses desde la exposición a ellas y en un contexto climático antagónico; Alta correspondencia de la recordación espontánea con los mensajes centrales del guión de cada obra.

Dos de los errores identificados en la realización de la campaña: No incluir el tema del tabaquismo como factor de riesgo de las IRA en los guiones de tres de las cinco obras de teatro; Incluir un sketch sobre una situación jocosa al interior de un baño como telón introductorio a la obra de teatro principal. Esto fue un factor contundente para algunos espectadores que recordaron el contenido de este sketch mucho mejor que el de la obra teatral de prevención de las IRA.

A la luz de los resultados expuestos en el punto anterior, la metodología del teatro popular educativo en salud queda plenamente validada en su efectividad y buena receptividad por parte del público objetivo. Simultáneamente, se estableció la preferencia por métodos audiovisuales interactivos por sobre metodologías expositivas presenciales (charlas) o medios de comunicación escritos (folletos o afiches), lo que da cuenta de lo efectivo que resulta la participación del público meta en su propio proceso de aprendizaje.

Considerando las conclusiones anteriores (bajo costo, efectividad del mensaje, validez de la metodología) el modelo utilizado en esta campaña –tanto en su gestión operativa como en su coherencia conceptual- lo hace absolutamente replicable como estrategia educativa. Sin embargo, es necesario señalar con precisión que el ámbito de aplicación de este modelo no es el nivel masivo, sino el grupal o interpersonal, lo que es confirmado por las opiniones de las personas expuestas a la experiencia; ellas valoraron, como factor diferenciador del aprendizaje y como elemento lúdico principal, el contacto directo con “lo real” representado, es decir, con personas iguales a ellas, mostrando situaciones reconocibles como verdaderas y transmitidas en su propio lenguaje.

Usando el teatro popular educativo como principal medio de comunicación, los conocimientos, creencias, actitudes y prácticas que las personas tienen sobre un problema de salud (en este caso las IRA en lactantes) pueden ser afectados positivamente. Si se transmiten contenidos educativos en forma simple, entretenida, adaptada a su discurso y cultura, obteniendo los insumos más importantes del mensaje desde su propio relato, la eficacia del mensaje educativo tiene un impacto positivo en el aprendizaje de conductas en salud.

Los aspectos más relevantes del mensaje permanecen en el mediano plazo, incluso cuando desaparecen las condiciones ambientales que lo contextualizan (frío, lluvia, altos niveles de contaminación) lo que permite generar compromisos para la conducta preventiva, al aumentar la percepción de vulnerabilidad frente al problema. La historia vivida queda en la memoria de largo plazo. Aliados de la Experiencia: Ministerio de Salud, Servicio de Salud Metropolitano Sur, Universidad de Santiago de Chile, municipios de San Bernardo, El Bosque, La Cisterna, Lo Espejo y Pedro Aguirre Cerda.

Estrategia para promover la participación comunitaria en la prevención del dengue en Cuba.

Gobierno

País: Cuba

Región: Caribe

Síntesis de la experiencia:



Estrategia dirigida a aumentar la participación comunitaria en la lucha contra el mosquito vector del dengue. Entre mayo de 2002 y mayo de 2004 se aplicó una intervención para transformar la acción social contra el dengue en tres circunscripciones del municipio Playa, Ciudad de La Habana, Cuba. Se conformó un grupo de aprendizaje y grupos de trabajo comunitario (GTC) en las localidades. Se siguió un modelo de educación popular que conjugaba la puesta en práctica de las acciones previstas con sesiones de reflexión y aprendizaje a partir de los resultados y la reformulación del trabajo para las etapas subsiguientes. Se desarrollaron diagnósticos comunitarios, acciones preventivas, de comunicación, vigilancia y evaluación. Los cambios en la participación se identificaron mediante la técnica de análisis de contenido de documentos y entrevistas a informantes clave.

El trabajo comunitario avanzó de acuerdo con las capacidades y los intereses de cada comunidad con enfoques de trabajo diferentes: de comunidad saludable, de riesgo ambiental y de riesgo entomológico. Se constataron cambios positivos en el concepto de participación según las cinco dimensiones evaluadas: liderazgo, identificación de necesidades, organización, gestión y movilización de recursos. Al final de dos años de intervención, el índice de depósitos con larvas o pupas por 100 viviendas inspeccionadas se redujo en 79% y no se detectaron casos de dengue.

Aspectos claves de la experiencia:

La estrategia empleada permitió reducir el nivel de infestación con el mosquito vector mediante el aumento de la participación de la comunidad en la toma de decisiones, el fortalecimiento de las competencias de los equipos médicos y de los GTC para liderar procesos participativos en sus comunidades y la elevación de la confianza de los miembros de la comunidad en sus posibilidades de llevar a cabo transformaciones con recursos propios y apoyo intersectorial.

Mayor información sobre la experiencia en el sitio Web del Instituto de Medicina Tropical Pedro Kourí. <http://www.ipk.sld.cu/indice.htm>

Estrategia de Información, Educación y Comunicación (IEC) para Aumentar el Consumo de la Sal Yodada. Gobierno. Organismo Internacional

País: República Dominicana.

Región: Caribe



Estrategia de movilización social para educar y crear conciencia en la población dominicana sobre la necesidad del consumo adecuado del yodo en la dieta alimenticia diaria. A través de la promoción comunitaria, los programas de educación formal y medios de comunicación, se buscó llamar la atención sobre la necesidad de consumir sal refinada yodada, creando conciencia sobre la necesidad de yodo en el organismo. Asimismo, sensibilizar y movilizar a la población consumidora para que reclame y demande atención y respeto a las normas que establecen el consumo de sal yodada como medida preventiva a los Desórdenes por Deficiencia de Yodo.

La iniciativa es liderada por la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social (SESPAS) a través de la Subsecretaría de Salud Colectiva, la Dirección General de Promoción de la Salud (DIGPRES) y la Dirección General de Salud Ambiental, con el apoyo del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF- y el aporte creativo de Forcadell Publicidad.

El proyecto tuvo como base investigaciones acerca del consumo de sal yodada en República Dominicana. De acuerdo con la presentación del proyecto, diferentes estudios realizados en el periodo de 1993 - 2002 por el Centro Nacional de Investigaciones Materno Infantil CENISMI revelaron el bajo consumo de yodo en la población dominicana, bajos niveles de yodación de la sal y el alto consumo de sal en grano. Asimismo, en el mismo año 2002 otros estudios auspiciados por UNICEF, determinaron que la producción nacional de sal era de baja en calidad, que la yodación de la sal no era eficiente, y era poco monitoreada; y que la sal importada -cuya calidad es superior y el costo es menor en muchos casos que la nacional- tampoco estaba siendo controlada.

Objetivo General de la Estrategia:

Contribuir a la disminución de los Desórdenes por Deficiencia de Yodo (DDY) por medio del desarrollo de acciones de promoción de la salud que fomenten el consumo de sal yodada en la población general.

Objetivos específicos:

1. Promover a través de medios masivos de comunicación la adopción del consumo de sal yodada.
2. Promover la participación social y comunitaria en el proceso de promoción y consumo de sal yodada.
3. Sensibilizar a las amas de casa, principalmente de las áreas rurales para que asuman el consumo de sal yodada y colaboren mediante negociación social y comunitaria a través de la promoción.
4. Promover la participación de las organizaciones comunitarias para la movilización social a favor del consumo de sal yodada.
5. Apoyar las acciones educativas del personal de salud y de sectores comunitarios

Aspectos claves de la experiencia:

La estrategia está compuesta por dos procesos simultáneos: uno es de promoción y educación para la salud, soportado en la campaña masiva “Consume Sal Yodada... o nada” y el otro es el aseguramiento de la yodación de sal para consumo humano, basado en labores de vigilancia y monitoreo de la producción y distribución de sal.

La campaña masiva fue diseñada con el objetivo de concienciar al consumidor de que la única sal que debe comprar y consumir en el hogar debe ser la sal refinada yodada, para prevenir que su familia pueda sufrir de Desórdenes por Deficiencia de Yodo. Para los materiales de la campaña se seleccionó la figura de la artista popular Milly Quezada, escogida por su reconocimiento y credibilidad para personificar el personaje central de la campaña, el ama de casa.

Para el desarrollo de la campaña se produjeron: spots de televisión y radio, un infomercial sobre la importancia de consumir sal yodada, stickers y magnetos, afiches, calendarios y folletos. Tanto el spot

de radio como el de televisión tienen como soporte musical un merengue con fuerte ritmo y el estribillo de “consume Sal Yodada... o nada”

La campaña ha sido diseminada a través de los medios masivos locales y grupos que trabajan a nivel comunitaria. Al mismo tiempo se ha ejecutado un plan de movilización social, mediante el cual se busca llegar a amas de casa, vendedores, personal de salud y grupos comunitarios organizados.

Como parte de las actividades de capacitación llevadas a cabo como parte de la Estrategia, se llevaron a cabo talleres en los cuales promotores en todo el país que recibieron entrenamiento de los especialistas de la Dirección General de Promoción y Educación en Salud –DIGPRES y de UNICEF.

Recursos de la Campaña

La campaña está apoyada en:

- 1 [spot de televisión](#) (0:40 seg.) y radio “Consuma sal yodada o nada”
- 1 [Infomercial](#) sobre la Importancia de consumir Sal Yodada (10 min.)

Stickers y magneto

- Afiche
- Calendario
- [Folleto de información](#)

Lanzamiento de la Campaña

Aliados de la estrategia: Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social (SESPAS), Dirección General de Promoción de la Salud (DIGPRES), Dirección General de Salud Ambiental, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF-, Forcadell Publicidad.

Mayor información sobre la experiencia en el sitio Web de UNICEF República Dominicana. http://www.unicef.org/republicadominicana/resources_11801.htm

FJLTV. Gobierno. Academia

País: España
Región: Europa occidental
Síntesis de la experiencia:



Proyecto dirigido a profesionales de la salud, pacientes, familiares, cuidadores, voluntarios y ciudadanos que tiene como objetivo principal comunicar y divulgar información sobre salud, a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

FJLTV cuenta con diferentes canales de televisión a través de los cuales busca reinterpretar el concepto de CanalTV online, convirtiendo el medio digital en un espacio de encuentro y de actualidad sobre temas de salud con un enfoque didáctico y pedagógico. Para ello, el portal FJLTV ha sido diseñado en base a la pluralidad de necesidades de su audiencia, interesada en estar al día sobre temas de salud y sanidad, ofreciéndole canales temáticos individualizados, pero accesibles desde una misma Web.

Además del sitio Web de FJLTV, los canales de pacientes están disponibles en Universidad de los Pacientes (www.universidadpacientes.org) y Web pacientes (www.webpacientes.org). El canal de profesionales es accesible desde el Observatorio de las Profesiones Sanitarias (www.ops.cat) y la Web de la Fundación Josep Laporte (www.fbjosepaporte.org).

Esta iniciativa ha sido desarrollada por la Fundació Josep Laporte, con la colaboración del Foro Español de Pacientes, el Forum Català de Pacients y la Universitat Autònoma de Barcelona.

Aspectos claves de la experiencia:

El proyecto se basa en la difusión de información de interés para los profesionales sanitarios, pacientes, familiares y cuidadores. FJLTV produce y emite programas innovadores que no solamente informan sino que, en la línea de la revolución Web 2.0 buscan la participación activa de sus usuarios, para que contribuyan no sólo con sus comentarios, sino también con propuestas y sugerencias para nuevos programas. La Web ofrece servicios de RSS (servicio de actualización de contenidos), inclusión de vídeos en Meneame.net, Digg.net y Delicious, y se puede acceder simultáneamente a sus contenidos por Youtube.com e itunes.com. Próximamente estará también disponible en Myspace y Flickr.

De acuerdo con la presentación de FJLTV, este proyecto constituye la evolución natural de las bibliotecas para profesionales y para ciudadanos hacia nuevos modelos de transmisión de información y conocimiento que son accesibles desde cualquier lugar, a cualquier hora del día, mediante la conexión a Internet.

El desarrollo de FJLTV se llevó a cabo a partir de la Declaración de Barcelona, firmada en 2003 por asociaciones de pacientes españolas, que recogía en su primer principio la necesidad de los pacientes de acceder a información de calidad contrastada y proporcionada por profesionales.

Aliados en la estrategia: Fundació Josep Laporte, Foro Español de Pacientes, Fòrum Català de Pacients, Universitat Autònoma de Barcelona.

Mayor información sobre la experiencia en:

<http://www.fjltv.org/channel/ops/index.jsp>

Integrated Child Health Campaign (Campaña Integrada sobre Salud Infantil) Gobierno. Organismos internacionales. Privados.

País: Ghana
Región: África

Síntesis de la experiencia:

En noviembre de 2006 el Ministerio de Salud y el Servicio de Salud de Ghana, en colaboración con otros ministerios importantes y con Asambleas de Distrito, lanzaron una campaña de una semana de duración para proveer gratuitamente a los 2.1 millones de niños menores de dos años tópicos contra los mosquitos, vacunarlos contra sarampión y polio, darles suplementos de vitamina A y desparasitarlos. Como parte de este esfuerzo a escala nacional para reducir la mortalidad infantil, se diseñaron y se pusieron en marcha estrategias de comunicación, en un esfuerzo masivo para informar a todas las familias, esperando incrementar el nivel de conciencia sobre la salud infantil y movilizar la participación en esta iniciativa.

Según los organizadores, alrededor de 80.000 niños menores de 5 años mueren cada año en Ghana, la mayoría de ellos de enfermedades prevenibles o tratables. La malaria es hiper-endémica, y cobra la cuarta parte de esas muertes (20.000 vidas por año). La malnutrición es la causa de la mitad de las muertes. Las enfermedades respiratorias agudas causan alrededor del 18% de las muertes y la malaria otro 18%. El uso consistente de tópicos tratados con insecticidas puede reducir en un 20% la mortalidad infantil en Ghana, pero su uso por parte de los niños menores de 5 años y mujeres embarazadas sigue siendo muy bajo. Las tasas nacionales de mortalidad infantil no han mejorado en los últimos 5 años.

La campaña es parte de una serie de esfuerzos recientes del gobierno de Ghana para prevenir las muertes de los niños más pequeños, tales como la High Impact Rapid Delivery (HIRD) – una estrategia a nivel nacional para incrementar las

probabilidades que Ghana alcance las Metas de Desarrollo del Milenio 4 y 5, la reducción de las mortalidades infantil y materna. HIRD realiza una serie de intervenciones ya probadas, de bajo costo, en comunidades en las que las familias no tienen acceso ni a servicios de salud, ni a los conocimientos para manejar enfermedades infantiles comunes. La iniciativa Health Planning and Services (CHPS), basada en la comunidad, complementa la aproximación de HIRD, en parte motivando a los miembros de la comunidad para que se conviertan en participantes más activos en el cuidado de la salud propia.

Aspectos claves de la experiencia:

Además de la acción de llamar la atención de los padres hacia la campaña –en la que se repartieron 1.5 millones de folletos en las escuelas primarias-, se contó con la colaboración y la participación de muchos individuos y grupos en un esfuerzo por fomentar cambios de largo alcance en la comunidad. Equipos de trabajadores de la salud y voluntarios trabajaron en la campaña en 9.500 puestos de inmunización en todo el país y más de 28.000 voluntarios fueron capacitados para apoyar este proceso. Igualmente, miembros de los medios se involucraron en la campaña de educación: periodistas locales asistieron a talleres sobre su papel en la lucha contra la malaria. Personas prominentes dieron su voz de apoyo a través de varias actividades de movilización y abogacía. Como parte de la respuesta interministerial, durante los primeros 2 días de la campaña, el Ministro de la Salud y el Ministro para los Asuntos de la Mujer y la Infancia visitaron la Región del Alto Occidente de Ghana, para colaborar en el éxito del lanzamiento de la campaña. Otros dignatarios también dieron su apoyo en otras regiones. Cada Asamblea de Distrito desarrolló sus planes de acción. Adicionalmente, asociados en el campo del desarrollo y embajadores realizaron visitas a la campaña y contribuyeron con otras actividades. También se le pidió a las organizaciones religiosas y a las iglesias que contribuyeran animando a sus comunidades para que participaran en la campaña.

Aliados en la estrategia. La campaña es liderada por el Ministerio de Salud y el Servicio de Salud de Ghana, en colaboración con otros ministerios y con las Asambleas de los Distritos. La campaña es apoyada por el gobierno de Japón, el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido, El Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido, UNICEF, la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Banco Mundial, la Iniciativa Micro nutrientes (de la Agencia para el Desarrollo Internacional del Canadá, CIDA, sigla en inglés), USAID, el Club Rotario, la Sociedad de la Cruz Roja de Ghana, el sector privado y otros asociados del campo del desarrollo.

Mercados saludables.

País: Bolivia
Región: América Latina



Síntesis de la experiencia:

Mercados saludables se inscribe en la estrategia de Municipios Saludables como iniciativa para la promoción de la salud.

Consiste en fortalecer la ejecución de las actividades de promoción y protección de la salud en el ámbito local, colocando la promoción de la salud como la más alta prioridad de la agenda política; involucrando a las autoridades del gobierno y a la comunidad, fomentando el dialogo y compartiendo conocimientos y experiencias; así

como estimulando la colaboración entre los municipios.

Se espera que el desarrollo de mercados saludables permita a mediano y largo plazo un mejor uso de Buenas Prácticas de Manipulación e Higiene del medio ambiente de los mercados, logrando que los

vendedores preserven la calidad de estos alimentos, que los consumidores accedan a alimentos inocuos y evitar la presencia de enfermedades transmitidas por alimentos.

Programa de Escuelas Móviles. Organismo de voluntariado internacional.

País: Venezuela
Región: América Latina



Puesto en marcha por la ONG internacional Peace Villages Foundation (PVF), el programa de Escuelas Móviles está enfocado en niños, miembros integrantes de comunidades indígenas locales y menores que viven en los asentamientos más pobre en las afueras de Santa Helena, Venezuela.

Moviéndose por las calles de Santa Helena durante varias tardes cada semana, la Escuela Móvil presenta material educativo de forma vívida y divertida. El objetivo es no solamente educar, sino también divertir a los menores, ayudándolos a elevar su autoestima al mostrarles que ellos son miembros valiosos de sus comunidades.

Aspectos claves de la experiencia:

La estrategia comprende el uso de medios simples y creativos para llegar a los menores que no están siendo atendidos por el sistema escolar, ayudándoles a ingresar al sistema educativo público. El programa busca también educar a los menores que ya están dentro del sistema educativo, reforzando lo que han aprendido a través de su educación tradicional.

El “mecanismo” consiste en 5 cajas con ruedas, conectadas entre sí. Las cajas encajan las unas con las otras y crean un salón de clase que puede cambiar de forma y es transportable. Cuando están extendidas, se puede poner sobre las cajas una serie de tarjetas educativas muy divertidas. Las tarjetas tienen diferentes niveles de dificultad y contienen un amplio rango de material educativo. Los temas principales son lectura, matemáticas, terapia creativa, educación sobre cuidado de la salud, y derechos humanos. Otros temas se pueden tratar, dependiendo de las necesidades de los menores, como conservación del agua potable, conciencia sobre basuras y polución.

Las estrategias de enseñanza son también específicas de acuerdo al contexto. Un voluntario cuenta: “empezamos con algunos juegos físicos, para que los niños se cansen, por lo menos tanto como nosotros lo estamos, de forma que más tarde puedan concentrarse en la escuela. Rápidamente nos dimos cuenta de que no hay una sola forma de trabajar con los niños. Es interesante ver las diferentes necesidades de cada uno de los menores y las diferentes formas de trabajar con cada uno de ellos. Por un lado, por ejemplo, uno trabaja con un niño –de 9 años, que no puede contar hasta 10- y le toma 30 minutos enseñarle los números. Por otro lado, uno puede estar involucrado con 4 menores, que están concentrados en una competencia de matemáticas. No se trata solamente de que los menores están aprendiendo, aun para nosotros hay algo nuevo continuamente. Cada semana, nos enfrentamos al reto de encontrar nuevas formas de enseñar, de captar las diferentes necesidades de cada menor, dados su personalidad única y su estado de ánimo ese día...”

PVF explica que el sistema educativo de Santa Helena está sobre poblado, lo que les impide de desarrollar todo su potencial en la calidad de educación. Como resultado los menores tienen poca motivación para continuar asistiendo a clases, y muchos niños abandonan los estudios a muy

temprana edad. Por fuera de los límites de la ciudad se encuentran comunidades indígenas, que son atendidas por sistemas escolares con menos recursos, y que no cuentan con los materiales pedagógicos del sistema educativo nacional. Esto puede resultar en una población de niños y adolescentes separados de sus pares. Finalmente, los menores que viven en zonas económicamente pobres y en familias sin tierra en las afueras de las ciudades, no tienen electricidad, agua corriente, y servicios de alcantarillado; los menores que viven en esas condiciones, a menudo tampoco tienen acceso al sistema educativo.

Peace Villages Foundation (PVF) es una ONG financiada totalmente por donaciones voluntarias. La organización busca fomentar el empoderamiento de las comunidades, dándole oportunidades de recreación en los campos humanitario, educativo, y medioambiental, a la vez que valora el conocimiento local y trabaja con sensibilidad cultural. Este trabajo comprende la facilitación de del desarrollo psicológico, emocional, físico, cultural, social y vocacional de los menores y los adolescentes, con el objetivo de permitirles desarrollar sus potenciales y mejorar su calidad de vida.

Aliados en la estrategia: Peace Villages Foundation (PVF).

Programa Diversex. Gobierno

País: España
Región: Europa occidental

Síntesis de la experiencia:



Este programa de la Fundación Salud y Comunidad, busca promover la salud sexual integrando los aspectos físicos, emocionales, culturales y sociales de la persona. Diversex es un programa que está en funcionamiento desde el año 2005. Financiado en el 2007 por el Plan Nacional de SIDA, ofrece talleres de educación sexual para jóvenes inmigrantes procedentes del Magreb, Latinoamérica y Europa del este, con el objetivo de prevenir conductas de riesgo de transmisión del VIH-Sida, proporcionando información y posibilidades de debate para la modificación de actitudes.

La participación de los mediadores y mediadoras culturales ha sido clave a la hora de diseñar y desarrollar las intervenciones, que se han adaptado al contexto cultural de los distintos colectivos inmigrantes, intentando garantizar en todo momento la adaptabilidad y flexibilidad de los contenidos y metodologías según el perfil específico de cada grupo.

Aspectos claves de la experiencia:

Las principales estrategias de intervención del proyecto son la prevención y sensibilización, con el fin de incidir y anticiparse a determinadas problemáticas, en este sentido, desarrolla intervenciones que contribuyan a evitar, reducir o retrasar algunos factores de riesgo.

Durante el 2007 se han realizado un total de 26 talleres, multiculturales y uniculturales, en grupos reducidos (de 6 a 16 asistentes), a través de asociaciones y centros juveniles. En total, 264 personas

se han beneficiado directamente de esta formación que ha tenido lugar en las comunidades autónomas de Cataluña, Madrid y Valencia. Los materiales distribuidos a los participantes también han sido adaptados al idioma y rasgos culturales. Cada uno/a de los asistentes a los talleres recibió un total de tres guías de sexualidad para distribuir entre sus allegados, de manera que ellos/as mismos pudieron transmitir la información recibida entre sus pares.

El programa ha gozado de una amplia difusión en los medios de comunicación especializados, con apariciones en periódicos, revistas o radio, lo que da muestra de su repercusión y de su voluntad de incidencia social.

El programa Diverxes abrió una nueva temporada de talleres desde octubre y hasta el mes de diciembre de 2008 con contenidos sobre: la sexualidad (mitos, rumores y falsas creencias); la orientación del deseo sexual; las relaciones afectivas y la influencia del género en los roles de pareja y, por otro lado, prevención de enfermedades de transmisión sexual: características de las enfermedades de transmisión sexual y VIH/Sida; vías de transmisión y medidas de protección; prácticas de riesgo, uso y dificultades del uso del preservativo y negociación del mismo.

Aliados en la estrategia: Plan Nacional de Sida (España)

Mayor información de la experiencia en: [Sitio Web de la Fundación Salud y Comunidad](#)

Projeto Saúde & Alegria (Proyecto Salud y Alegría) – Brasil

País: Brasil
Región: América Latina



Síntesis de la experiencia:

Proyecto desarrollado desde 1987 en las riberas de los ríos Amazonas, y Tapajós Arapiuns, ubicados en la zona rural de los municipios de Santarém, Belterra y Aveiro, al oeste del Estado de Pará. Su objetivo principal es apoyar los procesos de participación y desarrollo comunitario integrado y el desarrollo sostenible global, con la participación activa de la población de la zona.

Partiendo de la realidad local y las necesidades más apremiantes de los residentes, Salud y Alegría busca soluciones sencillas a través de la adaptación de los recursos disponibles en las propias comunidades. El proyecto cuenta con un equipo interdisciplinario de médicos, ingenieros agrónomos y educadores de diferentes áreas que visitan periódicamente las comunidades para promover un desarrollo comunitario integrado por medio del trabajo en tres áreas:

Salud comunitaria: tiene como objetivo mejorar el estado de salud del individuo, la familia y la comunidad a través de actividades de atención primaria, de manera integrada a la red pública, tratando de consolidar un modelo demostrativo de salud comunitaria para el Amazonas, participativo, sostenible y adaptado a la realidad local. Entre las iniciativas desarrolladas en el área se destaca el *Barco Hospital Abaré*, que facilita el acceso de la comunidad a programas básicos de atención prenatal, planificación familiar, inmunización, salud bucodental, salud de los niños, atención médica, pequeñas cirugías y prevención de enfermedades, entre otros.

Economía - generación de ingreso: su fin es la consolidación de alternativas económicas que permitan la mejora de la realidad socioeconómica de la población por medio del desarrollo de actividades productivas, la conservación de los recursos naturales y la creación de modelos adecuados de desarrollo sostenible para las comunidades de la Amazonía, como por ejemplo el ecoturismo.

Educación, cultura y comunicación: orientada a aumentar los niveles de conocimiento de la población, promoviendo el aprendizaje, la ciudadanía y la conciencia ambiental para el desarrollo, con especial atención a las generaciones más jóvenes, la preservación de la identidad y la cultura local, y procurando hacer de la escuela un centro de propagación del saber y la educación popular.

Aspectos claves de la experiencia:

El proyecto se lleva a cabo a partir de métodos orientados a la construcción colectiva del saber y a despertar el deseo de aprender, de forma que el proceso de desarrollo del conocimiento sea divertido y se adapte a la dinámica de vida de cada persona. El arte, el entretenimiento y la comunicación son utilizados como herramientas para la educación, la participación y la movilización. Una de las actividades desarrolladas en este sentido es el *Circo Mocarongo* (término utilizado en la región para describir los nacidos en Santarém - PA), espectáculo de música, teatro, poesía y otras manifestaciones culturales por medio del cual el equipo del proyecto y la comunidad presentan de forma entretenida los temas trabajados en el proyecto.

Otro de los campos de trabajo del proyecto es el fortalecimiento del protagonismo juvenil mediante la realización de actividades dirigidas a la producción y difusión de contenidos locales, el rescate cultural y la movilización comunitaria. Estos componentes se integran en la *Red Comunitaria de Comunicación Popular*, por medio de la cual los jóvenes son capacitados para desarrollar medios impresos (Jornal "O Mocarongo") y audiovisuales (Rádio Mocaronga, TV Mocaronga).

También se trabaja en la inclusión digital de las comunidades por medio de la implantación de Telecentros Culturales Comunitarios.

De acuerdo con la presentación del proyecto, más de 29.000 personas correspondientes a 5.000 familias de 143 comunidades se benefician actualmente de los diferentes programas desarrollados.

Aliados en el proyecto: Ford Foundation, BNDES, Petrobras, Konrad-Adenauer-Stiftung Foundation, Terre des hommes, Instituto Ayrton Senna, W.K. Kellogg Foundation, PDA.

Mayor información de la experiencia en: [Página Web del Proyecto Salud & Alegría](#)

Proyecto Compartimos Contigo. Privado

País: Honduras

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:

Iniciativa desarrollada por la Asociación Libre Expresión con el objetivo de expresar la mirada de jóvenes afectados por el VIH, en relación con el VIH en sus vidas, el amor, la equidad de género y los derechos humanos. Se trata de una muestra fotográfica itinerante con imágenes, complementada con la emisión de un video y la presentación de testimonios; estas actividades están orientadas a propiciar espacios para la conversación con el público.

La exposición tiene como objetivos: Fomentar una educación recíproca, de jóvenes por jóvenes, acerca del tema del VIH y SIDA para formar en las comunidades vulnerables líderes juveniles que asuman sus responsabilidades y las de sus comunidades/familias y contribuyan a la mejora de la situación de las mismas. Fomentar el respeto, la protección, y el ejercicio de los derechos humanos de los jóvenes que viven con el VIH y de las personas con VIH en tres comunidades vulnerables de Honduras. Abogar y sensibilizar a la sociedad civil y medios de comunicación brindando una visión positiva de los grupos juveniles afectados por el VIH, contribuyendo a erradicar los prejuicios, el estigma y la discriminación.

Aspectos claves de la experiencia:

Durante junio y diciembre del 2005 la Asociación Libre Expresión capacitó a cuarenta jóvenes afectados por el VIH y SIDA en cuatro áreas: fotografía, formación de microempresa, VIH, SIDA y Derechos Humanos.

Como resultados se obtuvieron 3 microempresas fotográficas en las tres comunidades beneficiarias, una serie de fotografías y un video documental que muestran la perspectiva de vida de jóvenes afectados por el VIH, que sirven como herramienta de sensibilización y promoción de los derechos humanos.

Entre agosto y octubre del 2006 se realizó el proyecto de Gira fotográfica “Compartimos Contigo” que abrió espacios de diálogo e intercambio de experiencias sobre VIH y sida con miles de hondureños y hondureñas.

Como parte de la experiencia se llevaron a cabo:

2 talleres sobre protagonismo juvenil y reforzamiento de conocimientos sobre VIH, SIDA, y derechos humanos. Dirigidos a 3 jóvenes líderes protagonistas, beneficiarios del proyecto Comparto Contigo y actores del video documental y de algunas de las fotografías, quienes serían los futuros miembros del equipo de ejecución del proyecto.

Taller para preparar las exposiciones fotográficas itinerantes “Compartimos Contigo”. Conversatorios sobre VIH y SIDA en las tres comunidades de intervención: Danlí, El paraíso; Tornabe, Tela; Tegucigalpa y Comayagüela. Participaron representantes de cada comunidad: 33 jóvenes activistas y protagonistas en sus comunidades de las labores de información sobre prevención, derechos humanos y protección a los y las jóvenes y personas con VIH.

Gira “Compartimos Contigo”: visitó tres comunidades de Honduras: en la zona norte, la comunidad garífuna de Tornabé; en la zona central, Tegucigalpa y Comayagüela; y en oriente, Danlí, El paraíso. La exposición estuvo compuesta por 40 fotografías, testimonios escritos de los participantes y un video. Además fue la plataforma donde se desarrollaron conversatorios sobre los derechos de los y las jóvenes con VIH, la promoción de la ruptura de los prejuicios, tabúes y discriminación. Las 8 exposiciones se realizaron en plazas públicas o parques centrales, casas de la cultura, escuelas y colegios públicos, además de la Universidad Autónoma de Honduras (UNAH) Los protagonistas de la guía y atención de las exposiciones y los conversatorios fueron los tres jóvenes líderes del proyecto junto con líderes juveniles de cada comunidad y el equipo de trabajo de Asociación Libre Expresión.

Creación de símbolos para que el público se sintiera sensibilizado a ser también agente multiplicador del mensaje positivo de respeto hacia los y las jóvenes con VIH, por ejemplo, una insignia roja de amor, solidaridad y respeto hacia las personas viviendo con VIH; los visitantes podían tomarse una foto si acertaban en el significado de la insignia. También podían tener un brazalete de la solidaridad si decían cual era el significado de cada cuenca o pelotita de color: blanco - prevención del VIH; rojo - amor, respeto y solidaridad para las personas con VIH; negro - luto por todas las personas que han muerto a causa del SIDA; verde - esperanza de encontrar la cura para este virus; amarillo - alegría de los niños, niñas y jóvenes que aún viviendo con la enfermedad no se dejan vencer y siguen adelante. Las fotos tomadas al público luciendo sus pulseras y explicando su significado, son un ejemplo de cada persona que comprende que es importante informarse y sensibilizarse sobre los derechos de los y las jóvenes con VIH. La idea es que cada joven que porte el brazalete de la solidaridad hará efecto multiplicador explicándole a sus amigos, familiares y vecinos cuál es su significado.

Como resultado de este proyecto, 17 niños, niñas y jóvenes líderes se comprometieron y apoyaron la ejecución de exposiciones y conversatorios, 2.800 personas fueron sensibilizadas directamente en conversatorios y exposiciones fotográficas y se logró establecer alianzas con organizaciones locales para la continuidad de la iniciativa.

De acuerdo con la presentación del proyecto, una de sus fortalezas es el uso de herramientas estratégicas, artísticas, juveniles y amigables que llamen la atención de las poblaciones metas. La fotografía permitió llegar de una manera amigable al público, quien conmovido por las capacidades fotográficas plasmadas en las imágenes expuestas reconocen la humanidad, naturalidad y hasta la

superioridad de la percepción de la vida de los jóvenes que viven con VIH SIDA, captada desde sus cámaras.

Red de Comunicadores Rurales del Cusco y Apurímac. Privado

País: Perú

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:

La Red de Comunicadores Rurales de Cusco y Apurímac es un movimiento de base ciudadana dedicado a restaurar las inquietudes de la comunicación e información de las poblaciones rurales en estas zonas del Perú.

En la Red participan comunicadores rurales indígenas, líderes de opinión (mujeres y hombre de las comunidades indígenas quechuas del Sur Andino), jóvenes organizados, clubes de periodismo y comunicación escolar, estudiantes de Comunicación y periodistas.

Las principales líneas de actuación de la Red son:

Educación: se pretende influir en los programas y actividades educativas formales y lograr que las poblaciones involucradas puedan ejercer un control participativo sobre los mismos, que fomente tanto su capacidad creativa como la propositiva para el logro de ciertas reivindicaciones, cambios e innovaciones necesarias. Dos acciones prioritarias en el área son la implementación de la tecnología moderna como el uso y manejo de Internet e influir en el proceso de la alfabetización de adultos.

Cultura: esta es un área esencial para la red, pues lograr que sus acciones sean culturalmente apropiadas es la única garantía para su sostenibilidad local, es decir, que todo esfuerzo para mejorar el modo de vida de los pobladores quechuas debe partir de la base de que sean ellos los actores activos que asuman el mayor control posible de las actividades que los benefician y hacer que respondan a sus estrategias de vida, a sus formas de pensar, sentir y creer; y motive y potencie sus capacidades de creatividad. De esta forma se busca fortalecer la identidad cultural de estas poblaciones.

Relaciones de género: las acciones de la red están orientadas decididamente a procesos de desarrollo de capacidades creativas, transformadoras, propositivas por parte de estas poblaciones con la finalidad de enfrentar los desbalances por causas del género en el ejercicio del poder de manera equitativa e igualdad de oportunidades que construya liderazgos en los espacios de decisión locales por parte de las mujeres.

Desarrollo humano: se trata de influir en el pensamiento de los pobladores quechuas, la necesidad de construir sólidas bases institucionales que respondan y defiendan a las inequidades e injusticias con medidas de prevención, sanción, y eliminación de todo tipo de violaciones de los derechos humanos. Se busca generar convicciones conscientes de sentirse libres, dispuestos a opinar, proponer y decidir sobre asuntos de interés común, comprometiéndose a participar en los procesos (descentralización, regionalización) y espacios democráticos existentes en pro de la equidad y la democracia.

Medio ambiente y producción: se trata de contribuir a que los pobladores rurales entiendan tanto mejor, que el medio ambiente les da la vida, razón por la que deberán considerar estrategias globales de conservación y mantenimiento de sus recursos físicos y que es necesario emprender procesos de acondicionamiento de su territorio, procurando evitar los procesos de erosión y desertificación, además de arbitrariedades contaminantes, etc.

Fortalecimiento de capacidades comunicativas y de producción: se impulsa la participación y desarrollo de actividades que estén orientadas a fortalecer las capacidades producción radial y manejo de espacios informativos y educativos.

Aspectos claves de la experiencia:

El principal medio de acción de la Red es la Red Informativa Rural "Willarikuyninchis" (Escuchémonos), centro de información rural, bilingüe, descentralizado, con cobertura regional, que trabaja a partir de un modelo de comunicación indígena en el cual la articulación con redes locales y nacionales y la promoción de procesos participativos son claves. Este centro cuenta con cinco programas/áreas de trabajo:

Programa de Formación: con el fin de fortalecer las capacidades analíticas y la propuesta de los comunicadores rurales se llevan a cabo actividades relacionadas con el diagnóstico del contexto comunicativo y el fortalecimiento de los comunicadores rurales (ciudadanía, gobernabilidad producción, comunicación, capacidades analíticas y de propuesta, elaboración de mapas y planes de comunicación). En este campo se han realizado talleres de formación de comunicadores rurales sobre el fortalecimiento de aspectos temáticos y normativos de los procesos participativos y la elaboración de estrategias comunicativas para trabajar el tema de la descentralización desde los medios con el acceso de la población a estos, con análisis y debate.

Fortalecimiento local en diferentes áreas: fortalecimiento de experiencias exitosas (elaboración de material de difusión radial y gráfico bilingüe especializado en participación ciudadana, proceso de integración regional, presupuesto participativo y vigilancia ciudadana); fortalecimiento de capacidades analíticas y propuesta de los comunicadores rurales (incidencia comunicativa, monitoreo de medios de comunicación), fortalecimiento de la identidad (autonomía cultural y derechos humanos).

Red Informativa Rural "Willarikuyninchis": por medio de la Red se producen programas educativos de información y análisis, se lleva a cabo la preparación y emisión de revistas radiales interconectadas y la cobertura informativa de acontecimientos relevantes para la comunidad.

Centro de Producción: los programas y campañas comunicativas realizados abordan temas como el ejercicio ciudadano, defensa de derechos ciudadanos y salud, implementando los enfoques de eduentreñamiento y práctica de comunicación e inclusión. La elaboración de materiales se concibe como una práctica del ejercicio ciudadano.

Centro de Investigación: desarrollo de consultas públicas e indagaciones sobre diversos temas de interés.

Actualmente la Red cuenta con 71 emisoras radiales, 210 comunicadores miembro, 1 centro de información regional, 1 centro de información nacional (Red Quechua) 1 enlace latinoamericano (Red de intercambio PAX –Perú – USA).

De acuerdo con la presentación del proyecto, algunos de los logros alcanzados con su implementación son: ser reconocidos por la población como interlocutores válidos en los procesos de participación e interlocución entre la población y las autoridades (medios comunitarios y educativos, líderes de opinión); promover conjuntamente que los gobiernos sub-nacionales acciones de comunicación e información que han movilizó a mujeres jóvenes y niños a participar de los procesos de participación; movilizar opinión favorable frente a políticas y agendas públicas desde espacios locales de decisión a espacios provinciales, regionales y nacionales, desde los planes concertados (Agenda Agraria, PDC, PP, PRIO, Proyecto Educativo Regional, VIH SIDA en zonas rurales, Minería, Medio Ambiente, otros; articulación con redes e instituciones especializadas en comunicación como referentes CALANDRIA, CNR, AMARC, Consejo de la Prensa, Enlace Latinoamericano de Comunicadores Indígenas, y redes locales y nacionales.

Esta iniciativa fue seleccionada como una de las ganadoras en el Concurso Latinoamericano "Experiencias innovadoras que articulan y vinculan" convocado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, en el contexto de celebración de sus 25 años. La premiación del Concurso se llevó a cabo en el marco del Seminario Latinoamericano Re-ubicaciones de la Comunicación. Enlaces entre Cultura, Desarrollo y Democracia (28 y 29 de agosto de 2008. Lima, Perú).

Mayor información sobre la experiencia:

[Sitio Web de la Red de Comunicadores Rurales del Cusco y Apurímac.](#)

Salud es Vida... ¡Entérate! - Estados Unidos. Privado

País: Estados Unidos

Región: Norteamérica

Síntesis de la experiencia:

Esta iniciativa es un llamado a la acción diseñada para aumentar conciencia y conocimientos sobre temas de salud, y para estimular la toma de decisiones positivas sobre ellos. ¡Entérate! utiliza los diversos activos informativos de Univisión para educar al público televidente y promover la medicina preventiva, los hábitos de vida saludables, el acceso a la atención de salud y la prevención y tratamiento de enfermedades específicas.

Lanzada en el 2001 como resultado de una alianza entre Univisión y la Fundación Kaiser Family, esta campaña busca especialmente proporcionar información y recursos sobre VIH/SIDA y ETS a los latinos menores de 25 años residentes en los Estados Unidos.

Aspectos claves de la estrategia:

Como materiales de campaña se han desarrollado:

Anuncios de Servicio Público (PSA): series de PSA para radio y televisión se han transmitido por ciclos a través de las palataformas de Univision Networks. Estas han tenido mayor rotación en la conmemoración de fechas especiales como Día Nacional de Prueba de VIH (junio 27), y el Día Mundial de Lucha contra el SIDA (diciembre 1°). Estos anuncios han sido diseñados teniendo en cuenta la diversidad y sensibilidad cultural de la comunidad latina.

Sitio Web: los visitantes pueden acceder a información acerca del VIH/SIDA, ETS y otros temas relacionados a través de Univisión.com, usando la contraseña Entérate. El sitio contiene conocimiento ampliado sobre el tema y una base de datos interactiva con información sobre los servicios de salud locales. Asimismo, aloja chats y foros virtuales moderados por figuras de Univisión y regularmente entrega incentivos para promover la campaña.

Línea de asesoría: a través de la línea 1-800- TU SALUD, los usuarios pueden acceder a información pregrabada sobre el VIH/SIDA, solicitar ser transferidos a un asesor o encontrar información sobre servicios de salud locales.

Guía de información: es una guía bilingüe gratuita con información para decisores, comunicadores, VIH e ITS (incluyendo prevención y prueba), y temas relacionados.

Noticias y programas de interés público: un equipo de Univisión, en asocio con expertos en salud pública de la Fundación Kaiser y asesores locales y nacionales, se encarga de producir programas especiales que profundicen en las temáticas enunciadas durante los noticieros.

Talleres para guionistas y productores: basada en su experiencia en temas de salud, la Fundación Kaiser comparte la información que ha resultado de sus informes, y presenta formas novedosas para introducir temas delicados como el VIH en los diferentes programas de Univisión.

A través de esta iniciativa, Univisión se asocia con organizaciones comunitarias, médicas y de salud, para transmitir mensajes informativos sobre otros temas clave para la salud de la comunidad latina en los Estados Unidos como asma, cáncer, enfermedades cardiovasculares, diabetes, inmunización, cuidado prenatal y mortalidad infantil, eliminación del vicio al tabaco, obesidad, actividad física y nutrición.

Aliados a la estrategia: AD Council, American Cancer Society, American Diabetes Association, American Heart Association, American Liver Foundation, American Lung Association, Federación Hispana (Hispanic Federation), Interamerican College of Physicians & Surgeons Inc., March of Dimes, Mental Health Media

Partnership, Alianza Nacional para la Salud Hispana (National Alliance for Hispanic Health), Asociación Nacional de Enfermeras Hispanas (National Association of Hispanic Nurses), National Cancer Institute,

Consejo Nacional de La Raza (National Council of La Raza), Asociación Nacional Médica Hispana (National Hispanic Medical Association), Consejo Nacional Latino sobre Prevención del Alcohol y del Tabaco (National Latino Council on Alcohol & Tobacco Prevention), National Pharmaceutical Council, Coalición Nacional Puertorriqueña (National Puerto Rican Coalition), PhRMA, SER de Puerto Rico (Easter Seals), y The Nation's Voice on Mental Illness.

Seguridad alimentaria. Gobierno. Privado. Organismos internacionales.

País: Suriname

Región: Caribe,

Síntesis de la experiencia:

Este es un programa para involucrar al gobierno y al sector privado en una discusión sobre políticas y prácticas en seguridad alimentaria. El principal objetivo es proveer alimentos más seguros para los habitantes de Surinam.

Se desarrollan las siguientes acciones:

Capacitación dirigida a personas que manejan alimentos y vendedores ambulantes. Mensajes en medios masivos, TV, radio dirigidos a consumidores y fabricantes. Consejos sobre seguridad en periódicos locales dirigidos a consumidores y fabricantes. Carteles, volantes con consejos sobre seguridad dirigidos a consumidores y fabricantes.

Las actividades relacionadas con la seguridad en los alimentos, que se iniciaron en 1999, se intensificaron una vez que lo OPS empezó a colaborar con el Ministerio de la Salud a finales del 2000. En Diciembre 1999 tuvo lugar un taller para dar guías sobre seguridad alimentaria a mujeres empresarias. Se identificaron los problemas en el procesamiento de los alimentos y se creó un comité, el cual sostuvo reuniones para asesorar acerca de las políticas sobre seguridad alimentaria. El comité estaba compuesto por representantes de NIMOS (una organización medioambiental), el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Recursos Naturales, consultores en gerencia de calidad y mujeres empresarias. En Febrero 2001 -bajo la coordinación de la OPS en colaboración con el Instituto Interamericano para la Colaboración en Agricultura (IICA se invitó al sector privado a involucrarse en la seguridad alimentaria en Surinam. En Marzo 6, 2001, se celebró en Surinam la primera reunión sobre este tema entre los sectores público y privado, durante la cual se discutieron las necesidades y expectativas de los representantes de ambos sectores. Se identificó la necesidad de establecer una junta reguladora. Entre los asistentes a la reunión de Marzo 6 incluyeron representantes de OPS-Surinam, OPS-Caribe, el Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura, y la Fundación para el Turismo en Surinam.

Actualmente las funciones de la junta y su estructura están siendo aun discutidas. Una segunda reunión tuvo lugar en Mayo 9, 2001, de la cual surgió el informe titulado "Colaboración entre lo Público y lo Privado en Seguridad Alimentaria", producido en colaboración entre la OPS y el Instituto Interamericano de Cooperación en la Agricultura. El taller fortaleció la formación de redes entre las personas involucradas para la coordinación de actividades relacionadas con seguridad en los alimentos, estableció las necesidades de los estamentos gubernamentales y del sector privado en el campo de la seguridad alimentaria, determinó las necesidades comunes de los sectores público y privado, y determinó acciones conjuntas a largo y corto plazo en este campo.

Aspectos claves de la experiencia:

Este programa fue establecido por varias razones. Surinam está retrasado con respecto a los estándares globales de seguridad en los alimentos y en la actualidad no hay un sistema de seguridad alimentaria. El lograr que los productos de Surinam cumplan con los requisitos internacionales tanto de comercialización como de salubridad facilitará la exportación de los productos de Surinam. El programa fue puesto en marcha para asesorar al gobierno sobre Políticas Nacionales sobre Seguridad Alimentaria, ya que las enfermedades transmitidas en los alimentos es uno de los más comunes problemas de salud pública en el mundo contemporáneo, y una causa importante de reducción de la

productividad económica, a pesar de los progresos en la ciencia y tecnología de alimentos. Acciones en el campo de la seguridad alimentaria elevarán las regulaciones y estándares de alimentos de acuerdo al Codex Alimentarius (Junta Internacional de Estándares).

Resultados hasta ahora incluyen la creación de un documento básico en colaboración con todos los niveles del gobierno para proporcionar una base para todas las actividades futuras en el campo de la seguridad alimentaria. También, se ha establecido una cooperación técnica entre Surinam, Trinidad, Tobago y Argentina, por medio de la cual estándares de salud animal están siendo implementados de forma que carne pueda ser exportada y se mantenga la salud de los animales.

2.2 REVISION DE EXPERIENCIAS NACIONALES.

El arte de alimentarte. Organismo internacional. Privados

País: Colombia

Región: América Latina.



Síntesis de la experiencia:

UNILEVER y el Programa Mundial de Alimentos en Colombia PMA, constituyeron una alianza la cual incluye un componente alimentario y uno educativo con niños y niñas de los proyectos de alimentación escolar, que apoya el [PMA con la Operación Prolongada de Socorro y Recuperación OPSR](#), en cinco (5) departamentos del país: Atlántico, Santander, Tolima, Bogotá, Valle del Cauca y Cundinamarca.

La propuesta diseñada incluye dos cartillas: [El Arte de Alimentarte - Cartilla Maestros](#) y [El Arte de Alimentarte - Ideas para Trabajar con niños lectores de la Básica Primaria](#); las cuales se trabajan a través de talleres de encuentro de saberes entre docentes y el equipo técnico de UNILEVER-PMA, buscando la promoción de hábitos alimentarios saludables con la comunidad educativa a lo largo del proceso escolar.

Este material es un instrumento de información y consulta sobre aspectos relevantes en el tema de alimentación nutrición escolar, así como un apoyo académico que sugiere temas para desarrollar a través de una pedagogía de proyectos. Se pretende que la metodología permita posicionar transversalmente esta temática en el currículo escolar y transformar hábitos en y para la vida cotidiana.

Jugando con la Palabra. Gobierno- Organismo internacional. Privados.

País: Colombia

Región: América Latina

Síntesis de la experiencia:

"Jugando con la palabra" es una iniciativa radial que recoge gran parte de la experiencia vivida con niños, niñas, adolescentes y familias en situación de calle de la ciudad de Medellín. Luego de develar discursos repetidos, intercambiar roles, dialogar con la experiencia propia y hacer preguntas para darle un nuevo valor al acto cotidiano, esta práctica radial permitió resignificar algunas de las vivencias diarias de las y los participantes: el trabajo infantil, el contexto familiar y barrial, el trato a la niñez, entre otros.

Aspectos claves de la experiencia:

Este proyecto contó con dos estrategias básicas de comunicación: la creación y fortalecimiento de emisoras escolares e institucionales, y la realización de programas radiales con y para las familias.

En la primera de ellas, la radio se convirtió en un pretexto para que las personas narraran y recrearan sus historias. En temas como los derechos, la perspectiva de género, la educación sexual, y la vida en familia, la palabra se propuso como puente para la convivencia, de manera que se generaran habilidades comunicativas en los participantes.

Como producto de la segunda estrategia se produjo la serie radial "Jugando con la palabra", que incluye muchas de las voces que jugaron en serio a opinar, inventar, construir y debatir en torno a temas y situaciones de su vida, desde una perspectiva de sujetos de derecho. Incluye dramatizados, entrevistas, debates y juegos de palabras.

La iniciativa hace parte del proyecto Vivenciando...nos, una alianza entre instituciones de diversa índole que busca disminuir el fenómeno de niñez y adolescencia en situación de calle de Medellín, a través de estrategias pedagógicas, artísticas, formativas, productivas y de comunicación. Esta alianza pretende fortalecer procesos sociales y solidarios en instituciones

Aliados en la estrategia: Unión Europea, Alcaldía de Medellín, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Colegio Bello Oriente, Institución Educativa Pequeña María, Colegio Sol de Oriente, Corporación Educativa Combos, Centro de Acogida (Fundación Hogares Claret - Secretaría de Bienestar Social), y Grupo de Familias - Colegio Sol de Oriente.

MATERNIDAD SEGURA. Academia. Organismo Internacional.

País: Colombia

Región: América Latina.

Síntesis de la experiencia:

En Colombia, la mortalidad materna es un problema de salud pública con tasas que se han mantenido estables siendo una de sus primeras causas la pre-eclampsia y la eclampsia. En algunas zonas del país al menos un 50% de las muertes maternas ocurren en gestantes sin control prenatal, sin atención institucional del parto o que acudiendo a las instituciones no se aplican adecuadamente las normas y guías técnicas para la detección temprana de alteraciones del embarazo. Igualmente, en muchas regiones del país, aumentan los embarazos no deseados entre las menores, sobre todo del área rural en donde los programas de prevención y planificación familiar no llegan por diversas causas.

Concientes de esta problemática y soportada por los resultados de la investigación y desarrollos del modelo biosicosocial adelantado desde la Facultad de Salud de la Universidad del Valle, en Cali, se realizaron entre 1998 y 2003 cinco series de radio dirigidas a y realizadas con diferentes grupos poblacionales:

1. "Mujer y Vida": Realizado con comunicadores comunitarios y personal de salud de la Costa Pacífica Colombiana, (Buenaventura, Istmina, Tumaco).
2. "Sembrando semillas, construyendo futuro"; Realizado con comunicadores indígenas de los Cabildos de Guambía, Jambaló, Totoró.
3. "Desde la esperanza, por una maternidad segura"; Realizado con comunicadores populares y personal de salud del municipio de Yumbo.
4. "Historias de gestación"; Realizado con comunicadores populares y personal de salud del Cauca.
5. "Consultas debidas". Realizado con comunicadores populares y personal de Salud de Buenaventura.

Las series buscan contribuir a mejorar las condiciones de salud de la mujer gestante y la infancia y sensibilizar y activar a agentes locales de salud, gestantes y comunidad para que asuman un papel activo en la aplicación de un modelo biopsicosocial para la reducción de la morbilidad materna y perinatal.

Aspectos claves de la experiencia:

Las series fueron realizadas con metodología de capacitación-producción con pobladores(as) de las áreas urbanas y rurales de los Departamentos de Valle del Cauca, Cauca y Cundinamarca, comunidades indígenas y afro colombianas. Su implementación contempló las siguientes actividades: investigación, capacitación, realización de las series radio con equipos conformados por personal de salud y productores de radio comunitaria utilizando metodologías de capacitación - investigación-producción participativa. Fue distribuida a las radios comunitarias e indígenas de los Departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Choco, Nariño y emitidas a través de la emisora de la Universidad del Valle.

Se creó música original producida, a partir de talleres de creación, con comunicadores comunitarios y músicos locales.

TAREA DE AMOR. Academia. Organismo Internacional.

País: Colombia
Región: América Latina.

Síntesis de la experiencia:

“Un ambiente sano para todos y todas” es una manifestación de Derecho a la Supervivencia de niños, niñas y adolescentes. “En Colombia las enfermedades transmitidas a través del agua son una causa importante de la morbilidad y mortalidad infantil. La diarrea, el cólera y otras enfermedades relacionadas con la contaminación del agua causan enfermedades serias y en muchos casos la muerte de los niños. Así mismo, la falta de acceso a instalaciones para la eliminación de los excrementos y desechos en condiciones saludables hace que la población esté expuesta a enfermedades potencialmente mortales.

De los 13.6 millones de personas que habitan en la zona rural, alrededor de 5.4 millones no cuentan con sistemas de abastecimiento de agua, 8.2 millones carecen de unidades sanitarias o alcantarillado para disponer sus aguas servidas y sólo 1.5 millones tienen acceso a agua tratadas”.⁵

Aspectos claves de la experiencia:

Concientes de la importancia de esta temática y de brindar información y educación a los pobladores de la Costa Pacífica Colombiana, una de las regiones más afectadas por la problemática, en el año 2000 se realizó la serie Tarea de Amor, basados en metodología de investigación-capacitación-producción participativa.

Participaron en el proyecto, comunicadores de las radios comunitarias del Litoral Pacífico Colombiano y especialistas en comunicación educativa de la Universidad del Valle.

La serie radiofónica Tarea de Amor busca aportar a la construcción de una relación armónica de hombres y mujeres con su entorno familiar y ambiental.

⁵ Tomado de “La infancia, la adolescencia y el ambiente sano en los Planes de Desarrollo departamentales y municipales”. UNICEF. Procuraduría General de la Nación. Bogotá. 2005.

Pretende servir de puente para un diálogo individual y colectivo, aportando información técnica específica sobre prácticas saludables.

Está compuesta por cinco capítulos unitarios y una campaña de micro-mensajes que fueron emitidos a través de las emisoras comunitarias de la Costa Pacífica. La serie fue diseñada igualmente para ser utilizada en acciones de divulgación y capacitación por parte de instituciones locales y organizaciones comunitarias. .

¡SALUD! EN CONVITE POR LA VIDA. Academia. Organismo Internacional

País: Colombia
Región: América Latina.
Síntesis de la experiencia:

En desarrollo del mismo propósito de la experiencia Tarea de Amor y a partir de resultados de investigación realizada para Tarea de Amor, se realizó en el 2000 la producción musical ¡Salud! En convite por la vida.

Aspectos claves de la experiencia:

La producción consta de canciones que reúnen el talento de un músico reconocido y querido de la Costa Pacífica Colombiana, Hugo Candelario González, quien acogió la invitación para realizar los arreglos y producción musical sobre textos de canciones compuestas con talentos locales, algunos de ellos integrantes de las radios comunitarias Voces de Sensemayá, de Buenaventura y Ecos del Pacífico de Guapi.

Los contenidos de las canciones fueron producto de talleres de creación trabajados a partir de la información obtenida en investigación sobre percepción realizada con comunidad de la Costa Pacífica e información técnica específica sobre agua potable y saneamiento básico.

Programa NUTRICOMBOS. Publico -privado

País: Colombia
Región: América Latina



GRUPO	ALIMENTOS EN OFERTA	PRECIO
1. Cereales, raíces, tubérculos y plátanos	Yuca	\$700 lb.
	Arracacha	\$650 lb.
2. Verduras y hortalizas	Zanahoria	\$700 lb.
3. Frutas	Guanábana	\$1.750 lb.
	Fresa	\$1.500 lb.
4. Carnes, huevos y leguminosas secas	Huevos AAA	\$200 Lin.
5. Lácteos y derivados	Queso	\$1.600 lb.
	Mantequilla	\$1.800 lb.
6. Grasas y aceites	Acete	\$7.200
7. Azúcares y dulces	Azúcar morena	\$1.000 lb.
TOTAL		\$

Para mayor información acercarse a la Tienda Comunitaria del MUNIFICIO de Leticia o llamar al teléfono 7 2005 4000 de 8:00 a 4:00 de la tarde. "El que se nutre bien gana".

La estrategia de “Nutricombos” consistió en una oferta en tiendas, supermercados y plazas de mercado para obtener alimentos balanceados, nutritivos y a bajo precio, surgida en el marco del programa “Bogotá sin hambre” y desarrollada por la Secretaría Distrital de Salud, con los siguientes objetivos:

Asociar los alimentos con sus grupos alimenticios.
 Identificar los siete grupos alimenticios y sus características nutricionales.
 Relacionar los Nutricombos con oportunidades de ganancia económica.
 Informar sobre aspectos que rodean la alimentación y su importancia.
 Señalar argumentos relacionados sobre la importancia de la calidad de vida.

Como se reseñó por los medios de comunicación en ese momento, la estrategia unió al sector público y privado de la ciudad, logrando en el 2004 que más de 5 mil tiendas de barrio, 18 plazas de mercado y 5 cadenas de supermercados ofrecieran Nutricombos y la ciudadanía pudieran escoger entre un grupo de alimentos, de los siete grupos básicos incluyendo productos de cosecha, con un menor costo con relación a la compra al menudeo.

Al programa de Nutricombos se vincularon las plazas de mercado: Las ferias, 7 de agosto, La perseverancia, La concordia, Fontibón, Samper Mendoza, 12 de octubre, El lucero, Trinidad galán, San Carlos, Paloquemao, Plaza Boyacá, 20 de julio, Corabastos y El carmen.

Los tenderos y tenderas vinculados a la estrategia tuvieron un acompañamiento en capacitación sobre los siete grupos de alimentos lo cual les permitiría orientar a sus clientes en la selección de los alimentos.

La estrategia de “Nutricombos” incluyó la ubicación de tableros informativos con precios de los productos y características del producto, ruletas de menús, volantes, difusión de mensajes por medios masivos y comunitarios. En las plazas de mercado se montaron muñecos gigantes representando los siete grupos básicos de alimentos.

Proyecto: Día Mundial de la Alimentación 2004 (público- privada- organismos internacionales)
País: Colombia⁶
Región: América Latina

En el 2004, el programa “Bogotá sin Hambre” de la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la FAO se reunieron para realizar una alianza estratégica en torno a la conmemoración del día mundial de la alimentación.

Según se reseñó, en la página Web de la FAO, se decidió efectuar dos tipos de eventos: uno lúdico, cuyo objetivo principal fue crear un escenario para motivar y comprometer con la apropiación del tema

⁶ La presente reseña se toma directamente de la realizada por la FAO y publicada en su página Web <http://www.rlc.fao.org/es/dma/dma2004/pdf/dmacol.pdf> como informe de actividades a desarrollar.

de la seguridad alimentaria al público asistente. Este evento se denominó ALIMENTE, “Un día para reflexionar sobre la seguridad alimentaria y nutricional”, el cual consistía en una muestra de experiencias sobre alimentación y nutrición en Bogotá D.C. y la región.

El segundo evento previsto fué el foro “Hacia una política de seguridad alimentaria y nutricional”, con tema central sobre la política de seguridad alimentaria nacional aterrizada en el Distrito.

Los lineamientos principales para cada evento fueron:

Muestra de experiencias sobre alimentación y nutrición en Bogotá D. c. y la region “ALIMENTE” “un día para reflexionar sobre seguridad alimentaria y nutricional”

Objetivos:

Socializar las diferentes experiencias que en el campo de la seguridad alimentaria y nutricional desarrollan las instituciones públicas, privadas, la academia, las organizaciones de cooperación internacional y la sociedad en general en el D. C. con el fin de contribuir a mejorar el bienestar alimentario y nutricional de la población

La muestra se planteó ser realizada en el Parque Metropolitano Simón Bolívar el 16 de octubre 16 de 2004 de 9 a. m a 5 p.m.

Para lograr el objetivo de mostrar las experiencia exitosas en el campo de la seguridad alimentaria desde varios ámbitos, se invitó a participar a todas las instituciones del distrito que estaban trabajando conjuntamente con el programa Bogotá sin Hambre, como el DABS (Departamento Administrativo de Bienestar Social), la Secretaría Distrital de Salud, el DAMA (Departamento Administrativo del Medio Ambiente), el IDRD, (Instituto Distrital de Recreación y Deporte) entre otros.

El tema central de la muestra estaba basado en 5 temáticas básicas:

1. Acciones en alimentación y nutrición.

En esta temática, las instituciones responsables se dividieron en 5 subtemas (lactancia, vigilancia nutricional, micro nutrientes, programas de apoyo alimentario e inocuidad) para mostrar el compromiso desde las instituciones para trabajar en cada una de estas temáticas y la responsabilidad que debe asumir el consumidor para garantizar también su propia seguridad alimentaria.

Se previeron dos tipos de actividades en cada subtema, de sensibilización y de información, así:

Lema: “actuar hoy! por el derecho a la alimentación “

Instituciones participantes: Secretaria Distrital de Salud, DABS, IDIPROM; ICBF, BSH, Alcaldías Locales.

Actividades por temática:

A. Vigilancia nutricional

Slogan “cuanto peso? cuanto mido? estaré con peso subido? O quizás desnutrido?”

Actividades de información

- Cartelera con flujograma de vigilancia nutricional

- Mapa de estado nutricional para población pre escolar notificada al SISBEN
- Valoración de estado nutricional “ semáforo nutricional” entrega individual de resultado

Actividades de sensibilización

- Presentación grupo de rap sobre el tema de vigilancia,

B. Micro nutrientes

Slogan “lo pequeño también es necesario”

Actividades de información:

- Distribución de plegable alusivo al tema previa orientación a la población
- Mapa con puntos y coberturas de suplementación en población escolarizada
- Exposición de cartelera elaboradas por niños beneficiarios de la estrategia de suplementación y premiación de mejores trabajos.
- Información sobre los alimentos que son fortificados su importancia acompañado de la presentación de demo de harina de trigo y sal.

Actividades de sensibilización:

- Presentación sobre la suplementación, preparada y desarrollada por niños de jardín infantil de una localidad.

C. Promoción protección y apoyo a la lactancia materna.

Slogan “no coma cuento! ninguna fórmula láctea tiene todos los nutrientes y factores protectores que suministra la leche materna”

Actividades de información:

- Afiches de lactancia materna adornarán el interior de la carpa.
- Mapa de Bogotá en el cual se identificarán los puntos que se han certificado como IAMI, AIFI, Salas Amigas del DABS y las instituciones de Bienestar Familiar.
- Plegable sobre lactancia materna para distribuir.

Actividades de sensibilización:

- Presentación infantil: “ la leche materna” a cargo de pre escolares de hogar de ICBF.
- Presentación obra de teatro “ La pocheca”

D Inocuidad de alimentos

Slogan “no coma riesgos!!”

Actividades de información:

- Las carpas en su interior adornadas mapa de Bogotá en donde se identifican las zonas donde se han presentado intoxicaciones alimentarias.
- Demos de alimentos de mayor riesgo, implicados en las ETA.
- Listado y/o dibujos de los sitios y/o temporadas del año en donde se presentan las ETA
- Listado de los restaurantes acreditados como Uno A.
- Persona encargada de dar orientación sobre los sitios donde funcionan las oficinas de Medio Ambiente, de Salud, directorio, así como la información relacionada con los requisitos para los cursos de manipulación, para solicitar conceptos sanitarios y ser restaurante uno a.

- En el exterior de la carpa, ubicación de mensajes alusivos al tema que invitan a pensar y reflexionar en el momento de compra y preparación de los alimentos.

Actividades de sensibilización:

- Módulos de Secretaría Distrital de Salud, interactivos, sensibilizando frente al tema de consumo de alimentos en vía pública.
- Obra de teatro “ Doña inocuidad y sus secuaces ”.

E. Apoyo alimentario.

Slogan “apoyo alimentario, un medio para restablecer el derecho a la alimentación!”

Actividades de información:

- Instalación de afiches en las carpas con información sobre los programas que se brindan a los siguientes grupos de población: pre escolar, escolar, gestantes, adultos mayores y población habitante de calle.
- Juego (escalera) en donde los participantes en la medida que avanzan se informan sobre el programa de comedores comunitarios, las organizaciones que los están operando, mecanismo de vinculación, entre otros.
- Distribución de cartilla de comedores comunitarios.
- Presencia permanente los representantes de las organizaciones comunitarias y usuarios de los comedores en funcionamiento para compartir la experiencia.

2. Cadenas productivas y abastecimiento.

Para este tema, se convocaba a varias cadenas de productores con procesos exitosos, así como también a las asociaciones de plazas de mercado, para mostrar todos los puntos de la cadena de distribución. Por su parte, la UESP (Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos) haría la presentación del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria para Bogotá.

Lema: “Tu y yo somos el corazón de la cadena agroalimentaria.”

Objetivo:

Visibilizar la importancia de las cadenas productivas para la seguridad alimentaria en términos de producción, abastecimiento y consumo.

Temas centrales de la tematica:

- Disponibilidad del producto en el mercado nacional
- Importancia que tiene el producto dentro de la canasta familiar (precio y consumo)
- Recomendaciones para el mejor manejo del producto, manipulación en las diferentes etapas.
- Papel que juega la cadena productiva en la seguridad alimentaria del país.

asistentes:

- Plan Maestro de Abastecimiento de Bogotá – Bogotá sin hambre
- Ministerio de agricultura y desarrollo rural
- DAMA
- Fedearroz
- Fedecoleche
- Consejo Nacional Lácteo
- Analac
- Fedegan
- Fenavi

- Asofrucol
- Fedepanela
- Productores de panela de Cundinamarca
- Productores de fríjol del Huila
- Productores de papa de Boyacá
- Red de centrales de abastos

Cada uno de los participantes con un espacio para suministrar información bajo los temas mencionados y en el centro del stand, ubicación de calendario de cosechas.

3. Educación nutricional y cultura.

Stand, mostrando experiencia del IDCT, llamada “el sabor de los saberes”, con la cual se pretende rescatar los alimentos tradicionales ya olvidados y recalcar la riqueza y biodiversidad que existe en Colombia.

Presentación por parte del IDRD del programa de nutrición deportiva en el marco de los Juegos Nacionales,

Presentación de la Secretaría de Salud, de los “Nutricombos”

Objetivo:

Implementar estrategias de información, educación y comunicación en el fortalecimiento y formación de patrones de consumo sanos en la población.

Temáticas:

Cultura alimentaria: sabores y saberes, presentado por el IDCT

Nutrición deportiva en marco de los juegos nacionales, IDRD

Educación nutricional y sensibilizar frente a compra de alimentos balanceados: Nutricombos, Secretaría Distrital de Salud

Show con dumis, Secretaría Distrital de Salud

Niñas y niños que preguntan, Secretaría de Educación Distrital

Distribución de cartillas comer bien para vivir mejor, SDS

4. Investigación, Ciencia y Tecnología

Presentación por parte del Jardín Botánico José Celestino Mutis, de diferentes iniciativas desde la academia para mejorar los procesos, la calidad y los cultivos de los alimentos a nivel de Bogotá.

Presentación de iniciativas desde los colegios que pretenden innovar desde la ciencia, en beneficio de la seguridad alimentaria.

Lema: “Conservar la biodiversidad es garantizar la alimentación”

Cada uno de los participantes presentara una conferencia sobre el tema y realizara una muestra de los productos fruto de la investigación.

Participantes:

- Jardín Botánico: proyecto de cultivos urbanos
- Jardín Botánico: ednobotanicas.
- Jardín Botánico: frutales
- IED Francisco Miranda: pensamiento productivo a través de la producción, poscosecha y procesamiento de la uchuva

- IED Eduardo Santos: la lombricultura y su hábitat
- Uniagraria: proceso de educación “agroalimentarios en los colegios de Bogotá”
- DAMA: experiencia de entre nubes
- Red de agricultura urbana: muestras de arvejas- habas- uchuas-
- Fundación sol y serpiente: usos de la coca
- Minuto de Dios
- Universidad Nacional Facultad de Agronomía: video y muestra de productos
- UNAD Facultad de Ingeniería de Alimentos: procesos con la quinua como complemento nutricional.

5. Responsabilidad social:

Lema: “Unidos para que en Bogotá se viva y se coma mejor”

Se trata de acciones que promueven la vinculación de la empresa privada, la academia, el tercer sector y las propias organizaciones de la comunidad para participar activamente en acciones del programa con corresponsabilidad. la responsabilidad social se entiende dentro del postulado programático “Bogotá sin indiferencia”, concebido como el asumir el compromiso ciudadano para la construcción de lo público.

Participantes:

ETB

CAFAM

Tarima central en donde se realizan actividades culturales.

(El segundo evento previsto: Foro “Hacia una política de seguridad alimentaria y nutricional” cuenta con memorias publicadas).

Proyecto: TU VALES. (público-privada)⁷

País: Colombia

Región: América Latina

A. B. C. Acciones Basadas en Comunidad.

Calidad de Vida y Salud

Antecedentes y Contexto:

En el año de 1998 se realizó como requerimiento de la O.P.S. (Organización Panamericana de la Salud) un estudio, línea de base acerca de las enfermedades crónicas en Bogotá. Los resultados arrojaron que la localidad con más casos y con tendencia hacia el incremento de las enfermedades crónicas era la Localidad de Santa Fé, atendida por el Hospital de Oriente. Es de resaltar que estas enfermedades tienen que ver con los hábitos de vida cotidianos de las personas (su alimentación, la presencia de sedentarismo y falta de ejercicio físico e incluso la manera de controlar la vida social en su espacio más cercano).

Para el año 2000 se contrata a la organización FES- Social para el desarrollo de un programa que tuviese como objetivo la promoción de patrones de consumo saludable, actividad física y espacios

⁷ Reseña tomada del documento: DTGC02 Marco referencial para la estrategia de construcción de prácticas alimentarias saludables 2.0. convenio SDDE-compensar

libres de humo como el eje de control de estas enfermedades. La organización FES con apoyo de la Secretaría Distrital de Salud (división de Análisis y Políticas en Salud Pública) planeó un área demostrativa en la localidad de Santa Fé a más de 16 años de alcance. Los estudios realizados por la organización FES dieron razón, que la población objetivo del trabajo debía estar conformada por madres amas de casa, dado que en gran medida son ellas las que manejan todo lo referido a la alimentación en sus familias.

En los primeros grupos focales se acuñó el nombre de TU VALES para el programa comunitario a ser implementado (todo ello basado en experiencias internacionales exitosas en la promoción de la calidad de vida para la prevención de enfermedades crónicas). Tu Vales, significa además:

Tu:

- V – Vive mejor
- A – Alimentándote sanamente
- L – Libérate de Humo, pero luego cambio a Lidera Cambios
- E – Ejercítate con frecuencia
- S – Sé Feliz

Hacia el año 2002, se tomaron poblaciones de mujeres al azar en los barrios de la localidad de Santa Fé priorizando estratos 1, 2 y 3 realizando convocatorias que permitieron capacitar a través de diversos talleres a más de 500 personas en el primer año de trabajo. Al terminar la primera fase de investigación y la finalización de la primera base de recursos económicos en el año 2005, el Hospital Centro Oriente con un equipo de funcionarios propios adelantó esfuerzos propios para mantener el programa en funcionamiento a futuro. En éste equipo se contó en primera instancia con una nutricionista, una psicóloga, una terapeuta física y una trabajadora social, como las personas que podrían adelantar cada uno de los tres módulos de los talleres diseñados por la organización FES.

Bases Teóricas:

La organización FES – Social tomó como base teórica desde el año 2000 hasta el año 2003 conceptos de la psicología cognitivo-conductual del psicólogo canadiense Albert Bandura (especialista en temas de Aprendizaje Social, Manejo de las Fobias y Autoeficacia). Durante este tiempo se realizaron una serie de modificaciones que permitieron combinar ésta Teoría con lo que más tarde se denominó Modelo Socio-Ecológico (propuesta básicamente por Daniel Stokols psicólogo experto en salud pública), modelo en el cual aparecían dos ítems muy importantes de aplicación: la comunicación social y el soporte social.

El primer aspecto criticado sobre el desarrollo del programa TU VALES fue el enfoque que se tuvo sobre “individuos” Lo cuál llevó a proponer conceptos de énfasis COLECTIVO basados en el posicionamiento de SUJETOS SOCIALES mas no de individuos, apostándole así, a las nociones de grupo, redes y movimiento social, como ejes de una estrategia sostenible del programa a largo plazo.

En segundo lugar, se visualizó la necesidad de concebir a la sociedad como DINÁMICA, lo que implica movimiento, cuestión fundamental ya que tal movimiento en el seno de la sociedad desde las Acciones Basadas en Comunidad nace de conflictos de intereses, de tensiones, de contradicciones y de correlaciones de fuerza que pueden o no ser llevadas a consenso. Ya que ésta metodología en particular no desea suprimir el conflicto sino canalizarlo hacia la búsqueda de Acciones Colectivas, el objetivo es el logro de sentidos compartidos que deriven en la movilización de las personas.

“La convocatoria” de estas organizaciones, se presentó como una negociación de intereses en los cuáles era necesario que los grupos se interesaran e incluyeran en sus agendas apoyar el programa, porque éste les resultaba útil a sus propósitos y lo consideraban importante, no para la institución, sino para sus vidas.

En muy buena medida se argumentó que las instituciones debían aprender de las comunidades, de las mujeres a las que querían capacitar. Entender que a la institución le era más fácil realizar su trabajo no solamente buscando grupos organizados, sino impulsando y fortaleciendo la organización política e incluso jurídica de las comunidades (en vez de entorpecerla). Se quiso decir que el concepto fundamental de los programas desde las instituciones del Estado podría ser PODER y que si éste concepto era tomado en cuenta en su verdadera dimensión, era posible ver grupos u organizaciones en RED y así mismo formas de Capital Social, que para el mismo Estado eran un activo de altísimo valor.

Acciones Basadas en Comunidad ABC significa, entonces, una metodología participativa, de trabajo comunitario, que permite a las personas descubrir, recopilar y organizar información sobre su comunidad con el fin de elaborar AUTODIAGNÓSTICOS para la formulación de proyectos que les permitan adquirir AUTONOMÍA, entendiendo por ésta, la capacidad de decidir y materializar proyectos de vida. Las ABC son un vehículo para generar o fortalecer apropiación, compromiso, sentido de lugar y empoderamiento (poder popular) en una comunidad que, a su vez, permitan una interpretación diferente de las problemáticas sociales, los estilos de desarrollo y conlleven a transformaciones en las condiciones de vida.

La metodología está encaminada a que las comunidades rescaten el sentido y representaciones cotidianas sobre diferentes aspectos de su vida con lo cual podrán diseñar estrategias para hacer efectiva la SATISFACCIÓN DE SUS NECESIDADES del ser, del tener, del hacer y del estar. Las ABC son una metodología para que las personas definan, en últimas, un estilo de desarrollo sobre la base de su conocimiento y sus intereses.

Una vez que la SDS asume este programa para ser implementado en todas las localidades a través de los Hospitales de la Red Distrital, el programa se define, así:

TU VALES es un programa orientado a promover condiciones favorables para la vida cotidiana relacionadas con actividad física, patrones de consumo alimentario y el logro de acuerdos para el respeto de los derechos a espacios libres de humo que fue diseñado con metodología de acciones basadas en comunidad y por tanto desarrolla el enfoque promocional en tanto retoma los temas como factores protectores generadores de calidad de vida

MARCO CONTEXTUAL Y JUSTIFICACIÓN:

El programa como integrador de varias acciones tiene como marcos de referencia la Política de Seguridad Alimentaria, los lineamientos de política de Prevención de Condiciones Crónicas para Bogotá D.C., y se desarrolla en el ámbito comunitario dentro de la categoría de “Fortalecimiento de procesos sociales para la construcción conjunta de la promoción y garantía de la autonomía individual y colectiva en el territorio que incluye las acciones de promoción y preservación de la salud”. Está fundamentado en un enfoque promocional que implica un cambio en la manera de pensar, actuar y donde se considera la salud en términos positivos, en un permanente accionar para disfrutar en la vida cotidiana. Al estar en ámbito comunitario, en la categoría de Fortalecimiento de Tejido Social se pretende que los participantes del programa se apropien de las acciones y se motiven a favorecer el empoderamiento para lograr cambios en sus comportamientos e incidir en los integrantes de su círculo más cercano. (Hijos, familiares, vecinos etc.)

Metodología:

Con el propósito de hacer operativo los constructos de los abordajes teóricos que se tuvieron como referencia, se identificaron algunos componentes, los cuales marcan la efectividad de las interacciones, en la medida en que asumen el comportamiento de los sujetos con factores cognitivos, emocionales y de aprendizaje social, para ser influenciado favorablemente en aras de obtener un comportamiento saludable. Definiéndose de la siguiente manera:

- Información: Proceso unidireccional mediante el cual se transmiten mensajes a la población sujeto a través de diferentes medios para motivar cambios de comportamiento.
- Comunicación Participativa: Proceso bidireccional de construcción entre interlocutores, que a través de códigos y canales disponibles y culturalmente aceptados, permite expresar sentimientos e ideas con el fin de identificar, acordar y promover comportamientos.
- Educación: Proceso que busca a partir de la reflexión y la autonomía, desarrollar conocimientos, actitudes y habilidades y generar competencias y capacidades para adoptar un comportamiento.
- Soporte Social: Apoyo, asistencia y recursos que para la adopción de un comportamiento se sustenta del ambiente y de las relaciones de intercambio social a las cuales los individuos y grupos humanos pueden acceder.

Apropiación de la perspectiva epistemológica y conceptual en la que se fundamenta el programa TU VALES.

Se trata de la construcción colectiva de los referentes de la acción, al reconocer que un nuevo modo de hacer requiere de un nuevo modo de pensar, de aprehender una realidad compleja que desea ser transformada; las inquietudes relacionadas con los referentes conceptuales y el proceso metodológico a seguir y las formas de asumir los referentes en la acción que se desarrollará en el ámbito especialmente en el comunitario.

En este componente se incluye el desarrollo de acciones con todo el equipo de salud pública de la ESE, tales como:

- Alistamiento inicial de las personas o equipos que liderarán el trabajo
- Reconocimiento de los referentes conceptuales, políticos y normativos que orientan la acción.
- Las actividades de alistamiento deben estar enmarcadas en el diagnóstico social y el proyecto integral de la localidad, donde se identifican los recursos comunitarios, los territorios donde se desarrolla la estrategia de salud a su hogar, los núcleos de agricultura urbana activos constituidos por el Jardín Botánico.
- Reconocimiento de acciones o estrategias efectivas para el acercamiento comunitario y la coordinación con los diferentes sectores que ofrecen bienes o servicios a los potenciales grupos sujeto de las acciones
- Desarrollo de reuniones de análisis periódicas

Alistamiento: El equipo debe estar conformado por 3 profesionales de las disciplinas de: Nutrición, Trabajo Social, Terapeuta Ocupacional o Terapeuta Física (Con certificación de haber participado del curso de competencias en desempeño del programa TU VALES)

Acercamiento a la comunidad: para la identificación de grupos sociales y líderes comunitarios, aunque no es de carácter obligatorio es importante buscar grupos que tengan algunas de las características básicas que garantizan mejor contexto para la ejecución del programa. Estas características son:

- Un grupo con trabajo reconocido por las personas de la comunidad

- Un grupo con permanencia histórica reconocida en la zona
- Que se identifiquen intereses colectivos definidos (misión y visión proyectiva)
- La participación dentro del grupo sea espontánea y flexible.
- Un grupo con alta cohesión interna.
- Preferentemente mujeres y hombres adultos cuidadores de hogar.

Desarrollo de acciones de implementación: se inicia con una lectura compartida de necesidades particulares frente a las temáticas que aborda el programa TU VALES y un análisis situacional del contexto, de sus vivencias, creencias percepciones de acuerdo a sus condiciones socioculturales, características étnicas, perspectivas de género etc. Cada sesión se realiza de manera dinámica, creativa y participativa. Elementos estos que orientan y apoyan a cada uno de los componentes y a la vez son los que le permiten a los participantes resignificar su experiencia en torno a los componentes del programa.

Como es relevante el posicionamiento del programa TU VALES se hace necesario que la ESE construya con el equipo responsable material para este fin, como pendones, póster donde se promocioe el programa y se informe sobre las rutas de acceso al mismo.

Es de especial importancia en el proceso que se construya con los participantes un recetario, y un calendario de actividad física por localidad.

Promoción de patrones de consumo alimentario adecuados

En el área de Alimentación la nutricionista trabaja 7 sesiones de 2 horas para un total de 14 horas. Como todas las sesiones tienen práctica, se elabora una receta en cada una de ellas. Se propone para el desarrollo de las sesiones los siguientes contenidos mínimos, los cuales pueden ser adaptados de acuerdo a la lectura de necesidades de cada grupo.

SESIONES	TEMAS
1	Percepciones en cuanto al consumo de frutas y verduras. Preparación de la alimentación familiar: recetas con verduras y frutas.
2	Alimentos e importancia de su consumo. Conceptos básicos.
3	Higiene y manipulación de alimentos y cuidado de los dientes.
4	Grupos de alimentos y la importancia de su consumo.
5	Alimentación ajustada al presupuesto familiar.
6	Alimentación recomendada por grupos de edad. El momento de la con
7	Preparación de la alimentación familiar: recetas con frutas y verduras.

Cada ocho días, por un tiempo total de cinco meses, los asistentes a este programa, participan en talleres de 2 horas de duración, en áreas de nutrición, acondicionamiento físico y generación de espacios libres de humo.

Las actividades que se dan en cada una de las asesorías son: clases de cocina, realización de ejercicios y estrategias de cómo hacer que las personas de la familia que fuman, dejen ese hábito.

Con el fin de que los conocimientos que se ofrecen en estos cursos no se pierdan, los coordinadores organizan, junto con los asistentes, una carpeta, para que en ella se archiven las actividades realizadas durante los talleres y les sirva, al mismo tiempo, como un recordatorio de las cosas aprendidas.

Para todas las áreas se debe garantizar que el facilitador tenga la ficha del orientador y que el participante reciba los materiales como fichas de recordación y practicando en casa así como para el área del consumo de frutas y verduras se deben garantizar los respectivos suministros de insumos

para elaborar las preparaciones en caso de que en las negociaciones con los grupos comunitarios no se logre el aporte de estos.

Además de los procesos mencionados se dedican 6 horas para las 3 evaluaciones que se deben realizar. (Una evaluación inicial, una intermedia y una final.

- El total de horas directas de trabajo con cada grupo comunitario es de 44 horas, incluidas todas las temáticas.

En el desarrollo de cada sesión el facilitador debe hacer diligenciamiento de la ficha de registro con los aspectos más relevantes de lo ocurrido en las sesiones con los grupos, lo que permitirá posteriormente sistematizar el proceso.

Adicionalmente debe haber registros fotográficos y registro en sonido de los testimonios en las sesiones de evaluación.

Durante el desarrollo de las acciones se realizan discusiones técnicas semanales para revisar el desarrollo de las sesiones

- Al terminar las sesiones y evaluación se hace un evento para certificar la participación.

Sistematización: el programa TU VALES hace énfasis en hacer una sistematización crítica que aporte en forma permanente elementos para mejorarlo.

Población beneficiada:

A Febrero de 2007 cerca de 1.500 personas de las localidades de Puente Aranda, Usme y Teusaquillo, se habían beneficiado del programa "Tú vales".

Conclusiones:⁸

El estudio aporta elementos sobre la utilidad de desarrollar estrategias comunitarias de promoción de condiciones para la salud y calidad de vida, que estén vinculadas con las dinámicas locales, vayan más allá de estrategias de información e integren la red de apoyo personal.

La modificación lograda en el consumo de porciones de frutas y verduras se encuentra en el rango de cambio establecido en estudios con adultos sanos, el cual oscila entre 0, 1-1,4 porciones al día. Asimismo en el corto plazo las acciones más exitosas orientadas a promover la caminata como alternativa de

actividad física, han incrementado el tiempo destinado a esta actividad en un promedio de 30 a 60 minutos por semana, lo cual se corresponde con lo obtenido en el estudio con caminar como medio de transporte.

Aunque los cambios obtenidos fueron pequeños en términos de efectividad, estos son valorados desde las perspectivas de salud pública por sus potenciales efectos en toda la población.

Se deben considerar estrategias sensibles a las particularidades de género y a las condiciones de salud de las mujeres que se dedican a labores relacionadas con el hogar y el cuidado, para así posibilitar la transformación de relaciones inequitativas que afectan su calidad de vida y la de su grupo familiar.

El programa Tu Vales, es una de las pocas acciones comunitarias en Colombia, para la promoción de comportamientos, que puede mostrar sus niveles de efectividad y costos por lo cual puede servir como referente de futuros estudios.

⁸ Tomadas de la cartilla "Tu Vales" publicada por Colciencias y Universidad de Los Andes, Facultad de Medicina, Fundación FES Social, Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Salud. Bogotá. 2008

Sigue siendo un reto y un campo de investigación abierto, el diseño de estrategias que abarquen las características de los ambientes físicos y sociales, y faciliten la adopción de comportamientos saludables en la vida cotidiana, por lo cual resulta necesario profundizar en el desarrollo de los componentes del programa, orientados a los tenderos y grupos promotores de la actividad física.

Programa: TU VENDES. (público-privada)⁹
País: Colombia
Región: América Latina

TU ERES

UNA PERSONA

VALIOSA

EN NUESTRA COMUNIDAD

NOS ORIENTAS Y

DAS ALIMENTOS DE

EXCELENTE CALIDAD CON UN

SERVICIO AMABLE



La Secretaría Distrital de Salud ha venido adelantando algunos esfuerzos a través de los hospitales públicos de Bogotá para prevenir las enfermedades crónicas en el Distrito, a través de tres frentes principales como factores importantes en la calidad de vida y salud de las personas, que se resumen en el aumento de la actividad física, en los espacios libres de humo, y del consumo de frutas y verduras.

Como parte del proceso encaminado a promocionar particularmente el consumo de frutas y verduras la SDS ha venido desarrollando un trabajo orientado a complementar la labor hecha con las cuidadoras de hogar a nivel familiar y comunitario con acciones dirigidas a los proveedores de alimentos del mismo, en la que el tendero por medio de una mayor disponibilidad de frutas y verduras podría contribuir en el bienestar de sus comunidades. En tal sentido se conformó un programa denominado TU VENDES, el cual tuvo ya algunos adelantos en las localidades de Santa Fe y Ciudad Bolívar, pero debido a su carácter investigativo no es posible aún conocer resultados oficiales sobre las acciones adelantadas.

En términos generales este proceso intenta acercarse al tendero desde un enfoque de responsabilidad social con sus comunidades, desde el cual se enfatiza en el rol que cumple la tienda en el barrio, y de las potencialidades que estos espacios tienen para afectar positivamente el consumo y por ende la salud de las personas.

⁹ Reseña tomada del documento: DTGC02 Marco referencial para la estrategia de construcción de prácticas alimentarias saludables 2.0. convenio SDDE-compensar

Sin embargo, al encontrar que esta propuesta no era lo suficientemente llamativa para los tenderos, se han incluido otras temáticas como parte de los contenidos que se desarrollan en este programa:

- Fundamentos contables.
- Herramientas de ventas.
- Condiciones sanitarias.
- Ambiente de la tienda.
- Servicio al cliente.
- Estrategias de promoción y venta.
- Salud ocupacional.

Es importante mencionar que dentro de la información suministrada como avances de los resultados de la investigación, uno de los puntos citados por los investigadores es que los tenderos vieron como muy positivo el hecho de contar con espacios en los cuales fue posible reconocer e intercambiar información con los otros colegas de sus zonas.

Igualmente pudieron detectar que para los tenderos el tiempo es un factor determinante, y actividades que les implique abandonar su lugar de trabajo no son bien recibidas. En este sentido, es recomendable administrar el tiempo de trabajo de la mejor manera posible de tal forma que no afecte notablemente las actividades de venta.

3. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LAS ESTRATEGIAS

3.1. JUSTIFICACIÓN

La necesidad de la estrategia está planteada desde el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, el cual señala:

“Los seres humanos necesitamos y merecemos alimentarnos saludablemente y tenemos el derecho de conseguir fácilmente esos productos a precios justos. El Plan Maestro Alimenta Bogotá es un conjunto de políticas, planes, programas y proyectos que pretende mejorar la gestión de la cadena de suministro de alimentos integrada por pequeños, medianos y grandes empresarios de la producción, la transformación, la distribución, y la comercialización “con el fin último de buscar el beneficio para el consumidor”

A su vez, el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, se fundamenta en:

- 1) La Política de Seguridad Alimentaria y Nutricional
- 2) Diagnóstico realizado al sistema de abastecimiento de alimentos en la capital y la región visto desde la dimensión humana, operativa y territorial
- 3) Metas que van hasta el 2019:

En el Diagnóstico del sistema de abastecimiento realizado desde la dimensión humana, operativa y territorial por el Plan Maestro:

Algunos datos relevantes que guían los objetivos de las estrategias de comunicación para la movilización social en hábitos saludables y calidad e inocuidad:

A) Dimensión humana:

El Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, se dirige a una población objeto con las siguientes características.

Población objetivo total:	6.700
Población estratos 1-2 (prioritaria)	2'900
Línea de pobreza:	28.5%
Línea de indigencia:	4.5%
Población proyectada a 2010:	7'919

Población en situación de inseguridad alimentaria, marcada por los siguientes índices, para el Distrito Capital:

Consumo promedio por habitante por día 884.74 gramos de alimentos sobre un consumo óptimo que debería ser de 1.921 gramos por habitante,

Consumo promedio, energía, por habitante de 1210,95 calorías sobre un consumo óptimo que debería ser de 2607,86 calorías

Consumo promedio por habitante de 43,86 gramos de proteínas sobre un consumo óptimo que debería ser de 63 gramos de proteínas.

De otro lado, según datos Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia ENSIN 2005, encontramos que:

Más del 65% de las calorías que la población consume proviene de los carbohidratos, lo cual es considerado excesivo.

Las mujeres consumen la mitad de calorías en relación al consumo de los hombres.

La deficiencia en el consumo de proteínas es menor entre los grupos de de 9 a 13 y 14 a 18 años, teniendo en cuenta los picos de crecimiento en hombres y mujeres de estas edades.

La ingesta de proteínas es menor en los grupos de de 9 a 13 y 14 a 18 años, teniendo en cuenta los picos de crecimiento en hombres y mujeres de estas edades.

La población consume más grasa saturada que la recomendada lo cual constituye factor de riesgo para enfermedades cardiovasculares.

La cantidad de verduras y frutas que ingieren los colombianos es muy baja. La prevalencia de deficiencia de vitaminas A y C.

Es preocupante la prevalencia de la deficiencia en el consumo usual de calcio y de zinc en la población colombiana de todas las edades, especialmente a partir de los 9 años, edad en la que se inicia la última etapa del crecimiento y es necesario consumir estos nutrientes para cumplir con los requerimientos fisiológicos.

Capacidad de compra: 31% de un salario mínimo

B) Dimensión operativa:

Mal manejo de alimentos con un residuo de productos del 17%

Mal manejo de alimentos con mala manipulación del 22%

Calidad adecuada del servicio solo en el 56% de los operadores.

C) Dimensión territorial:

97% de los equipamientos son particulares

Como respuesta a esta problemática reflejada en el diagnóstico, el plan se propone las siguientes metas:

Metas del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos que van hasta el 2019 y están referidas a hábitos saludables y calidad e inocuidad:

A) Dimensión humana:

Nutrición 85%

Calorías y proteínas requeridas 100%

Capacidad de compra: 21% del salario mínimo.

B) Dimensión operativa:

Reducir desperdicio al 9%

Calidad adecuada del servicio al 80%

C) Dimensión territorial:

4 plataformas logísticas construidas.

70% de los equipamientos con planes de regularización

3.1. OBJETIVOS DE LAS ESTRATEGIAS ¹⁰

En relación con la salud del sistema:

Contribuir a eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos por parte de comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.

Contribuir a generar una conciencia alrededor de mejorar las condiciones sanitarias en los expendios de alimentos en el Distrito.

En relación con las transformaciones culturales:

Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.

Propiciar cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales;

En relación con la comunicación:

Articularse a los desarrollos en información, educación y comunicación que diseñe el Plan Maestro para el consumidor a fin de orientar de manera permanente la demanda de alimentos con criterio nutricional y a precio justo y promover la organización para la exigibilidad de sus derechos.

¹⁰ Los objetivos de la estrategia de comunicación para movilización social en torno a hábitos saludables y calidad e inocuidad, están planteados desde los objetivos del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad

4. EJES Y NÚCLEOS TEMÁTICOS DE LAS ESTRATEGIAS

Sin bien los dos ejes de las estrategias son diferenciados: Calidad e inocuidad y Hábitos nutricionales saludables; estos están íntimamente relacionados y tendrán un punto de encuentro en la práctica; esto es que los públicos de la estrategias (comercializadores, transportadores, consumidores del Distrito) interioricen la relación y la conviertan en práctica social.

4.1. EJE: Calidad e inocuidad:

Núcleos temáticos:

Inocuidad en la manipulación de los alimentos
 Inocuidad en el transporte de los alimentos
 Inocuidad en el almacenamiento comercial de alimentos
 Inocuidad para el consumo de alimentos
 Tratamiento de residuos orgánicos
 Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud (ETA)
 Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.

4.2. EJE: Hábitos nutricionales saludables

Núcleos temáticos:

Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
 Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
 Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
 Consumo de frutas y verduras
 Cultura alimentaria (mitos, leyendas, tradiciones)
 Incidencia de los malos hábitos alimentos en la salud (sobrepeso, obesidad, anemia, falta de productividad)

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN SOCIAL

EJE: CALIDAD E INOCUIDAD

5. ESTRATEGIA DE CALIDAD E INOCUIDAD EN LOS ALIMENTOS

5.1. MARCO DE LAS ACCIONES COMUNICATIVAS PLANTEADAS.

Las acciones comunicativas contempladas en la estrategia de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad de los alimentos, se enmarcan en:

A) Los principios de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito Capital, en especial, los pertinentes, relativos a:

- *Equidad*, en tanto están dirigidas a los actores más vulnerables del abastecimiento; hombres y mujeres; niños, niñas, jóvenes, adultos y personas mayores.

- *Progresividad*, dado que las acciones están relacionadas de manera acumulativa y en tiempos razonables, planteadas con realismo; considerando que las transformaciones en actitudes, aptitudes y compartimientos relacionados con la calidad e inocuidad de los alimentos, por lo general, no presentan resultados en lo inmediato.
- *Diversidad cultural*, en la medida en que propende por construcciones colectivas; se ubican en localidades habitadas por personas provenientes de diferentes regiones y etnias del país; promueve la producción cultural a través de expresiones artísticas propias de la comunidad.
- *Integralidad*, por la articulación entre las distintas acciones comunicativas de la estrategia para incidir con un mayor impacto;
- *Responsabilidad social*, llamando a los actores del abastecimiento a transformar sus prácticas para satisfacer el derecho a una alimentación de calidad para los consumidores finales; convocando a entidades y empresas del sector público y privado a cooperar, sumándose activamente a las acciones de la estrategia.
- *Solidaridad*, por cuanto parte de esfuerzos y compromisos individuales y colectivos derivados de la interiorización y toma de conciencia sobre la problemática.
- *Participación social, movilización ciudadana y promoción de la autonomía*; ya que conllevan decisión y gestión pública; vinculación a la acción colectiva; promoción de una cultura de exigencia frente a un derecho.

B) Ejes estratégicos de acción pública y líneas de trabajo de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito, como son:

- Disponibilidad de alimentos suficientes, nutricionales y culturalmente adecuados e inocuos;
- Prácticas de alimentación y modo de vida saludables en el marco de la diversidad cultural;

C) Objetivo específicos de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito, en lo referente a:

- Garantizar la disponibilidad de alimentos nutritivos, seguros e inocuos.

D) Objetivos del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá, así:

- Contribuir a eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos por parte de comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.
- Contribuir a generar una conciencia alrededor de mejorar las condiciones sanitarias en los expendios de alimentos en el Distrito.
- Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.

E) Las metas del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria y Nutricional de Bogotá, en su dimensión operativa:

- Reducir el desperdicio por mal manejo de alimentos al 9%
- Reducir el mal manejo de alimentos por mala manipulación

F) Estrategias de desarrollo del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, en lo relativo:

- Estrategia de participación y comunicación para la movilización social, promoviendo procesos de participación organizada, con incidencia de los actores del abastecimiento y sus organizaciones en la implementación de la estrategia.

G) El documento de diseño de la Estrategia de Comunicación y Movilización Social del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, en:

- *El concepto de movilización social*, el cual es eje del modelo, entendida como “convocación de voluntades para lograr un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos, mediante una acción comunicativa que por ser una convocatoria es un acto de libertad, por ser una convocatoria de voluntades es un acto de pasión y por ser una convocatoria de voluntades a un propósito común es un acto público y de participación (Toro, 2002) La movilización social, entonces, se propone lograr que muchos, que son diferentes, puedan concertar y lograr propósitos comunes sin tener que negociar, ceder o renunciar a su diferencia, es decir, busca colocar en el imaginario colectivo convocatorias tan sólidas y fuertes que motiven a muchos a sumarse, por encima de sus diferencias de etnia, sexo, edad, clase, religión o ideario político”.
- *Los Principios de la estrategia* de comunicación y movilización social del Plan:
El ciudadano como eje de la estrategia
Apropiación hacia el empoderamiento
Inclusión social
Equidad de género
Responsabilidad Social
Responsabilidad social empresarial
Control Social
Trabajo en Equipo
Orientación al cambio
Calidad en la gestión de la edu-comunicación e información
Reconocimiento de la diversidad cultural

5.2. ACCIONES COMUNICATIVAS (ACTIVIDADES, ENFOQUE, RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y LOGÍSTICOS REQUERIDOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN)

Las acciones comunicativas que componen la estrategia de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad de los alimentos, se presentan en GUIAS PARA LA IMPLEMENTACION DE LA ACCION COMUNICATIVA, con el ánimo de facilitar su implementación.

Cada una de las guías, contiene:

Acción Comunicativa: Entendida como una acción que posibilita la interlocución de diferentes actores frente a un misma situación para pasar del pensamiento a la acción transformadora. En la guía cada acción comunicativa, tiene un nombre y una breve descripción de la acción. Una misma acción comunicativa puede establecerse para varios sujetos de la acción.

Sujetos de la Acción: Se refiere a quienes intervienen en la acción. Los sujetos de la acción son públicos y/o privados; agentes todos del abastecimiento de alimentos. Los sujetos guían no solamente la acción comunicativa planteada sino que también se conciben como actores directos en la implementación y sostenibilidad de las acciones. En la estrategia de calidad e inocuidad en los

alimentos son sujetos prioritarios de la acción los comerciantes de alimentos en plazas, comerciantes de alimentos en tiendas, comerciantes de alimentos preparados, organizaciones de comerciantes, organizaciones de la industria de alimentos, transportadores, consumidores, Juntas de Acción Comunal del Distrito.

Objetivos de la Acción: Son los resultados que se esperan lograr de la acción.

Núcleos temáticos: Correspondientes a cada uno de los ejes; recogen y organizan de manera precisa, una información básica que guía la acción.

Enfoque de la Acción: Da cuenta, entre otros aspectos, de la intención que guía la acción; de su sentido; de las condiciones deseables para su ejecución.

Metodología y/o procedimiento:

Indica el cómo desarrollar la acción; con que dinámicas, con qué momentos. Para algunas acciones se detallan las agendas necesarias para implementar efectivamente la acción.

Recursos requeridos para la Acción:

Señala recursos humanos, recursos técnicos y recursos logísticos requeridos. En algunas acciones se detallan las especificaciones técnicas de los productos requeridos para la acción.

GUÍA 1 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

Concertación de acciones con los coordinadores de las plazas de mercado distritales, públicas y privadas.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Coordinadores de las plazas de mercado del Distrito tanto públicas como privadas.
Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTÁ.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Movilizar a los coordinadores de las plazas de mercado para que propongan y dinamicen acciones de comunicación entre los comerciantes de las plazas orientadas a promover prácticas de calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos para un consumo saludable.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos

- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 4) Tratamiento de residuos orgánicos
- 5) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud
- 6) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La acción debe propiciar un auto-reconocimiento e interiorización sobre la problemática de calidad e inocuidad en las plazas, evidenciar y poner en común los desafíos más importantes, incentivar la reflexión sobre como se asume la problemática y plantear iniciativas y propuestas dando respuestas a los desafíos.

Debe igualmente facilitar el encuentro e interlocución entre quienes son responsables de la administración de las plazas buscando cooperación permanente, articulada y sostenible en su gestión.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTÁ.

Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGÍA:

La acción Construcción Colectiva, será realizada mediante metodología de taller en tanto permite centrar la fuerza de la acción en las personas, sus saberes, sus experiencias, sus expectativas, su compromiso.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda de taller de Construcción Colectiva con coordinadores de plazas de mercado.

Primer momento: Bienvenida.

Duración: 30 minutos

Dinámica: En plenaria

Bienvenida a los participantes
 Presentación de la agenda de la reunión
 Presentación de los objetivos de las estrategias de comunicación para la movilización s

En este momento es importante:

- Motivar a los coordinadores para que aporten en la construcción de la estrategia de comunicación para la movilización social sobre calidad e inocuidad y su posterior implementación.

Responsable: Integrante del equipo de ALIMENTA BOGOTA
 Recursos: Carpetas, bolígrafos

Segundo momento: Evidenciando desafíos

Duración: 60 minutos

Dinámica: En plenaria

Evidenciar y poner en común los desafíos más importantes relacionados con prácticas de calidad e inocuidad en los puestos de venta de las plazas de mercado.

En este momento es importante

- Identificar los desafíos comunes a las plazas sobre calidad e inocuidad.

Responsable: Todos los coordinadores y un moderador que da la palabra.
 Recursos: Pápelo grafo, marcadores
 Relator con computador para registro de memoria.

Tercer momento: Letra tras letra

Duración: 60 minutos

Dinámica: Trabajo en 3 grupos formando las palabras Participación, Comunicación, Movilización.
 Encuentro de grupos para socializar el trabajo

Incentivar la reflexión sobre qué es y cómo se asume la participación, la comunicación y movilización para la transformación de prácticas no saludables en calidad e inocuidad.

En este momento es importante

- La construcción colectiva de los conceptos Participación, Comunicación, Movilización como prácticas sociales Inter.-relacionadas de los agentes del abastecimiento de alimentos que operan en las plazas (coordinadores, comercializadores de plaza, consumidores)

Responsable: Todos los participantes y dinamizador de la actividad.
 Recursos: Tarjetas de colores formando las palabras Participación, Comunicación, Movilización.
 Papelógrafo, marcadores
 Relator con computador para registro de memoria.
 Espacio adecuado para el trabajo en grupos.

Cuarto momento: Las voces de las plazas

Duración: 120 minutos
 Dinámica: Trabajo en grupos
 Plenaria para socializar e Interrelacionar las acciones.

Recoger las iniciativas y propuestas de los coordinadores de plazas en relación con las acciones de comunicación para la movilización social que logren transformaciones sobre desafíos evidenciados.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de los desafíos evidenciados.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (escenarios, lugares)
 - ¿Con qué? (recursos requeridos)

Responsable: Todos los participantes y dinamizador de la actividad.
 Recursos: Papelógrafo, marcadores
 Relator con computador para registro de memoria.
 Espacio adecuado para el trabajo en grupos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Coordinadores(as) de las plazas de mercado del Distrito.
 Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTÁ.

TÉCNICOS:

Computador

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado.
 Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.
 Almuerzo (si el taller se desarrolla en una sola jornada)
 Insumos (tarjetas para la dinámica señalada en la agenda del taller, carpetas, bolígrafos, papelería)

GUÍA 2 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: LA VOZ DE LAS PLAZAS

Activación de los circuitos internos de audio de las plazas mediante la producción de un programa semanal de audio y producción de mensajes.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado del Distrito, públicas y privadas.
 Usuarios de las plazas de mercado del Distrito, públicas y privadas.
 Personas encargadas de los circuitos internos de audio en las plazas de mercado.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Promover en comerciantes y usuarios de las plazas de mercado distritales, buenas prácticas de manipulación, transporte, almacenamiento y consumo de alimentos.

Capacitar a las personas encargadas de los circuitos internos de las plazas, en producción de programas sonoros con el fin de activar estos circuitos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

En la activación de los circuitos internos de audio de las plazas:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el consumo de los alimentos
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La Voz de las Plazas busca fortalecer los circuitos internos de audio de las plazas de mercado distritales, mediante la producción y emisión de un programa semanal de audio y la producción y emisión de mensajes cortos permanentes.

Se concibe que los programas y mensajes sean realizados directamente por los encargados en las plazas y propicien la participación de los comercializadores en las emisiones. Para ello, es necesario capacitar en producción de radio/audio a las personas encargadas de los circuitos internos de audio en cada plaza.

La capacitación debe enfocarse desde la comprensión de la función del medio sonoro, la importancia de la expresión de intereses, necesidades y propuestas surgidas desde la plaza y sus actores frente a los contenidos temáticos prioritarios arriba señalados, correspondientes al eje de calidad e inocuidad. Con enfoque teórico-práctico la capacitación debe igualmente trabajar características del lenguaje sonoro y reconocimiento de formatos adecuados al medio a utilizar y contenidos a tratar.

METODOLOGÍA:

La acción Voces de la Plaza, es de carácter participativo tanto en la producción de los programas y mensajes como en la capacitación a las personas encargadas de dirigir los mismos.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se proponen los contenidos más relevantes para las acciones de capacitación, a quienes van a producir los programas y mensajes sonoros. El plan de capacitación está concebido para ser desarrollado en jornadas teórico-prácticas.

LA VOZ DE LAS PLAZAS.

Contenidos para la capacitación:

- 1) Democratizar la palabra para democratizar la calidad.
- 2) Posibilidades del medio sonoro
- 3) El lenguaje sonoro:
La palabra:
 La voz
 La respiración
 La articulación
 La dicción
La música
Los efectos de sonido
El silencio
La técnica.
- 4) Lectura:
 Lectura comprensiva
 Lectura punteada
 Lectura modulada
 Lectura libre
- 5) La improvisación y el estilo propio.
- 6) Formatos sonoros:
 La entrevista
 Entrevista individual
 Entrevista colectiva
 La nota
 Nota simple
 Nota ampliada
 Nota documentada
 Nota ilustrada
 La noticia
 El comentario
 Las cuñas
- 7) Pasos para armar la programación de los circuitos internos de audio:
 Perfiles y públicos
 Un buen diagnóstico
 Estilo, objetivos y oferta
 Franjas horarias
 Parrilla de programación

Validación, monitoreo y evaluaciones periódicas

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

Recursos requeridos para la activación de los circuitos internos de audio de las plazas:

HUMANOS:

Ingeniero de sonido que certifique las plazas de mercado con las condiciones óptimas para la implementación de Voces de las plazas.

Persona a cargo del manejo de los equipos y producción de los programas y mensajes.

TÉCNICOS:

Circuitos de audio habilitados

LOGÍSTICOS:

Cabina de emisión de acuerdo con las condiciones de cada plaza.

Recursos requeridos para la capacitación de quienes van a producir los programas y mensajes sonoros a ser emitidos por los circuitos internos de audio:

HUMANOS:

Un capacitador(a)

Personas encargadas de la producción de los programas y mensajes.

TÉCNICOS:

Equipo y material de producción sonora.

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado para taller teórico-práctico.

Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.

Almuerzo (si el taller se desarrolla en jornadas de un día)

Insumos (carpetas, bolígrafos, papelería,)

GUÍA 3 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: LA VOZ DE LAS PLAZAS

Producción y emisión de un segmento del programa de radio de ALIMENTA BOGOTÁ, “Justo a las 4”, desde las plazas de mercado distritales.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Equipo de producción de Justo a las 4.

Coordinadores(as) de las plazas de mercado

Comerciantes de los distintos grupos de alimentos de las plazas de mercado.

Radioescuchas del programa “Justo a las 4”

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Hacer visibles las plazas en el mercado de Abastecimiento de alimentos, su función y compromiso con la calidad e inocuidad, a través del programa de radio “Justo a las 4”

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

- 4) Calidad e inocuidad en el consumo de los alimentos
- 5) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La Alcaldía Distrital a través de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Alimenta Bogotá, “cuenta con un espacio en la radio que le permite a los actores del sistema de abastecimiento de alimentos de Bogotá, dialogar con la institucionalidad y entre ellos mismos sobre temas de su interés”¹¹

El enfoque de la acción, está soportado por el enfoque mismo del programa, el cual busca, entre otros aspectos, posibilitar la expresión de los agentes del sistema de abastecimiento de alimentos de la ciudad región y fomentar actitudes positivas en los actores del abastecimiento que contribuyan a transformar las ineficiencias que ocurren en la cadena de abastecimiento de alimentos.

En sus retos, el programa se plantea, su capacidad para visibilizar todos los actores desde sus necesidades y legítimas demandas; su capacidad para generar espacios de participación, diálogo y encuentro entre los distintos actores del abastecimiento de alimentos y sus intereses; su capacidad para reconocer la diversidad (visiones, saberes, competencias) y tener la capacidad de articularlas en propósitos comunes.

Su capacidad para hacer del espacio no solo un espacio institucional sino fundamentalmente, una tribuna ciudadana.

METODOLOGÍA:

La metodología de la acción es participativa desde:

- 1) la participación de los coordinadores de las plazas de mercado en la planificación y realización del segmento del programa de radio.
- 2) La participación de los coordinadores y comercializadores de las plazas de mercado como fuentes de información del programa.

Los núcleos temáticos relativos a calidad e inocuidad en la manipulación, transporte, almacenamiento de alimentos se abordarán por cada uno de los siete grupos de alimentos en distintas plazas de mercado.

Los segmentos grabados desde las plazas, así como el programa en su totalidad, serán re-emitidos a través de los circuitos internos de audio de las plazas.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

- Equipo de producción de Justo a las 4.
- Coordinadores(as) de las plazas de mercado.
- Comercializadores(as) de los siete grupos de alimentos.

TÉCNICOS:

- Circuitos de audio habilitados

¹¹ Racional del programa de radio Justo a las 4...Alimenta Bogotá. enero 2009.

LOGÍSTICOS:

Los necesarios, a cargo de la producción del programa Justo a las 4.

GUÍA 4 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS

Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas
Transportadores de alimentos

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Propiciar la reflexión sobre calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.

Promover buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

ENFOQUE:

La acción comunicativa Impresiones necesarias, debe permitir que comercializadores y transportadores den sentido a su actuación como actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, interioricen la problemática de calidad e inocuidad, se sensibilicen sobre la misma, reconozcan sus prácticas y actúen hacia la transformación de las mismas.

Cada afiche, unitario, hace parte de una serie, con un solo núcleo temático central y con elementos comunes a toda la serie.

La serie de afiches, al igual que la historieta, deben tener una unidad conceptual, una coherencia temática y una misma línea creativa, beneficiando el logro de los objetivos didácticos y movilizadores.

METODOLOGÍA:

La producción de los materiales requiere, en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los comercializadores y transportadores de alimentos en la ciudad-región. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Comité editorial para producción de materiales de comunicación de ALIMENTA BOGOTÁ.
Diseñador/ilustrador profesional.

TÉCNICOS:

Impresión de afiche de 1/4 pliego (49 x 34), 4 x 0 tintas, en material durable y resistente a sol y agua.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Plazas de mercado del Distrito, públicas y privadas, localizados en sitios estratégicos de las plazas, tanto zonas comunes internas y externas como puestos de venta.

GUÍA 5 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS

Producción y distribución de una historieta mensual alusiva a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte, y almacenamiento de alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas
Transportadores de alimentos

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Propiciar la reflexión sobre calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.

Promover buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

ENFOQUE:

La acción comunicativa Impresiones necesarias, debe permitir que comercializadores y transportadores den sentido a su actuación como actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, interioricen la problemática de calidad e inocuidad, se sensibilicen sobre la misma, reconozcan sus prácticas y actúen hacia la transformación de las mismas.

La historieta debe resaltar la importancia del aporte individual para el desarrollo de una gestión colectiva en beneficio de todos los comercializadores y consumidores de alimentos.

La historieta, al igual que los afiches, debe tener una unidad conceptual, una coherencia temática y una misma línea creativa, beneficiando el logro de los objetivos didácticos y movilizadores.

La historieta debe ser amena, propositiva, con más peso en lo visual que en lo textual. Debe, en lo posible, apoyarse en el humor.

METODOLOGÍA:

La producción de los materiales requiere, en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los comercializadores y transportadores de alimentos en la ciudad-región. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Comité editorial para producción de materiales de comunicación
De ALIMENTA BOGOTÁ.
Diseñador/ilustrador profesional.

TÉCNICOS:

Impresión de historieta tamaño media carta, portada y contraportada esmaltado mate 150 grms, 4 x 1 tintas, interior 8 páginas 1 tinta papel mate 90 grms, acabado plegados en 2 cuerpos y cosidos al caballete con 2 ganchos.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Comerciantes de alimentos de plazas de mercado del Distrito, públicas y privadas, a través de coordinadores de plazas.
Transportadores de alimentos en las plazas, a través de los comerciantes de alimentos de las plazas.

GUÍA 6 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS

	Producción de una sección de un impreso mensual, de circulación entre comercializadores y clientes de las plazas de mercado.
SUJETOS DE LA ACCIÓN:	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas Transportadores de alimentos de las plazas Consumidores, usuarios de las plazas.
OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:	Resaltar el compromiso de los comerciantes y transportadores de las plazas con la calidad e inocuidad. Proporcionar información útil para el ejercicio cotidiano de buenas prácticas en calidad e inocuidad.

Aportar a la construcción de una cultura de exigencia de calidad e inocuidad en los clientes de las plazas y de responsabilidad social en los comerciantes y transportadores.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud.
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.

ENFOQUE:

La sección del boletín mensual boletín mensual está orientada a poner en consideración la calidad e inocuidad de los alimentos como una responsabilidad social de parte de comercializadores, transportadores y consumidores.

La sección debe contener, fundamentalmente, reseña de experiencias en buenas prácticas de calidad e inocuidad en plazas e información útil para el ejercicio de buenas prácticas de calidad e inocuidad en la manipulación, transporte y almacenamiento de los alimentos.

Debe constituirse en la expresión de las plazas sobre el tema. Para ello, cada mes debe centrarse en una plaza determinada. La planificación, coordinación y ejecución se adelantará con los coordinadores de plazas.

El boletín debe tener más peso en lo visual que en lo textual, recurriendo a crucigramas, sopa de letras, caricaturas, fotografías, dibujos, cuadros, entre otros recursos gráficos.

METODOLOGÍA:

La producción mensual de la sección del boletín dedicada a las plazas de mercado, boletín estará soportada con el aporte de los comercializadores y transportadores comprometidos con la temática, convocados a través de los coordinadores.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

- Coordinadores de plazas
- Comercializadores y transportadores de alimentos de plazas.
- Comité editorial para producción de materiales de comunicación de ALIMENTA BOGOTÁ.
- Comunicador(a)
- Diseñador/ilustrador profesional.

TÉCNICOS:

- Impresión de boletín tamaño carta, 8 páginas, mate 90 gramos, 2 tintas.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

- Comerciantes de alimentos de plazas de mercados del Distrito, públicos y privados, a través de coordinadores de plazas.
- Transportadores de alimentos en las plazas, a través de los comerciantes de alimentos de las plazas.
- Usuarios a través de los comerciantes de alimentos de las plazas.

GUÍA 7 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: ARTE EN LAS PLAZAS

Puesta en escena y presentación de cuadros teatrales.

- SUJETOS DE LA ACCIÓN:** Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas
Transportadores de alimentos de las plazas
Consumidores, usuarios de las plazas.
Grupos de teatro de las localidades.
- OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:** Incentivar la reflexión sobre calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.
Promover buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.
- NÚCLEOS TEMÁTICOS:**
- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
 - 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
 - 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial y doméstico de los alimentos.
 - 4) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.

ENFOQUE:

El teatro llega al sentimiento y a la razón. Como recurso artístico expresivo facilita la visualización, la interiorización y lleva a que el espectador se haga preguntas sobre una situación determinada, en este caso referida a prácticas de calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.

Una plaza de mercado es un punto de encuentro donde se incentivan todos los sentidos: las texturas y fragancias de las frutas y las verduras, la organización de las carnes, los pescados y todos los productos; los pregones de los comerciantes anunciando.

Si llevamos el arte a la plaza estaremos aportando a consolidar un lugar para el disfrute, el enriquecimiento espiritual, el conocimiento y la diversión para la humanización y comprensión del mundo del trabajo con los alimentos.

Como dijo El Quijote, citando a Cicerón “para que el teatro pueda ser, una vez más espejo de la vida humana, ejemplo de costumbres e imagen de la verdad”.

METODOLOGÍA:

La acción de puesta en escena y presentación de los cuadros teatrales, conlleva una metodología de investigación participativa para llegar a la definición de los núcleos temáticos, didácticos y sinopsis tratamiento de las piezas.

PROCEDIMIENTO:

- 1) Identificación de los grupos de teatro en cada localidad que tengan una trayectoria de trabajo.
- 2) Selección de los grupos con los cuales se desarrollará Arte en las plazas.
- 3) Realización de un taller de creación que vincule la experiencia de los grupos con el conocimiento específico de las temáticas a abordar en los cuadros teatrales.

- 4) Realización de investigación de campo por parte de los grupos de teatro, recogiendo historias cotidianas sobre las temáticas, apoyados por los coordinadores de plazas.
- 5) Realización de taller de libretos de teatro para definir las sinopsis de los cuadros a montar y su respectivo tratamiento dramático.
- 6) Afinamiento de libretos
- 7) Montaje de los cuadros teatrales.
- 8) Ensayo general para aprobación y ajustes
- 9) Presentaciones de acuerdo con agenda planificada.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Director con experiencia en comunicación educativa y producción teatral.
Grupo (s) de teatro de las localidades.

LOGÍSTICA:

Sitio para ensayos, utilería y vestuario.

SITIOS DE PRESENTACIÓN.

Plazas de mercado públicas y privadas
Otros espacios públicos a determinar.

GUÍA 8 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: ARTE EN LAS PLAZAS

Producción de un concierto con música popular alusiva al hombre y su relación con los alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas
Transportadores de alimentos de las plazas
Consumidores, usuarios de las plazas.
Músicos.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Recrear el espíritu con música que exprese el placer de producir y el placer de consumir alimentos de manera sana, segura y compartida.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial y doméstico de los alimentos.

ENFOQUE:

Cuando sentí una alegría;
cuando un dolor me golpió;
cuando una duda mordió
mi corazón de paisano,
desde el fondo de los llanos,
vino un canto y me curó.
Atahualpa Yupanqui.

La música es esencialmente una experiencia vivencial: nos genera respuestas a nivel físico (llevamos la pulsación, seguimos el ritmo, modifica nuestra respiración, los ritmos del corazón, etc.), pero también a nivel mental, psicológico o emocional. A través de la música podemos experimentar sensaciones (de libertad, tranquilidad, placer), recuperar recuerdos, pensamientos, imágenes, o incluso cambiar nuestro estado de ánimo. También nos permite expresar y comunicar a partir de canales diferentes de los verbales, o crear sentimientos de unidad con otras personas y comunidades. En conclusión, la música nos ayuda a trabajar valores que son implícitos en ella misma, como escuchar, dialogar, compartir o respetar. Una pieza musical puede convertirse en una actividad didáctica socio afectiva: a partir de la experiencia musical podemos evaluar como nos hemos sentido, qué hemos notado o qué nos ha pasado, analizar qué está pasando más allá de nosotros, tomar conciencia tanto a nivel personal como social del tema que hayamos decidido trabajar y, finalmente, elaborar propuestas de acción transformadora.¹²

El verso de Atahualpa y el planteamiento de las investigadoras españolas expresan el potencial de la música como lenguaje de transformación.

Colombia es un país de una muy variada y rica producción musical. En el altiplano cundí boyacense se tienen preferencias musicales arraigadas en la historia cultural de la región, con sus instrumentos propios y su manera propia de cantar a la naturaleza, al entorno. Por ello la metodología para montar el concierto propuesto debe partir de la creación original realizada por un cantautor reconocido y querido por la población.

METODOLOGÍA:

La producción del concierto, conlleva una metodología de investigación participativa para llegar a la definición de los núcleos temáticos, didácticos y sinopsis tratamiento de las piezas.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Canta-autor para escritura de las canciones y composición musical.
Grupo musical para ejecución de las piezas que hacen parte del concierto.

SITIOS DE PRESENTACIÓN.

Plazas de mercado públicas y privadas
Espacios públicos a determinar.

¹² Tomado de "La música como instrumento de educación para la paz". Alba Sanfeliu Bardia y Marina Caireta Sampere. Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Ciencias de la Educación. 2005.

GUÍA 9 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: ESTIMULO A LA CALIDAD

Premio al puesto de venta de cada plaza de mercado que presente las mejores condiciones de calidad e inocuidad.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado, públicas y privadas. Las plazas de mercado en su conjunto.
OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:	Estimular y reconocer el compromiso de los comerciantes de las plazas con la calidad e inocuidad. Impulsar y dinamizar la gestión colectiva entre los comerciantes de alimentos. Promover la calidad e inocuidad en los puestos de venta y en la gestión de las plazas. A través del reconocimiento, estimular a comerciantes de alimentos a presentar iniciativas de acción para el avance y consolidación de la política pública del Distrito en calidad e inocuidad en los alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

ENFOQUE

La acción Estímulo a la calidad, destaca las buenas prácticas en calidad e inocuidad específicamente en manipulación y almacenamiento comercial de los alimentos.

Emulan, mensualmente, por el estímulo a la calidad colectivos de comerciantes de una misma plaza quienes comercian un mismo tipo de alimento, tales como comerciantes de frutas, comerciantes de verduras, comerciantes de cárnicos, comerciantes de pescados, comerciantes de lácteos, entre otros.

El estímulo es un reconocimiento colectivo, no individual; ello posibilita promover la gestión colectiva, estrategia esencial del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos de Bogotá. Permite igualmente que comerciantes comprometidos con la calidad jalonen a otros con quienes entran a concursar y quienes también se verán beneficiados con el premio.

Para los comerciantes el estímulo debe ser atractivo y significativo en términos de ahorro, productividad o rentabilidad. Para la plaza el estímulo debe ser significativo en términos de visibilidad, reconocimiento a la gestión y perspectivas de mercadeo para la plaza en su conjunto.

La acción busca igualmente proyectar escenarios de encuentro entre los grupos de comerciantes ganadores de estímulos para compartir experiencias y aportar iniciativas de acción para el avance y consolidación de la política pública del Distrito en calidad e inocuidad en los alimentos

La acción Estímulo a la calidad, está enmarcada en el artículo 12 del decreto 315 de 2006 por medio del cual se otorga atribuciones al Consejo Directivo del Plan Maestro en términos de “Definir incentivos distritales para promover y facilitar la vinculación de los agentes del abastecimiento al Plan”.

PROCEDIMIENTO:

1. Selección y definición del equipo evaluador con carácter interdisciplinario e interinstitucional.
2. Definición de los criterios, parámetros y categorías de evaluación para otorgar el reconocimiento.
3. Definición del estímulo y fuente del mismo.
4. La expedición del acto administrativo que legitime el premio, bajo las atribuciones del artículo del 12 del decreto 315
5. Invitación a las plazas y a los grupos de comerciantes a concursar.
6. Divulgación de la acción y el premio a través de los sistemas internos de audio en las plazas, boletín de las plazas, medios locales, públicos y comunitarios de comunicación, avisos no pagos en medios comerciales (free-press), carteleras, entre otros.
7. Apertura del premio
8. Cierre de inscripciones
9. Monitoreo a inscritos a lo largo de un mes por parte del equipo evaluador.
10. Sesión final de Evaluación
11. Divulgación de ganadores
12. Jornada de encuentro con el grupo ganador para recoger sus iniciativas de acción para el avance y consolidación de la política pública del Distrito en calidad e inocuidad en los alimentos.
13. Acto público de premiación al grupo ganador y a la plaza ganadora.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Integrantes del equipo evaluador, interdisciplinario e interinstitucional.
 Equipo jurídico para proyectar acto administrativo
 Coordinadores de plazas
 Comerciantes de alimentos de las plazas.
 Comunicador(a)

PREMIOS:

Para el grupo(s) de comerciantes ganador(es): A convenir, se sugiere por ejemplo exención de pago de alquiler de los puestos de los ganadores durante determinado número de meses.

Para la plaza a la que pertenece el grupo(s) ganador(es): Una placa

LOGÍSTICOS:

Espacio, refrigerios y almuerzo para jornada de encuentro con el grupo ganador
 Espacio para acto de premiación.

GUÍA 10 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

Alianza con representantes de organizaciones de comerciantes de alimentos, ya vinculados a través de alianzas o gestión de redes.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Representes de organizaciones de comerciantes de alimentos.
Comerciantes de alimentos del Distrito Capital.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Promover la vinculación de organizaciones de comerciantes de alimentos, a las acciones de comunicación para la movilización social orientadas a promover prácticas de calidad e inocuidad en los comerciantes, para una venta adecuada.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 4) Tratamiento de residuos orgánicos
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La acción debe propiciar un auto-reconocimiento e interiorización sobre la problemática de calidad e inocuidad en los lugares de comercialización de alimentos, evidenciar y poner en común los desafíos más importantes, incentivar la reflexión sobre como se asume la problemática y plantear iniciativas y propuestas dando respuestas a los desafíos.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTA.

Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGÍA:

La acción Construcción Colectiva, con representantes de las organizaciones se realizará con dinámica de reunión de trabajo, en duración no mayor a 3 horas.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda la reunión de Construcción Colectiva con representantes de organizaciones de comerciantes. Se sugiere sean organizaciones ya vinculadas al Plan Maestro.

Primer momento: Bienvenida.
 Duración: 15 minutos
 Dinámica: En plenaria

Bienvenida a los participantes
 Presentación de la agenda y el propósito de la reunión

En este momento es importante:

- Motivar el compromiso de las organizaciones de comerciantes, con la calidad e inocuidad en los negocios, resaltando su responsabilidad social y el impacto positivo en la rentabilidad del negocio.

Responsable: Integrante del equipo de ALIMENTA BOGOTÁ
 Recursos: Carpetas, bolígrafos

Segundo momento: Evidenciando desafíos
 Duración: 60 minutos
 Dinámica: En plenaria

Evidenciar y poner en común los desafíos más importantes relacionados con prácticas de calidad e inocuidad.

En este momento es importante

- Identificar los desafíos comunes a los establecimientos comerciales de venta de alimentos sobre calidad e inocuidad.

Responsable: Todos los coordinadores y un moderador que da la palabra.
 Recursos: Pápelo grafo, marcadores
 Relator con computador para registro de memoria.

Tercer momento : Acuerdos por la calidad.
 Duración: 60 minutos
 Dinámica: En plenaria.

Construir iniciativas y propuestas de las organizaciones de comerciantes de alimentos que logren transformaciones sobre los desafíos evidenciados.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de los desafíos evidenciados.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (Escenarios, lugares)
 - ¿Con qué)? (recursos requeridos)

Responsable: Todos los participantes y dinamizador de la actividad.
 Recursos: Pápelo grafo, marcadores
 Relator con computador para registro de memoria.
 Espacio adecuado para el trabajo en grupos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Representantes de organizaciones de comerciantes de alimentos.
 Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTA.

TÉCNICOS:

Computador

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado.
 Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.
 Libretas, bolígrafos.

GUÍA 11 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

MOMENTOS DE REGOCIJO:

Jornadas para sensibilizar a tenderos, tenderas y sus familias y motivar su compromiso con la calidad e inocuidad en y desde las tiendas.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Tenderos y tenderas quienes sean líderes comunitarios naturales, convocados por las Juntas de Acción Comunal.
 Familiares menores de edad del tendero(a) (menores en edad escolar)
 Integrante(s) de las Juntas de Acción Comunal del barrio donde vive el tendero(a).

Familiares menores de edad del comunal (menores en edad escolar)

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Incentivar prácticas de calidad e inocuidad en y desde las tiendas, para una venta adecuada.

Promover la vinculación de comerciantes de alimentos y sus familias, a las acciones de comunicación para la movilización social orientadas a incentivar prácticas de calidad e inocuidad.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 5) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud
- 6) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La Construcción Colectiva con tenderos y tenderas y sus familias busca un auto-reconocimiento e interiorización sobre la problemática de calidad e inocuidad en las tiendas, evidenciar y poner en común los desafíos más importantes, incentivar la reflexión sobre como se asume la problemática y plantear iniciativas y propuestas dando respuestas a los desafíos.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTÁ.

Aspiran ser cimientos para la construcción o consolidación de redes de gestión de vecindad a través de las cuales se implementen otras estrategias de gestión del Plan Maestro.

La construcción colectiva con tenderos, tenderas y sus familias, convocadas con integrantes de las juntas de acción comunal de sus barrios, comprende:

Una primera actividad denominada “Momentos de regocijo” la cual es:

Un punto de partida para la reflexión sobre los problemas de calidad e inocuidad en la manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos en la tienda.

Se espera que sea igualmente un momento de compromiso de los tenderos, tenderas y sus familias a trabajar conjuntamente por la calidad e inocuidad en los alimentos.

Las caracterizaciones de las tiendas arrojan:

- 1) que las tiendas son manejadas en familia
- 2) que los tenderos(as) responden poco a convocatoria de reuniones para no abandonar su tienda.

Por esto se propone que cada jornada congrege aproximadamente diez (10) tenderos y familia (padre-madre-2 menores en edad escolar), y representante de la junta de acción comunal del barrio y familia (dos menores de edad), realizada en sitio fuera de la ciudad, posibilitando la recreación.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe propiciar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de encuentro deben ser saludables.

JORNADA: MOMENTOS DE REGOCIJO:

Objetivos de la jornada: Posibilitar escenarios de encuentro entre tenderos y tenderas de un mismo barrio por localidad.

Sensibilizar y propiciar la reflexión sobre la importancia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la tienda.

Motivar el compromiso de los tenderos y tenderas, comunales, y sus familias, con la calidad e inocuidad en los negocios, resaltando su impacto en la salud de los consumidores y en la rentabilidad del negocio.

Metodología de la jornada: “Momentos de regocijo” debe ser una jornada lúdica-educativa y participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo, generador de confianza y creatividad, que refuerce la importancia de trabajar en gestión de red.

Agenda de la jornada:

Registro y bienvenida

Duración: 30 minutos

Dinámica: Todos los participantes

Bienvenida a los participantes
Presentación de la agenda de la jornada

A medida que los participantes van llegando, se les entrega una bolsa con libreta, bolígrafo, escarapela marcada por familia, y una ficha de registro. La ficha de registro se coloca en la urna y sirve para participar en una rifa que se realice al final de la jornada.

Cuando todos los participantes hayan realizado su registro y estén en el salón, el dinamizador(a) les da la bienvenida, presenta el objetivo del Taller y de la agenda del día.

En este momento es importante que todas las personas tengan claro la dinámica de la jornada lúdico-educativa.

Responsable: Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTA

Recursos: Carpetas, bolígrafos, escarapelas de identificación por familia.

Dinámica: En dos grupos:
 Un grupo (A) conformado por los tenderos(as) y sus cónyuges e integrantes de la junta de acción comunal.
 Un grupo (B) conformado por los hijos(as)

GRUPO A. Tenderos(as) y sus cónyuges e integrantes de la junta de acción comunal.

Primer Momento: Tejiendo la red.

Duración: 30 minutos

En un ambiente amigable, alegre, de confianza, de libertad para expresarse, se incentiva la reflexión sobre lo que significa una red, sus características, sus ventajas.

Materiales: Una madeja de colores la cual formará una red.

¿Cómo formar la red?

Formando un círculo, de pie, se pide, a uno de los participantes, que inicie la dinámica tomando la punta de la madeja y presentándose con su nombre, el nombre y barrio de su negocio, y presentando brevemente como se compone su núcleo familiar. Al finalizar su presentación el participante lanza la madeja, sin soltar su punta, a otro participante quien a su vez se presenta y repite la acción. Así sucesivamente hasta que todos los participantes se hayan presentado.

Al terminar la presentación individual y observando la figura formada por la cabuya, todos expresan su pensamiento sobre lo que significa una red, características, ventajas.

El unirse en torno a la red, permite intercambiar ideas sobre:

- Unión
- Intercambio
- Diversidad
- Construcción colectiva
- Beneficios de estar en red.

Segundo momento: Derecho con el derecho

Duración: 30 minutos

Dinámica: En grupo

Reflexión colectiva sobre el derecho a la alimentación, la importancia de la calidad de los alimentos y la importancia de los tenderos para garantizar calidad e inocuidad.

Materiales: Tarjetas con letras que forman la frase: Por el derecho a una alimentación de calidad.

En este momento es importante

- La expresión de los participantes, emotiva y racional, sobre el concepto contenido en la frase.

Responsable: Los participantes y un dinamizador de la dinámica.

Recursos: Tarjetas

Tercer momento : En los zapatos de...

Duración: 30 minutos

Dinámica: Audio-foro

Reflexión sobre manejo dado a los alimentos durante el proceso de comercialización, desde el momento en que se compra hasta el momento en que se vende.

Materiales: Producción sonora, hasta de 5 minutos de duración, dramatizada, a través de la cual un producto perecedero de cuenta de sus peripecias en manos de un comerciante.

Una vez escuchada la grabación los participantes reflexionan sobre su contenido y presentan experiencias de su vida cotidiana relacionadas con la manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

En este momento es importante.

Lograr identificar las intervenciones humanas en el manejo de la calidad e inocuidad de los alimentos. Señalar la incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud.

Señalar el efecto de la buena calidad e inocuidad de los productos que se venden en la rentabilidad del negocio.

Cuarto momento: Punto de encuentro

Duración: 60 minutos

Dinámica: Todos las familias y comunales

Recoger las iniciativas y propuestas de familias y comunales que contribuyan a transformar prácticas inadecuadas en relación con la calidad e inocuidad de los alimentos.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de las prácticas evidenciadas en el ejercicio anterior.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)

¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 ¿Dónde? (escenarios, lugares)
 ¿Con qué? (recursos requeridos)

Al tiempo que los mayores realizan su jornada de grupo, los menores en edad escolar se reúnen para realizar sus propias actividades, diferenciadas.

GRUPO B Menores en edad escolar familiares de los tenderos.

Primer Momento: Adivina, adivinador
 Duración: 30 minutos

En un ambiente amigable, alegre, de juego, de libertad para expresarse los menores dialogan y disfrutan de las propiedades de las frutas.

Materiales: Una bandeja con frutas dulces tales como piña, papaya, banano, de excelente calidad y listas para compartir.

El dinamizador, con un títere de manopla o un guiñol, establece una relación comunicativa con los menores a partir de adivinanzas sobre frutas. Cada que un niño o niña acierte en la adivinanza, se sirve y comparte de la fruta mencionada y se conversa sobre el sabor, el olor, la textura y la calidad de la fruta.

El juego de las adivinanzas y compartir la comida de frutas, permite intercambiar ideas sobre:
 El placer de comer frutas
 Los beneficios que traen las frutas para la salud en los niños, niñas y jóvenes (crecimiento, desarrollo intelectual, calidad de la piel, entre otros.)
 La importancia de la calidad de la fruta.

Segundo momento: En los zapatos de...
 Duración: 30 minutos
 Dinámica: Audio-foro

Reflexión sobre la importancia de buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos para conservar su calidad e inocuidad.

Materiales: Producción sonora, hasta de 5 minutos de duración, dramatizada, a través de la cual un producto perecedero de cuenta de sus peripecias en manos de un comerciante.

Una vez escuchada la grabación los niños y niñas reflexionan sobre su contenido y presentan experiencias de su vida cotidiana relacionadas con la manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

En este momento es importante.

Que los niños y niñas tengan conciencia sobre la necesidad de exigir comida sana.

Una vez finalizada el segundo momento, los niños y niñas salen a jugar y se reintegran a las actividades del grupo cuando se desarrolle el cuarto momento de los mayores.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Tenderos(a) y dos menores en edad escolar por cada familia.
Integrante de la junta de acción comunal del barrio donde vive
Y dos menores por familia del comunal.
Dinamizador de la actividad con mayores
Dinamizador de la actividad con los menores de edad

LOGÍSTICOS:

Salones adecuados para dinámica de trabajo en grupo y dinámicas de trabajo en dos grupos
Refrigerios
Almuerzo
Insumos (tarjetas para la dinámica señalada en la agenda del taller, carpetas, bolígrafos, papelería)

GUÍA 12 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: LA VOZ DE LA TIENDA

Vinculación de tenderos(as), comunales y sus familias, como corresponsales del programa Justo a las 4.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Equipo de producción de Justo a las 4.

Tenderos (as) y familias
Integrantes de las juntas de acción comunal.
Radioescuchas del programa "Justo a las 4"

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN: Hacer visibles las inquietudes y propuestas de los tenderos con la calidad e inocuidad de los alimentos, a través del programa de radio "Justo a las 4"

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.
- 4) Calidad e inocuidad en el consumo de los alimentos
- 5) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

La acción debe permitir la expresión, a través de la radio, de los tenderos(as), comunales y sus familias en relación con la calidad e inocuidad de los alimentos.

Se busca construir una red de corresponsales, veedores de la calidad e inocuidad de los alimentos en los barrios, quienes aprovechan el programa de radio Justo a las 4 para socializar sus inquietudes y propuestas.

PROCEDIMIENTO:

Se invita, en principio, a ser corresponsales de la calidad de los alimentos en los barrios, a través de Justo a las 4, a quienes participaron en las jornadas de construcción colectiva “Momentos de regocijo”.

La invitación se hace a través de las juntas de acción comunal, de cartas directas a quienes participaron de la jornada y a través del mismo programa de radio.

Es factible que la disposición de ser corresponsales se haya expresado desde la actividad de la jornada de construcción colectiva con tenderos, as, comunales y sus familias.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Equipo de producción de Justo a las 4.

Corresponsales de calidad e inocuidad de los alimentos en los barrios.

LOGÍSTICOS:

Los necesarios, a cargo de la producción del programa Justo a las 4.

GUÍA 13 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS

Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Tenderos y tenderas de las localidades del Distrito.
Consumidores en las tiendas

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Propiciar la reflexión sobre calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.

Promover buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

ENFOQUE:

La acción comunicativa Impresiones necesarias, debe permitir que tenderos y tenderas den sentido a su actuación como actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, interioricen la problemática de calidad e inocuidad, se sensibilicen sobre la misma, reconozcan sus prácticas y actúen hacia la transformación de las mismas.

Cada afiche, unitario, hace parte de una serie, con un solo núcleo temático central y con elementos comunes a toda la serie.

La serie de afiches, al igual que la historieta, deben tener una unidad conceptual, una coherencia temática y una misma línea creativa, beneficiando el logro de los objetivos didácticos y movilizadores.

METODOLOGÍA:

La producción de los materiales requiere, en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los comercializadores y transportadores de alimentos en la ciudad-región. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:**TÉCNICOS:**

Re Impresión de afiche de 1/4 pliego (49 x 34), 4 x 0 tintas, en material durable y resistente a sol y agua.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Tiendas de barrio

GUÍA 14 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.**ACCION COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS**

Producción y distribución de una historieta mensual alusiva a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte, y almacenamiento de alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Tenderos y tenderas de las localidades del Distrito.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Propiciar la reflexión sobre calidad e inocuidad en el tratamiento de los alimentos.

Promover buenas prácticas de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.

ENFOQUE:

La acción comunicativa Impresiones necesarias, debe permitir que tenderos y tenderas den sentido a su actuación como actores de la cadena de abastecimiento de alimentos, interioricen la problemática de calidad e inocuidad, se sensibilicen sobre la misma, reconozcan sus prácticas y actúen hacia la transformación de las mismas.

La historieta debe resaltar la importancia del aporte individual para el desarrollo de una gestión colectiva en beneficio de todos los comercializadores y consumidores de alimentos.

La historieta, al igual que los afiches, debe tener una unidad conceptual, una coherencia temática y una misma línea creativa, beneficiando el logro de los objetivos didácticos y movilizadores.

La historieta debe ser amena, propositiva, con más peso en lo visual que en lo textual. Debe, en lo posible, apoyarse en el humor.

METODOLOGÍA:

La producción de los materiales requiere, en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los comercializadores y transportadores de alimentos en la ciudad-región. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:**TÉCNICOS:**

Re-impresión de la historieta tamaño media carta, portada y contraportada esmaltado mate 150 grms, 4 x 1 tintas, interior 8 páginas 1 tinta papel mate 90 grms, acabado plegados en 2 cuerpos y cosidos al caballete con 2 ganchos.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Tiendas de barrio.

GUÍA 15 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.**ACCIÓN COMUNICATIVA: IMPRESIONES NECESARIAS**

Producción de una sección de impreso mensual, de circulación entre tenderos, tenderas y clientes de las tiendas.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Tenderos y tenderas
Transportadores de alimentos hacia las tiendas
Consumidores, clientes de las tiendas.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Resaltar el compromiso de los tenderos y tenderas con la calidad e inocuidad.
Proporcionar información útil para el ejercicio cotidiano de buenas prácticas en calidad e inocuidad.
Aportar a la construcción de una cultura de exigencia de calidad e inocuidad en los clientes de las tiendas y de responsabilidad social en los comerciantes y transportadores.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos

- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos.
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud.
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.

ENFOQUE:

La sección del boletín mensual está orientada a poner en consideración la calidad e inocuidad de los alimentos como una responsabilidad social de parte de tenderos, tenderas, transportes y consumidores.

La sección del boletín debe contener, fundamentalmente, reseña de experiencias en buenas prácticas de calidad e inocuidad en tiendas y hogares e información útil para el ejercicio de buenas prácticas de calidad e inocuidad en la manipulación, transporte y almacenamiento de los alimentos.

La sección debe constituirse en la expresión de las tiendas sobre el tema.

METODOLOGÍA:

La sección de tiendas del boletín estará soportada con el aporte de los tenderos, tenderas, transportadores y consumidores comprometidos con la temática, convocados a coordinadores.

Se invita, en principio, a ser colabores del boletín, a quienes participaron en las jornadas de construcción colectiva “Momentos de regocijo”.

La invitación se hace a través de las juntas de acción comunal, de cartas directas a quienes participaron de la jornada y a través del programa de radio.

Es factible que la disposición de ser colaboradores del boletín se haya expresado desde la actividad de la jornada de construcción colectiva con tenderos, as, comunales y sus familias.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Tenderos, tenderas

Consumidores

Comité editorial para producción de materiales de comunicación de ALIMENTA BOGOTÁ.

Comunicador(a)

Diseñador/ilustrador profesional.

TÉCNICOS:

Impresión de boletín tamaño carta, mate 90 gramos, 2 tintas.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Tiendas de las localidades

Consumidores a través de los tenderos y tenderas.

CADES de la localidad

Oficinas locales de Alimenta Bogotá.

Eventos locales.

GUÍA 16 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: LÍNEA DE ATENCIÓN EN CALIDAD

Poner en servicio a través de la línea de atención de Alimenta Bogotá 307 8 307, un servicio de información sobre calidad e inocuidad de los alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Comerciantes de alimentos
Transformadores de alimentos
Transportadores de alimentos
Consumidores
Facilitadores de información

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Proporcionar información bajo demanda, sobre calidad e inocuidad en los alimentos.

Proporcionar información útil para el ejercicio cotidiano de buenas prácticas en calidad e inocuidad.

Aportar a la construcción de una cultura de exigencia de calidad e inocuidad en los ciudadanos y de responsabilidad en los comerciantes, transformadores y transportadores de alimentos

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial y doméstico de los alimentos.
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud.
- 5) Tratamiento de residuos sólidos

ENFOQUE:

La línea de atención sobre calidad e inocuidad de los alimentos busca dar respuesta efectiva, pertinente, permanente, precisa y calificada a las necesidades de información sobre calidad e inocuidad de los alimentos.

Debe garantizar una persona en el centro de llamadas, facilitador de información, que pueda responder a la solicitud de información directa a través de la línea o a través de una dirección electrónica.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Un facilitador de información telefónica o vía Web. Se sugiere alianza con universidad(es) para que estudiantes de ingeniería de alimentos de último año sean voluntarios atendiendo la línea.

TECNICOS:

Puesto de trabajo del centro de llamadas Alimenta Bogotá
307 8 307

GUÍA 17 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA:

FIESTA POR LA ALIMENTACIÓN

**Jornada anual para toda la ciudad,
unida a la conmemoración del día
Mundial de la Alimentación 16 de octubre.**

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Todos los actores de la cadena del abastecimiento de alimento, públicos y privados.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Reunir a los agentes del abastecimiento de alimentos del Distrito para compartir conocimientos, experiencias, establecer contactos, disfrutar de una jornada en torno a la calidad de los alimentos y la nutrición.

Afianzar el compromiso con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional de la ciudad.

Evidenciar los compromisos de responsabilidad social con el derecho a la alimentación.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial y doméstico de los alimentos.
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud.
- 5) Tratamiento de residuos orgánicos
- 6) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.

ENFOQUE

La propuesta de la Fiesta de la Alimentación recoge el planteamiento de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional para Bogotá D.C., el cual señala la importancia de fortalecer la intersectorialidad, para asegurar la integralidad y una mayor efectividad de las acciones. En este sentido, en la invitación a la Fiesta, convocada por el Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, participan todas las entidades que forman parte de la Política Pública.

Igualmente a la Fiesta estarán convocadas como aliadas empresas privadas del sector de abastecimiento de alimentos, las cuales contribuyen con el desarrollo del menú (agenda) de la fiesta.

En la fiesta los protagonistas son todos los agentes del abastecimiento de alimentos, en especial los comercializadores, transportadores, transformadores y consumidores quienes podrán participar en actividades informativas, educativas, recreativas, que sean de su interés y les aporten a la rentabilidad de sus negocios.

El menú (agenda) de la fiesta debe ser variado, lúdico y apelar a metodologías innovadoras.

Entre otras actividades, el menú de la Fiesta puede ofrecer, entre otros:

- Agenda académica central (charlas especializadas, panel)
- Micro-talleres de capacitación en manipulación, transporte y almacenamiento tanto comercial como doméstico, de alimentos.
- Micro-talleres de capacitación para formalizar los negocios
- Micro-talleres de tratamiento de residuos orgánicos
- Micro-talleres de nutrición
- Micro-talleres de cocina nutritiva con cocineros reconocidos
- Encuentros con empresarios de los alimentos para compartir experiencias.
- Muestra y degustación de productos
- Libros y documentos sobre alimentación y nutrición
- Cine relacionado
- Teatro y música
- Concursos
- Oferta de servicios del Plan Maestro
- Muestra de los programas sociales del Distrito relacionados con alimentación

Se recomienda tomar experiencias metodológicas del Festival del Emprender, organizado por el Programa Bogotá Emprende de la Alcaldía y la Cámara de Comercio de Bogotá.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Comité coordinador de la Fiesta.
Equipo operativo y de promoción de la Fiesta.

TÉCNICOS

Recursos técnicos, dependiendo del menú (agenda) de la fiesta.

LOGÍSTICOS:

Espacio adecuado para la realización simultánea de actividades diferenciadas
Otros recursos logísticos, dependiendo del menú (agenda) de la fiesta.

GUÍA 18 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

Establecimiento de alianza con dirigentes de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRES, Nacional y Capítulo Bogotá.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Dirigentes nacionales y locales de ACODRES.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Promover la vinculación de ACODRES y sus afiliados, a las acciones de comunicación para la movilización social orientadas a promover prácticas de calidad e inocuidad en los comerciantes de alimentos preparados, para una venta adecuada.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 4) Tratamiento de residuos orgánicos
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

ACODRES, es una asociación sin ánimo de lucro, creada para promover el desarrollo de las empresas dedicadas a la gastronomía y a la industria alimentaria.

ACODRES plantea que sus acciones están guiadas bajo criterios de responsabilidad y solidaridad empresaria, con alto contenido social y cultural.

La alianza con ACODRES se orienta a la implementación de acciones conjuntas que promuevan las prácticas y normas de calidad en restaurantes populares de las localidades de Bogotá, iniciando con las localidades de San Cristobal y Ciudad Bolívar.

METODOLOGIA:

La acción Construcción Colectiva, con dirigentes de ACODRES del nivel nacional y Bogotá, se realizará con dinámica de reunión de trabajo, en duración no mayor a 3 horas.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda la reunión de Construcción Colectiva con dirigentes de ACODRES.

Primer momento:

Duración: 30 minutos

Bienvenida a los participantes
Presentación de la agenda, del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria Bogotá y del propósito de la reunión

En este momento es importante:

- Motivar el compromiso de las organizaciones de comerciantes, con la calidad e inocuidad en los negocios, resaltando su responsabilidad social y el impacto positivo en la rentabilidad del negocio.

Segundo momento: Evidenciando desafíos

Duración: 30 minutos

Evidenciar y poner en común los desafíos más importantes relacionados con prácticas de calidad e inocuidad en restaurantes populares del Distrito Capital.

En este momento es importante señalar:

Elementos de diagnóstico sobre la situación de calidad e inocuidad en restaurantes populares y su impacto en la salud.

Identificar puntos de interés común.

Tercer momento : Acuerdos por la calidad.

Duración: 60 minutos

Construir con ACODRES iniciativas y propuestas que logren transformaciones sobre los desafíos evidenciados.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de los desafíos evidenciados.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (escenarios, lugares)
 - ¿Con qué)? (recursos requeridos)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Dirigentes de ACODRES, Nacional y Capítulo Bogotá.
Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTÁ.

TÉCNICOS:

Computador

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado para la reunión

Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.
 Libretas, bolígrafos.
 Material de presentación Alimenta Bogotá.

GUÍA 19 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: PADRINAZGOS SALUDABLES

Establecer cooperación e intercambio entre restaurantes afiliados a ACODRES, de reconocida calidad y trayectoria y restaurantes populares del Distrito.

SUJETOS DE LA ACCION: Restaurantes afiliados a ACODRES
 Restaurantes populares.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Incrementar la calidad, productividad y competitividad de los restaurantes populares del Distrito.
 Propiciar escenarios para el ejercicio de la responsabilidad social y solidaridad empresarial en restaurantes afiliados a ACODRES.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 4) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

Padrinazgos saludables, concreta alianza con ACODRES para reducir ineficiencias y promover prácticas adecuadas de calidad e inocuidad de los alimentos en restaurantes populares del Distrito, priorizando en cooperación restaurantes de las localidades de Ciudad Bolívar y San Cristóbal.

Los núcleos de la cooperación, además de los señalados;

- Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- Tratamiento de residuos orgánicos
- Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

Pueden referirse a otros aspectos donde se evidencie la influencia de la calidad en la rentabilidad del negocio, tales como:

- Sugerencias de menús balanceados, nutritivos y económicos
- Sugerencias de la organización y presentación del espacio físico del restaurante.

PROCEDIMIENTO

Concreción de la alianza con ACODRES

Acuerdos sobre:

- Criterios de selección de los restaurantes que realizan el padrinazgo
- Criterios de selección de los restaurantes que reciben el padrinazgo
- Núcleos de la cooperación
- Recursos
- Cronogramas

Convocatoria

Implementación

Seguimiento y evaluación

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Dirigentes de ACODRES, Nacional y Capítulo Bogotá.
Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTA.

TÉCNICOS:

De acuerdo a los núcleos de la alianza.

LOGÍSTICOS:

De acuerdo con los núcleos de la alianza

GUÍA 20 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

Alianza con transportadores especializados en alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Representes de transportadores especializados en alimentos.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Promover la vinculación de transportadores especializados en alimentos a las acciones de comunicación para la movilización social orientadas a promover prácticas de calidad e inocuidad. Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 2) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la salud.
- 3) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

ENFOQUE DE LA ACCIÓN:

De acuerdo con diagnósticos del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá uno de los eslabones de la cadena donde se presenta la mayor cantidad de ineficiencias es en el transporte. Menos de la mitad de los vehículos utilizados para el transporte de carnes, pescados, lácteos, poseen refrigeración.

De allí que se haga necesario reforzar todos los mecanismos que generen eficiencias y calidad e inocuidad el acarreo de alimentos.

La alianza con transportadores de alimentos parte de sensibilizarlos, resaltar su papel en la calidad e inocuidad de los alimentos, e invitarles a sumarse a la estrategia de comunicación y movilización social por la calidad e inocuidad de los alimentos en el transporte, a partir de sus propias iniciativas.

METODOLOGÍA:

La acción Construcción Colectiva, con transportadores de alimentos se realizará con dinámica de reunión de trabajo, en duración no mayor a 3 horas.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda la reunión de Construcción Colectiva con transportadores de alimentos.

Primer momento: Bienvenida.

Duración: 30 minutos

Bienvenida a los participantes

Presentación de la agenda, del Plan Maestro y el propósito de la reunión

En este momento es importante:

- Motivar el compromiso de transportadores, con la calidad e inocuidad en los negocios, resaltando su responsabilidad social y el impacto positivo en la rentabilidad del negocio.

Segundo momento: Evidenciando desafíos

Duración: 30 minutos

Evidenciar y poner en común los desafíos más importantes relacionados con prácticas de calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos

En este momento es importante

- Identificar los desafíos comunes a transportadores de alimentos.

Tercer momento : Acuerdos por la calidad.

Duración: 60 minutos

Construir iniciativas y propuestas con los transportadores de alimentos que logren transformaciones sobre los desafíos evidenciados.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de los desafíos evidenciados.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (escenarios, lugares)
 - ¿Con qué)? (recursos requeridos)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Transportadores de alimentos.
Integrantes del equipo de ALIMENTA BOGOTÁ.

TÉCNICOS:

Computador

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado.
Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.
Libretas, bolígrafos.
Material Alimenta Bogotá.

GUÍA 21 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: LA LLAVE DE LA CALIDAD

Producción y distribución de material informativo y promocional sobre calidad e inocuidad en el transporte de alimentos.

SUJETOS DE LA ACCIÓN:

Transportadores de alimentos

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Motivar a los transportadores de alimentos a asumir buenas prácticas de calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos.

Afianzar en los transportadores de alimentos el conocimiento de reglas básicas para conservar la calidad e inocuidad en el transporte de alimentos.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos

ENFOQUE:

La llave de la calidad consiste en un llavero del cual cuelga un mini-libro cuyo contenido está centrado en reglas básicas para conservar la calidad e inocuidad en el transporte de alimentos. El mini libro debe ser ameno, propositivo, con más peso en lo visual que en lo textual.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:**HUMANOS:**

Comité editorial
Creativo
Diseñador

TECNICOS:

Producción del llavero con el mini-libro
Mini-libro, tamaño aproximado 6 x 7 cms, portada y contraportada esmaltado mate 150 grms, 2 x 1 tintas, interior 6 páginas 2 tintas papel mate 90 grms, acabado plegados en 3 cuerpos y cosidos al caballete con 2 ganchos.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Empresas transportadoras de alimentos.

5.3.

ANEXO:**PLAN DE TRABAJO VIABLE A DOCE MESES****ANEXO:****ALIANZAS REQUERIDAS.**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
PARA LA MOVILIZACIÓN SOCIAL**

EJE: HÁBITOS NUTRICIONALES SALUDABLES**GUIA 1 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.****ACCION COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA**

**Concertación de acciones con los coordinadores de las
plazas de mercado distritales, públicas y privadas.**

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Tenderas de las localidades, priorizando San Cristobal y Ciudad Bolívar

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Motivar y promover la participación activa de las tenderas en acciones de comunicación para la movilización relacionadas con la adquisición de hábitos nutricionales saludables por parte de sus propias familias y de sus clientes.

NÚCLEOS TEMÁTICOS:

- 1) Incidencia de buenos hábitos alimenticios para el desarrollo físico, intelectual y afectivo.
- 2) Incidencia de los malos hábitos alimenticios en la salud (sobrepeso, obesidad, anemia, falta de productividad)

ENFOQUE DE LA ACCION:

Según estudio realizado por Alianza Team en enero 2007,¹³ “se presenta una tendencia a que el rol del tendero sea asumido por mujeres amas de casa, que incluyen en su rutina cotidiana las funciones propias de esta labor, como una actividad adicional a sus quehaceres domésticos”. De otro lado, según el mismo estudio, los tenderos y tenderas de Bogotá asociación alimentación a salud, asociadas de manera significativa a consejos médicos “que apuntan a la prevención y control de enfermedades como la obesidad y el colesterol”.

Por ser mujeres, las tenderas presentan una mayor disposición al cambio, a organizarse, a juntarse, a comprometerse en acciones de interés colectivo para el futuro de su familia y su comunidad.

Las tenderas se constituyen entonces en aliadas fundamentales para la implementación de la estrategia de hábitos nutricionales saludables, como mujeres, cuidadoras de hogar y madres de familia, la salud y los hijos son centrales en su vida cotidiana.

La convocatoria a las tenderas se debe realizar a través de los hospitales, de la localidad donde vive, espacio en el cual generalmente está ubicada su tienda. La convocatoria se hace a través del hospital dada la importancia de articular acciones con el sector salud, su competencia en el tema y por la confianza y credibilidad que esta institución genera en las tenderas y tenderas.

La convocatoria debe ser personalizada, generada desde el Hospital de la localidad.

La reunión de construcción colectiva con las tenderas debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad, aportando elementos que resalten la importancia de la construcción de redes.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGÍA:

La acción Construcción Colectiva, será realizada mediante metodología de taller en tanto permite centrar la fuerza de la acción en las personas, sus saberes, sus experiencias, sus expectativas, su compromiso.

¹³ Etnografía del tendero colombiano. Perfil del tenderos colombiano; aspectos personales del tenderos y expectativas de vida del tenderos, el tendero y su relación con el negocio: Una aproximación a la vida cotidiana del rol del tendero y el significado de la tienda. Alianza Team. Enero 2007.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda de taller de Construcción Colectiva con las tenderas.

Primer momento: Enredadas
 Duración: 30 minutos
 Dinámica: En plenaria

En un ambiente amigable, alegre, de confianza, de libertad para expresarse participantes, al ir formando una red, se presentan y reflexionan sobre los aspectos que son comunes (ser mujeres, tenderas, vivir en un mismo barrio o localidad, entre otros)

Formando un círculo, de pie, se pide, a una de las tenderas, que inicie la dinámica tomando la punta de la madeja y presentándose con su nombre, su oficio, el barrio donde vive e indicando lo que piensa sobre la relación alimentación y salud. Al finalizar su presentación la participante lanza la madeja, sin soltar su punta, a otra participante quien a su vez se presenta y repite la acción. Así sucesivamente hasta que todas se hayan presentado.

Al final, observando la figura formada por la cabuya, todas conversan sobre el significado de esa figura y lo que le es común.

Segundo momento: Enredándonos por lo sano
 Duración: 30 minutos
 Dinámica: En plenaria

Evidenciar y resaltar la importancia de una buena alimentación para el cuidado de la salud, el papel que las mujeres tenderas pueden cumplir vinculándose a acciones de la estrategia de comunicación para movilización social en hábitos nutricionales saludables en el marco del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá

En este momento es importante

- Resaltar los intereses comunes relativos a alimentación y salud
- Resaltar el papel de las tenderas en el logro de una alimentación nutritiva, gustosa, saludable.
- Presentar el Plan Maestro y los servicios que les ofrece.
- Presentar la estrategia de comunicación para la movilización social en hábitos nutricionales saludables, en los aspectos que propicien la intervención de las tenderas.

Tercer momento: Palabras ocultas
 Duración: 60 minutos
 Dinámica: En plenaria

Construir la propuesta sobre la acción solidaria de las tenderas en la construcción de hábitos nutricionales saludables de sus clientes y vecinos.

En un juego de Palabras ocultas las participantes van descubriendo palabras que les permitirán dialogar sobre prácticas relacionadas con los buenos hábitos alimenticios, el papel de la tienda y su rol como consejeras solidarias por la nutrición.

En este momento es importante:

- Movilizar a las tenderas frente a la construcción de buenos hábitos nutricionales, tomando la tienda como escenario de formación y transformación.
- Construir con ella las respuestas a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación en hábitos alimenticios de deben procurar?
 - ¿Cómo tenderas, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (escenarios, lugares)
 - ¿Con qué? (recursos requeridos)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCIÓN:

HUMANOS:

Grupos de tenderas provenientes de un mismo barrio o localidad
 Dinamizadora para la construcción colectiva. (Es esencial que sea también mujer, que sepa escuchar, que propicie el dialogo, el empoderamiento de las mujeres, el reconocimiento de su importancia.

MATERIALES:

Una madeja de cabuya multicolor para el primer momento “Enredadas”
 Juego de Palabras ocultas, muy femenino y atractivo, tamaño pliego, en material plástico reutilizable una vez marcado, para el tercer momento “Sopa de letras”. En la sopa de letras deben encontrarse las palabras:

- Comer
- Bien
- Vivir
- Mejor
- Tienda
- Saludable
- Consejera
- Solidaria

Marcadores borrables

LOGÍSTICOS:

Salón adecuado.
 Refrigerio nutritivo.

GUÍA 2 PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIÓN COMUNICATIVA.

ACCIÓN COMUNICATIVA: **CONSEJERAS SOLIDARIAS POR LA ALIMENTACION NUTRITIVA**

Acción de formación y acompañamiento a tenderas que han respondido afirmativamente a la convocatoria realizada, asumiendo un compromiso solidario personal con la promoción de hábitos nutricionales saludables en, al menos, cinco familias clientes de su tienda.

SUJETOS DE LA ACCIÓN: Tenderas de las localidades, priorizando Ciudad Bolívar y San Cristóbal.

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN:

Promover y contribuir a la conformación de una red de tenderas comprometidas con la alimentación saludable en sus propias familias y en las de su vecindario.

Capacitar a las tenderas solidarias en temas relacionados con hábitos nutricionales saludables, a fin que multipliquen y aconsejen a las familias sobre una compra responsable.

Hacer de las tiendas de barrio espacios saludables escenarios para la adquisición de buenos hábitos alimenticios.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Incidencia de buenos hábitos alimenticios para el desarrollo físico, intelectual y afectivo.
- 2) Incidencia de los malos hábitos alimenticios en la salud (sobrepeso, obesidad, anemia, falta de productividad)
- 3) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 4) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 5) Calidad e inocuidad en el consumo de los alimentos
- 6) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud

ENFOQUE DE LA ACCION:

Las consejeras solidarias por la alimentación nutritiva, son las tenderas que han respondido afirmativamente a la convocatoria realizada desde los hospitales de la localidad y han manifestado su interés en comprometerse en las acciones de la estrategia, como resultado de su participación en la actividad de Construcción Colectiva.

A las tenderas voluntarias se brinda una capacitación personalizada y un acompañamiento permanente, en su tienda, sobre los aspectos relacionados con los núcleos temáticos.

Las tenderas seleccionan dentro de su clientela más cercana, al menos, 5 familias para:

- Promover en dichas familias buenos hábitos alimenticios, a través de información pertinente y consejo permanente.

- Distribuir material informativo y educativo producido por la Secretaría Distrital de Salud y por el Plan Maestro.
- Motivar la vinculación de las familias a las distintas actividades de la estrategia originadas desde la escuela y con las familias (El intercolegiado cultural, el Aula Sabrosa, Domingos de lonchera al parque, Fiesta por la calidad y nutrición, entre otras)

Las tenderas podrían igualmente, realizar el monitoreo sobre los cambios que se vayan produciendo en los hábitos alimenticios de las familias por ellas seleccionadas.

PROCEDIMIENTO:

Una vez realizada la acción de construcción colectiva y ubicadas las tenderas voluntarias, se procede a realizar una planificación de la acción, por barrios, con el fin de hacer más efectivo el acompañamiento a cada una de las tenderas, quienes se constituyen en Consejeras voluntarias por una alimentación nutritiva.

Este nombre puede ser tentativo ya que se trata que surjan de ellas propuestas de nombres lo cual es indicativo del papel en el cual se reconocen.

Con la intervención de nutricionistas del Hospital local o estudiantes universitarias de último año de nutrición, se realiza capacitación y acompañamiento permanente a la labor de las tenderas.

La capacitación debe ser personalizada, en su propia tienda, en sesiones cortas, básicamente como una conversación amena, salpicada de ejemplos, anécdotas, revisión de casos, materiales, entre otras metodologías.

La nutricionista capacitadora será quien a su vez acompañe la labor de la tendera consejera.

A las tenderas se les darán varios estímulos, unos de carácter simbólico, otros de carácter más material que sean significativos para ellas, su familia o su negocio.

Entre los estímulos de carácter simbólico, se señalan:

- Un diploma que la identifique
- Un delantal, de buena calidad y diseño, realizado preferiblemente con ideas que vengan de ellas.

Entre los estímulos de carácter más material, se señalan:

- Productos alimenticios otorgados mediante alianza con empresas o fundaciones privadas relacionadas con alimentos nutritivos tales como FEDEGAN, FENAVI, FEDEPANELA, ALPINA.
- Adecuación o dotación que impliquen un mejoramiento de la tienda.
- Seguro para la tienda.
- Becas para los hijos

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Nutricionistas de los Hospitales locales o estudiantes de último año de Nutrición, quienes realizarán la capacitación y el acompañamiento personalizado.

MATERIALES:

Delantales con la identificación de las consejeras solidarias por una alimentación nutritiva.

Diplomas

Material informativo y educativo producido por la Secretaría Distrital de Salud (Ej., Cartilla Comer Bien, Vivir Mejor)

Material producido desde las estrategias de calidad e inocuidad y hábitos nutricionales saludables.

ESTIMULOS:

Estímulos otorgados por Aliados estratégicos de la acción.

GUIA 3 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: CONSTRUCCION COLECTIVA

Encuentro con directivos, representantes de educadores, estudiantes, y padres/madres/cuidadores, administrador de la tienda escolar, representantes de medios escolares.

SUJETOS DE LA ACCION:

Comunidad educativa (directivas, educadores, estudiantes de grados 2 a 5 (8 a 12 años aprox.), padres / madres ó cuidadores, administradores de tiendas escolares, representantes de medios escolares) priorizando escuelas públicas.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Movilizar a la comunidad escolar en torno a la estrategia de comunicación para la movilización social en hábitos nutricionales saludables.

Concertar con representantes de la comunidad escolar, acciones comunicacionales que contribuyan a la construcción de hábitos nutricionales saludables desde el núcleo familiar

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La acción debe propiciar un reconocimiento e interiorización sobre la necesidad de promover hábitos nutricionales saludables dentro de la comunidad escolar, construyendo colectivamente los desafíos e iniciativas y propuestas para dar respuesta a dichos desafíos.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTA.

Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGIA:

La acción Construcción Colectiva, con representantes de la comunidad escolar, grados 2 a 5, se realizará con dinámica de taller con duración no mayor a 3 horas.

<u>Primer momento:</u>	Momento provocador
Duración:	30 minutos
Dinámica:	Presentación de material provocador y conversatorio.

A partir de un material provocador se propicia la reflexión, en grupos (maestros, directores, administradores de tiendas escolares / estudiantes/ padres, madres de familia o cuidadores) sobre las características de los hábitos alimenticios de los niños y niñas, sus implicaciones en el desarrollo físico, intelectual y afectivo.

En este momento es importante:

- Propiciar el reconocimiento de la situación nutricional en los niños y niñas de la entidad educativa, de la localidad, utilizando entre otras fuentes los diagnósticos nutricionales y de abastecimiento de la localidad, realizados por la Secretaría Distrital de Salud y el Plan Maestro, entre otros.
- Motivar el compromiso de los representantes de la comunidad educativa en la transformación de hábitos no saludables.

Material: Material provocador (video o audio ó audiovisual o fotografías) con duración no mayor de cinco minutos, con alta dosis testimonial sobre prácticas de selección o consumo de alimentos no nutritivos en diferentes espacios (tienda escolar, lonchera, casa, tienda de barrio).

<u>Segundo momento:</u>	Momento de compromiso
Duración:	60 minutos
Dinámica:	En plenaria

Cada grupo comparte las reflexiones sobre el tema y sus ideas sobre como aportar en soluciones.

En este momento es importante

- Identificar los puntos en común frente a las reflexiones e iniciativas de soluciones.

<u>Tercer momento</u>	:	Acuerdos por la vida.
Duración:		60 minutos
Dinámica:		En plenaria.

Se realiza la presentación de la estrategia de comunicación para la movilización social hábitos nutricionales saludables en lo relativo a las líneas que vinculan a la comunidad educativa y se definen los compromisos para la implementación de las acciones en la entidad.

En este momento es importante.

- Lograr el compromiso de la comunidad escolar con la alimentación saludable.
- Definir la participación de la comunidad escolar en la estrategia de comunicación para la movilización social en hábitos nutricionales saludables, liderando las acciones contempladas al interior de la entidad educativa.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Representantes de la comunidad escolar grados 2 a 5, por entidad educativa.
Dinamizador(a) de la reunión.

MATERIALES:

Material provocador hasta de 5 minutos de duración, realizado con calidad profesional. La producción del material provocador, requiere en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los niños y niñas de la localidad. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

LOGISTICOS:

Salón adecuado.
Refrigerio.
Libretas, bolígrafos.

GUIA 4 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: LA ALEGRIA DE COMER

Jornada lúdico-educativa sobre la importancia de comer rico y nutritivo, realizada en cada entidad educativa de la localidad.

SUJETOS DE LA ACCION:

Comunidad educativa (directivas, educadores, estudiantes de grados 2 a 5 (8 a 12 años aprox.), padres / madres ó cuidadores, administradores de tiendas escolares, representantes de medios escolares) priorizando escuelas públicas.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Motivar a los niños y niñas sobre la importancia de comer saludablemente para su desarrollo físico, intelectual y afectivo.

Recoger los saberes y prácticas de los niños y niñas en torno a la alimentación.

Propiciar reflexión y la expresión de los niños y niñas sobre sus apetencias en alimentación.

Difundir la expresión de los niños y niñas en torno a la alimentación, a través de medios masivos de comunicación.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE:

Las jornadas “La alegría de comer” propician el encuentro de los niños y niñas con la alimentación rica, saludable y nutritiva, ejes de la animación cultural que se realiza en ella.

Cada actividad de la jornada debe ser muy participativa, permitiendo la expresión libre y creativa de los niños y niñas; expresión que deberá registrarse para posterior divulgación y reflexión.

La realización de la jornada en cada entidad educativa, estará a cargo de un comité organizador interno, surgido de la acción Construcción Colectiva. Este comité creara las condiciones para motivar la participación de todos los niños y niñas de la entidad educativa.

AGENDA DE LA JORNADA:

La agenda de la jornada comprende:

- Presentación de video con prácticas deportivas, culturales e intelectuales realizadas por niños y niñas dentro del rango de 8 a 12 años.
- Interlocución con un guiñol-fruta sobre la importancia de la alimentación para el desarrollo físico, intelectual y afectivo.
- Expresión de los niños en torno a la alimentación.
- Degustación de frutas y entrega de la cartilla didáctica “La alegría de comer”, recordatorio de la jornada

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Comité organizador formado por representantes de la comunidad escolar.

Animador- guiñol.

MATERIALES:

Elaboración-edición de un video hasta de 5 minutos de duración con prácticas deportivas, intelectuales y culturales realizadas por niños y niñas dentro del rango de 8 a 12 años.

Cartilla didáctica “La alegría de comer” para colorear, alusiva a la importancia de comer rico y nutritivo, y a los alimentos ricos en calorías y proteínas, vitaminas A y C.

Frutas de cosecha para repartir a los niños y niñas en la jornada.

TECNICOS.

Equipos de video o de audio para recoger las expresiones de los niños y niñas para su posterior divulgación.

Registro fotográfico.

LOGISTICA:

Espacio adecuado para la realización de la jornada.

CANALES DE INVITACION Y DIVULGACION DE LAS JORNADAS:

Carteleras y volantes invitando y motivando a la participación en la jornada al interior de la entidad educativa

Medios escolares de la entidad

Programa Justo a las 4.

Canales locales y comunitarios de TV, radio,

Impresos locales

GUIA 5 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: LOS PRIMEROS PASOS

Talleres prácticos de cocina para niños y niñas

SUJETOS DE LA ACCION: Estudiantes de grados 2 a 5 (8 a 12 años aprox.)

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Relacionar a los niños y niñas con prácticas gastronómicas que conlleven a la formación de hábitos saludables en el buen comer (selección, preparación y consumo de alimentos)

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE:

Los primeros pasos de los niños y niñas como cocineros les introducirán al placer de seleccionar, preparar y consumir alimentos que sean nutritivos y les ayuden a crecer física, intelectual y afectivamente.

La clase de cocina debe ser un momento de aprendizaje y experimentación, sana y segura, con componentes teóricos y prácticos que eduquen a los niños y niñas gastronómicamente. Deben ser dictados por profesionales en la materia o estudiantes de últimos cursos de gastronomía, quienes ayudarán a los niños a elaborar recetas nutritivas, atractivas, fáciles y sabrosas, acordes con su edad.

Las clases de cocina deben ser divertidas, seguras. Deben realizarse a partir de recetas de fácil preparación, visualmente atractivas, con mucho colorido y sabor. Los productos deben ser de la región y de cosecha, con importante presencia de frutas y verduras.

En la clase los niños y niñas deben aprender sobre el origen de los productos, sus características, la forma de seleccionarlos, cuidarlos, almacenarlos y prepararlos.

Se esperaría que las clases de cocina no sean esporádicas sino que paulatinamente, se vayan incorporando en el currículo escolar, con asistencia voluntaria.

Los alimentos que se produzcan en las clases se compartirán con otros niños y niñas y profesores o se cocinará para llevar a casa.

Al finalizar el curso se entregará a los estudiantes certificación y material educativo impreso (recetarios y/o guías nutricionales para la edad)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Cocineros(as) profesionales que dicten los cursos, o estudiantes de Últimos cursos de gastronomía.

INSUMOS:

Insumos para la preparación de las recetas.
Uniformes de chef

LOGISTICOS:

Espacio adecuado para el taller de cocina

MATERIALES:

Material impreso (recetarios, guías nutricionales para la edad)
Diplomas

GUIA 6 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA.

Encuentro con directivos, representantes de educadores, estudiantes, y padres/madres/cuidadores, administrador de la tienda escolar, representantes de medios escolares.

SUJETOS DE LA ACCION:

Comunidad educativa (directivas, educadores, estudiantes de grados 6 a 9 (12 a 15 años aprox.), padres / madres ó cuidadores, administradores de tiendas escolares, representantes de medios escolares) priorizando escuelas públicas.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Movilizar a la comunidad escolar en torno a la estrategia de comunicación para la movilización social en hábitos nutricionales saludables

Concertar con representantes de la comunidad escolar, acciones comunicacionales que contribuyan a la construcción de hábitos nutricionales saludables desde el núcleo familiar.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 5) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 6) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 7) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 8) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La acción debe propiciar un reconocimiento e interiorización sobre la necesidad de promover hábitos nutricionales saludables dentro de la comunidad escolar, construyendo colectivamente los desafíos e iniciativas y propuestas para dar respuesta a dichos desafíos.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTA.

Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGIA:

La acción Construcción Colectiva, con representantes de la comunidad escolar, grados 6 a 9, se realizará con dinámica de taller con duración no mayor a 3 horas.

<u>Primer momento:</u>	Momento provocador
Duración:	30 minutos
Dinámica:	Presentación de material provocador y conversatorio.

A partir de un material provocador se propicia la reflexión, en grupos (maestros, directores, administradores de tiendas escolares / estudiantes/ padres, madres de familia o cuidadores) sobre las características de los hábitos alimenticios de los niños y niñas, sus implicaciones en el desarrollo físico, intelectual y afectivo.

En este momento es importante:

- Propiciar el reconocimiento de la situación nutricional en los niños y niñas de la entidad educativa, de la localidad, utilizando entre otras fuentes los diagnósticos nutricionales y de abastecimiento de la localidad, realizados por la Secretaría Distrital de Salud y el Plan Maestro, entre otros.
- Motivar el compromiso de los representantes de la comunidad educativa en la transformación de hábitos no saludables.

Material: Material provocador (video o audio ó audiovisual o fotografías) con duración no mayor de cinco minutos, con alta dosis testimonial sobre prácticas de selección o consumo de alimentos no nutritivos en diferentes espacios (tienda escolar, lonchera, casa, tienda de barrio).

Segundo momento: Momento de compromiso

Duración: 60 minutos

Dinámica: En plenaria

Cada grupo comparte las reflexiones sobre el tema y sus ideas sobre como aportar en soluciones.

En este momento es importante

- Identificar los puntos en común frente a las reflexiones e iniciativas de soluciones.

Tercer momento : Acuerdos por la vida.

Duración: 60 minutos

Dinámica: En plenaria.

Se realiza la presentación de la estrategia de comunicación para la movilización social hábitos nutricionales saludables en lo relativo a las líneas que vinculan a la comunidad educativa y se definen los compromisos para la implementación de las acciones en la entidad.

En este momento es importante.

- Lograr el compromiso de la comunidad escolar con la alimentación saludable.
- Definir la participación de la comunidad escolar en la estrategia de comunicación para la movilización social en hábitos nutricionales saludables, liderando las acciones contempladas al interior de la entidad educativa.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Representantes de la comunidad escolar grados 6 a 9, por entidad educativa.
Dinamizador(a) de la reunión.

MATERIALES:

Material provocador hasta de 5 minutos de duración, realizado con calidad profesional. La producción del material provocador, requiere en su línea creativa, estar soportada por el reconocimiento de los hábitos, contextos y genotipos de los niños y niñas de la localidad. Por tanto la metodología debe contemplar además de la investigación temática, trabajo de campo para el reconocimiento, registro y posterior creación sobre dichos hábitos, contextos y genotipos.

LOGISTICOS:

Salón adecuado.
Refrigerio.
Libretas, bolígrafos.

GUIA 7 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.**ACCION COMUNICATIVA: INTERCOLEGIADO CULTURAL:**

En cada colegio de cada localidad se realiza convocatoria a los muchachos y muchachas que deseen expresarse, sobre el tema: Comer rico, nutritivo y compartido.

SUJETOS DE LA ACCION: Estudiantes de grados 6 a 9 (12 a 15 años aprox.)
OBJETIVOS DE LA ACCION:

Propiciar la reflexión y la expresión individual y colectiva de los muchachos y muchachas en torno a una alimentación saludable.

Difundir la expresión cultural, individual y colectiva, de los muchachos y muchas, en torno a la alimentación saludable.

Promover el encuentro de la comunidad educativa en torno a los hábitos nutricionales saludables.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras
- 5) Prácticas y mitos en la alimentación de los jóvenes.

ENFOQUE:

El intercolegiado cultural busca hacer de la alimentación, una práctica cultural expresiva y expresada en distintos lenguajes desde la sensibilidad de los muchachos y muchachas entre 12 y 15 años de edad.

Aspira a emular la producción cultural, de los muchachos y muchachas, al tiempo que divulgar los productos culturales, resultado de los encuentros al interior de cada colegio y entre los colegios de cada localidad.

- Las categorías propuestas para los intercolegiados son:
- Música,
- Literatura,
- Caricatura,
- Fotografía,
- Teatro,
- Audiovisuales (audio, TV,),
- Multimedia.

El intercolegiado cultural propicia el encuentro de los muchachos y muchachas con la alimentación rica, saludable y nutritiva, eje temático de los concursos por categoría.

Cada intercolegiado cultural debe ser muy participativo, permitiendo la expresión libre y creativa de los muchachos y muchachas; expresión que deberá registrarse para posterior divulgación y reflexión.

La realización de cada intercolegiado en cada entidad educativa, estará a cargo de un comité organizador interno, surgido de la acción Construcción Colectiva. Este comité creará las condiciones para motivar la participación de todos los jóvenes de la entidad educativa.

Con los seleccionados por colegio, en cada categoría, se realiza el encuentro de colegios a nivel de cada localidad y posteriormente el encuentro entre localidades. Cada intercolegiado premiará a los ganadores(as) con incentivos propios para su edad.

Componente importante de la acción lo constituye la divulgación de la expresión cultural, individual y colectiva, de los muchachos y muchachas frente a una alimentación saludable.

Para ello, se buscará la:

- Grabación y divulgación a través de medios masivos de las piezas musicales acreedoras de reconocimiento.
- Edición, impresión y distribución de las piezas literarias y gráficas acreedoras de reconocimiento.
- Presentación de las piezas teatrales acreedoras de reconocimiento.
- Difusión de las piezas audiovisuales y multimedia (radio y TV) acreedoras de reconocimiento.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Comité organizador por cada entidad educativa.
Participantes voluntarios.

MATERIALES:

Frutas de cosecha para repartir a los muchachos y muchachas en los encuentros.
Recordatorio de los encuentros intercolegiados: (manillas, gorras)

TECNICOS.

Equipos de video o de audio para recoger las expresiones de los niños y niñas para su posterior divulgación.

Registro fotográfico.

LOGISTICA:

Espacio adecuado para la realización de los intercolegiados.

CANALES DE INVITACION Y DIVULGACION DE LAS JORNADAS:

Promoción de los encuentros intercolegiados a través de medios masivos y no masivos (carteleras, afiches, volantes, radio, TV, portales Web.)

Carteleros y volantes invitando y motivando a la participación en los intercolegiados al interior de la entidad educativa
Medios escolares de la entidad
Programa Justo a las 4.
Canales locales y comunitarios de TV, radio,
Impresos locales

GUIA 8 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: AULA SABROSA

Talleres prácticos de cocina para muchachos y muchachas.

SUJETOS DE LA ACCION: Estudiantes de grados 6 a 9 (12 a 15 años aprox.).

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Relacionar a los muchachos y muchachas con prácticas gastronómicas que conlleven a la formación de hábitos saludables en el buen comer (selección, preparación y consumo de alimentos)

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE:

El Aula sabrosa introducirá a los muchachos y muchachos de grados 6 a 9, al placer de seleccionar, preparar y consumir alimentos que sean nutritivos y les ayuden a crecer física, intelectual y afectivamente.

La clase de cocina debe ser un momento de aprendizaje y experimentación, sana y segura, con componentes teóricos y prácticos que les eduquen gastronómicamente.

Deben ser dictados por profesionales en la materia o estudiantes de últimos cursos de gastronomía, quienes ayudarán a los jóvenes a elaborar recetas nutritivas, atractivas, fáciles y sabrosas, acordes con su edad.

Las clases de cocina deben ser divertidas, seguras. Deben realizarse a partir de recetas de fácil preparación, visualmente atractivas, con mucho colorido y sabor. Los productos deben ser de la región y de cosecha, con importante presencia de frutas y verduras.

En la clase los muchachos y muchachas deben aprender sobre el origen de los productos, sus características, la forma de seleccionarlos, cuidarlos, almacenarlos y prepararlos.

Se esperaría que las clases de cocina no sean esporádicas sino que paulatinamente, se vayan incorporando en el currículo escolar, con asistencia voluntaria.

Los alimentos que se produzcan en las clases se compartirán con los compañeros y compañeras de curso y profesores o se cocinará para llevar a casa.

Al finalizar el curso se entregará a los estudiantes certificación y material educativo impreso (recetarios y/o guías nutricionales para la edad)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:**HUMANOS:**

Cocineros(as) profesionales que dicten los cursos, o estudiantes de
Últimos cursos de gastronomía.

INSUMOS:

Insumos para la preparación de las recetas.
Uniformes de chef

LOGISTICOS:

Espacio adecuado para el taller de cocina

MATERIALES:

Material impreso (recetarios, guías nutricionales para la edad)
Diplomas

GUIA 9 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.**ACCION COMUNICATIVA: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA.**

**Concertación de acuerdos éticos con administradores y
administradoras de tiendas escolares por localidades,**

SUJETOS DE LA ACCION: Administradores y administradoras de tiendas escolares

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Promover el compromiso de administradores y administradoras de tiendas escolares con prácticas de venta adecuada que contribuyan a generar hábitos nutricionales saludables.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada para escolares
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La acción debe propiciar un auto-reconocimiento e interiorización sobre la importancia de la selección y venta de alimentos nutricionales en las tiendas escolares, evidenciando y poniendo en común los desafíos más importantes, incentivando la reflexión de los administradores(as) de las tiendas sobre el tema y su compromiso con iniciativas y propuestas para dar respuestas a los desafíos.

Debe afianzar compromisos con la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y con las estrategias de gestión y servicios de ALIMENTA BOGOTA.

Debe ser participativa, con dinámicas que permitan construir un clima propositivo generador de confianza y creatividad.

El espacio de realización debe ser cómodo y la logística debe posibilitar un ambiente grato. Los alimentos proporcionados en la jornada de taller deben ser saludables.

METODOLOGIA:

La acción Construcción Colectiva, con representantes de las tiendas escolares se realizará con dinámica de reunión de trabajo, en duración no mayor a 3 horas.

PROCEDIMIENTO:

A continuación se propone una agenda la reunión de Construcción Colectiva con administradores de tiendas escolares vinculadas a las acciones de la estrategia.

Primer momento: Bienvenida.
Duración: 15 minutos
Dinámica: En plenaria

Bienvenida a los participantes
Presentación de la agenda y el propósito de la reunión

En este momento es importante:

- Motivar el compromiso de los administradores(as) de tiendas escolares, con la construcción de hábitos nutricionales saludables en los estudiantes.

Segundo momento: Evidenciando desafíos
Duración: 60 minutos
Dinámica: En plenaria

Evidenciar y poner en común los desafíos más importantes relacionados con selección y venta de productos alimenticios en las tiendas escolares.

En este momento es importante

- Identificar los desafíos comunes a las tiendas escolares sobre selección y venta de alimentos de calidad nutricional.

Tercer momento : Acuerdos por la venta saludable.
Duración: 60 minutos
Dinámica: En plenaria.

Construir iniciativas y propuestas de los administradores de las tiendas escolares que lleven a cabo transformaciones sobre los desafíos evidenciados.

En este momento es importante

- Definir acciones de participación y comunicación para la movilización social en la transformación de los desafíos evidenciados.
- Dar respuesta concreta a preguntas relacionadas con:
 - ¿Que transformación debemos procurar? (objetivo frente al desafío)
 - ¿Para ello, qué acciones podemos emprender?
 - ¿Con quienes?
 - ¿Cómo? (a través de que medio o modo)
 - ¿Cuándo? (fechas o períodos de tiempo)
 - ¿Dónde? (Escenarios, lugares)
 - ¿Con qué)? (recursos requeridos)

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Administradores(as) de las tiendas escolares, convocados a través de los colegios o de sus organizaciones.

TECNICOS:

Computador

LOGISTICOS:

Salón adecuado.

Refrigerio y estación permanente de café y aromáticas.

Libretas, bolígrafos.

GUIA 10 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: DOMINGOS DE LONCHERA AL PARQUE.

Momento dominical de reunión, recreación y conversación de la familia en torno a cómo hacer una lonchera nutritiva, agradable, saludable y económica.

SUJETOS DE LA ACCION:

Consumidores y consumidoras.
Familias convocadas a través de:
Comunidad escolar
Juntas de Acción Comunal.
Comités locales de Seguridad Alimentaria.
Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Propiciar la reflexión familiar sobre hábitos alimenticios.

Promover la adquisición de prácticas saludables en la preparación de las loncheras de niños, niñas y adultos.

NUCLEOS TEMATICOS:

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos para las loncheras
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La lonchera se ha ido convirtiendo en una respuesta para todos los integrantes de la familia que no consumen los alimentos en el hogar. Ya no solo los niños y niñas llevan lonchera. El hombre y la mujer, trabajadores, llevan su lonchera que resuelve de manera más económica el no poder tomar el almuerzo en la casa.

Domingos de lonchera al parque busca lograr que la preparación de la lonchera se convierta en un acto familiar, planificado, conciente de la importancia de incluir en ella alimentos de valor nutricional, combinando los siete grupos de alimentos en una alimentación sea sana, gustosa, nutritiva y económica.

La acción se plantea para los días domingo, día de encuentro, de compartir en familia, de salir a recrearse al aire libre, disfrutando los parques de la ciudad.

Domingos de lonchera al parque son momentos de reunión, recreación, conversación de la familia en torno a cómo hacer una lonchera nutritiva, agradable, saludable y económica.

Un domingo de lonchera al parque comprende:

- 1) Presentaciones artísticas con mensajes alusivos a una alimentación saludable (cuadros teatrales y/o música, producida en Arte en las Plazas y/o el guiñol.)
- 2) Montaje de carpas (toma de la presión, control de peso y medidas, control de glicemia, conversatorios con nutricionistas sobre preparación de loncheras)
- 3) Degustación de frutas de temporada y entrega de material pedagógico.
- 4) Montaje de stands de las entidades que trabajan en la política de seguridad alimentaria y nutricional.

PROCEDIMIENTO:

Los domingos de lonchera al parque son acción comunicativas que pueden estar lideradas por los comités locales de seguridad alimentaria y nutricional, contando con el apoyo de las distintas organizaciones sociales de las localidades, de las entidades, del sector privado, de los productores de frutas, juntas de acción comunal, entre otros.

Los domingos de lonchera al parque se organizan en conjunto con el IDRD.

Para garantizar la participación de las familias de la localidad y el éxito de la actividad, es fundamental que la convocatoria sea masiva, aliando para ello a los medios de comunicación comerciales, comunitarios y públicos; de estos últimos, especialmente Canal Capital.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

- Animadores culturales
- Nutricionistas
- Grupos culturales

LOGISTICOS:

- Parques en las localidades
- Montaje de tarimas y sonido

MATERIALES:

- Material impreso (guías nutricionales, folletos sobre preparación de loncheras
- Frutas de temporada para repartir en los domingos de lonchera al parque.

CANALES DE INVITACION Y DIVULGACION DE LOS DOMINGOS DE LONCHERA AL PARQUE:

Promoción a través de medios masivos y no masivos (carteleras, afiches, volantes, radio, TV, portales Web.)

Avisos en la red distrital de medios (TV, postes de energía, eucoles, Transmilenio)

Carteleras y volantes invitando y motivando a la participación en los medios escolares.

Volantes de invitación distribuidos por las Consejeras voluntarias por una alimentación saludable.

Volantes ubicados en CADES, SUPERCADES, Oficinas locales Alimenta Bogotá, plazas de mercado, centros comerciales, hospitales, centros educativos.

GUIA 11 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: FIESTA POR LA ALIMENTACION

Jornada anual para toda la ciudad, unida a la conmemoración del día mundial de la alimentación, 16 de Octubre.

SUJETOS DE LA ACCION:

Productores, transformadores, distribuidores, operadores de servicios logísticos, comercializadores de alimentos.

Consumidores y consumidoras.

Familias convocadas a través de:

Comunidad escolar

Juntas de Acción Comunal.

Comités locales de Seguridad Alimentaria.

Gremios,

Universidades

Organizaciones sociales

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Reunir a todos los agentes y actores del abastecimiento de alimentos de Bogotá para que puedan compartir conocimientos, experiencias, establecer contactos, disfrutar de una jornada en torno al derecho por una alimentación de calidad y a precio justo.

Posicionar la política de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito y Alimenta Bogotá, sus objetivos y portafolio de servicios.

Propiciar la articulación de las acciones adelantadas por el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá y las acciones de comunicación para la movilización social.

NUCLEOS TEMATICOS:

En calidad e inocuidad:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento comercial de los alimentos
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud
- 5) Incidencia de la calidad e inocuidad de los alimentos en la rentabilidad de los negocios.

En hábitos nutricionales saludables.

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La Fiesta por la Alimentación es un escenario en el cual los protagonistas son todos los agentes y actores del abastecimiento de alimentos en especial los productores, comercializadores, transportadores, transformadores y consumidores quienes podrán participar de actividades informativas, educativas, recreativas que sean de su interés y rentabilidad para sus negocios.

La Fiesta por la Alimentación será un evento abierto a todo el público y gratuito.

El menú de la Fiesta será una agenda variada y lúdica, con las siguientes características:

Actividades prácticas y útiles

Metodologías innovadoras

Oportunidades para todos en términos de formación, información, contactos, exhibición, degustación, recreación,

Al interior de la Fiesta se desarrolla, entre otras actividades, el siguiente programa:

- Agenda académica de seminarios, talleres, conferencias, asesorías personalizadas, encuentros para compartir experiencias y estudios de caso.
- Vitrina de productos y encuentro de negocios
- Presentación de servicios de Alimenta Bogotá
- Talleres prácticos de selección y preparación de alimentos
- Talleres prácticos de manejo y almacenamiento de alimentos
- Talleres prácticos de nutrición
- Toma de peso y talla
- Proyección de cine y audiovisuales
- Exposiciones de fotografía
- Presentaciones culturales
- Degustaciones
- Entrega de materiales informativos y educativos.

Para garantizar una asistencia significativa a la Fiesta y el éxito de la actividad, es fundamental que la convocatoria sea masiva, aliando para ello a los medios de comunicación comerciales, comunitarios y públicos, utilizando igualmente la Red de Medios del Distrito.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Comité organizador liderado por Alimenta Bogotá e integrado por instituciones y organizaciones participantes en los Comités Locales de Seguridad Alimentaria
Aliados públicos y privados de acuerdo con el menú de la fiesta.

LOGISTICOS:

Espacio de fácil acceso, amplio, adecuado para desarrollar un sinnúmero de actividades, plenarias y de grupos, al mismo tiempo.

MATERIALES:

De acuerdo con la agenda de la Fiesta.

CANALES DE INVITACION Y DIVULGACION DE LA FIESTA POR LA ALIMENTACION

Promoción a través de medios masivos y no masivos (carteleras, afiches, volantes, radio, TV, portales Web.)

Avisos en la red distrital de medios (TV, postes de energía, eucoles, Transmilenio)

Carteleras y volantes invitando y motivando a la participación en los medios escolares.

Volantes de invitación distribuidos por las Consejeras voluntarias por una alimentación saludable.

Volantes ubicados en CADES, SUPERCADES, Oficinas locales Alimenta Bogotá, plazas de mercado, centros comerciales, hospitales, centros educativos.

GUIA 12 PARA LA IMPLEMENTACION DE ACCION COMUNICATIVA.

ACCION COMUNICATIVA: **“QUIERETE, CUIDATE, ALIMENTATE DE MANERA SANA Y SEGURA”**

Llamado masivo para promover la transformación y adquisición de hábitos nutricionales saludables y prácticas de calidad e inocuidad en los alimentos, en la población del Distrito.

SUJETOS DE LA ACCION: Consumidores y consumidoras del Distrito Capital, por localidades/ estratos.

OBJETIVOS DE LA ACCION:

Promover la adquisición de hábitos nutricionales saludables.

Colocar el tema de los hábitos nutricionales saludables en la agenda pública del Distrito y como parte de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional, difundida a través de los medios de comunicación público, comercial y comunitario y red de medios del Distrito.

NUCLEOS TEMATICOS:

En calidad e inocuidad:

- 1) Calidad e inocuidad en la manipulación de los alimentos
- 2) Calidad e inocuidad en el transporte de los alimentos
- 3) Calidad e inocuidad en el almacenamiento de los alimentos
- 4) Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud

En hábitos nutricionales saludables.

- 1) Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
- 2) Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
- 3) Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
- 4) Consumo de frutas y verduras

ENFOQUE DE LA ACCION:

La acción comunicativa “Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura” se presenta como una invitación de Alimenta Bogotá hacia todos los habitantes del Distrito para participar en la promoción, transformación y adquisición de hábitos nutricionales saludables y prácticas de calidad e inocuidad en el manipulación, transporte y almacenamiento de los alimentos.

Se toma como punto de entrada el llamado a “quererse” apelando sobre todo al sentimiento de las personas, a su auto-estima y a la necesidad de asumir transformaciones personales en los hábitos de alimentación; transformaciones que trasciendan luego, solidariamente, al núcleo cercano de cada persona, su familia, sus amigos, sus vecinos, sus colegas.

El llamado a quererse, lo cual significa alimentarse bien para sentirse bien y cuidar la salud, se concreta en mensajes que ayuden a las personas y a la comunidad a tomar decisiones acertadas en relación con los alimentos, esto es, entre otros aspectos:

- ¿Qué significa una buena nutrición?
- ¿Cuáles son los grupos de alimentos y sus propiedades nutricionales?
- ¿Cuáles son los requerimientos nutricionales, dependiendo de la edad y desarrollo de las personas?
- ¿Cuáles aspectos deben tenerse en cuenta al seleccionar los alimentos?
- ¿Cómo administrar bien el dinero en la compra de alimentos?
- ¿Cuáles son los aspectos a tener en cuenta en la manipulación de los alimentos?
- ¿Cuáles son los aspectos a tener en cuenta en el transporte de los alimentos?
- ¿Cuáles son los aspectos a tener en cuenta en la preparación de los alimentos.

Los mensajes, producidos con mucha creatividad y la más alta calidad conceptual y técnica se recogen en:

- 1) Nutri-Notas (notas impresas para ser distribuidas, mensualmente, en tiendas, plazas, CADES, SUPERCADES, Almacenes de cadena, oficinas locales de Alimenta Bogotá, Hospitales, Red de colegios, medios de comunicación)
- 2) Segmento diario en el programa “Mi primer café “de Canal Capital, dedicado a las estrategias de Alimenta Bogotá, incluyendo aspectos relacionados con hábitos nutricionales saludables y calidad e inocuidad
- 3) Mensajes de interés público en prensa, radio y TV. (campaña masiva)
- 4) Mensajes en Publi-Milenio (red de Transmilenio)
- 5) Mensajes en paraderos de buses (eucoles)
- 6) Mensajes en kioscos del IPES
- 7) Mensajes en postes de energía.

RECURSOS REQUERIDOS PARA LA ACCION:

HUMANOS:

Equipo humano y técnico, profesional, para la producción de los contenidos.
Talentos

TECNICOS, MATERIALES:

Equipos técnicos y materiales para la producción de los mensajes.

CANALES DE EMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

Red de medios del Distrito.

Prensa, radio, televisión pública, comunitaria y comercial.

6.2. **ANEXO:**
PLAN DE TRABAJO VIABLE A DOCE MESES

6.3. **ANEXO:**
ALIANZAS REQUERIDAS.

7. **SUJETOS DE LA ACCION EN LAS ESTRATEGIAS**
Primer año.

7.1. ESTRATEGIA DE CALIDAD E INOCUIDAD

Plazas de mercado públicas:¹⁴

Coordinadores de 17 plazas de mercado públicas administradas por el IPES.
17 coordinadores

Personas encargadas de los circuitos internos en las plazas
17 encargados

Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. (3.054 puestos de venta ocupados x 2 comerciantes promedio por puesto)
6.108 comerciantes de plaza

Usuarios de las plazas públicas de mercado.
Por determinar

Transportadores de alimentos a las plazas de mercado públicas.
Por determinar

Grupos de teatro de las localidades de San Cristobal y Ciudad Bolivar.
Por determinar

Músicos/ cantautores.
Por determinar

¹⁴ Presentación Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Enero 2009.

Representantes de organizaciones de comerciantes de alimentos (3 por organización) (UGECOL, FECOLTIENDAS, CORATIENDAS, ASOSAT, GRUPO DE TENDEROS AURES II, RED DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO DE TENDEROS)¹⁵

18 personas

Tenderos de la localidad de San Cristobal y sus familiares menores de edad, (3.792 tenderos x 2 personas por familia en participación directa)

11.376 personas

Tenderos(as) de la localidad de Ciudad Bolivar y sus familiares menores de edad. (4.128 tenderos x 3 personas por familia en participación directa)

12.384 personas

Comunales de la localidad de San Cristobal
2 comunales por cada barrio (111 barrios x 2)¹⁶

222 personas

¹⁵ Organizaciones de comerciantes participantes en la Mesa Consultiva de NutriRedes realizada el 9 de diciembre de 2008.

¹⁶ Información sobre representantes de Juntas de Acción Comunal 2009 publicado por el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal IDPAC

1. Barrio Aguas Claras
2. Barrio Altamira Suroriental
3. Barrio Antonio Nariño Sur
4. Barrio Atenas Sureste
5. Barrio Ayacucho Suroriental
6. Barrio Bellavista Suroriental sector Lucero y San Juanito
7. Barrio Bellavista Suroriental sector Alto
8. Barrio Bellohorizonte
9. Barrio Buenos Aires Suroriental
10. Barrio Calvo Sur
11. Barrio Camino Viejo de San Cristobal
12. Barrio Canada Guira Suroriental
13. Barrio Ciudad Londres
14. Barrio Córdoba Suroriental
15. Barrio Corinto
16. Barrio El Encanto Sur
17. Urbanización Antioquia
18. Barrio El Quindío Suroriental I Sector
19. Barrio El Rodeo Suroriental
20. Barrio El Sosiego
21. Barrio El Triangulo Bajo
22. Barrio Granada Sur
23. Barrio Guacamayas I Sector
24. Barrio Guacamayas II Sector
25. Barrio Guacamayas III Sector
26. Barrio Juan Rey Suroriental
27. Barrio La Belleza Suroriental
28. Barrio La Castaña
29. Barrio La Colmena
30. Barrio La Gloria San Miguel Suroriental
31. Barrio La Gloria Suroriental
32. Barrio La Gran Colombia
33. Barrio La Peninsula
34. Barrio La Serafina
35. Barrio La Sierra Suroriental
36. Barrio La Victoria Suroriental
37. Barrio Las Amapolas
38. Barrio Las Brisas
39. Barrio Las Malvinas
40. Barrio Las Mercedes Suroriental
41. Barrio Macarena Los Alpes
42. Barrio Los Alpes Sector El Futuro
43. Barrio Los Libertadores
44. Barrio Managua
45. Barrio Manantial
46. Barrio Miraflores Suroriental
47. Barrio Montebello
48. Barrio Montecarlo
49. Barrio Moralva Suroriental
50. Barrio Nueva Delhi
51. Barrio Nueva España
52. Barrio La Nueva Gloria
53. Barrio Primero de Mayo
54. Barrio Puente Colorado
55. Barrio Quinta Ramos
56. Barrio Ramajal
57. Barrio República del Canada
58. Barrio La Sagrada Familia y el Triangulo
59. Barrio San Blas I Sector
60. Barrio San Blas II Sector
61. Barrio San Cristobal Parte Alta
62. Barrio San Cristobal Sur
63. Barrio San Isidro y San Luis
64. Barrio San Isidro II Sector
65. Barrio San Jacinto
66. Barrio San Jose Suroriental
67. Barrio San Manuel
68. Barrio San Martín de Loba
69. Barrio San Marín de Loba II Sector
70. Barrio San Pedro
71. Barrio San Rafael Suroriental
72. Barrio San Vicente Parte Alta
73. Barrio San Vicente Suroriental
74. Barrio Santa Ana Sur
75. Barrio Santa Inés Suroriental
76. Barrio Santa Rita Suroriental
77. Urbanización Santa Rita III Etapa
78. Barrio El Triunfo Suroriental
79. Urbanización Los Puentes
80. Barrio Manila
81. Barrio Suramérica
82. Barrio Altos del Poblado
83. Urbanización Continental
84. Urbanización Horacio Orjuela
85. Urbanización La Herradura
86. Urbanización Papua
87. Urbanización Nueva Roma Suroriental
88. Urbanización Villa del Cerro
89. Barrio Veinte de Julio
90. Barrio El Velódromo
91. Barrio Vereda Altos de San Blas
92. Barrio Urbanización Villa de los Alpes
93. Barrio Villa Javier y La María
94. Barrio Vitelma
95. Barrio El Triángulo
96. Barrio Los Pinos
97. Barrio Panorama
98. Barrio Valparaíso
99. Barrio Altos del Virrey

100. Barrio Quindio II Sector
101. Barrio El Angulo
102. Urbanización Primero de Mayo
Sector CAFAM
103. Urbanización Cerros de San Vicente
104. Barrio Alpes del Zipa. Ciudadela
Santa Rosa

Comunales de la localidad de Ciudad Bolívar
2 comunales por cada barrio (224 barrios x 2):¹⁷
448 personas

- Barrio Altos de Jalisco
1. Barrio Alvaro Bernal Segura
2. Barrio Arabia Sur
3. Barrio Arborizadora Alta Sector La Sultana
4. Barrio Arborizadora Alta I Sector
5. Barrio Arborizadora Alta II Sector
6. Barrio Arborizadora Baja
7. Barrio Atlanta II Sector
8. Urbanización Balmoral I Etapa Loc.19
9. Barrio Barlovento
10. Barrio Bella Flor
11. Barrio Bellavista Lucero Alto
12. Barrio Bogotá Sur
13. Barrio Bosque II Sector
14. Barrio Brisas del Volador
15. Barrio Buenos Aires
16. Barrio Candelaria La Nueva I y II Etapa
17. Barrio Candelaria La Nueva III Etapa
18. Barrio Candelaria La Nueva IV Etapa
19. Barrio Sierra Morena Los Pinos del Sur
20. Barrio Casa de Teja
21. Barrio Casa Loma
22. Barrio Casavianca
23. Barrio Bonanza Sur
24. Barrio El Cedro del Sur
25. Barrio Ciudad Milagros
26. Barrio Compartir
27. Conjunto Residencial La Valvanera
28. Cooperativa de Vivienda Ismael Perdomo
29. Barrio Cordillera Sur
30. Barrio Condominio El Bosque Sur
31. Barrio El Limonar
32. Barrio El Mirador
33. Barrio El Paraíso
34. Barrio El Potrerito

105. Urbanización Las Gaviotas
106. Urbanización Los Laureles Sur
107. Barrio La Joyita Centro
108. Ciudadela Parque de la Roca
109. Barrio Juan Rey II
110. Barrio Molinos de CAFAM Paseito II
111. Barrio Villa Nataly
35. Barrio El Preciso
36. Barrio El Tesorito
37. Barrio El Tesoro
38. Barrio El Triunfo
39. Barrio Estrella del Sur Parte Baja
40. Barrio Florida del Sur
41. Barrio Florida San Luis
42. Barrio Galicia Sector Favidi
43. Barrio Gibraltar II Sector Sur
44. Urbanización Guatiquia
45. Barrio Inés Elvira
46. Barrio Ismael Perdomo
47. Barrio Jerusalén Sector Verona
48. Barrio Jerusalén Sector Pradera y
Esperanza
49. Barrio Jerusalén Sector Santa Rosita Las
Vegas
50. Barrio Jerusalén Sector Bellavista La Ye
51. Barrio Jerusalén Sector Canteras
52. Barrio Jerusalén Sector El Paraíso
53. Barrio Jerusalén Sector Nueva Argentina
54. Barrio Jerusalén Sector Tanquelaguna
55. Barrio José Domingo Laín I Sector
56. Barrio José Domingo Laín II Sector
57. Barrio José María Vargas Vila
58. Barrio Juan José Rondón Sector Alto de la
Cruz
59. Barrio Juan José Rondón Sector El Plan
60. Barrio Juan José Rondón Sector La
Casona
61. Barrio Juan Pablo II Sector Principal
62. Barrio Juan Pablo II Sector
63. Barrio Juan Pablo II Tercer Sector
64. Barrio La Acacia Sur
65. Barrio La Alameda Sur
66. Barrio Balcón de la Sierra
67. Barrio Arborizadora Alta Super Lote 10
68. Barrio La Cumbre
69. Barrio Villas de Bolívar
70. Barrio La Esmeralda Sur
71. Barrio La Esperanza Quebrada Limas
72. Barrio La Estancia
73. Barrio Estrella del Sur Parte Alta

¹⁷ Información sobre representantes de Juntas de
Acción Comunal 2009 publicado por el Instituto
Distrital de la Participación y Acción Comunal IDPAC

74. Barrio La Paz
75. Barrio Las Manitas
76. Barrio Las Torres
77. Barrio Los Alpes
78. Barrio Los Andes Sur
79. Barrio Buenos Aires II Sector
80. Barrio Los Sauces Sur
81. Barrio Lucero del Sur
82. Barrio Lucero Sur Sector Medio
83. Barrio Madelena
84. Barrio Manuela Beltrán
85. Barrio Marandu
86. Barrio Meissen
87. Barrio México Sur
88. Barrio Millán
89. Barrio Minuto de María
90. Vereda Mochuelo Bajo Sector Lagunita
91. Barrio El Mirador de la Estancia II Sector
92. Barrio Naciones Unidas
93. Barrio Nueva Colombia
94. Barrio Nutibara Sur
95. Barrio Ocho de Diciembre
96. Barrio Sub Normal La Unión
97. Barrio Peñón del Cortijo III Sector
98. Barrio Perdomo Alto
99. Barrio República de Venezuela
100. Barrio Rincón La Estancia
101. Barrio San Fernando Sur
102. Barrio San Francisco Sur Alto II Sector
103. Barrio San Francisco Sur I Sector
104. Barrio San Isidro
105. Barrio San Joaquín del Vaticano
106. Barrio San Luis Colmena III Sector
107. Barrio San Rafael
108. Barrio Sierra Morena Sector La Casona
109. Barrio Sierra Morena I Sector
110. Barrio Sierra Morena III Sector
111. Barrio Sierra Morena IV Sector
112. Barrio Sotavento Sur
113. Barrio Cedritos II y III Sector y San Lorenzo
114. Barrio El Recuerdo
115. Barrio La Acacia II Sector Parte Baja
116. Barrio La Escala
117. Barrio La Escala II Sector
118. Barrio Subnormal La Playa
119. Barrio República del Canadá
120. Barrio Rocío Altos del Sur
121. Barrio Sumapaz de la localidad 19
122. Barrio Arborizadora Alta Sector La Glorieta
123. Urbanización Atlanta I Sector
124. Barrio San Rafael de la Estancia
125. Barrio Protecho Bogotá II
126. Vereda de Pasquilla
127. Vereda Mochuelo Bajo
128. Vereda Mochuelo Bajo Sector Barranquitos
129. Vereda Mochuelo Bajo Sector Los Paticos
130. Vereda de Quiba Parte Baja
131. Vereda de Quiba Parte Alta
132. Vereda Tierra Colorada
133. Barrio Villa Gloria II Sector
134. Barrio Villa Gloria Sur I Sector
135. Barrio Villas del Diamante
136. Barrio Villas del Progreso
137. Barrio Vista Hermosa
138. Barrio Lucero Sur Sector El Recuerdo
139. Barrio Peñón del Cortijo II Etapa
140. Barrio Capri
141. Barrio Casagrande
142. Barrio Santa Rosa Sur
143. Barrio Sierra Morena Sector Villas de la Sierra
144. Barrio Bella Flor Sector C
145. Barrio Los Urapanes del Sur
146. Barrio La Carbonera
147. Urbanización India Catalina
148. Barrio Escala Sector II Sector
149. Barrio Sierra Morena Alta V Sector
150. Urbanización Calabria
151. Villas del Palmar
152. Barrio Quintas del Sur
153. Barrio Arborizadora Alta Sector El Divino Niño
154. Barrio Panorama
155. Barrio Maria Cano
156. Barrio Bogotá Sur II Sector
157. Barrio Arborizadora Alta Sector El Parque
158. Barrio Esmeralda de la Vereda Mochuelo Bajo
159. Urbanización Guatiquia II Sector
160. Barrio Florida Sur Alto
161. Barrio Santo Domingo II Sector

162. Barrio Arborizadora Alta Sector Los Balcanes
163. Barrio Sotavento II Sector
164. Barrio El Porvenir de la Estancia II Sector
165. Barrio Tierra Linda
166. Barrio Los Tres Reyes Primera Etapa
167. Barrio Santa Viviana
168. Barrio El Porvenir de la Estancia
169. Urbanización Las Huertas
170. Barrio Rincón de Galicia
171. Urbanización Peñón del Cortijo I Sector
172. Urbanización Las Delicias del Sur
173. Urbanización Los Cerros del Sur
174. Barrio El Espino II Etapa
175. Barrio El Rosal
176. Barrio Caracoli
177. Barrio Rincón del Porvenir
178. Barrio Aires III Sector
179. Barrio Mirador de la Primavera
180. Barrio Villas de San Joaquín
181. Barrio Villa Diana López
182. Barrio Mirador de la Estancia I Sector
183. Barrio Grupos Unidos Arborizadora Alta Sector SENA
184. Barrio El Rincón del Diamante
185. Barrio Los Tres Reyes II Sector
186. Barrio Sector Las Palmas Arborizadora Alta
187. Barrio Grupos Unidos por la Paz Arborizadora Alta
188. Barrio Tabor Alta Loma
189. Barrio Acapulco I Sur
190. Urbanización Galicia II Sector
191. Barrio Galicia I Sector
192. Barrio El Espino I Sector
193. Vereda Quiba Baja Sector Verbenal
194. Barrio Bosques del Madrigal
195. Barrio Villa Jacqui
196. Barrio Los Duques
197. Barrio Divino Niño
198. Barrio Monterrey
199. Barrio Sierra Morena Sector El Progreso
200. Barrio Brisas del Volador Parte Alta
201. Barrio San José de los Sauces Sur
202. Barrio La Conquista Sur
203. Barrio El Reflejo II
204. Barrio Villa Helena
205. Barrio Puerta al Llano
206. Barrio Mirador de la Estancia III Sector
207. Barrio Villa Candelaria
208. Villas El Diamante II Sector
209. Barrio Bella Flor Sector de la Torre
210. Barrio Altos de los Robles
211. Vereda Santa Rosa
212. Condominio El Bosque
213. Barrio Nuevo Milenio Urbanizadora Alta
214. Barrio Los Centauros
215. Barrio La Puerta del Paraíso
216. Urbanización El Retiro del Tunal
217. Barrio El Edén Sector El Paraíso
218. Barrio La Playa II Sector
219. Barrio Bosques del Madrigal II Sector
220. Urbanización El Ensueño
221. Urbanización Protecho Bogotá II Etapas 2 3 4
222. Barrio Peñon del Cortijo VI Etapa
223. Barrio Divino Niño Sector La Colina

Radioescuchas Justo a las 4.	Por determinar
Consumidores de las tiendas de San Cristobal (3.792 tiendas x 141 personas por tienda (las cuales corresponden a 31 hogares x 4.5 personas por hogar) ¹⁸ :	534.672 personas
Consumidores de las tiendas de Ciudad Bolivar (4.128 tiendas x 141 personas por tienda (las cuales corresponden a 31 hogares x 4.5 personas por hogar) ¹⁹ :	582.048 personas
Dirigentes ACODRES y afiliados	15 personas
Restaurantes afiliados a ACODRES, restaurantes populares de Ciudad Bolivar y San Cristobal.	Por determinar
Representantes de empresas transportadoras de alimentos.	Por determinar

TOTAL**1'147.325 SUJETOS DE LA ACCIÓN.****7. 2. ESTRATEGIA HABITOS NUTRICIONALES SALUDABLES.****Comunidad educativa San Cristobal:**²⁰

Directivas (coordinadores, directores, rectores, supervisores) de 50 colegios oficiales:
53 directivos

Educadores,	1.519 docentes
Estudiantes de grados 2 a 5 (8 a 12 años aprox.)	24.988 estudiantes
Estudiantes de grados 6 a 9 (12 a 15 años aprox.),	25.246 estudiantes
Padres / madres ó cuidadores,	50.234 padres/madres o cuidadores
Administradores de tiendas escolares (2 por colegio)	100 personas

¹⁸ Presentación "Consolidación del canal tradicional.Los retos para los fabricantes de consumo masivo en el canal que más crece en la actualidad"- Meiko. 2 Foro de Proveedores Retail ANDI- Octubre 2008

¹⁹ Presentación "Consolidación del canal tradicional.Los retos para los fabricantes de consumo masivo en el canal que más crece en la actualidad"- Meiko. 2 Foro de Proveedores Retail ANDI- Octubre 2008

²⁰ Fuente: Caracterización Sector Educativo San Cristobal julio 2008. Secretaria de Educación del Distrito.

Representantes de medios de comunicación escolares.
(dato calculado 1 medio por colegio, 2 estudiantes por
por colegio)

100 estudiantes

Sub-total comunidad educativa San Cristobal: **102.340 sujetos de la acción.**

Comunidad educativa Ciudad Bolívar²¹

Directivas (coordinadores, directores, rectores, supervisores) de 82 colegios oficiales:
205 directivos

Educadores, 2.054 docentes

Estudiantes de grados 2 a 5 (8 a 12 años aprox.) 43.312 estudiantes

Estudiantes de grados 6 a 9 (12 a 15 años aprox.), 38.671 estudiantes

Padres / madres ó cuidadores, 81.983 padres/madres o cuidadores

Administradores de tiendas escolares (2 por colegio) 164 personas

Representantes de medios escolares.
(dato calculado 1 medio por colegio, 2 estudiantes por
colegio) 164 estudiantes

Sub-total comunidad educativa Ciudad Bolívar: **166.553 sujetos de la acción.**

Sub total comunidad educativa San Cristobal y Ciudad Bolívar
Grados 2 a 9: 268.893 sujetos de la acción

Consumidores y consumidoras San Cristobal y Ciudad Bolívar:

Consumidores y consumidoras San Cristobal:

Consumidores y consumidoras tomadas por hogares:²²
126.433 hogares

x 3 persona promedio por hogar (no se incluye cabeza de hogar, y 1 estudiante, ya contabilizados)
379.299 integrantes hogares

Consumidores y consumidoras Ciudad Bolívar:

²¹ Fuente: Caracterización Sector Educativo Ciudad Bolívar julio 2008. Secretaria de Educación del Distrito.

²² Tomado de Plan Local de Seguridad Alimentaria y Nutricional San Cristobal. 2003.

Consumidores y consumidoras tomadas por hogares:²³

145.254 hogares

x 3 persona promedio por hogar (no se incluye cabeza de hogar, y 1 estudiante, ya contabilizados)

435.752 integrantes hogares

Sub-total consumidores y consumidoras San Cristobal y Ciudad Bolivar:

815.061 integrantes hogares

TOTAL:

1'083.954 SUJETOS DE LA ACCIÓN.

8. GARANTIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LAS ESTRATEGIAS.

8.1. La política pública²⁴

La garantía fundamental para la sostenibilidad de las estrategias de Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables, consiste en que todas las acciones de las estrategias están enmarcadas en el derecho a la alimentación y el reconocimiento de la existencia de una Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Bogotá, D.C, establecida mediante Decreto No. 508 de 2007.

El mencionado decreto, por el cual se adopta la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Bogotá, Distrito Capital, 2007-2015, tiene como objetivo garantizar de manera progresiva, estable y sostenible las condiciones necesarias para la seguridad alimentaria y nutricional de la población del Distrito Capital, en perspectiva de ciudad-región y objetivos específicos relativos garantizar la disponibilidad de alimentos nutritivos, seguros e inocuos para la ciudad-región por medio de la articulación estratégica entre Bogotá y la región central; garantizar el acceso oportuno y permanente a la población del Distrito Capital a alimentos nutritivos, seguros e inocuos mediante la generación de condiciones que contribuyan a superar las restricciones económicas y culturales; promover prácticas de alimentación saludable y de actividad física en el marco de la diversidad cultural, el reconocimiento de la autonomía de la población del Distrito Capital y la protección y promoción del patrimonio cultural inmaterial; promover las condiciones ambientales y de salud que favorezcan el aprovechamiento biológico de los alimentos y un adecuado estado nutricional de la población del Distrito Capital.

²³ Tomado de Recorriendo Ciudad Bolívar. Departamento Administrativo de Planeación Distrital. Dato 2002.

²⁴ La garantía de la sostenibilidad de las estrategias desde la política pública y la intersectorial está recogida de documentos del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá. Los subrayados son de este documento.

La Política pública define igualmente como ejes estratégicos de acción transversal la “Información, educación y comunicación”, para lograr los objetivos propuestos.

En el marco de la política pública, la La Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentaria, tiene a su cargo la implementación del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá, PMASAAB, instrumento fundamental para el desarrollo de los ejes, líneas de trabajo y alcance de la política de seguridad alimentaria y nutricional y los objetivos del plan de desarrollo Bogotá Positiva: Para Vivir Mejor.

El Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, establecido a través de los decretos 315 de 2006 y 040 de 2008, contempla la implementación de estrategias de comunicación para la movilización social, con alcance hasta el año 2019.

8.2 El compromiso interinstitucional en desarrollo de la intersectorialidad de la política.

Las acciones comunicativas contempladas en las estrategias de Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables, consideran la participación de instituciones del Distrito Capital, entre ellas las instituciones que forman parte del la Comisión Distrital Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional, buscando la unión de esfuerzos para el logro de objetivos.

Esta participación está sustentada por la existencia de Comisiones Intersectoriales para la implementación de políticas, estrategias, planes y programas del Distrito, establecidas mediante acuerdo 257 de 2006, artículo 33.

Para el caso de la política de seguridad alimentaria y nutricional, la Comisión Intersectorial se crea mediante el artículo 24 del Decreto 546 del 2007. Esta Comisión se crea para coordinar la implementación de la política pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional y está integrada por el (la) Secretario (a) Distrital de Desarrollo Económico, quien la presidirá, el (la) Secretario (a) Distrital de Integración Social, el (la) Secretario (a) Distrital de Planeación, el (la) Secretario (a) Distrital de Ambiente, el (la) Secretario (a) Distrital de Educación y el (la) Secretario (a) Distrital de Salud. La Secretaría Técnica de la comisión la ejerce la Secretaría Distrital de Salud.

La Comisión Intersectorial para la Seguridad Alimentaría y Nutricional del Distrito Capital tiene por objeto la coordinación y articulación de la gestión de la política de Seguridad Alimentaría y Nutricional del Distrito Capital.

Algunas de sus funciones, pertinentes a la sostenibilidad de las estrategias, son:

1. Articular las acciones de las instancias colegiadas que tienen a su cargo asuntos relacionados con la seguridad alimentaria y nutricional, tales como: el Consejo Directivo del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaría para Bogotá, el Comité Distrital Intersectorial de Alimentación y Nutrición y los Comités Locales de Seguridad Alimentaría y Nutricional.

2. Coordinar la implementación de la Política Pública de Seguridad Alimentaría y Nutricional del Distrito Capital, en las entidades distritales en concordancia con las políticas de desarrollo territorial, económico y social y de conformidad con el Plan de Desarrollo Económico y de Obras Públicas, el Plan de Ordenamiento Territorial, los Planes Maestros del Distrito Capital, los Planes Locales de Desarrollo y con la normatividad que establece los lineamientos de la política distrital de Seguridad Alimentaría en Bogotá D.C.

3. Coordinar la ejecución de mecanismos para incentivar la corresponsabilidad en el reconocimiento, la protección y la promoción del derecho a la alimentación.
4. Concertar mecanismos de fortalecimiento de los procesos de seguridad alimentaria y nutricional a cargo de las entidades distritales del Sector Central y Descentralizado y del Sector de las Localidades.
5. Coordinar el desarrollo de estrategias y mecanismos definidos para el fomento a la asociatividad y a la democratización de la producción de bienes y la prestación de servicios relacionados con la seguridad alimentaria y nutricional.

8.3. La participación de los agentes y actores del abastecimiento de alimentos

La participación de los agentes y actores del abastecimiento de alimentos, como individuos y como integrantes de organizaciones y colectivos, es una de las garantías esenciales para la sostenibilidad de las estrategias de Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables.

La Participación, es un derecho consagrado desde la constitución política colombiana, determinante para la consolidación de los procesos y requisito fundamental para su fortalecimiento y sostenibilidad.

Participación, hacer parte de, lleva a construir comunidad que comparte intereses, reconociendo e impulsando a las personas y sus organizaciones sociales y culturales.

Para que la participación de la comunidad se de, y se construya comunidad de intereses, de forma sostenible, es importante tener en cuenta:

Que exista igualdad de oportunidades tanto para hombres como para mujeres, para niños, niñas y jóvenes, para personas mayores.

Que se construyan escenarios los cuales posibiliten la expresión libre de cada persona, en un ambiente de respeto por la palabra y el modo de pensar, sentir y actuar del otro, de la otra.

Que los procesos sean integrales, pensando en los beneficios tanto individuales como colectivos, sin tratar de utilizar a las personas en beneficio de intereses institucionales.

Que se respete la pluralidad, diversidad de ideas y de costumbres.

Que se construya la unidad desde la diversidad, teniendo en cuenta las diferencias.

Que las metodologías que se implementan sean efectivamente participativas

Que se activen mecanismos personalizados de convocatoria y se realice seguimiento a la misma.

Que las acciones incentiven la creatividad y el disfrute.

Que las personas se sientan bien tratadas.

Que exista una claridad de objetivos y roles frente a los cuales se llama a la participación.

Que se asuman los procesos de forma dinámica, no inediatista.

Que se de continuidad a las acciones propuestas, ubicando los recursos necesarios para su implementación efectiva, sin frustrar expectativas creadas con el cambio.

Para el caso de las estrategias de comunicación para la movilización social en Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables, las líneas de acción se inician con la Construcción Colectiva, entendida como el momento de presentación del Plan Maestro, sus objetivos y la invitación a vincularse como protagonistas y dinamizadores de las actividades de comunicación para la movilización planteadas desde la estrategia y aquellas que surjan del momento de construcción colectiva.

8.4. La construcción de alianzas con actores públicos y privados.

El Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá, se plantea como un plan de construcción colectiva, y en la concreción de esta promesa se encuentra una de las claves para garantizar la sostenibilidad de las estrategias de comunicación para la movilización social, movilización que se inicia desde la convocatoria a construir alianzas.

Construir una alianza significa tener en cuenta:

- Quiénes son los aliados
- Sobre qué se hace la alianza
- Factibilidad de la alianza
- Beneficios que trae para el aliado.
- Costos que le significa.

Para que la alianza sea exitosa, y contribuya a la sostenibilidad de los procesos, es importante abordar la alianza teniendo presente:

- Centrar la alianza en el objetivo
- Definir el momento de la alianza
- Ubicar el nivel de la alianza
- Identificar los intereses y características del aliado
- Prever los conflictos que puedan presentarse y la forma de mitigarlos
- Dimensionar las fortalezas y debilidades de la alianza en términos de poder, influencia, recursos, imagen.

La continuidad de la alianza, está sujeta a factores, tales como:

- Atención permanente e individual al aliado
- Valoración continua de resultados
- Planteamiento de la necesidad de continuidad sobre la base de dichos resultados
- Flexibilidad de la alianza, asumiendo la posibilidad de cambios en la naturaleza de la misma de acuerdo con las necesidades del objetivo común y de hechos políticos, económicos o sociales.
- Involucramiento constante del aliado en las diversas instancias de decisión sobre las acciones que le competen
- Reconocimiento permanente a la labor del aliado.

La convocatoria y seguimiento de la alianza requiere de un mediador con la credibilidad, competencia y transparencia necesarias para ser punto de equilibrio entre los distintos aliados. Para el caso de las estrategias de comunicación y movilización social de calidad e inocuidad y hábitos nutricionales saludables, la mediación estaría dada desde el Plan Maestro.

Para las estrategias diseñadas y sus líneas de acción comunicativa, se proponen aliados públicos y privados, identificados en los numerales 5.4 y 6.3 del presente documento.

9. Articulación de las dos estrategias diseñadas.

La articulación de las dos estrategias diseñadas, Calidad e Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables, se da en los siguientes ámbitos:

10.1. Articulación en los sujetos centrales de la acción:

En las dos estrategias están presentes los siguientes sujetos centrales de la acción:

Tenderos y tenderas de Ciudad Bolívar y San Cristóbal
Familias de tenderos y tenderas de Ciudad Bolívar y San Cristóbal
Consumidores y consumidoras de Ciudad Bolívar y San Cristóbal
Juntas de acción comunal de Ciudad Bolívar y San Cristóbal

10.2. Articulación en aliados en acciones

En las dos estrategias se convocan aliados públicos y privados a nivel de:

Gremios
Universidades
Medios

Anexo 5. Estrategia de Comunicación para la Movilización Social en Torno a la Calidad Inocuidad y Hábitos Nutricionales Saludables.

Conceptualización:

El derecho a la alimentación se ha incorporado en la agenda pública del Distrito Capital desde comienzos de la década de los noventa, pero se logran importantes avances en la materialización del derecho a la alimentación - en el marco del Estado Social de Derecho- en la anterior administración que adoptó el Programa Bogotá sin Hambre, como el conjunto de estrategias orientadas al diseño e implementación de una política pública que, además de responder por el estado de nutrición de la población, integra las preocupaciones por el acceso y la disponibilidad de alimentos.

En consonancia con el mandato constitucional, la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito Capital se propone la realización efectiva del derecho a la alimentación y no simplemente la satisfacción de esta necesidad vital. La política adoptada reconoce que los titulares son sujetos activos, por lo que incorpora una dimensión de responsabilidad que por igual se concreta en deberes y obligaciones para el Estado y la sociedad, aunque de distinta manera: obligaciones de respeto o defensa, obligaciones de protección y obligaciones de satisfacción o promoción del derecho.

Con esta política se propone, de una parte, consolidar y ampliar la responsabilidad que tiene el Estado en la provisión de alimentos y en el ordenamiento y manejo del agua, desde una perspectiva amplia e integral de seguridad alimentaria y nutricional; de otra, avanzar en la institucionalización de mecanismos e instrumentos para hacer efectiva la corresponsabilidad del Estado, los empresarios grandes y chicos, las organizaciones sociales y la ciudadanía, en cada una de las dimensiones del derecho.

La política de seguridad alimentaria y nutricional del Distrito, conocida como PSAN, se plantea diez principios:

- Universalidad
- Equidad
- Progresividad.
- Soberanía alimentaria
- Diversidad cultural
- Sustentabilidad y sostenibilidad ambiental
- Integralidad
- Responsabilidad social
- Solidaridad
- Participación social, movilización ciudadana y promoción de la autonomía

Estos principios guían la actuación de los objetivos de la política, los cuales son:

Objetivo general de la PSAN del Distrito Capital:

Garantizar de manera progresiva, estable y sostenible las condiciones necesarias para la seguridad alimentaria y nutricional de la población del Distrito Capital, en perspectiva de ciudad-región.

Objetivos específicos de la PSAN para el Distrito:

Garantizar la disponibilidad de alimentos nutritivos, seguros e inocuos para la ciudad-región, por medio de la articulación estratégica entre Bogotá y la región central.

Garantizar a la población del Distrito Capital, el acceso oportuno y permanente a alimentos nutritivos, seguros e inocuos, mediante la generación de condiciones que contribuyan a superar las restricciones económicas y culturales.

Promover prácticas de alimentación saludable y de actividad física, en el marco de la diversidad cultural y el reconocimiento de la autonomía de la población del Distrito Capital.

Promover las condiciones ambientales y de salud que favorezcan el aprovechamiento biológico de los alimentos y un adecuado estado nutricional de la población del Distrito Capital.

Para el desarrollo de la política se procede a través de cuatro grandes áreas o ejes estratégicos de acción pública:

Disponibilidad de alimentos suficientes, nutricionales y culturalmente adecuados e inocuos, así como de agua apta para el consumo humano, en la cantidad mínima esencial y con la regularidad y sostenibilidad necesarias.

Acceso de toda la población a los alimentos y al agua potable en forma autónoma y en igualdad de condiciones y oportunidades.

Prácticas de alimentación y modos de vida saludables, en el marco de la diversidad cultural.

Nutrición y entornos saludables.

Para la realización del derecho a la alimentación, plantea la política, se requiere de una gestión integral del Estado que comprometa a una institucionalidad con capacidad para responder a la complejidad, en la flexibilidad, al igual que para convocar y vincular a los actores públicos y privados, y reconocer la estrecha interdependencia entre los territorios y los espacios donde la gente vive, ejerce la ciudadanía y materializa el derecho.

Definición.

La comunicación para la movilización social es una práctica estratégica que posibilita la participación de la sociedad civil en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad de programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.

La comunicación para la movilización social, implica:

- Partir de la identificación y reconocimiento de las formas de organización, participación y expresión de la(s) comunidad(es)

- Involucrarlas en etapas del diseño, planificación, ejecución, evaluación y sostenibilidad sobre metas y objetivos que recojan sus intereses y necesidades.
- Reconocer la pluralidad, la diversidad étnica y cultural, el respeto por la diferencia. Recogiendo el pensamiento de Estanislao Zuleta, filósofo colombiano: “El derecho fundamental es el derecho a diferir, a ser diferente; cuando uno no tiene más que el derecho a ser igual, todavía eso no es un derecho”.
- Asociar la dimensión individual y la dimensión colectiva, considerando los intereses individuales que se juegan en las construcciones colectivas para construir consensos y concertación.
- Asumir lo local y lo regional como opción estratégica de transformación; contando con las herramientas de planificación del desarrollo locales, regionales, sectoriales.

La comunicación para la movilización social permite avanzar:

- De una acción espontánea a una acción planificada;
- De un acción puntual a un proyecto concebido dentro de una planificación estratégica;
- De una actividad coyuntural a un programa sostenible, respondiendo a procesos dinámicos y no solamente a acciones de coyuntura. Procesos que requieren maduración, tiempo y exigen que haya una dinámica en el sentido de participación y que sean permanente evaluados sobre indicadores de logro cualitativos y cuantitativos claramente definidos.
- De la dependencia a la autonomía.

Objetivos.

En relación con la salud del sistema:

Contribuir a eliminar las prácticas inadecuadas en la manipulación de productos por parte de comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.

Contribuir a generar una conciencia alrededor de mejorar las condiciones sanitarias en los expendios de alimentos en el Distrito.

En relación con las transformaciones culturales:

Propiciar la adopción de buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y transporte en comercializadores de alimentos, transportadores de alimentos y consumidores de alimentos, del Distrito Capital.

Propiciar cambios culturales que mejoren los hábitos alimentarios de la población, promoviendo el consumo de dietas balanceadas, el aumento de consumo frutas y verduras, priorizando los alimentos frescos y naturales;

En relación con la comunicación:

Articularse a los desarrollos en información, educación y comunicación que diseñe el Plan Maestro para el consumidor a fin de orientar de manera permanente la demanda

de alimentos con criterio nutricional y a precio justo y promover la organización para la exigibilidad de sus derechos.

Metodología.

a. Definición de Ejes y Núcleos Temáticos de las Estrategias

Sin bien los dos ejes de las estrategias son diferenciados: Calidad e inocuidad y Hábitos nutricionales saludables; estos están íntimamente relacionados y tendrán un punto de encuentro en la práctica; esto es que los públicos de la estrategias (comercializadores, transportadores, consumidores del Distrito) interioricen la relación y la conviertan en práctica social.

EJE: <u>Calidad e inocuidad:</u>		EJE: <u>Hábitos nutricionales saludables</u>
Núcleos Temáticos	Inocuidad en la manipulación de los alimentos	Dieta balanceada (selección, preparación y consumo de alimentos)
	Inocuidad en el transporte de los alimentos	Consumo de alimentos ricos en proteínas y calorías
	Inocuidad en el almacenamiento comercial de alimentos	Consumo de alimentos ricos en vitaminas A y C
	Inocuidad para el consumo de alimentos	Consumo de frutas y verduras
	Tratamiento de residuos orgánicos	Cultura alimentaria (mitos, leyendas, tradiciones)
	Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la salud (ETA)	Incidencia de los malos hábitos alimentos en la salud (sobrepeso, obesidad, anemia, falta de productividad)
	Incidencia de la inocuidad de los alimentos en la rentabilidad del negocio.	

b. Diseño de Acciones Comunicativas

Las acciones comunicativas que componen la estrategia de comunicación para la movilización social en calidad e inocuidad y hábitos alimentarios, se construyeron en forma de GUIAS PARA LA IMPLEMENTACION DE LA ACCION COMUNICATIVA, con el ánimo de facilitar su implementación.

Cada una de las guías, contiene:

Acción Comunicativa: Entendida como una acción que posibilita la interlocución de diferentes actores frente a un misma situación para pasar del pensamiento a la acción transformadora. En la guía cada acción comunicativa, tiene un nombre y una breve descripción de la acción. Una misma acción comunicativa puede establecerse para varios sujetos de la acción.

Sujetos de la Acción: Se refiere a quienes intervienen en la acción. Los sujetos de la acción son públicos y/o privados; agentes todos del abastecimiento de alimentos. Los sujetos guían no solamente la acción comunicativa planteada sino que también se conciben como actores directos en la implementación y sostenibilidad de las acciones. En la estrategia de calidad e inocuidad en los alimentos son sujetos prioritarios de la acción los comerciantes de alimentos en plazas, comerciantes de alimentos en tiendas, comerciantes de alimentos preparados, organizaciones de comerciantes, organizaciones de la industria de alimentos, transportadores, consumidores, Juntas de Acción Comunal del Distrito.

Objetivos de la Acción: Son los resultados que se esperan lograr de la acción.

Núcleos temáticos: Correspondientes a cada uno de los ejes; recogen y organizan de manera precisa, una información básica que guía la acción.

Enfoque de la Acción: Da cuenta, entre otros aspectos, de la intención que guía la acción; de su sentido; de las condiciones deseables para su ejecución.

Metodología y/o procedimiento: Indica el cómo desarrollar la acción; con que dinámicas, con qué momentos. **Para algunas acciones se detallan las agendas necesarias para implementar efectivamente la acción.**

Recursos requeridos para la Acción: Señala recursos humanos, recursos técnicos y recursos logísticos requeridos. En algunas acciones se detallan las especificaciones técnicas de los productos requeridos para la acción.

c. Definición de Acciones Comunicativas Priorizadas

La Secretaría de Desarrollo Económico en conjunto con el equipo de trabajo del Convenio 07, luego de analizar y aprobar el documento que contiene las Estrategias, estableció unas acciones comunicativas para ser implementadas en el marco del Convenio 07.

Las acciones comunicativas priorizadas se relacionan a continuación:

Eje: Calidad e Inocuidad de los alimentos				
Nº	Guía #	Acción Comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción
I	1	Construcción colectiva	Concertación de acciones con los coordinadores de plazas de mercado públicas y privadas	Coordinadores de plazas de mercado públicas y privadas
II	2	La voz de las plazas	Diagnóstico del estado de los circuitos de audio internos de las plazas priorizadas	Comerciantes de alimentos y usuarios de las plazas de mercado públicas y privadas. Personas encargadas de los circuitos internos en las plazas
III	2	La voz de las plazas	Activación de los circuitos internos de audio en las plazas mediante producción de un programa semana de audio y producción de mensajes. Capacitación.	Comerciantes de alimentos y usuarios de las plazas de mercado públicas y privadas. Personas encargadas de los circuitos internos en las plazas

IV	3	La voz de las plazas	Producción de un segmento del programa de radio Justo a las 4 desde las plazas de mercado públicas	Comerciantes de alimentos de las plazas públicas y privadas. Radioescuchas "Justo a las 4"
V	4	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas y privadas, Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado.
VI	5	Impresiones necesarias	Producción y distribución de una historieta mensual alusiva a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos y consumidores de las plazas de mercado públicas y privadas. Transportadores de alimentos.
VII	6	Impresiones necesarias	Producción de una sección de impreso mensual (IPES), de circulación entre comercializadores y clientes de las plazas de mercado	Comerciantes de alimentos de las plazas de mercado públicas. Transportadores de alimentos. Consumidores en las plazas de mercado públicas.
VIII	7	Arte en las plazas	Puesta en escena y presentación de cuadros teatrales, de corta duración, alusivos a calidad e inocuidad en todo el proceso de manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos.	Comerciantes de alimentos y consumidores de las plazas de mercado públicas y privadas. Transportadores de alimentos. Grupos de teatro comunitarios.
IX	9	Estimulo a la Calidad	Documento técnico que describe el concurso para otorgar el Premio al puesto de venta de las plazas de mercado públicas que presenten las mejores condiciones de calidad e inocuidad.	Comerciantes de las plazas de mercado públicas.

Eje: Hábitos Nutricionales Saludables

Nº	Guía #	Acción Comunicativa	Descripción de la acción	Sujetos de la acción
I	1	Construcción colectiva	Concertación con tenderas y tenderos de las localidades, convocadas.	Tenderas y tenderos de las localidades priorizando San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.

II	2	Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva	Acción de formación y acompañamiento a tenderas que han respondido afirmativamente a la convocatoria realizada, asumiendo un compromiso solidario personal con la promoción de hábitos nutricionales saludables en, al menos, cinco familias clientes de su tienda.	Tenderas y tenderos de las localidades priorizando San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.
III	11	Momentos de regocijo	Jornadas para sensibilizar a tenderos(as) y sus familias, y motivar su compromiso con la calidad e inocuidad en y desde las tiendas.	Tenderos(as), Comunales, familiares menores de edad, localidades San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Usme, Bosa, Rafael Uribe Uribe y Suba.
IV	12	Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	Llamado masivo para promover la transformación y adquisición de hábitos nutricionales saludables y prácticas de calidad e inocuidad en los alimentos.	Consumidores y consumidoras del Distrito Capital por localidades/estratos.

d. Coordinación y puesta en marcha de las Estrategias

Se desarrolla todo el proceso de gestión para llevar a cabo las acciones comunicativas priorizadas, coordinando todo lo relacionado con espacios, convocatoria de los sujetos de cada acción, herramientas e instrumentos, ajuste de guías, diseño de las bases técnicas, coordinación con equipos territoriales y gestión administrativa.

Durante este proceso se mantiene comunicación y coordinación permanente con los representantes de la Secretaría de Desarrollo Económico, procurando realizar todas las actividades en concordancia con las políticas y procedimientos administrativos establecidos a nivel distrital.

La motivación de los actores participantes se realizó teniendo en cuenta la voluntad e interés en la vinculación al PMASAB, a través de los servicios ofrecidos en el nivel local y territorial, priorizando el servicio de Calidad y Nutrición por ser estos los ejes fundamentales de las Estrategias de Movilización social.

Herramientas e instrumentos.

	Acción Comunicativa	Herramientas e Instrumentos Desarrollados
Eje: Calidad e Inocuidad de los alimentos	Construcción colectiva	• Documento técnico - Guías de las acciones comunicativas para Plazas de Mercado. • Presentación de la Estrategia de comunicación para la movilización social.
	La voz de las plazas Diagnóstico del estado de los circuitos de audio	• Documento Informe de Diagnóstico y registros fotográficos de las visitas de diagnóstico a los circuitos de audio activos en las plazas de mercado.
	La voz de las plazas Capacitación para Activación de circuitos internos de audio.	• Documento técnico base para la capacitación en producción de audio. • Memorias de la Capacitación. • Cuñas radiales construidas y grabadas por el personal asistente a las capacitaciones, para ser utilizadas en la producción de los programas de audio en las plazas de mercado.
	La voz de las plazas Segmento programa Justo a las 4	• Grabaciones y producciones del programa en las cuales aparecen segmentos de las plazas de mercado.
	Impresiones necesarias. Producción y distribución de una serie de afiches alusivos a calidad e inocuidad.	• Documento con bases técnicas para el diseño de los 10 Habladores alusivos a calidad e inocuidad. • 10 habladores diseñados y 1.000 impresos en poliestireno de 40 pulgadas $\frac{1}{4}$ de pliego e instalados en las plazas de mercado.
	Arte en las plazas	• Documento con bases técnicas para el montaje de las obras de teatro. • 2 libretos elaborados por los grupos de teatro con base en los temas de calidad e inocuidad seleccionados • Montaje y puesta en escena de 2 obras de teatro de 20 minutos cada una. • Archivos fotográficos y de video.
	Estimulo a la Calidad	• Documento base para la realización del concurso.

	Acción Comunicativa	Herramientas e Instrumentos Desarrollados
Eje: Hábitos Nutricionales Saludables	Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva.	• Documento técnico para las asesorías. • Términos de referencia profesionales en Nutrición y Dietética. • Formato Auditoría de Calidad Nutricional y base de datos para tabulación y análisis. • Documento final que contiene el análisis del proceso de Auditoría de Calidad Nutricional.
	Momentos de regocijo	• Documento guía para la acción comunicativa. • 2 Documentos técnicos para la producción de audios sobre manipulación de alimentos. • 2 Producciones de Audio de 10 minutos cada una sobre un producto de alto riesgo (pollo) y perecedero (fruver). • Registros Fotográficos y video de la acción comunicativa.
	Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	• 40.000 Trípticos diseñados e impresos sobre el tema de calidad, inocuidad y hábitos nutricionales saludables. • Pendones diseñados e instalados en las plazas de mercado.

Implementación de la estrategia:

EJE 1 : CALIDAD E INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS

I. Construcción Colectiva

Para llevar a cabo la implementación de todas las acciones comunicativas dirigidas a las plazas de mercado fue necesario adelantar reuniones de coordinación con el IPES, especialmente con Claudia López Coordinadora de Plazas y el equipo de comunicaciones.

Las estrategias de Comunicación para la movilización social fueron socializadas y trabajadas con los administradores de las plazas en reunión conjunta con el IPES y la Secretaría de Desarrollo Económico, en la cual se sensibilizó a los actores ante la importancia de apoyar este desarrollo.

Durante la jornada de trabajo se presentaron los objetivos de las acciones comunicativas y se priorizaron algunas de ellas para ser desarrolladas por el equipo del convenio.

El taller de reflexión realizado con los administradores sobre cómo, qué es y cómo se asume la participación, la comunicación y la movilización para la transformación de prácticas no saludables en calidad y nutrición, presentó como resultado la propuesta sobre acciones de la estrategia que se pueden articular al trabajo desarrollado en la Plazas de Mercado relacionadas a continuación:

Voz de las Plazas:

- Crear campañas de aseo y limpieza.
- Música ambiental.
- Evitar agregados e invasión del espacio público.
- Campañas dirigidas a los comerciantes para que no ingresen vehículos y bicicletas a las Plazas.
- Promover el buen uso de los espacios de la Plaza.
- Promover actividades deportivas.
- Publicar mensajes sobre el buen manejo de los productos.

Afiches y pendones:

- Pendones con buena imagen de los productos.
- Documentos en donde se mencione y visibilice las inversiones hechas en las Plazas.
- Libro al viento.
- Divulgar y visibilizar los espacios limpios.
- Campañas para ofertar los productos.
- Concurso de Calidad:
- Premiar a los restaurantes con certificaciones de calidad.

Arte:

- Habilitar espacios para actividades culturales.
- Identificar comerciantes artistas, que enfatizen las tradiciones de las Plazas.
- Realizar exposiciones fotográficas.
- Publicar mapas de Bogotá en donde estén ubicadas las Plazas.
- Abrir espacios electrónicos (mail) para que los actores se expresen.

De la misma forma los participantes proponen que la estrategia facilite procesos internos benéficos para los comerciantes de las plazas como:

- Generar campañas para que las familias de todos los actores de las plazas, asistan a estos espacios.
- Desarrollar campañas de formación sobre el sentido de pertenecía que los actores deben tener sobre las Plazas.
- Establecer alianzas con entidades para realizar campañas de limpieza en las Plazas.

II. La voz de las Plazas – Diagnóstico Circuitos de Audio

Para llevar a cabo el Diagnóstico de los circuitos de audio, se gestionó la contratación de la empresa “El College”, la cual realizó visitas punto a punto y a través de registros fotográficos y pruebas de los equipos, efectuó el respectivo análisis de la situación actual tanto del estado como del uso y las recomendaciones para mejorar las situaciones evidenciadas. A continuación se presentan algunos apartes de los resultados obtenidos en este diagnóstico.

PALOQUEMAO

Revisar parlantes y cornetas que no estén sonando (si es conexión o dañados) y direccionar los que estén mal y reubicar los que están en sectores pequeños y suenan duro como el de un corredor con paredes de ladrillo y pared bajita).

- Habilitar adición de sonido parqueadero norte si fuera necesario llamados independientes a sectores diferentes de la plaza, incorporar un selector de parlantes por zonas, incorporar: el p. c. para ayudas producción de audio.

NOTA: Por sectores hay suficientes parlantes (incorporar adicionales según fuese necesario reforzar algún área específica)

QUIRIGUA

- Quitar los plásticos y bolsas
- Revisar baffles que no estén sonando y cada uno de las vías (si es conexión o dañados)
- Direccionar los que están mal (Están bien distribuidos),
- Cambiar el micrófono.
- Incorporar: el P. C. para ayudas producción de audio

NOTA: Solo si fuera importante...incorporar sonido a zona de carga y parqueadero

FERIAS

- En área interna incorporar más parlantes y sectorizarlos (actualmente, las cabinas (2) están bien direccionadas pero están muy juntas).
- En las otras áreas, destapar de la lona la cabina de la entrada y direccionarla bien
- Revisar cornetas que no estén sonando y direccionar sectorizando las que estén mal (incluyendo el área en reparación del techo)
- Incorporar: el p. C. Para ayudas producción de audio

NOTA: Repasar forma de manejo de la consola y equalizar coherente y moderadamente

7 DE AGOSTO

- Revisar las cornetas que no estén sonando (si es conexión o dañados)
- Reubicar y despejar la que está cerca de administración
- Incorporar más parlantes y/o cornetas, y sectorizarlos
- Incorporar: el p. c. para ayudas producción de audio

FONTIBON

- Hay suficientes parlantes, están bien direccionados y bien sectorizados
- En el p. C. Optimizar producción de audio

LAS FLORES

- Por sectores hay suficientes parlantes, están bien direccionados y bien sectorizados (se sugiere incorporar adicionales si fuese necesario, para reforzar el área de parqueadero norte)
- Revisar baffle que no está sonando en área de pescados (si es conexión)
- Incorporar: el p. C. Para ayudas producción de audio

KENNEDY

- Por sectores hay suficientes parlantes, están bien direccionados y bien sectorizados, se sugiere modificar o cambiar tipo de parlantes de los baffles para lograr optimizar claridad en la voz (los laterales únicamente)
 - Incorporar: el p. c. para ayudas producción de audio
- NOTA:** Solo si fuera importante incorporar sonido a zona de carga y parqueadero

TRINIDAD GALÁN

- Por sectores hay suficientes parlantes, están bien sectorizados y bien direccionados, se puede mejorar la dirección del área oriental si fuese necesario
- Cambiar el micrófono si llega a presentar alguna falla
- Incorporar: el p. c. para ayudas producción de audio

RESTREPO

- En área interna de los dos pisos, por ser característica tantos corredores, se sugiere incorporar mas parlantes (public-address) y sectorizarlos,
- Revisar las cornetas que no estén sonando (si es conexión o dañados)
- Direccionar las que están mal
- Reubicar la que esta en sector sur (si es posible reforzar con más) por que los plásticos entre casetas impiden llegar el sonido a las personas
- Incorporar: el P. C. Para ayudas producción de audio.

20 DE JULIO

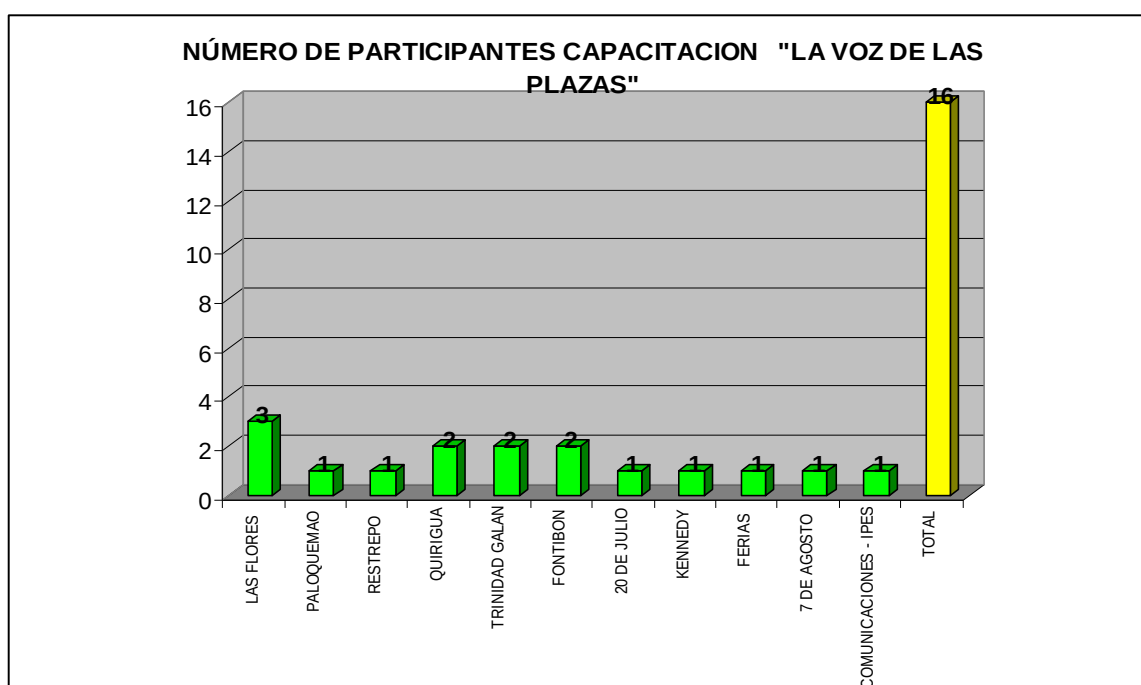
- Por sectores hay suficientes cornetas, están bien sectorizados pero hay que direccionarlas, se puede si fuese necesario, cambiar el micrófono si llega a presentar deficiencia
- Incorporar: el p. C. Para ayudas producción de audio.

Nota: solo si fuera importante incorporar sonido a zona de carga y parqueadero.

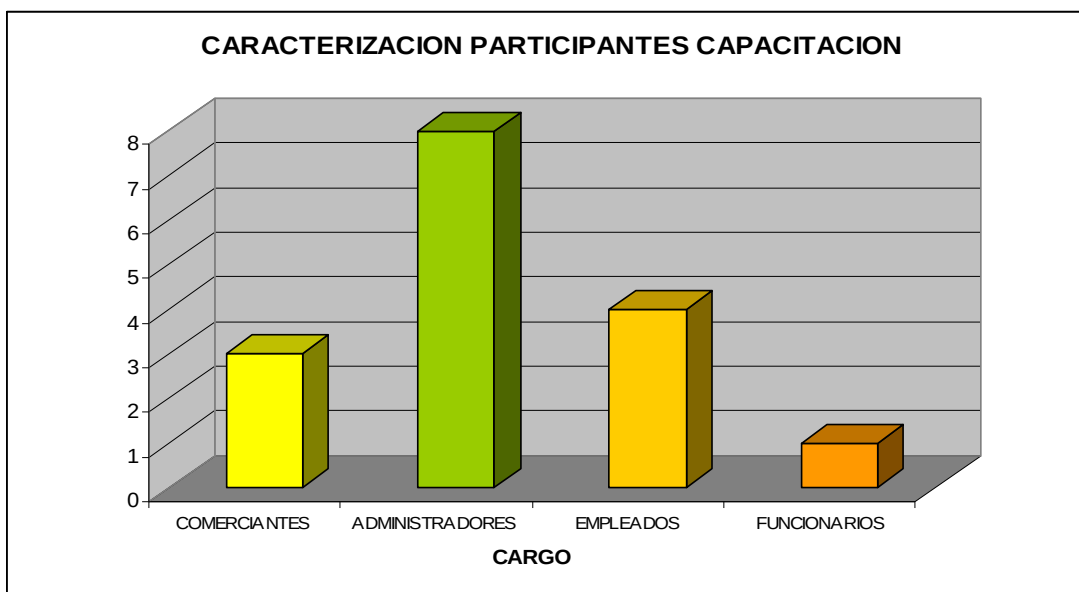
III. La voz de las Plazas – Capacitación en Producción de Audio

A través de la institución “El College” se desarrolló la capacitación en producción de audio dirigida a administradores y comerciantes de las plazas de mercado. En total se realizó la invitación a 10 plazas, 8 distritales y 2 privadas vinculadas al PMASAB, cada una con cupo para 2 personas un administrador y un comerciante. Adicionalmente se invitó a una persona representante del área de comunicaciones por parte del IPES, con el fin de poder reforzar el proceso de acompañamiento y continuidad en el proceso. La capacitación se desarrolló en 2 jornadas de 8 horas cada una para un total de 16 horas, en las instalaciones de compensar.

Como resultado se obtuvo la capacitación de 15 personas pertenecientes a las plazas relacionadas en el gráfico a continuación y 1 funcionario del IPES para un total de 16 personas:



De los asistentes a las jornadas de capacitación, la mayoría son administradores (8) o empleados de las plazas (3) y sólo un pequeño porcentaje son comerciantes de las plazas (3). Según lo referido por los administradores, algunos comerciantes manifiestan que aunque tienen interés en la participación de este tipo de actividades el tiempo dedicado a la capacitación perjudica las ventas en sus negocios, razón por la cual prefieren no asistir. En otros casos existe poca motivación para participar en este tipo de actividades, por esto los administradores sugieren que estas capacitaciones se lleven directamente a las plazas para que la gente se motive aún más para participar.



La capacitación se desarrolló bajo los contenidos y metodología descritos a continuación:

Jornada 1 (8 Horas)

1. Presentación de los participantes y conocimiento de expectativas sobre la capacitación.
2. Capacitación teórico – práctica en Locución Básica
 - a. La respiración.
 - b. Rutina de calentamiento.
 - c. La voz.
 - d. Cuidados de la voz.
 - e. Tono, timbre, volumen y duración de la voz.
 - f. Dicción, pronunciación y articulación.
 - g. Locución (principios, normas y cualidades).
 - h. Interpretación de palabras.
 - i. Interpretación de lectura.
 - j. Técnicas de improvisación.
3. Capacitación teórico – práctica en formatos y creación de productos radiales.
 - a. Magazín
 - b. Noticiero
 - c. Radio Promocional
 - d. Entrevista
 - e. La Nota y la Noticia
 - f. Realización de Guiones y Libretos
 - g. Cómo se elabora una parrilla de programación

Jornada 2 (8 Horas)

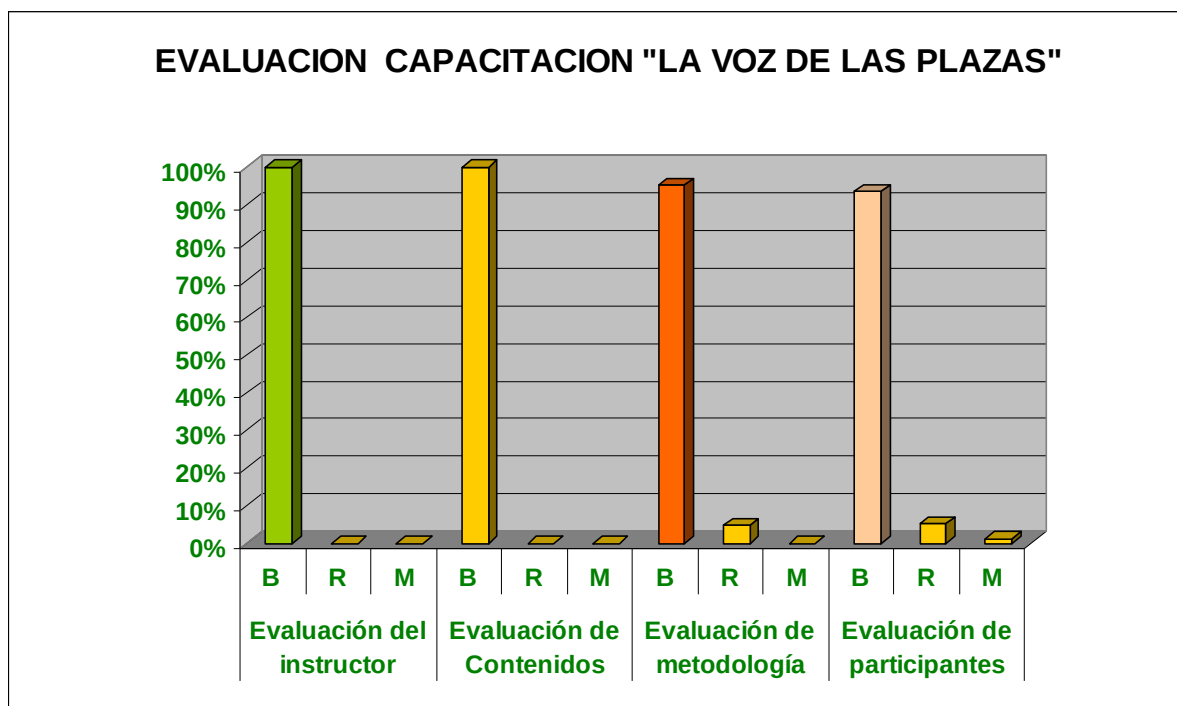
4. Presentación de resultados de la visita de diagnóstico sobre los equipos de reproducción y amplificación de audio.
Se presentan las características particulares de cada uno de los equipos y se analizan las diferencias de cada uno.
5. Capacitación teórico – práctica en producción de audio
 - a. Manejo de Consola
 - b. Técnicas de Microfonía
 - c. Procesos de Grabación y Reproducción
6. Capacitación teórico – práctica en formatos y creación de productos radiales.
 - a. Diseño y ejecución de cuñas radiales
 - b. Brainstorming (lluvia de ideas)
 - c. Asignación de Personajes y Roles
 - d. Taller de Creatividad – Ejercicios Prácticos



Como resultado de estas jornadas de capacitación los participantes grabaron cuñas relacionadas con sus plazas de mercado y además sobre el Plan Alimentario Bogotá, haciendo énfasis en la calidad de los productos de las plazas. El college realizó la edición de estas cuñas y entregó a cada uno de los participantes las grabaciones de las mismas en un CD, Junto con el certificado de asistencia a la capacitación.

Finalizada la capacitación se realizó la respectiva evaluación del proceso, evidenciándose en general una gran satisfacción por parte de los participantes frente a los instructores, los contenidos y la metodología utilizada. De la misma forma la participación de los asistentes fue excelente según la autoevaluación y las apreciaciones de los capacitadores. Como puntos críticos se evidencia la impuntualidad de algunos asistentes y en general de acuerdo con las apreciaciones de las personas, la intensidad horaria no es suficiente.

Recogiendo algunas de los comentarios expuestos por los participantes se resume lo siguiente “Se superaron las expectativas relacionadas al inicio de la capacitación”, “fue una experiencia maravillosa, inolvidable y muy importante para la vida profesional”, “este es un tema fundamental para el trabajo dentro de las plazas ya que tenemos los equipos pero no sabíamos como aprovecharlos y utilizarlos”, “esta capacitación fue muy corta pues quedamos muy motivados para continuarla”, “este proceso se debe continuar en todas las plazas más aún ahora que se están comprando equipos”, “sería muy importante realizar esta capacitación y además contar con el apoyo o asesoría directamente en la plaza.



Fuente: Evaluación escrita de participantes
Malo

B= Bueno R= Regular M=

IV. Producción de un Segmento del programa Justo a las 4

Con base en las recomendaciones proporcionadas por la Secretaría de Desarrollo Económico, se realizó la coordinación de las grabaciones de 5 segmentos dirigidos a las plazas de mercado. La participación en el comité editorial estuvo a cargo de María Victoria Polanco quién dio las orientaciones pertinentes sobre el objetivo del segmento en el programa y el énfasis en los temas de calidad e inocuidad. El Convenio 07 se encargó de la coordinación con el IPES y con las plazas de mercado para desarrollar los temas de los programas.

Las grabaciones se realizaron directamente en las plazas de mercado, en las cuales se entrevistó a los comerciantes más antiguos haciendo énfasis en la historia de las plazas y sus avances más significativos. De la misma manera se entrevistaron a los administradores y/o asistentes quienes también conocen las fortalezas de la plaza, cuales han sido sus logros y los aspectos en los cuales han logrado sobresalir.

El personal del IPES tanto del área de comunicaciones como la coordinadora de plazas, estuvieron al tanto del proceso y participaron en la elaboración de estos segmentos. Los programas grabados bajo la coordinación del Convenio 07 se relacionan a continuación:

PLAZA	FECHA EMISIÓN
Plaza Fontibón	30 Abril
Plaza el Restrepo	7 Mayo
Plaza las Flores	14 Mayo
Feria de las Colonias	21 Mayo
Plaza las Ferias	28 Mayo
Plaza 20 de Julio	4 Junio

Los resultados obtenidos con la transmisión de los segmentos en el programa Justo a las 4, se evidencian en la participación y protagonismo que las plazas han logrado, siendo este un factor fundamental para motivar la vinculación de los comerciantes al PMASAB. El apoyo publicitario del programa realizado por la SDE fue fundamental para que la audiencia del programa estuviera constituida por comerciantes de la plaza de mercado y sus familias.

Los resultados de los programas grabados en las plazas de mercado se evidencian en la copia de las emisiones realizadas en las fechas reportadas anteriormente. Se sugiere que este material sea duplicado y distribuido a las plazas de mercado para ser retransmitido a través de los circuitos de audio internos.

V. Impresiones necesarias – Habladores

Esta acción comunicativa tiene como finalidad fomentar en los comercializadores, transportadores y consumidores de alimentos las buenas prácticas de manipulación, transformando aquellas que en la actualidad se evidencian como inadecuadas y logrando que interioricen la problemática de calidad e inocuidad de las plazas de mercado.

La producción del material educativo en torno a la calidad e inocuidad fue revisado y aprobado por los representantes del IPES, teniendo en cuenta todas las recomendaciones y procedimientos establecidos por la Alcaldía.

Para desarrollar este material educativo fue necesario elaborar los conceptos técnicos para cada uno de los 10 habladores y se contrató a un Diseñador que con base en las definiciones técnicas y un trabajo de campo conjunto diseñó el personaje y bocetos de los habladores. Sobre dibujo a lápiz se realiza la primera aprobación y posteriormente se digitaliza a color para las revisiones posteriores, hasta lograr el producto esperado. Este trabajo fue realizado conjuntamente con María Victoria Polanco, asesora de la SDE. Se obtuvo como resultado el producto que se presenta a continuación:





En cada una de las plazas con presencia por parte del convenio 07 y de acuerdo a la recomendación dada por el IPES y la SDE, se realizó la impresión e instalación de 1000 habladores en poliestireno de 40 pulgadas distribuidos así:





Nº	PLAZA	CANTIDAD POR HABLADOR	CANTIDAD TOTAL
1	CRUCES	5	50
2	PERSEVERANCIA	5	50
3	KENNEDY	6	60
4	QUIRIGUA	6	60
5	BOYACA REAL	1	10
6	LAS FERIAS	6	60
7	SIETE DE AGOSTO	6	60
8	DOCE DE OCTUBRE	6	60
9	RESTREPO	8	80
10	LUCEROS	2	20
11	VEINTE DE JULIO	6	60
12	SANTANDER	6	60
13	EL CARMEN	2	20
14	SAN BENITO	2	20
15	SAN CARLOS	2	20
16	FONTIBON	8	80
17	TRINIDAD GALAN	6	60
18	LAS FLORES	6	60
19	PALOQUEMAO	8	80
20	SAN FRANCISCO	3	30
TOTAL			1000

Este material por ser durable y lavable permite perdurar en el tiempo en los espacios de las plazas de mercado lo cual se constituye como un instrumento educativo y pedagógico que será visible tanto para los comerciantes como para los consumidores para sensibilizar sobre el tema de calidad e inocuidad.

VI. Impresiones necesarias – Historieta

Durante el proceso de implementación de la estrategia, se tuvo que reevaluar la posibilidad de desarrollar algunas de las estrategias comunicativas, teniendo en cuenta el corto tiempo para llevarlas a cabo y también para evaluar sus efectos. Es así como de las 9 acciones comunicativas priorizadas para las plazas de mercado, por recomendación de la Secretaría de Desarrollo Económico se decidió no continuar con el proceso de diseño e impresión de la Historieta, situación que se evidenció oportunamente en documentos escritos.

VII. Impresiones necesarias – Publicación mensual

La producción de una sección dentro del impreso mensual del IPES, tampoco fue posible llevarla a cabo, debido a que dicha publicación no será emitida antes de finalizar el convenio 07. El registro de esta situación queda evidenciado en un acta de reunión realizada con el IPES.

Arte en las Plazas.

La primera fase de implementación de la acción comunicativa “Arte en las Plazas”, se realizó a través de la convocatoria de grupos de teatro comunitarios para realizar un montaje de cuadros teatrales referentes a la calidad e inocuidad. Luego de realizar contactos y cotizaciones al respecto, se seleccionaron dos grupos: Luna Ondulante y Valathar Cirque.

Cada uno de ellos desarrolló un guión y puesta en escena de una obra teatral con una duración de 20 minutos. Los núcleos temáticos fundamentales se centraron en las inadecuadas prácticas de manipulación de alimentos durante la comercialización y la responsabilidad de los consumidores frente a la exigencia de la calidad como un factor primordial para la conservación de la salud. Cada uno de los grupos desarrolló además del guión, material de apoyo y estrategias para llamar la atención del público, como la música, las acrobacias y la escenografía utilizada.

Estos cuadros teatrales fueron presentados en 15 plazas de mercado de las cuales 12 son distritales y 3 privadas, todas vinculadas al PMASAB. Las presentaciones fueron realizadas sábado y domingo por ser los días de mayor afluencia de público. En total se hicieron 40 presentaciones entre los dos grupos de teatro, las cuales fueron apoyadas con un equipo de sonido y micrófonos para los actores de la obra. Durante los días de la presentación de las obras simultáneamente se realizó sensibilización frente al PMASAB y vinculación de actores al uso de los servicios. De igual forma a través del sonido se promocionó el abastecimiento de alimentos en las plazas de mercado lo cual favoreció las ventas durante estos días.

En cada una de las plazas según el tamaño de la misma se realizaron las obras de teatro en 2 a 4 lugares diferentes y estratégicos, con el fin de abarcar la mayor cantidad de población tanto de comerciantes como de consumidores.

A continuación se relacionan los resultados de la implementación de esta acción comunicativa:

Nº	Lugar	Número de Cuadros	Grupo de Teatro	Cobertura Aprox.	Espectadores Aprox.
1	Plaza Las Flores	3	Luna Ondulante	42	42
2	Plaza Kennedy	1	Luna Ondulante	38	125
3	Plaza Fontibón	2	Luna Ondulante	32	140
4	Plaza 7 de Agosto	3	Valathar Cirque	65	125
5	Plaza 20 de julio	3	Luna Ondulante	97	237
6	Plaza Restrepo	4	Valathar Cirque	130	154
7	Plaza las Ferias	3	Luna Ondulante	96	133
8	Plaza Santander	2	Luna Ondulante	60	42
9	Plaza Trinidad Galán	2	Luna Ondulante	28	56
10	Plaza la Perseverancia	3	Valathar Cirque	26	134
11	Plaza 12 de Octubre	2	Valathar Cirque	81	63
12	Plaza las cruces.	2	Valathar Cirque	52	38
13	Plaza Quirigua	2	Luna Ondulante	87	48
14	Plaza Paloquemao	4	Valathar Cirque	220	125
15	Plaza San Francisco	3	Valathar Cirque	113	45
	TOTAL	40		1.167	1.455
				2.622	

Los datos presentados fueron obtenidos de dos fuentes: los comerciantes vinculados a través de la estrategia se encuentran registrados en el sistema de información del convenio, con sus respectivos soportes escritos, mientras que los espectadores fueron calculados de manera aproximada a partir de las imágenes y videos capturados durante las presentaciones y en algunos casos a partir de la apreciación dada por los gestores acompañantes del proceso.

Luego de realizar las presentaciones se motivó la participación de la gente para responder preguntas relacionadas con el tema de las obras de teatro. Se observó particularmente gran afluencia de niños en las presentaciones y de acuerdo con sus repuestas fue sencillo y claro el tema para ellos.

En el caso de los adultos y comerciantes de la plaza se motivaron y premiaron los puestos y personas que visiblemente cumplían con las normas de manipulación de alimentos y presentación personal, motivando a los demás comerciantes para seguir el ejemplo.

Las obras de teatro convocan gente, son llamativas para los niños quienes se convierten en los principales multiplicadores, según manifestaron los comerciantes que en algunos casos no vieron la obra completamente pero sus hijos si y el mensaje fue transmitido de manera efectiva.

Al principio se notó un poco de resistencia ante la estrategia, por ser algo diferente y por sentirse los comerciantes un poco intimidados con el sonido, con el espacio que se destinaba en la plaza para realizar esta actividad y hasta con los actores, además algunas personas mayores lo consideraban una “burla” e interrupción a su trabajo, sin embargo se logró la aceptación sustentada en el beneficio que trae para las plazas este tipo de actividades que además de ser recreativas tienen un componente educativo para todos los públicos.

Las obras de teatro son un medio de sensibilización para las personas sobre el tema de calidad, inocuidad y nutrición pues reflejan prácticas que comúnmente la gente realiza pero de las cuales desconoce sus consecuencias y de una manera lúdica se hacen conscientes de su responsabilidad tanto para ofrecer un buen producto como para exigir en el caso de los consumidores.

Algunas de las apreciaciones recogidas durante la presentación de las obras se reflejan en estas frases “yo nunca había caído en cuenta de esto” “yo no me fijaba” “¿de verdad uno se enferma por esas cosas?”

Algunas personas son conscientes de la situación aunque les da pena exigir o sienten que no tienen el derecho para hacerlo otras simplemente pasan por alto algunas prácticas que realizan los comerciantes y ellos mismos. Luego de presentar las obras de teatro en las cuales había un protagonista “villano” que cometía todos los errores en la manipulación de alimentos y causaba daño a otro personaje de la obra...era claro para todo el mundo el mensaje “¡Él tuvo la culpa!” y al indagar el por qué? las respuestas fueron claras y similares: “no se lavó las manos”, “no lavo las frutas”, “El cuchillo estaba sucio” “cogió las basuras” “todo estaba revuelto” “fue al baño y no se lavó las manos” “no tenía delantal” “no utiliza tapabocas”, etc. Pero más allá de interpretar al vendedor como un villano, las preguntas al público también apuntaban a responder si él había sido el único culpable, ante lo cual al unísono los espectadores con toda seguridad contestaban que no! y se daba paso a otra reflexión vista desde el consumidor: “¿Ella debió comprar los alimentos en estas condiciones?” con un respuesta contundente la gente contesta que No! y al preguntarle a las personas qué le recomendarían a la compradora afectada para que en un futuro no vuelva a ser víctima de esta situación las respuestas de las personas giran en torno a: “debe tener mas cuidado”, “comprar en las plazas y no en la calle”, “lavar los alimentos antes de

comerlos”, “lavarse las manos”, “decir lo que está mal”, “exigir y no quedarse callada”, entre otros.

Finalmente, teniendo en cuenta que dentro de las obras de teatro la participación de la gente es fundamental, se da la oportunidad a los espectadores de ser quienes le den al personaje villano todas las recomendaciones para mejorar su negocio y evitar ser la causa de enfermedades para otras personas, ante lo cual las opiniones de las personas y aún de los niños eran claras: “que se bañe”, “que lave el uniforme”, “que se recoja el cabello”, “que no coja los alimentos con la mano”, “que guarde en la nevera las carnes”, “que guarde las basuras”, “que lave los cuchillos”... y en otros casos los comentarios fueron más técnicos y con mayor conocimiento, ante lo cual los niños tampoco se quedaron atrás: “hacer un curso de manipulación de alimentos”, “que no contamine los alimentos con bacterias” “las bacterias nos enferman y debemos eliminarlas”, “debe hacer desinfección”, “se debe tener cuidado con el almacenamiento de los alimentos que más se contaminan”, “se debe capacitar”, “que monte su negocio en una tienda o plaza, un lugar cerrado y no al aire libre”.

Al preguntar a los comerciantes: ¿Qué es lo más importante de su negocio?, la respuesta más repetida fue: “la calidad” y “atender bien al cliente” y al indagar sobre el significado de esta palabra también fue una constante identificar que las personas en las plazas de mercado, asocian la calidad con la frescura de los productos, y la atención al cliente con “consentirlos”, “darles ñapa”, etc. Pocas personas asumen que la calidad es más que esto y luego de observar las obras de teatro y escuchar los comentarios de la gente, se logra una sensibilización mayor sobre el tema ampliando notablemente su forma de interpretar estos significados.

En general se observa buena aceptación por parte de los actores de las plazas de mercado frente a la realización de estos eventos, los cuales por ser algo distinto y relacionado con el arte, atrae público para visitar la plaza y se convierte en algo que cambia la rutina dejando una enseñanza.

Se debe tener en cuenta que el montaje de las obras se realizó **teniendo toman en consideración** los espacios y el tipo de público espectador, por lo que el lenguaje utilizado fue muy sencillo, y con palabras comúnmente utilizadas tanto por los comerciantes como por los consumidores dentro de un espacio como la plaza de mercado. Es muy positivo que dentro de las obras, siempre se resaltó la importancia de volver a comprar en las plazas de mercado especialmente la plaza en donde se realizaba la presentación como un medio publicitario. Cabe resaltar que el apoyo de las obras de teatro con el sonido, favoreció en gran medida poder sensibilizar una mayor cantidad de público que aunque no viera la obra directamente si escuchaba lo que estaba sucediendo y se llamaba la atención de los consumidores para que se acercaran a observarla. La motivación realizada a los participantes con la entrega de los relojes también favoreció en gran medida mantener la concentración y atención durante los 20 minutos de duración de los cuadros teatrales.



EJE 2 : HÁBITOS NUTRICIONALES SALUDABLES

I. Construcción Colectiva

Durante la primera fase de las acciones comunicativas para el eje Hábitos Nutricionales Saludables, se realizó coordinación directa con el representante de las Juntas de Acción Comunal ante el Consejo Directivo del PMASAB. El objetivo de este trabajo conjunto era vincular a las JAC, como aliados estratégicos para la vinculación de actores al Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos. Durante 2 reuniones de trabajo se definió la agenda para llevar a cabo una convocatoria para los representantes de las JAC de las localidades Ciudad Bolívar, Usme, Rafael Uribe Uribe, Bosa y San Cristóbal. La convocatoria a esta jornada de trabajo tenía como objetivo generar un espacio de sensibilización frente al tema de nutrición y alimentación de calidad y el compromiso de motivar la participación de los tenderos de las localidades en las actividades de Movilización Social. A pesar de las coordinaciones adelantadas no fue posible concretar dicho encuentro, debido a situaciones particulares que estaban atravesando los dirigentes de las Juntas de Acción comunal en algunas localidades.

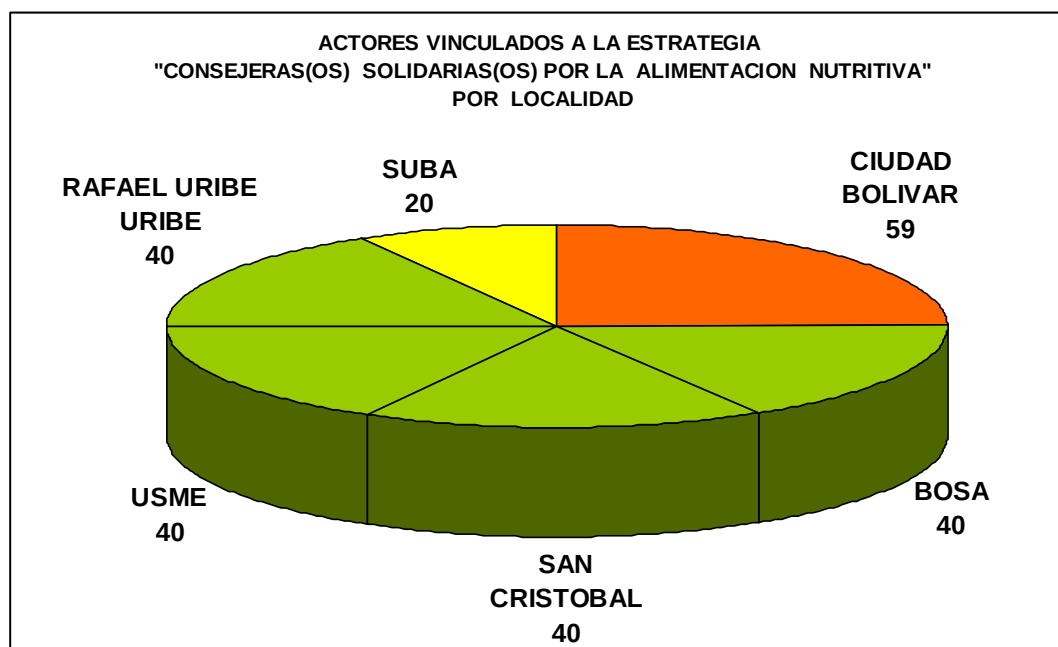
La vinculación de estas organizaciones no se dejó de lado, por el contrario se buscaron mecanismos a través de los gestores de territorio para que estas organizaciones comunitarias participaran en el proceso de acuerdo a sus posibilidades y por voluntad propia.

II. Consejeras(os) Solidarias(os) por la Alimentación Nutritiva.

El desarrollo de esta acción comunicativa se llevó a cabo, con base en el proceso adelantado por el equipo de territorio, quienes a través de las visitas punto a punto a los actores comerciales de cada localidad, lograron identificar tenderos con algún interés particular en el servicio de calidad y nutrición.

Se efectuó la contratación de 12 profesionales en Nutrición y Dietética quienes realizaron visitas de acompañamiento punto a punto a los actores comerciales priorizados por el equipo de gestión territorial por bases de datos y seleccionados bajo el criterio de estar interesados en dos o más servicios del PMASAB incluido el servicio de calidad.

Cada uno de los gestores entregó una base de datos por Nutricionista de 30 comerciantes potenciales para realizar estas asesorías. A cada uno de los nutricionistas se les facilitó esta base de datos con la cual iniciaron el primer recorrido de sensibilización, en el cual cada profesional seleccionó su grupo de trabajo de 20 tenderos, para un total de 240 actores del abastecimiento participantes de la estrategia. En la localidad de Ciudad Bolívar uno de los puntos seleccionados desistió durante el proceso por falta de tiempo para atender las asesorías, quedando al finalizar 239 actores.



Durante la **primera visita** se presentó a los comerciantes el objetivo de esta acción comunicativa y el proceso a seguir para la realización de dichas asesorías. De igual forma, se efectuó la primera invitación a los comerciantes para participar en la actividad Momentos de Regocijo.

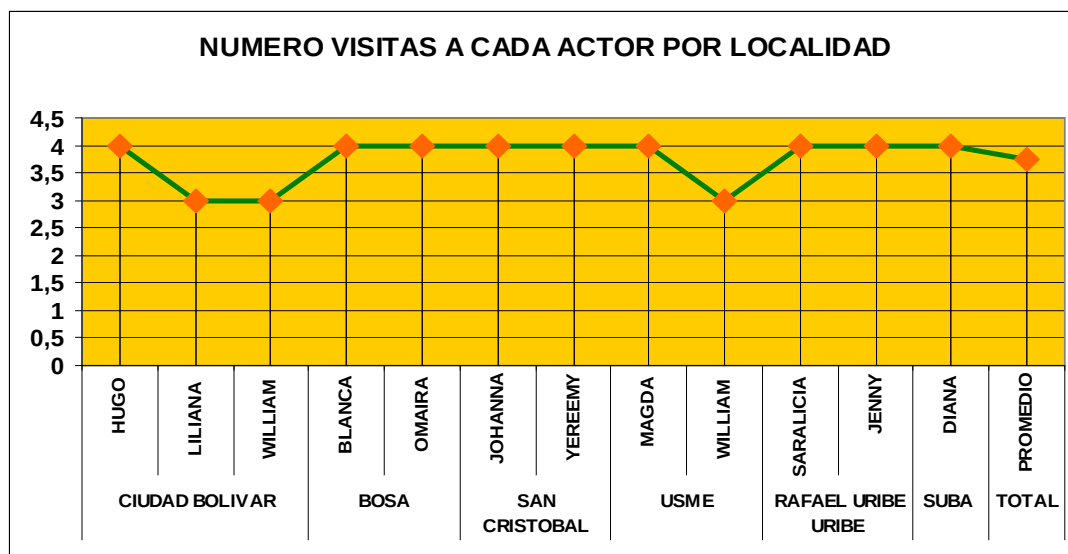
Para la **segunda visita** a los actores identificados y seleccionados, se aplicó un formato tipo encuesta de Auditoría de Calidad Nutricional, la cual tiene como finalidad presentar una caracterización de las familias de los comerciantes atendidos mediante la asesoría nutricional en punto e identificar sus hábitos y frecuencias de compra y consumo de alimentos. De igual forma la auditoría de Calidad Nutricional contiene un capítulo de evaluación de conocimientos sobre: valor nutricional de los alimentos, conocimientos básicos de nutrición, canasta básica de alimentos, manipulación de alimentos, elementos de protección, calidad en la selección, compra y almacenamiento de alimentos y finalmente el tema de saneamiento básico. Con base en esta evaluación de conocimientos realizada por los nutricionistas, se identificaron los aspectos relevantes sobre los cuales se debía apoyar la asesoría nutricional en punto. En el desarrollo de las asesorías, fue una constante realizar énfasis sobre las Guías Alimentarias para la población Colombiana como lo especificaba la guía de la Acción comunicativa y con mayor razón, luego de evaluar algunas características de la alimentación en la familia.

La **tercera visita**, en la mayoría de las localidades estuvo centrada en el tema de canasta básica de los alimentos y valor nutricional de los mismos. Según la guía de esta acción comunicativa se orientó al tendero(a) sobre las propiedades de los alimentos disponibles en su negocio y se brindaron las herramientas básicas para que él pudiera orientar a sus consumidores sobre una compra responsable y la mejor forma de optimizar sus recursos. Teniendo en cuenta que los negocios seleccionados tenían características distintas, el tema de la asesoría tuvo que ser dirigido y orientado a las particularidades del mismo. En algunos casos, la visita de las(os) nutricionistas fué aprovechado por los comerciantes y su familia para aclarar inquietudes sobre temas particulares como: la alimentación de los niños, loncheras saludables, lactancia materna y recomendaciones dietoterapéuticas para casos específicos de enfermedades comunes relacionadas con la alimentación como hipertensión, dislipidemias, diabetes, obesidad, etc.

La **cuarta visita**, se orientó principalmente al tema de calidad e inocuidad brindando al tendero(a) la asesoría necesaria para mantener su negocio en óptimas condiciones de aseo, higiene y presentación, libre de contaminación y de cualquier riesgo para la salud de los consumidores. En este sentido, se hizo énfasis en los procedimientos de conservación y almacenamiento de alimentos, normas del manipulador e importancia de los elementos de protección y los procedimientos de limpieza y desinfección. Por solicitud de algunos tenderos se orientó la elaboración del Plan de Saneamiento para su negocio, documento exigido por la secretaría de Salud para otorgar concepto sanitario favorable. Debido al corto tiempo dedicado por parte de los tenderos a esta asesoría, las orientaciones fueron muy generales y puntuales a sus requerimientos particulares.

Durante esta última visita se realizó una evaluación del proceso diligenciando un formato previamente establecido. En algunas localidades se diligenció nuevamente la auditoría nutricional en el capítulo de Evaluación de Conocimientos, con el fin de valorar los avances luego de recibir las asesorías sobre cada uno de los temas.

A continuación se presenta el número de visitas realizadas a cada actor, por los profesionales en cada una de las localidades. Las diferencias están relacionadas con el tiempo destinado para desarrollar las asesorías, teniendo en cuenta que el trabajo de campo debía finalizar el 11 de Junio y en algunos casos específicos como Ciudad Bolívar y Usme el proceso de contratación de estos profesionales se retrasó un poco por lo que solo alcanzaron a realizar 3 visitas a cada actor.



Los resultados cualitativos de la implementación de esta acción comunicativa en las localidades son variados dependiendo en gran medida del proceso adelantado y las características particulares de cada territorio.

Uno de los factores identificados de manera común por los profesionales en todas las localidades es que los tenderos no disponen de mucho tiempo para atender las visitas, por lo cual se procuró realizar las asesorías entre semana, en horas de la tarde ya que según lo manifestado por ellos es el momento en que tienen menos trabajo. Durante el tiempo de la asesoría es muy importante tener paciencia, ya que se debe respetar que están en su espacio y deben darle prioridad a la atención de sus clientes.

Al inicio del proceso, algunas personas no demostraron interés en las asesorías, estaban más preocupados por los cursos de manipulación de alimentos o ayuda financiera, en embargo en la medida en que se fue brindando información y desarrollando las visitas, muchos de estos actores se fueron adueñando de las temáticas y al final se mostraron muy agradecidos y motivados a continuar con el proceso.

En algunos casos se evidenciaron dificultades para fijar la atención de los participantes debido a factores como la atención simultánea a los clientes, la presencia de rockolas, radios, televisión, prendidos, entrada de llamadas al teléfono fijo o al celular, el ruido de la calle etc... Estos aspectos disminuyen notablemente las posibilidades de fijar el conocimiento y se tiende a perder el sentido real de la educación nutricional.

El formato de auditoría de calidad nutricional es una herramienta para valorar características de los hábitos alimentarios de los actores y sus familias sin embargo se debe tener en cuenta que los resultados sobre cambios en el comportamiento nutricional sólo se pueden ver a largo plazo, para lo cual se requiere que el acompañamiento sea durante un mayor periodo de tiempo. Es por esta razón que al finalizar las asesorías solo se efectuó una valoración de los avances en conocimientos y no en hábitos alimentarios.

Según lo manifestado por los profesionales la movilización a los diferentes puntos fue complicada porque algunos puntos estaban muy alejados y dispersos, impidiendo la agilidad en el proceso y perdiendo tiempo en la ubicación de los mismos. Además se debe tener en cuenta que algunos sitios no son muy seguros para una sola persona.

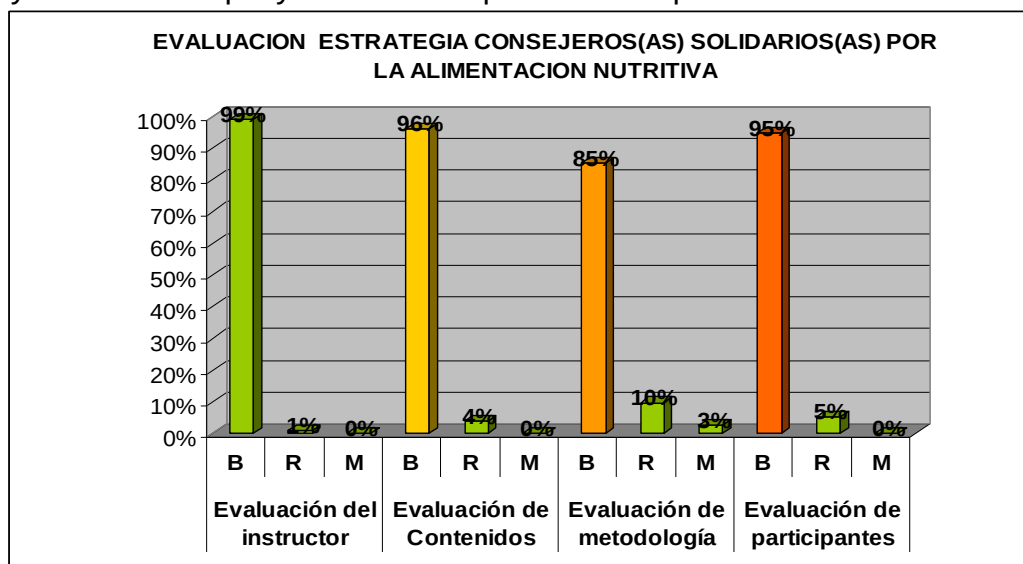
En el caso particular de la localidad de Suba, se observó que los tenderos visitados desconocían el programa Alimenta Bogotá y **la función del Nutricionista lo cual dificultó el proceso de acompañamiento**. Sin embargo, una vez conocida la dinámica por parte de los comerciantes ellos mismos programaron el espacio y tiempo de atención.

Otro factor determinante que en alguna medida afectó el proceso fue el incumplimiento de algunas actividades y talleres programados previamente como cursos de manipulación de alimentos, lo cual generó desinterés por la participación en otras actividades. Durante las asesorías en nutrición los comerciantes aprovecharon para manifestar sus inquietudes frente a otros aspectos como la negación de oportunidades financieras por los inflexibles requisitos que ellos no pueden cumplir. También manifiestan sus debilidades en otros temas como contabilidad, sistemas e informática. Se observa con preocupación, falencias en recibo, almacenamiento y rotación de alimentos, al igual que en la aplicación de plan de saneamiento en la mayoría de establecimientos comerciales visitados, especialmente en supermercados. Emplean de manera poco ortodoxa métodos de fumigación, desratización, limpieza y desinfección. La inocuidad y la calidad no hace parte de la cotidianidad, lo cual no promueve calidad en la alimentación y en los productos ofrecidos a los clientes. Las asesorías fomentaron en gran medida el mejoramiento de estas situaciones sin embargo el tiempo no es suficiente, más aún cuando el énfasis en este proceso era fomentar hábitos de compra y consumo de alimentos saludables y el tema de calidad solo fue tratado de manera parcial.

La implementación de esta acción comunicativa, requiere ajustes con base en la experiencia desarrollada. También se debe definir y contar previamente con los incentivos para los actores y los distintivos para los profesionales que se designen para las localidades.

De las 239 personas participantes en esta acción comunicativa un 99% afirma estar satisfecha con la asesoría brindada por los profesionales nutricionistas. Dentro de las observaciones hechas por los participantes frente a la metodología se encuentra principalmente que la intensidad horaria no es suficiente y además que se deben programar mejor los horarios de dichas asesorías. Finalmente, a pesar de la resistencia

y dificultades iniciales el proceso fue acogido por los comerciantes y lo observan como positivo para el mejoramiento y calidad de sus negocios. Según lo referido por los nutricionistas, las personas piden que este tipo de procesos se continúen y no se dejen sin terminar. Además, se evidenció que otras personas ajenas al proceso quisieron vincularse luego de iniciar los acompañamientos pero no fue posible por la limitación del tiempo y la cobertura que ya estaba completa con los profesionales contratados.



Fuente: Evaluación escrita de participantes B= Bueno R= Regular M= Malo

Los resultados de la Auditoría de Calidad Nutricional se presentan en un Documento Anexo a este informe.

III. Momentos de Regocijo

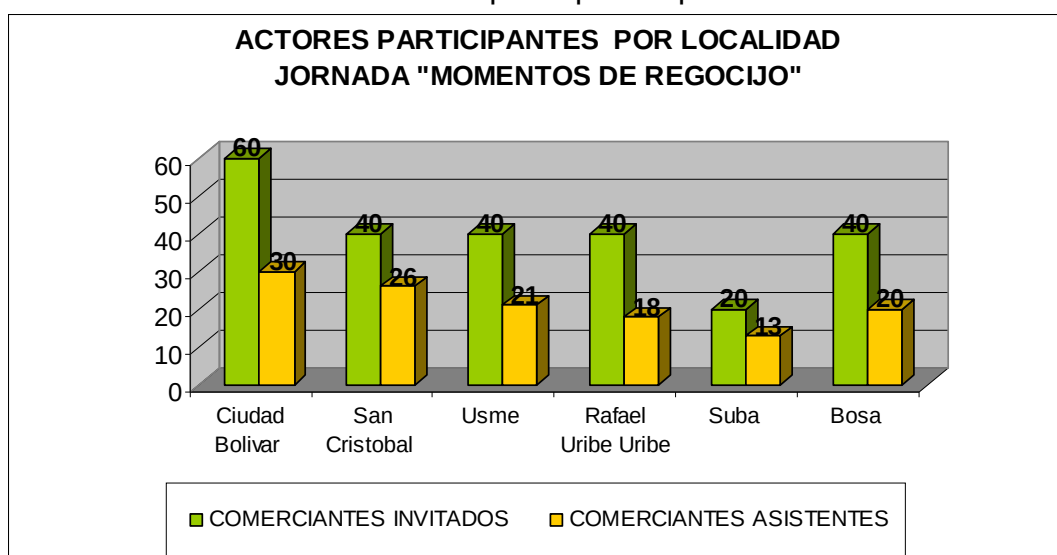
Esta acción comunicativa propuesta desde la estrategia de comunicación para la Movilización Social, contiene elementos y núcleos temáticos tanto de calidad e inocuidad como de Hábitos Nutricionales Saludables.

Los objetivos claves de esta acción se centran en incentivar prácticas de calidad e inocuidad en y desde las tiendas para una venta adecuada que promueva el consumo de alimentos saludables. De igual forma busca promover la vinculación de comerciantes de alimentos y sus familias a las acciones de comunicación para la movilización social orientadas a promover estas prácticas en sus clientes.

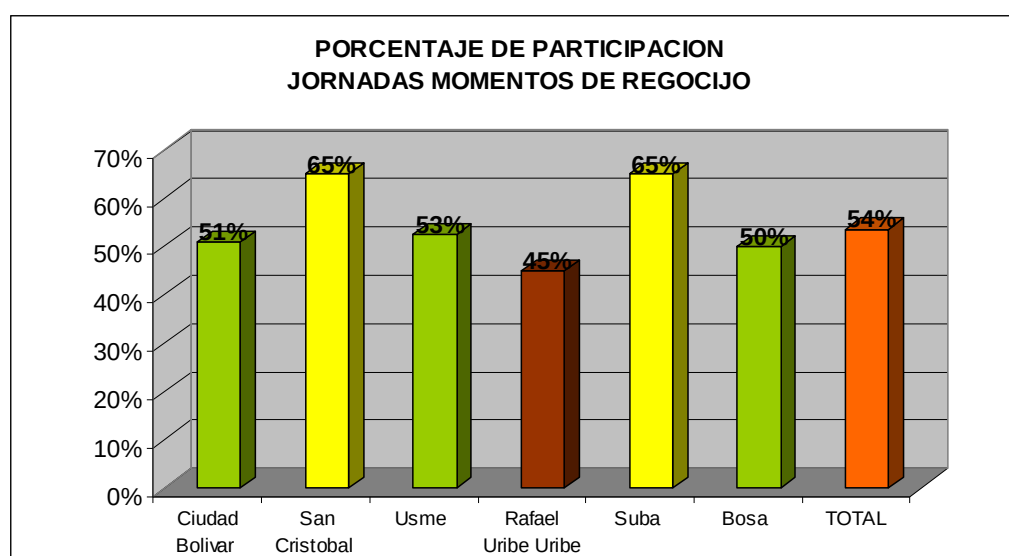
Para la implementación de esta acción comunicativa fue necesario coordinar acciones con el equipo de Gestión Territorial quien a su vez adelantó acercamiento y vinculación al proceso de algunas Juntas de Acción Comunal. Debido a que la implementación de esta acción comunicativa se realizó en un corto tiempo, los mecanismos de convocatoria tuvieron que ser reevaluados varias veces hasta que finalmente se decidió que las invitaciones se entregarían a través de los nutricionistas contratados para las asesorías punto a punto y que se daría prioridad a los 239 tenderos vinculados a la acción comunicativa "Consejeras(os) solidarias(os) por la alimentación nutritiva" y sus

familias. Las invitaciones de las Juntas de Acción Comunal y otras organizaciones estratégicas en cada localidad fueron entregadas directamente por los gestores de territorio.

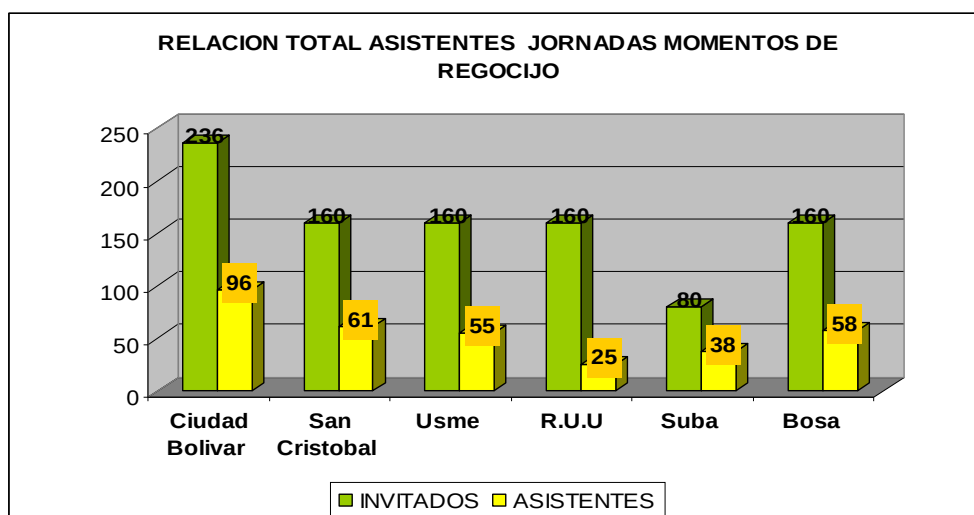
Por las características propias de la actividad se solicitó a los comerciantes invitados, confirmar la asistencia al evento y la de sus 3 acompañantes, para lo cual se solicitó al tendero que indicara los nombres de sus familiares. A pesar de contar con una confirmación de asistencia del 81% por parte de los comerciantes sin contar las invitaciones entregadas por el equipo de territorio, los resultados el día del evento reflejaron una asistencia de 128 organizaciones de 239 invitadas, equivalente al 54% del total. A continuación se muestra la participación por localidad.



El Mayor porcentaje de participación se obtuvo en las localidades de Suba y San Cristóbal con un 65% de las organizaciones invitadas y el menor estuvo en la localidad Rafael Uribe Uribe donde solo asistió el 45% de los invitados.



Por cada una de las organizaciones se esperaba una asistencia de 4 personas: 2 adultos y 2 niños, es decir un total de 1000 personas aproximadamente, sin embargo los días del evento se observó un alto porcentaje de personas que asistieron solas o con un solo acompañante, razón por la cual los resultados esperados en términos de asistencia total fueron notablemente menores a los esperados: 333 personas de 956 esperadas, equivalente a un 35%.



Al calcular la relación del número de organizaciones (128) vs. el número de asistentes (333), se analiza que asistió un promedio de 2,5 personas por familia y no 4 como se esperaba. Lo cual influyó en los resultados totales obtenidos.

Finalmente se desarrollaron las actividades programadas según la Guía de la Acción Comunicativa cumpliendo el cronograma descrito a continuación:

LOCALIDAD	FECHA	NUMERO JORNADAS
Usme	30-May-09	1
Rafael Uribe Uribe	30-May-09	1
Bosa	30-May-09	2
Ciudad Bolívar	31-May-09	2
San Cristobal	31-May-09	2
Suba	31-May-09	1
TOTAL		7

Como resultado de las actividades realizadas en cada una de las Jornadas se generaron conclusiones y reflexiones por parte de los participantes que fueron orientadas en su momento por los profesionales del equipo del convenio 07 que acompañaron la actividad. Las dinámicas de trabajo en cada una de las localidades donde se realizaron las jornadas fueron completamente distintas a pesar de haberse

socializado previamente la guía que describía el procedimiento para las actividades. Esta situación enriquece aún más las recomendaciones para efectos de continuar este proceso en el futuro.

Para dirigir la logística de la actividad fue necesario coordinar todas las actividades con un grupo de promotores lúdicos de la organización OJARI quienes previamente fueron sensibilizados sobre el la estrategia, el tema y los objetivos perseguidos con esta acción comunicativa.

A continuación se describen algunas de las conclusiones más relevantes de cada uno de los momentos desarrollados durante las jornadas en las 6 localidades:

Tejiendo la Red.

En un ambiente reflexivo los participantes expresan el significado de una red y las características que debe tener, encontrando las similitudes con el proceso que ellos desarrollan en su día a día como comerciantes de alimentos. Se resaltan algunas de las opiniones que fueron mencionadas con relativa similitud y repetición en las localidades: “lo importante de la red es el compartir y promocionar los productos”, “para la conformación de una red todos debemos estar unidos”, “para la conformación de una red debe haber integración y trabajo en grupo”, “el aseo y la calidad es fundamental en nuestros negocios”, “Todos juntos podemos apoyarnos”.

Conclusión participantes: “La red se construye como una cadena con trabajo en grupo, lo importante es el objetivo y llegar al mismo acuerdo. Somos conscientes de que necesitamos del otro, por eso debemos buscar la unión y diálogo permanente y establecer relaciones amistosas”.

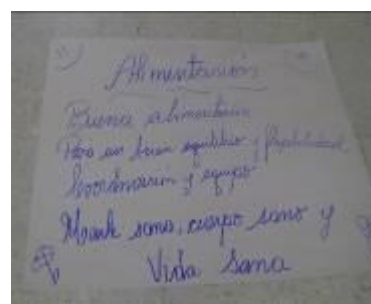
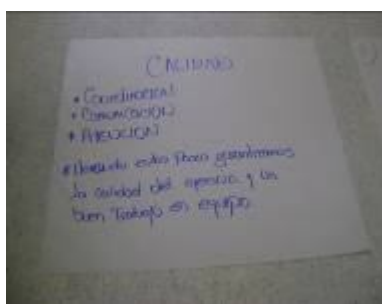


Reflexión equipo: Al inicio de la actividad se partió de las individualidades y por medio de la expresión oral se socializa el quehacer diario de los tenderos. Es necesario crear una red de abastecimiento de alimentos porque todos ganan, la compra colectiva permitiría optimizar recursos y tiempo empleado en el transporte de los alimentos desde abastos. Se podría generar conectividad entre proveedores y un punto de enlace con

los usuarios. La red es un punto de encuentro en el cual se favorece el proceso de compra y negociación generando eficiencias y ahorros.

Derecho con el Derecho

A través de una dinámica, los participantes construyeron la frase: “Por el derecho a una alimentación de Calidad” frente a lo cual se generaron opiniones sobre el significado de cada una de estas palabras. Los dinamizadores de la actividad dirigieron las reflexiones en torno a la responsabilidad de los comerciantes en ofrecer una alimentación de calidad a sus clientes y familias.



En los zapatos de...

Para desarrollar esta actividad fue necesario previamente coordinar la grabación de un audio dramatizado sobre un alimento de alto riesgo, que para este caso específico se definió que fuera el pollo, de lo cual se obtuvo como resultado una producción titulada “El pollo mirón”. Esta grabación fue escuchada por los participantes de la Jornada y con ayuda de los profesionales del área de calidad se reforzó el tema sobre la importancia de la buena manipulación de alimentos durante todo el proceso desde la producción hasta el consumo. Esta actividad en particular fue desarrollada de diferentes formas en cada localidad, obteniéndose al final el resultado de sensibilización esperado.

Con base en la primera producción de audio, se genera la solicitud por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico de generar otra grabación que sea específica en el tema de frutas y verduras que pueda ser utilizada también para otras jornadas y como medio educativo en las plazas de mercado.

Actividad con los niños

Se desarrollaron actividades lúdicas y recreativas en torno a la alimentación con los niños. La primera de estas actividades fue una sesión de adivinanzas sobre las frutas, las cuales se encontraban disponibles para que de manera real las apreciaran a través de los sentidos describiendo su aroma y sabor. En todas las localidades se realizó un compartir de las frutas sobre las cuales se trabajó abriendo la posibilidad de que los adultos también participaran de esta dinámica.



En este momento se **refuerzaron** con los niños las prácticas de lavado de manos explicando la importancia de utilizar jabón y de realizar este procedimiento adecuadamente. En algunas localidades, aprovechando el material de dotación para la entrega de los alimentos y teniendo en cuenta que el número de niños asistentes fue menor al esperado, se les entregó a los participantes elementos de protección para la manipulación de alimentos (gorro, tapabocas y guantes) y se explicó la importancia de que estos elementos sean usados por sus familiares en los negocios para proteger los alimentos. En la mayoría de las localidades los niños plasmaron lo aprendido en carteleras, en cantos o en dramatizaciones para posteriormente presentárselo a las familias.

Punto de Encuentro Reunión familias

En este momento, se generan las reflexiones y compromisos frente a la actividad desarrollada durante el día, con ayuda de algunas preguntas orientadoras y como **conclusión se obtiene** por parte de los participantes una serie de acciones a seguir para mejorar las condiciones de calidad de sus negocios y además para convertirse en agentes multiplicadores de una alimentación de calidad, a precio justo y nutritiva.

Dichas acciones se resumen en las siguientes apreciaciones: “Debemos mantener buenas relaciones humanas y mejorar cada día el servicio”, “mejorar aseo y puntualidad”, “es muy importante conocer el PMASAB y además multiplicar la información”, “tener espacios adecuados para la conservación de los productos”, “mantener buena presentación personal y condiciones de salubridad en el negocio”, “la higiene en los productos”, “atención cordial”, “ofrecer productos de buena calidad”, “precios justos”, “integración de tenderos”, “recibir opiniones de los clientes”, “poner en práctica las capacitaciones para mejorar”, “negocio limpio, ordenado y revisar constantemente las fechas de los productos”, “buena manipulación de los productos”,

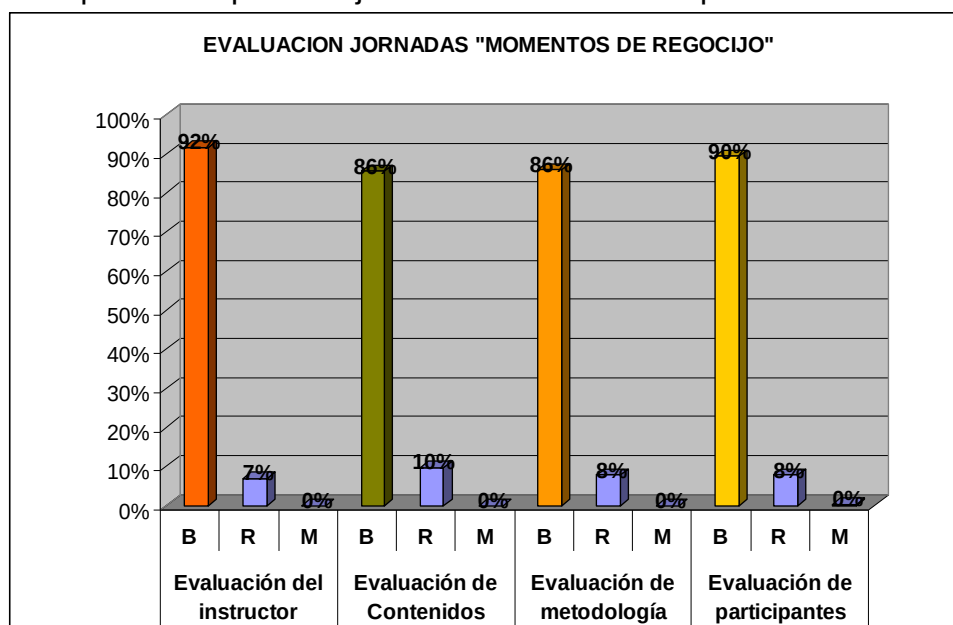


“dar buenas recomendaciones en calidad y aporte nutricional a los clientes”, “la unión hace la fuerza y así se pueden lograr mayores y mejores resultados”

Los niños a través de sus carteleras, cantos y demás también manifiestan a sus padres lo aprendido durante la jornada y expresan su deseo por alimentarse mejor y más sano. En algunas localidades las familias dejan por escrito sus compromisos construidos en conjunto con los niños.

De todas las actividades realizadas y los datos presentados en el presente informe quedan registros escritos, actas, videos, fotografías, y las memorias que el equipo del convenio haya aportado al proceso.

Al finalizar las jornadas se solicita a los participantes diligenciar un formato de evaluación por familia del cual se obtienen resultados satisfactorios tanto en los instructores como en los contenidos, la metodología y los asistentes. Se anotan algunas observaciones en dichas fichas en las cuales a manera de resumen se manifiesta aceptación y motivación por la participación en este tipo de actividades que no son comunes para ellos. Solicitan repetirlas para poder invitar a más personas y compañeros comerciantes de alimentos a participar. Expresan agradecimientos por el espacio familiar y por las actividades y también sugieren que los días se reevalúen para que las personas que trabajan los fines de semana puedan asistir.



Luego de implementar esta acción comunicativa, vale la pena rescatar las apreciaciones realizadas por el equipo que acompañó el proceso por parte del convenio en la evaluación de estas jornadas:

En general se observó aceptación, satisfacción, felicidad, motivación y excelente participación por parte de los asistentes ante el desarrollo de la actividad. La puntualidad fue un aspecto crítico pues a pesar de haber citado a todas las personas a

las 8:30 de la mañana en casi todas las localidades la actividad inició alrededor de las 10:00 am dando espera a la llegada de más personas para conformar los grupos de trabajo. Algunas personas manifestaron su inconformidad con este aspecto.

El tiempo para programar todo fue bastante corto y al dejar una actividad tan importante para finalizar el convenio lo que se hizo fue generar en los participantes muchas expectativas sobre un proceso que no es claro cómo va a continuar. En algunos casos esta actividad se interpretó como el cierre del convenio por parte de las personas que participaron y ellos manifiestan que no debe ser así sino que por el contrario se debe motivar a la gente de las localidades a participar de estos procesos desde el principio.

Frente a las actividades programadas en general se cumplieron los objetivos y se identificó que frente a la reflexión del derecho y de la Política de Seguridad Alimentaria y Nutricional aún existen muchos vacíos e incoherencias por parte de la gente.

La baja asistencia de la gente afecta notablemente el aprovechamiento de los recursos destinados para la logística del evento.

Aunque se confirmó oportunamente la asistencia a la actividad Momentos de Regocijo para tenderos, no se encontró respuesta positiva a esta actividad debido a que muchos de ellos no pueden dejar el establecimiento cerrado, presentando una resistencia a este tipo de actividades por horarios no convenientes.

En algunos casos particulares como la localidad de Usme, por factores externos, el lugar en donde se había programado realizar la actividad inicialmente se cambió, lo cual dificultó la entrega oportuna de las tarjetas de invitación. El sitio buscado posteriormente para llevar a cabo la actividad no fue de fácil acceso para varios de los tenderos. De igual forma sucedió en Rafael Uribe Uribe en donde la confirmación del sitio para la actividad retrasó la entrega de las tarjetas.

IV. Quiérete, Cuídate y Aliméntate de manera sana y segura.

Esta acción comunicativa fue implementada desde el mes de Diciembre de 2008 y como bien se definió desde un principio, la población objeto eran los consumidores, razón por la cual el material diseñado tuvo un carácter mas masivo con un llamado claro a generar buenos propósitos en el cuidado de la salud partiendo de que el alimento es el medio fundamental para esto. Desde el equipo de calidad se efectuó la propuesta técnica para el posterior desarrollo gráfico de la pieza comunicativa.

La distribución de este material estuvo a cargo de todo el equipo del convenio y fue distribuido a los consumidores durante las actividades desarrolladas en las plazas, otra parte se entregó en las tiendas asesoradas a través de los nutricionistas para que los entregaran a sus clientes y otra parte del material se entregó a través de las oficinas locales y los gestores de territorio.

RESULTADOS INDICADORES PARA MONITOREO Y EVALUACION

Acción Comunicativa	Indicadores monitoreo y evaluación	Construcción de Indicador	Resultado
Construcción colectiva	# de plazas participando/ # de plazas convocadas.	20 plazas participando 20 plazas convocadas	100%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
La voz de las plazas- Diagnostico y Capacitación	# de circuitos activos / # plazas	7 Circuitos Activos 20 Plazas	35%
	# personas capacitadas para producción audio / # personas invitadas	16 personas capacitadas 20 personas invitadas	80%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	16 horas capacitación 16 horas programadas	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Segmentos Programa Justo a las 4	# de segmentos emitidos / # segmentos programados	6 Segmentos emitidos 6 segmentos programados	100%
	#Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
Impresiones necesarias - Habladores	# afiches exhibidos / # afiches producidos	1000 Habladores exhibidos 1000 Habladores producidos	100%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Impresiones necesarias - Historieta	# historietas distribuidas / # historietas producidas	No se realiza	0%
Impresiones necesarias - Impreso del IPES	# impresos distribuidos / # impresos producidos	No se realiza	0%
Arte en las plazas	# aliados participando / # aliados convocados	2 aliados participando 3 aliados convocados	67%
	# presentaciones realizadas / # presentaciones programadas	20 presentaciones realizadas 20 presentaciones programadas	100%

Acción Comunicativa	Indicadores monitoreo y evaluación	Construcción de Indicador	Resultado
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Momentos de regocijo	# de aliados participando/ # aliados convocados	Juntas de Acción comunal participando en 3 localidades Juntas de Acción Comunal convocadas en 6 localidades	50%
	# jornadas realizadas / # jornadas programadas	7 Jornadas realizadas 20 Jornadas Programadas	35%
	# Participantes en las jornadas / # invitados.	128 organizaciones comerciales participantes 239 organizaciones comerciales invitadas,	54%
	Nivel de aceptación de las metodologías aplicadas en las actividades de las jornadas	Evaluación de los participantes en términos de Metodología	86%
	Tiempos empleados / Tiempos programados	42 días empleados 42 días programados	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado		
Consejeras solidarias por la alimentación nutritiva	# de consejeras solidarias activas / # consejeras solidarias	239 Consejeras (os) activos 239 Consejeras (os) solidarias(os)	100%
	Presupuesto ejecutado / Presupuesto proyectado.		
	Tiempos empleados / Tiempos programados	30 días empleados 30 días programados	100%
Quiérete, cuídate, aliméntate de manera sana y segura.	# NutriNotas distribuidas	40.000 trípticos impresos. 40.000 trípticos distribuidos a los comerciantes y consumidores.	100%

Recomendaciones Específicas.

- Continuar proceso de coordinación y construcción colectiva con el IPES, para dar continuidad a todas las acciones comunicativas dirigidas a los comerciantes y usuarios de las plazas de mercado.
- Realizar capacitación en Audio para las plazas que no fueron cubiertas desde este convenio debido al tiempo de ejecución de la estrategia. Adicionalmente, continuar el proceso de seguimiento en punto para evaluar resultados y reforzar lo visto en la capacitación de manera práctica.
- Dentro de la producción del programa Justo a las 4, es importante continuar el proceso de vinculación de las otras plazas de mercado en donde no se alcanzó a realizar la emisión. Este aspecto motiva a los comerciantes y sus familias y les da protagonismo frente al PMASAB.
- Como un medio de comunicación y motivación ante el proceso se sugiere retomar la idea de duplicar y distribuir copias de las emisiones del programa Justo a las 4 para ser retransmitidas a través de los sistemas de audio de las plazas de mercado.
- Teniendo en cuenta que la impresión e instalación de los habladores, se realizó finalizando el convenio 07, no fue posible evaluar su impacto dentro del proceso de sensibilización frente al tema de Calidad e Inocuidad en las plazas de mercado. Se sugiere continuar el proceso de seguimiento y evaluación tanto en la población de comerciantes de alimentos como de consumidores.
- Continuar desarrollando la acción comunicativa “arte en las plazas” a través de grupos de teatro de las localidades con otras propuestas de guiones. Estos cuadros teatrales deben estar acompañados con sonido. De acuerdo a la experiencia obtenida en el desarrollo de esta acción comunicativa, se deben desarrollar cuadros más cortos y variados. La atención de la gente se concentra alrededor de 10 minutos y es posible que durante este lapso de tiempo se pueda lograr el objetivo de transmitir un mensaje sobre el tema de calidad e inocuidad.
- Para desarrollar la acción comunicativa Consejeras(os) Solidarias(os) por la alimentación nutritiva, es importante diseñar y entregar a los tenderos material relacionado con los temas vistos, que pueda ser utilizado como insumo para dar las asesorías y que sea un instrumento para generar recordación. De la misma forma se recomienda entregar material que puedan fijar en las tiendas o que puedan leer posteriormente y ayude a reforzar lo aprendido tanto en ellos como en los consumidores.
- Se sugiere también entregar la información por medio de folletos, plegables u otro tipo de material educativo que sea llamativo para los comerciantes y que contenga la información completa y luego realizar la asesoría nutricional con base en la resolución de inquietudes. Este tiempo dedicado por los profesionales se debe

optimizar mucho más para que realmente se llegue a las personas interesadas y dispuestas a recibir la información. Los contenidos se deben elaborar teniendo en cuenta las características particulares de cada establecimiento.

- Teniendo en cuenta la dispersión de algunos puntos y la seguridad de algunas zonas, se podría revisar la alternativa de realizar el trabajo de acompañamiento en parejas. Es importante también que los profesionales tengan desde el principio un distintivo del proyecto.
- Para optimizar el desarrollo de las estrategias es importante dar a conocer los objetivos y metodología al grupo objetivo y priorizar a los participantes que demuestren interés y que por voluntad propia deseen vincularse al proceso. En algunas localidades se refiere la importancia de vincular actores informales a estos procesos, como un medio para motivarlos a la formalidad.
- Continuar en el proceso de asesoría nutricional, pues en un tiempo tan corto, es difícil cambiar hábitos, creencias de las personas, además es importante hacer más énfasis en recepción, almacenamiento, distribución de los alimentos y/o productos.
- Para llevar a cabo actividades como la Jornada “Momentos de Regocijo” se debe concertar con los actores comerciales, horarios flexibles, acordes con sus actividades, para no generar conflictos y negativas a la asistencia de dichas actividades.

Recomendaciones Generales

- Implementar las Acciones Comunicativas diseñadas en la Estrategia de Comunicación para la Movilización Social que no fueron priorizadas y que se proyectaron para ser desarrolladas en su totalidad durante 12 meses.
- Retomar la intervención con actores participantes en los procesos desarrollados desde el convenio 07, teniendo en cuenta que fueron motivados y sensibilizados frente al tema de la calidad e inocuidad y hábitos nutricionales saludables, teniendo en cuenta que son ellos los principales multiplicadores tanto de los conocimientos como de las prácticas y para lograr esto se requiere mayor cantidad de tiempo.
- Con base en las experiencias adquiridas durante este proceso es necesario reevaluar los mecanismos de intervención para algunas acciones, teniendo en cuenta la diversidad cultural, educativa y social de los actores intervenidos, además de sus características comerciales particulares.
- Evaluar los resultados en términos de impacto de todas las acciones implementadas desde el convenio en lo referente con la Movilización Social.

- Generar alianzas con las instituciones que a nivel distrital también tienen una responsabilidad en el seguimiento y educación frente al tema de la calidad en los alimentos como el INVIMA, la Secretaría de Salud, Secretaría de Educación y demás Organizaciones Estatales o privadas relacionadas con el tema. Coordinar y desarrollar propuestas en conjunto con los aliados estratégicos que plantea la estrategia.
- Educar a los consumidores, es fundamental para garantizar la exigencia del derecho a una alimentación de calidad y esto parte del conocimiento y la conciencia masiva que se genere en torno a estos temas. Algunas de las actividades desarrolladas contribuyen en gran medida a este proceso pero aún se debe continuar y consolidar más una propuesta que se pueda trabajar desde los medios de comunicación.
- Con base en la experiencia adquirida es necesario definir muy bien las acciones a desarrollar con los actores del abastecimiento y presentarles propuestas concretas que vayan más allá de ofrecer los servicios del Plan. La credibilidad de las personas se gana cuando se les cumple lo prometido y cuando se da respuesta a sus necesidades e inquietudes. El proyecto debe garantizar que todos los actores sensibilizados frente al PMASAB, logren vincularse de manera efectiva a los procesos y que no sean olvidados.
- Garantizar la continuidad de los procesos es la clave para mantener la motivación de los actores. La SDE debe plantear una sola directriz en el desarrollo de los servicios para garantizar que independiente de la entidad que tenga a cargo su implementación, no cambie la esencia del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y al contrario se pueda generar un verdadero proceso con los actores comerciales.
- Evaluar aquellos indicadores planteados en la estrategia, que requieren un análisis a largo plazo y que en el presente convenio no se tomaron como referencia por las limitaciones de tiempo en la implementación.
- Continuar el proceso de construcción y adaptación de las acciones comunicativas teniendo presente que la mejor forma de modificar hábitos y lograr cambios culturales es a través de estrategias lúdicas y procesos pedagógicos de enseñanza-aprendizaje en todos los grupos de edad.
- El PMASAB, en Bogotá está en construcción y de las bases sólidas que se establezcan depende el crecimiento y sostenibilidad de este proceso y el cumplimiento del objetivo fundamental de contribuir a la Seguridad Alimentaria de la Población con Calidad y a Precio Justo. La base está en la gente y el compromiso de ellos se logrará cuando se dé respuesta a sus inquietudes más sentidas que se dejan ver a lo largo de todo el proceso desarrollado por la SDE a través de todas las instituciones que han recorrido las calles de las localidades llegando hasta la puerta

de quienes son la base de este Plan, de las cuales Compensar fue una más para ellos y que se resumen como ellos mismos lo manifiestan en: acompañamiento, apoyo, motivación, reconocimiento pero sobre todo Respeto.

Anexo 6. Decreto 3075 de 1997

DECRETO 3075 DE 1997

Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales y en especial las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y la Ley 09 de 1979

DECRETA: TITULO I.DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1o. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a.** A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b.** A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c.** A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d.** A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

ARTICULO 2o. DEFINICIONES. Para efectos del presente Decreto se establecen las siguientes definiciones:

ACTIVIDAD ACUOSA (A w): es la cantidad de agua disponible en un alimento necesaria para el crecimiento y proliferación de microorganismos.

ALIMENTO: Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Quedan incluidas en la presente definición las bebidas no alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especia.

ALIMENTO ADULTERADO: El alimento adulterado es aquel:

- a.** Al cual se le hayan sustituido parte de los elementos constituyentes, reemplazándolos o no por otras sustancias.
- b.** Que haya sido adicionado por sustancias no autorizadas.
- c.** Que haya sido sometido a tratamientos que disimulen u oculten sus condiciones originales
- d.** Que por deficiencias en su calidad normal hayan sido disimuladas u ocultadas en forma fraudulenta sus condiciones originales.

ALIMENTO ALTERADO: Alimento que sufre modificación o degradación, parcial o total, de los constituyentes que le son propios, por agentes físicos, químicos o biológicos.

ALIMENTO CONTAMINADO: Alimento que contiene agentes y/o sustancias extrañas de cualquier naturaleza en cantidades superiores a las permitidas en las normas nacionales, o en su defecto en normas reconocidas internacionalmente.

ALIMENTO DE MAYOR RIESGO EN SALUD PUBLICA: Alimento que, en razón a sus características de composición especialmente en sus contenidos de nutrientes, Aw actividad acuosa y pH, favorece el crecimiento microbiano y por consiguiente, cualquier deficiencia en su proceso, manipulación, conservación, transporte, distribución y comercialización, puede ocasionar trastornos a la salud del consumidor.

ALIMENTO FALSIFICADO: Alimento falsificado es aquel que:

- a.** Se le designe o expendan con nombre o calificativo distinto al que le corresponde.
- b.** Su envase, rótulo o etiqueta contenga diseño o declaración ambigua, falsa o que pueda inducir

o producir engaño o confusión respecto de su composición intrínseca y uso.

c. No proceda de sus verdaderos fabricantes o que tenga la apariencia y caracteres generales de un producto legítimo, protegido o no por marca registrada, y que se denomine como este, sin serlo.

ALIMENTO PERECEDERO: El alimento que, en razón de su composición, características físico-químicas y biológicas, pueda experimentar alteración de diversa naturaleza en un tiempo determinado y que, por lo tanto, exige condiciones especiales de proceso, conservación, almacenamiento, transporte y expendio.

AMBIENTE: Cualquier rea interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

AUTORIDAD SANITARIA COMPETENTE: Por autoridad competente se entender al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA y a las Direcciones Territoriales de Salud, que, de acuerdo con la Ley, ejercen funciones de inspección, vigilancia y control, y adoptan las acciones de prevención y seguimiento para garantizar el cumplimiento a lo dispuesto en el presente decreto.

BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA: Son los principios básicos y practicas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

BIOTECNOLOGÍA DE TERCERA GENERACIÓN: Es la rama de la ciencia basada en la manipulación de la información genética de las células para la obtención de alimentos.

CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA: Es el documento que expide la autoridad sanitaria competente para los alimentos o materias primas importadas o de exportación, en el cual se hace constar su aptitud para el consumo humano.

DESINFECCIÓN - DESCONTAMINACION: Es el tratamiento físico - químico o biológico aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de destruir las células vegetativas de los microorganismos que pueden ocasionar riesgos para la salud pública y reducir substancialmente el número de otros microorganismos indeseables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

DISEÑO SANITARIO: Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación, procesamiento, preparación, almacenamiento, transporte, y expendio con el fin de evitar riesgos en la calidad e inocuidad de los alimentos.

EMBARQUE: Es la cantidad de materia prima o alimento que se transporta en cada vehículo en los diferentes medios de transporte, sea que, como tal, constituya un lote o cargamento o forme parte de otro.

EQUIPO: Es el conjunto de maquinaria, utensilios, recipientes, tuberías, vajillas y demás accesorios que se empleen en la fabricación, procesamiento, preparación, envase, fraccionamiento, almacenamiento, distribución, transporte, y expendio de alimentos y sus materias primas.

EXPENDIO DE ALIMENTOS: Es el establecimiento destinado a la venta de alimentos para consumo humano.

FÁBRICA DE ALIMENTOS: Es el establecimiento en el cual se realice una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano.

HIGIENE DE LOS ALIMENTOS: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la seguridad, limpieza y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.

INFESTACIÓN: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar los alimentos y/o materias primas.

INGREDIENTES PRIMARIOS: Son elementos constituyentes de un alimento o materia prima para alimentos, que una vez sustituido uno de los cuales, el producto deja de ser tal para convertirse en otro.

INGREDIENTES SECUNDARIOS: Son elementos constituyentes de un alimento o materia prima para alimentos, que, de ser sustituidos, pueden determinar el cambio de las

características del producto, aunque este continúe siendo el mismo.

LIMPIEZA: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

MANIPULADOR DE ALIMENTOS: Es toda persona que interviene directamente y aunque sea en forma ocasional, en actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos.

MATERIA PRIMA: Son las sustancias naturales o artificiales, elaboradas o no, empleadas por la industria de alimentos para su utilización directa, fraccionamiento o conversión en alimentos para consumo humano.

INSUMO: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

PROCESO TECNOLÓGICO: Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas y demás ingredientes para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del producto terminado.

REGISTRO SANITARIO: Es el documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e Importar un alimento con destino al consumo humano.

RESTAURANTE O ESTABLECIMIENTO DE CONSUMO DE ALIMENTOS: Es todo establecimiento destinado a la preparación, consumo y expendio de alimentos.

SUSTANCIA PELIGROSA: Es toda forma de material que durante la fabricación, manejo, transporte, almacenamiento o uso pueda generar polvos, humos, gases, vapores, radiaciones o causar explosión, corrosión, incendio, irritación, toxicidad, u otra afección que constituya riesgo para la salud de las personas o causar daños materiales o deterioro del ambiente.

VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA DE LAS ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS: Es el conjunto de actividades que permite la recolección de información permanente y continua; tabulación de esta misma, su análisis e interpretación; la toma de medidas conducentes a prevenir y controlar las enfermedades transmitidas por alimentos y los factores de riesgo relacionados con las mismas, además de la divulgación y evaluación del sistema.

ARTÍCULO 3o. ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO EN SALUD PÚBLICA. Para efectos del presente decreto se consideran alimentos de mayor riesgo en salud pública los siguientes:

- Carne, productos cárnicos y sus preparados.
- Leche y derivados lácteos.
- Productos de la pesca y sus derivados.
- Productos preparados a base de huevo.
- Alimentos de baja acidez empacados en envases sellados herméticamente. (pH > 4.5)
- Alimentos o comidas preparados de origen animal listos para el consumo.
- Agua envasada.
- Alimentos infantiles.

PARÁGRAFO 1o. Se consideran alimentos de menor riesgo en salud pública aquellos grupos de alimentos no contemplados en el presente artículo.

PARÁGRAFO 2o. El Ministerio de Salud de acuerdo con estudios técnicos, perfil epidemiológico y sus funciones de vigilancia y control, podrá modificar el listado de los alimentos de mayor riesgo en salud pública.

ARTÍCULO 4o. MATADEROS. Los mataderos se consideraran como fábricas de alimentos y su funcionamiento obedecerá a lo dispuesto en el Título V de la Ley 09 de 1979 y sus decretos reglamentarios, Decreto 2278 de 1982, Decreto 1036 de 1991 y los demás que lo modifiquen, sustituyan o adicionen.

ARTÍCULO 5o. LECHE. La producción, procesamiento, almacenamiento, transporte, envase, rotulación, expendio y demás aspectos relacionados con la leche se regirán por la ley 09/79 y los Decretos reglamentarios 2437 de 1983, 2473 de 1987 y los demás que los modifiquen, sustituyan o adicionen.

ARTICULO 6o. OBLIGATORIEDAD DE DAR AVISO A LA AUTORIDAD SANITARIA. Las personas naturales o jurídicas responsables de las actividades reglamentadas en el presente decreto

deben informar a la autoridad sanitaria competente la existencia y funcionamiento del establecimiento, cualquier cambio de propiedad, razón social, ubicación o cierre temporal o definitivo del mismo para efectos de la vigilancia y control sanitarios.

TITULO II.

CONDICIONES BÁSICAS DE HIGIENE EN LA FABRICACIÓN DE ALIMENTOS.

ARTÍCULO 7o. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se deben ceñir a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.

CAPÍTULO I.

EDIFICACIÓN E INSTALACIONES.

ARTÍCULO 8o. Los establecimientos destinados a la fabricación, el procesamiento, envase, almacenamiento y expendio de alimentos deberán cumplir las condiciones generales que se establecen a continuación:

LOCALIZACIÓN Y ACCESOS.

- a.** Estar ubicados en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad que represente riesgos potenciales para la contaminación del alimento.
- b.** Su funcionamiento no deberá poner en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad.
- c.** Sus accesos y alrededores se mantendrán limpios, libres de acumulación de basuras y deberán tener superficies pavimentadas o recubiertas con materiales que faciliten el mantenimiento sanitario e impidan la generación de polvo, el estancamiento de aguas o la presencia de otras fuentes de contaminación para el alimento.

DISEÑO Y CONSTRUCCION.

- d.** La edificación debe estar diseñada y construida de manera que proteja los ambientes de producción, e impida la entrada de polvo, lluvia, suciedades u otros contaminantes, así como del ingreso y refugio de plagas y animales domésticos.
- e.** La edificación debe poseer una adecuada separación física y / o funcional de aquellas áreas donde se realizan operaciones de producción susceptibles de ser contaminadas por otras operaciones o medios de contaminación presentes en las áreas adyacentes.
- f.** Los diversos locales o ambientes de la edificación deben tener el tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para la circulación del personal y el traslado de materiales o productos. Estos ambientes deben estar ubicados según la secuencia lógica del proceso, desde la recepción de los insumos hasta el despacho del producto terminado, de tal manera que se eviten retrasos indebidos y la contaminación cruzada. De ser requerido, tales ambientes deben dotarse de las condiciones de temperatura, humedad u otras necesarias para la ejecución higiénica de las operaciones de producción y/o para la conservación del alimento.
- g.** La edificación y sus instalaciones deben estar construidas de manera que se faciliten las operaciones de limpieza, desinfección y desinfectación según lo establecido en el plan de saneamiento del establecimiento.
- h.** El tamaño de los almacenes o depósitos debe estar en proporción a los volúmenes de insumos y de productos terminados manejados por el establecimiento, disponiendo además de espacios libres para la circulación del personal, el traslado de materiales o productos y para realizar la limpieza y el mantenimiento de las áreas respectivas.
- i.** Sus áreas deberán estar separadas de cualquier tipo de vivienda y no podrán ser utilizadas como dormitorio.
- j.** No se permite la presencia de animales en los establecimientos objeto del presente decreto.

ABASTECIMIENTO DE AGUA.

- k.** El agua que se utilice debe ser de calidad potable y cumplir con las normas vigentes establecidas por la reglamentación correspondiente del Ministerio de Salud.

I. Deben disponer de agua potable a la temperatura y presión requeridas en el correspondiente proceso, para efectuar una limpieza y desinfección efectiva.

II. Solamente se permite el uso de agua no potable, cuando la misma no ocasione riesgos de contaminación del alimento; como en los casos de generación de vapor indirecto, lucha contra incendios, o refrigeración indirecta. En estos casos, el agua no potable debe distribuirse por un sistema de tuberías completamente separados e identificados por colores, sin que existan conexiones cruzadas ni sifones de retroceso con las tuberías de agua potable.

m. Deben disponer de un tanque de agua con la capacidad suficiente, para atender como mínimo las necesidades correspondientes a un día de producción. La construcción y el mantenimiento de dicho tanque se realizar conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.

DISPOSICION DE RESIDUOS LÍQUIDOS.

n. Dispondrán de sistemas sanitarios adecuados para la recolección, el tratamiento y la disposición de aguas residuales, aprobadas por la autoridad competente.

o. El manejo de residuos líquidos dentro del establecimiento debe realizarse de manera que impida la contaminación del alimento o de las superficies de potencial contacto con este.

DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS.

p. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente de las áreas de producción y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento de animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.

q. El establecimiento debe disponer de recipientes, locales e instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes. Cuando se generen residuos orgánicos de fácil descomposición se debe disponer de cuartos refrigerados para el manejo previo a su disposición final.

INSTALACIONES SANITARIAS.

r. Deben disponer de instalaciones sanitarias en cantidad suficiente tales como servicios sanitarios y vestideros, independientes para hombres y mujeres, separados de las áreas de elaboración y suficientemente dotados para facilitar la higiene del personal.

s. Los servicios sanitarios deben mantenerse limpios y proveerse de los recursos requeridos para la higiene personal, tales como: papel higiénico, dispensador de jabón, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de las manos y papeleras.

t. Se deben instalar lavamanos en las áreas de elaboración o próximos a estas para la higiene del personal que participe en la manipulación de los alimentos y para facilitar la supervisión de estas prácticas.

u. Los grifos, en lo posible, no deben requerir accionamiento manual. En las proximidades de los lavamanos se deben colocar avisos o advertencias al personal sobre la necesidad de lavarse las manos luego de usar los servicios sanitarios, después de cualquier cambio de actividad y antes de iniciar las labores de producción.

v. Cuando lo requieran, deben disponer en las áreas de elaboración de instalaciones adecuadas para la limpieza y desinfección de los equipos y utensilios de trabajo. Estas instalaciones deben construirse con materiales resistentes al uso y a la corrosión, de fácil limpieza y provistas con suficiente agua fría y caliente, a temperatura no inferior a 80o.C.

ARTÍCULO 9o. CONDICIONES ESPECÍFICAS DE LAS ÁREAS DE ELABORACIÓN. Las áreas de elaboración deben cumplir además los siguientes requisitos de diseño y construcción:

PISOS Y DRENAJES.

a. Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, resistentes, no porosos, impermeables, no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y mantenimiento sanitario.

b. El piso de las áreas húmedas de elaboración debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los almacenes, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida. Los pisos de las áreas de refrigeración deben tener pendiente hacia drenajes ubicados preferiblemente en su parte exterior.

c. El sistema de tuberías y drenajes para la conducción y recolección de las aguas residuales, debe tener la capacidad y la pendiente requeridas para permitir una salida rápida y efectiva de los volúmenes máximos generados por la industria. Los drenajes de piso deben tener la debida protección con rejillas y, si se requieren trampas adecuadas para grasas y sólidos, estarán diseñadas de forma que permitan su limpieza.

PAREDES.

d. En las áreas de elaboración y envasado, las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además, según el tipo de proceso hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados.

e. Las uniones entre las paredes y entre estas y los pisos y entre las paredes y los techos, deben estar selladas y tener forma redondeada para impedir la acumulación de suciedad y facilitar la limpieza.

TECHOS.

f. Los techos deben estar diseñados y contruidos de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos y hongos, el desprendimiento superficial y además facilitar la limpieza y el mantenimiento. **g.** En lo posible, no se debe permitir el uso de techos falsos o dobles techos, a menos que se construyan con materiales impermeables, resistentes, de fácil limpieza y con accesibilidad a la cámara superior para realizar la limpieza y desinfección.

VENTANAS Y OTRAS ABERTURAS.

h. Las ventanas y otras aberturas en las paredes deben estar contruidas para evitar la acumulación de polvo, suciedades y facilitar la limpieza ; aquellas que se comuniquen con el ambiente exterior, deben estar provistas con malla anti-insecto de fácil limpieza y buena conservación.

PUERTAS.

i. Las puertas deben tener superficie lisa, no absorbente, deben ser resistentes y de suficiente amplitud; donde se precise, tendrán dispositivos de cierre automático y ajuste hermético. Las aberturas entre las puertas exteriores y los pisos no deben ser mayores de 1 cm.

j. No deben existir puertas de acceso directo desde el exterior a las áreas de elaboración; cuando sea necesario debe utilizarse una puerta de doble servicio, todas las puertas de las áreas de elaboración deben ser autocerrables en lo posible, para mantener las condiciones atmosféricas diferenciadas deseadas.

ESCALERAS, ELEVADORES Y ESTRUCTURAS COMPLEMENTARIAS (RAMPAS, PLATAFORMAS).

k. Estas deben ubicarse y construirse de manera que no causen contaminación al alimento o dificulten el flujo regular del proceso y la limpieza de la planta.

l. Las estructuras elevadas y los accesorios deben aislarse en donde sea requerido, estar diseñadas y con un acabado para prevenir la acumulación de suciedad, minimizar la condensación, el desarrollo de mohos y el descamado superficial.

ll. Las instalaciones eléctricas, mecánicas y de prevención de incendios deben estar diseñadas y con un acabado de manera que impidan la acumulación de suciedades y el albergue de plagas.

ILUMINACIÓN.

m. Los establecimientos objeto del presente decreto tendrán una adecuada y suficiente

iluminación natural y/o artificial, la cual se obtendrá por medio de ventanas, claraboyas, y lámparas convenientemente distribuidas.

n. La iluminación debe ser de la calidad e intensidad requeridas para la ejecución higiénica y efectiva de todas las actividades. La intensidad no debe ser inferior a:

540 lux (59 bujía - pie) en todos los puntos de inspección

220 lux (20 bujía - pie) en locales de elaboración

110 lux (10 bujía - pie) en otras áreas del establecimiento

o. Las lámparas y accesorios ubicados por encima de las líneas de elaboración y envasado de los alimentos expuestos al ambiente, deben ser del tipo de seguridad y estar protegidas para evitar la contaminación en caso de ruptura y, en general, contar con una iluminación uniforme que no altere los colores naturales.

VENTILACIÓN.

p. Las áreas de elaboración poseerán sistemas de ventilación directa o indirecta, los cuales no deben crear condiciones que contribuyan a la contaminación de estas o a la incomodidad del personal. La ventilación debe ser adecuada para prevenir la condensación del vapor, polvo, facilitar la remoción del calor. Las aberturas para circulación del aire estarán protegidas con mallas de material no corrosivo y serán fácilmente removibles para su limpieza y reparación.

q. Cuando la ventilación es inducida por ventiladores y aire acondicionado, el aire debe ser filtrado y mantener una presión positiva en las áreas de producción en donde el alimento este expuesto, para asegurar el flujo de aire hacia el exterior. Los sistemas de ventilación deben limpiarse periódicamente para prevenir la acumulación de polvo.

CAPÍTULO II.

EQUIPOS Y UTENSILIOS.

ARTÍCULO 10. CONDICIONES GENERALES. Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, contruidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.

ARTÍCULO 11. CONDICIONES ESPECÍFICAS. Los equipos y utensilios utilizados deben cumplir con las siguientes condiciones específicas:

a. Los equipos y utensilios empleados en el manejo de alimentos deben estar fabricados con materiales resistentes al uso y a la corrosión, así como a la utilización frecuente de los agentes de limpieza y desinfección.

b. Todas las superficies de contacto con el alimento deben ser inertes bajo las condiciones de uso previstas, de manera que no exista interacción entre estas o de estas con el alimento, a menos que este o los elementos contaminantes migren al producto, dentro de los límites permitidos en la respectiva legislación. De esta forma, no se permite el uso de materiales contaminantes como: plomo, cadmio, zinc, antimonio, hierro, u otros que resulten de riesgo para la salud.

c. Todas las superficies de contacto directo con el alimento deben poseer un acabado liso, no poroso, no absorbente y estar libres de defectos, grietas, intersticios u otras irregularidades que puedan atrapar partículas de alimentos o microorganismos que afectan la calidad sanitaria del producto. Podrán emplearse otras superficies cuando exista una justificación tecnológica específica.

d. Todas las superficies de contacto con el alimento deben ser fácilmente accesibles o desmontables para la limpieza e inspección.

e. Los ángulos internos de las superficies de contacto con el alimento deben poseer una curvatura continua y suave, de manera que puedan limpiarse con facilidad.

f. En los espacios interiores en contacto con el alimento, los equipos no deben poseer pieza o accesorios que requieran lubricación ni roscas de acoplamiento u otras conexiones peligrosas.

g. Las superficies de contacto directo con el alimento no deben recubrirse con pinturas u otro

tipo de material desprendible que represente un riesgo para la inocuidad del alimento.

h. En lo posible los equipos deben estar diseñados y contruidos de manera que se evite el contacto del alimento con el ambiente que lo rodea.

i. Las superficies exteriores de los equipos deben estar diseñadas y contruidas de manera que faciliten su limpieza y eviten la acumulación de suciedades, microorganismos, plagas u otros agentes contaminantes del alimento.

j. Las mesas y mesones empleados en el manejo de alimentos deben tener superficies lisas, con bordes sin aristas y estar contruidas con materiales resistentes, impermeables y lavables.

k. Los contenedores o recipientes usados para materiales no comestibles y desechos, deben ser a prueba de fugas, debidamente identificados, contruidos de metal u otro material impermeable, de fácil limpieza y de ser requerido provistos de tapa hermética. Los mismos no pueden utilizarse para contener productos comestibles.

l. Las tuberías empleadas para la conducción de alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosas, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectaran mediante la recirculación de las sustancias previstas para este fin.

ARTÍCULO 12. CONDICIONES DE INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO. Los equipos y utensilios requerirán de las siguientes condiciones de instalación y funcionamiento:

a. Los equipos deben estar instalados y ubicados según la secuencia lógica del proceso tecnológico, desde la recepción de las materias primas y demás ingredientes, hasta el envasado y embalaje del producto terminado.

b. La distancia entre los equipos y las paredes perimetrales, columnas u otros elementos de la edificación, debe ser tal que les permita funcionar adecuadamente y facilite el acceso para la inspección, limpieza y mantenimiento.

c. Los equipos que se utilicen en operaciones críticas para lograr la inocuidad del alimento, deben estar dotados de los instrumentos y accesorios requeridos para la medición y registro de las variables del proceso. Así mismo, deben poseer dispositivos para captar muestras del alimento.

d. Las tuberías elevadas no deben instalarse directamente por encima de las líneas de elaboración, salvo en los casos tecnológicamente justificados y en donde no exista peligro de contaminación del alimento.

e. Los equipos utilizados en la fabricación de alimentos podrán ser lubricados con sustancias permitidas y empleadas racionalmente, de tal forma que se evite la contaminación del alimento.

CAPITULO III.

PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS.

ARTICULO 13. ESTADO DE SALUD.

a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

ARTICULO 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.

a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar

las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deberán contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificará el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

ARTÍCULO 15. PRÁCTICAS HIGIÉNICAS Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN. Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección que a continuación se establecen:

a. Mantener una esmerada limpieza e higiene personal y aplicar buenas prácticas higiénicas en sus labores, de manera que se evite la contaminación del alimento y de las superficies de contacto con este.

b. Usar vestimenta de trabajo que cumpla los siguientes requisitos: De color claro que permita visualizar fácilmente su limpieza; con cierres o cremalleras y /o broches en lugar de botones u otros accesorios que puedan caer en el alimento; sin bolsillos ubicados por encima de la cintura; cuando se utiliza delantal, este debe permanecer atado al cuerpo en forma segura para evitar la contaminación del alimento y accidentes de trabajo. La empresa será responsable de una dotación de vestimenta de trabajo en número suficiente para el personal manipulador, con el propósito de facilitar el cambio de indumentaria el cual será consistente con el tipo de trabajo que desarrolla.

c. Lavarse las manos con agua y jabón, antes de comenzar su trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. Será obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifiquen.

d. Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo. Se debe usar protector de boca y en caso de llevar barba, bigote o patillas anchas se debe usar cubiertas para estas.

e. Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte.

f. Usar calzado cerrado, de material resistente e impermeable y de tacón bajo.

g. De ser necesario el uso de guantes, estos deben mantenerse limpios, sin roturas o desperfectos y ser tratados con el mismo cuidado higiénico de las manos sin protección. El material de los guantes, debe ser apropiado para la operación realizada. El uso de guantes no exime al operario de la obligación de lavarse las manos, según lo indicado en el literal c.

h. Dependiendo del riesgo de contaminación asociado con el proceso será obligatorio el uso de tapabocas mientras se manipula el alimento.

i. No se permite utilizar anillos, aretes, joyas u otros accesorios mientras el personal realice sus labores. En caso de usar lentes, deben asegurarse a la cabeza mediante bandas, cadenas u otros medios ajustables.

j. No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o

escupir en las áreas de producción o en cualquier otra zona donde exista riesgo de contaminación del alimento.

k. El personal que presente afecciones de la piel o enfermedad infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad directa de manipulación de alimentos.

l. Las personas que actúen en calidad de visitantes a las áreas de fabricación deberán cumplir con las medidas de protección y sanitarias estipuladas en el presente Capítulo.

CAPITULO IV. REQUISITOS HIGIENICOS DE FABRICACIÓN

ARTÍCULO 16. CONDICIONES GENERALES. Todas las materias primas y demás insumos para la fabricación así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento.

ARTÍCULO 17. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS. Las materias primas e insumos para alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

a. La recepción de materias primas debe realizarse en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos.

b. Las materias primas e insumos deben ser inspeccionados, previo al uso, clasificados y sometidos a análisis de laboratorio cuando así se requiera, para determinar si cumplen con las especificaciones de calidad establecidas al efecto.

c. Las materias primas se someterán a la limpieza con agua potable u otro medio adecuado de ser requerido y a la descontaminación previa a su incorporación en las etapas sucesivas del proceso.

d. Las materias primas conservadas por congelación que requieren ser descongeladas previo al uso, deben descongelarse a una velocidad controlada para evitar el desarrollo de microorganismos; no podrán ser re congeladas, además, se manipularán de manera que se minimice la contaminación proveniente de otras fuentes.

e. Las materias primas e insumos que requieran ser almacenadas antes de entrar a las etapas de proceso, deberán almacenarse en sitios adecuados que eviten su contaminación y alteración.

f. Los depósitos de materias primas y productos terminados ocuparán espacios independientes, salvo en aquellos casos en que a juicio de la autoridad sanitaria competente no se presenten peligros de contaminación para los alimentos.

g. Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final. La autoridad sanitaria competente podrá eximir del cumplimiento de este requisito a los establecimientos en los cuales no exista peligro de contaminación para los alimentos.

ARTÍCULO 18. ENVASES. Los envases y recipientes utilizados para manipular las materias primas o los productos terminados deberán reunir los siguientes requisitos:

a. Estar fabricados con materiales apropiados para estar en contacto con el alimento y cumplir con las reglamentaciones del Ministerio de Salud.

b. El material del envase deberá ser adecuado y conferir una protección apropiada contra la contaminación.

c. No deben haber sido utilizados previamente para algún fin diferente que pudiese ocasionar la contaminación del alimento a contener.

d. Deben ser inspeccionados antes del uso para asegurarse que estén en buen estado, limpios y/o desinfectados. Cuando son lavados, los mismos se escurrirán bien antes de ser usados.

e. Se deben mantener en condiciones de sanidad y limpieza cuando no estén siendo utilizados en la fabricación.

ARTICULO 19. OPERACIONES DE FABRICACIÓN. Las operaciones de fabricación deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a: Todo el proceso de fabricación del alimento, incluyendo las operaciones de envasado y

almacenamiento, deberán realizarse en óptimas condiciones sanitarias, de limpieza y conservación y con los controles necesarios para reducir el crecimiento potencial de microorganismos y evitar la contaminación del alimento. Para cumplir con este requisito, se deberán controlar los factores físicos, tales como tiempo, temperatura, humedad, actividad acuosa (A_w), pH, presión y velocidad de flujo y, además, vigilar las operaciones de fabricación, tales como: congelación, deshidratación, tratamiento térmico, acidificación y refrigeración, para asegurar que los tiempos de espera, las fluctuaciones de temperatura y otros factores no contribuyan a la descomposición o contaminación del alimento.

b. Se deben establecer todos los procedimientos de control, físicos, químicos, microbiológicos y organolépticos en los puntos críticos del proceso de fabricación, con el fin de prevenir o detectar cualquier contaminación, falla de saneamiento, incumplimiento de especificaciones o cualquier otro defecto de calidad del alimento, materiales de empaque o del producto terminado.

c. Los alimentos que por su naturaleza permiten un rápido crecimiento de microorganismos indeseables, particularmente los de mayor riesgo en salud pública deben mantenerse en condiciones que se evite su proliferación. Para el cumplimiento de este requisito deberán adoptarse medidas efectivas como:

- Mantener los alimentos a temperaturas de refrigeración no mayores de 4o. C (39o.F)
- Mantener el alimento en estado congelado
- Mantener el alimento caliente a temperaturas mayores de 60o. C (140o.F)
- Tratamiento por calor para destruir los microorganismos mesófilos de los alimentos ácidos o acidificados, cuando estos se van a mantener en recipientes sellados herméticamente a temperatura ambiente.

d. Los métodos de esterilización, irradiación, pasteurización, congelación, refrigeración, control de pH, y de actividad acuosa (A_w), que se utilizan para destruir o evitar el crecimiento de microorganismos indeseables, deben ser suficientes bajo las condiciones de fabricación, procesamiento, manipulación, distribución y comercialización, para evitar la alteración y deterioro de los alimentos.

e. Las operaciones de fabricación deben realizarse secuencial y continuamente, con el fin de que no se produzcan retrasos indebidos que permitan el crecimiento de microorganismos, contribuyan a otros tipos de deterioro o a la contaminación del alimento. Cuando se requiera esperar entre una etapa del proceso y la subsiguiente, el alimento debe mantenerse protegido y en el caso de alimentos susceptibles de rápido crecimiento microbiano y particularmente los de mayor riesgo en salud pública, durante el tiempo de espera, deberán emplearse temperaturas altas (> 60o.) o bajas (< 4o.C) según sea el caso.

f. Los procedimientos mecánicos de manufactura tales como lavar, pelar, cortar, clasificar, desmenuzar, extraer, batir, secar etc., se deben realizar de manera que protejan los alimentos contra la contaminación.

g. Cuando en los procesos de fabricación se requiera el uso de hielo en contacto con los alimentos, el mismo debe ser fabricado con agua potable y manipulado en condiciones de higiene.

h. Se deben tomar medidas efectivas para proteger el alimento de la contaminación por metales u otros materiales extraños, instalando mallas, trampas, imanes, detectores de metal o cualquier otro método apropiado.

i. Las áreas y equipos usados para la fabricación de alimentos para consumo humano no deben ser utilizados para la elaboración de alimentos o productos para consumo animal o destinados a otros fines.

j. No se permite el uso de utensilios de vidrio en las áreas de elaboración debido al riesgo de ruptura y contaminación del alimento.

k. Los productos devueltos a la empresa por defectos de fabricación, que tengan incidencia sobre la inocuidad y calidad del alimento no podrán someterse a procesos de reempaque, reelaboración, corrección o esterilización bajo ninguna justificación.

ARTICULO 20. PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN CRUZADA. Con el propósito de prevenir la contaminación cruzada, se deberán cumplir los siguientes requisitos:

a. Durante las operaciones de fabricación, procesamiento, envasado y

almacenamiento se tomaran medidas eficaces para evitar la contaminación de los alimentos por contacto directo o indirecto con materias primas que se encuentren en las fases iniciales del proceso.

b. Las personas que manipulen materias primas o productos semielaborados susceptibles de contaminar el producto final no deben entrar en contacto con ningún producto final, mientras no se cambien de indumentaria y adopten las debidas precauciones higiénicas y medidas de protección.

c. Cuando exista el riesgo de contaminación en las diversas operaciones del proceso de fabricación, el personal deberá lavarse las manos entre una y otra manipulación de alimentos.

d. Todo equipo y utensilio que haya entrado en contacto con materias primas o con material contaminado deberá limpiarse y desinfectarse cuidadosamente antes de ser nuevamente utilizado.

ARTÍCULO 21. OPERACIONES DE ENVASADO. Las operaciones de envasado de los alimentos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a. El envasado deberá hacerse en condiciones que excluyan la contaminación del alimento.

b. Identificación de lotes. Cada recipiente deberá estar marcado en clave o en lenguaje claro, para identificar la fábrica productora y el lote. Se entiende por lote una cantidad definida de alimentos producida en condiciones esencialmente idénticas.

c. Registros de elaboración y producción. De cada lote deberá llevarse un registro, legible y con fecha de los detalles pertinentes de elaboración y producción. Estos registros se conservaran durante un período que exceda el de la vida útil del producto, pero, salvo en caso de necesidad específica, no se conservaran más de dos años.

CAPITULO V.

ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE LA CALIDAD.

ARTÍCULO 22. CONTROL DE LA CALIDAD. Todas las operaciones de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento y distribución de los alimentos deben estar sujetas a los controles de calidad apropiados. Los procedimientos de control deben prevenir los defectos evitables y reducir los defectos naturales o inevitables a niveles tales que no represente riesgo para la salud. Estos controles variaran según el tipo de alimento y las necesidades de la empresa y deberán rechazar todo alimento que no sea apto para el consumo humano.

ARTICULO 23. SISTEMA DE CONTROL. Todas las fábricas de alimentos deben contar con un sistema de control y aseguramiento de la calidad, el cual debe ser esencialmente preventivo y cubrir todas las etapas de procesamiento del alimento, desde la obtención de materias primas e insumos, hasta la distribución de productos terminados.

ARTICULO 24. El sistema de control y aseguramiento de la calidad deberá, como mínimo, considerar los siguientes aspectos:

a. Especificaciones sobre las materias primas y productos terminados. Las especificaciones definen completamente la calidad de todos los productos y de todas las materias primas con los cuales son elaborados y deben incluir criterios claros para su aceptación y liberación o retención y rechazo.

b. Documentación sobre planta, equipos y proceso. Se debe disponer de manuales e instrucciones, guías y regulaciones donde se describen los detalles esenciales de equipos, procesos y procedimientos requeridos para fabricar productos. Estos documentos deben cubrir todos los factores que puedan afectar la calidad, manejo de los alimentos, del equipo de procesamiento, el control de calidad, almacenamiento y distribución, métodos y procedimientos de laboratorio.

c. Los planes de muestreo, los procedimientos de laboratorio, especificaciones y métodos de ensayo deberán ser reconocidos oficialmente o normalizados con el fin de garantizar o asegurar que los resultados sean confiables.

d. El control y el aseguramiento de la calidad no se limita a las operaciones de laboratorio sino que debe estar presente en todas las decisiones vinculadas con la calidad del producto.

ARTÍCULO 25. Se recomienda aplicar el Sistema de Aseguramiento de la calidad sanitaria o inocuidad mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos o de otro sistema que

garantice resultados similares, el cual deberá ser sustentado y estar disponible para su consulta por la autoridad sanitaria competente.

PARÁGRAFO 1o. En caso de adoptarse el Sistema de Aseguramiento de la calidad sanitaria o inocuidad mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos, la empresa deberá implantarlo y aplicarlo de acuerdo con los principios generales del mismo.

PARÁGRAFO 2o. El Ministerio de Salud, de acuerdo con el riesgo de los alimentos en salud pública, desarrollo tecnológico de la Industria de Alimentos, requerimientos de comercio Internacional, o a las necesidades de vigilancia y control, reglamentara la obligatoriedad de la aplicación del sistema de análisis de peligros y control de puntos críticos para la industria de alimentos en Colombia.

ARTICULO 26. Todas las fábricas de alimentos que procesen, elaboren o envasen alimentos de mayor riesgo en salud pública deberán tener acceso a un laboratorio de pruebas y ensayos, el cual puede ser propio o externo.

PARÁGRAFO 1o. Corresponde al INVIMA acreditar los laboratorios externos de pruebas y ensayos de alimentos. Para ello podrá avalar la acreditación de estos laboratorios otorgada conforme al Decreto 2269 de 1993 por el cual se crea el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.

PARÁGRAFO 2o. El Ministerio de Salud debe establecer las condiciones y requisitos específicos que deben satisfacer los laboratorios de pruebas y ensayos de alimentos para el cumplimiento del presente artículo.

PARÁGRAFO 3o. El Ministerio de Salud de acuerdo con estudios epidemiológicos o por necesidades de vigilancia y control sanitarios, podrá hacer extensiva la obligatoriedad de tener acceso a un laboratorio de pruebas y ensayos a fábricas que procesen alimentos diferentes a los de mayor riesgo en salud pública.

ARTÍCULO 27. Las fábricas de alimentos que procesen, elaboren o envasen alimentos de mayor riesgo en salud pública, deberán contar con los servicios de tiempo completo de un profesional o de personal técnico idóneo en las áreas de producción y/o control de calidad de alimentos.

PARÁGRAFO. El Ministerio de Salud de acuerdo con estudios epidemiológicos o por necesidades de vigilancia y control sanitarios, podrá hacer extensiva la obligatoriedad de contar con los servicios de personal profesional o técnico, a fábricas que procesen alimentos diferentes a los de mayor riesgo en salud pública.

CAPITULO VI.

SANEAMIENTO.

ARTÍCULO 28. Todo establecimiento destinado a la fabricación, procesamiento, envase y almacenamiento de alimentos debe implantar y desarrollar un Plan de Saneamiento con objetivos claramente definidos y con los procedimientos requeridos para disminuir los riesgos de contaminación de los alimentos. Este plan debe ser responsabilidad directa de la dirección de la empresa.

ARTÍCULO 29. El Plan de Saneamiento debe estar escrito y a disposición de la autoridad sanitaria competente e incluirá como mínimo los siguientes programas:

a. Programa de Limpieza y desinfección:

Los procedimientos de limpieza y desinfección deben satisfacer las necesidades particulares del proceso y del producto de que se trate. Cada establecimiento debe tener por escrito todos los procedimientos, incluyendo los agentes y sustancias utilizadas así como las concentraciones o formas de uso y los equipos e implementos requeridos para efectuar las operaciones y periodicidad de limpieza y desinfección.

b. Programa de Desechos Sólidos:

En cuanto a los desechos sólidos (basuras) debe contarse con las instalaciones, elementos, reas, recursos y procedimientos que garanticen una eficiente labor

de recolección, conducción, manejo, almacenamiento interno, clasificación, transporte y disposición, lo cual tendrá que hacerse observando las normas de higiene y salud ocupacional establecidas con el propósito de evitar la contaminación de los alimentos, áreas, dependencias y equipos o el deterioro del medio ambiente.

c. Programa de Control de Plagas:

Las plagas entendidas como artrópodos y roedores deberán ser objeto de un programa de control específico, el cual debe involucrar un concepto de control integral, esto apelando a la aplicación armónica de las diferentes medidas de control conocidas, con especial énfasis en las radicales y de orden preventivo.

CAPITULO VII.

ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, TRANSPORTE Y COMERCIALIZACIÓN.

ARTÍCULO 30. Las operaciones y condiciones de almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos deben evitar:

- a. La y alteración del alimento
- b. La Proliferación de microorganismos indeseables en el alimento; y
- c. El deterioro o daño del envase o embalaje

ARTÍCULO 31. ALMACENAMIENTO. Las operaciones de almacenamiento deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Debe llevarse un control de primeras entradas y primeras salidas con el fin de garantizar la rotación de los productos. Es necesario que la empresa periódicamente de salida a productos y materiales inútiles, obsoletos o fuera de especificaciones para facilitar la limpieza de las instalaciones y eliminar posibles focos de contaminación.
- b. El almacenamiento de productos que requieren refrigeración o congelación se realizar teniendo en cuenta las condiciones de temperatura, humedad y circulación del aire que requiera cada alimento. Estas instalaciones se mantendrán limpias y en buenas condiciones higiénicas, además, se llevar a cabo un control de temperatura y humedad que asegure la conservación del producto.
- c. El almacenamiento de los insumos y productos terminados se realizara de manera que se minimice su deterioro y se eviten aquellas condiciones que puedan afectar la higiene, funcionalidad e integridad de los mismos. Además se deber n identificar claramente para conocer su procedencia, calidad y tiempo de vida.
- d. El almacenamiento de los insumos o productos terminados se realizar ordenadamente en pilas o estibas con separación mínima de 60 centímetros con respecto a las paredes perimetrales, y disponerse sobre paletas o tarimas elevadas del piso por lo menos 15 centímetros de manera que se permita la inspección, limpieza y fumigación, si es el caso. No se deben utilizar estibas sucias o deterioradas.
- e. En los sitios o lugares destinados al almacenamiento de materias primas, envases y productos terminados no podrán realizarse actividades diferentes a estas.
- f. El almacenamiento de los alimentos devueltos a la empresa por fecha de vencimiento caducada deberá realizarse en una rea o depósito exclusivo para tal fin; este depósito deberá identificarse claramente, se llevara un libro de registro en el cual se consigne la fecha y la cantidad de producto devuelto, las salidas parciales y su destino final. Estos registros estarán a disposición de la autoridad sanitaria competente.
- g. Los plaguicidas, detergentes, desinfectantes y otras sustancias peligrosas que por necesidades de uso se encuentren dentro de la fábrica, deben etiquetarse adecuadamente con un rótulo en que se informe sobre su toxicidad y empleo. Estos productos deben almacenarse en reas o estantes especialmente destinados para este fin y su manipulación sólo podrá hacerla el personal idóneo, evitando la contaminación de otros productos.

ARTÍCULO 32. Los establecimientos dedicados al depósito de alimentos cumplirán con las condiciones estipuladas para el almacenamiento de alimentos, señaladas en el

presente capítulo.

ARTÍCULO 33. TRANSPORTE. El transporte de alimentos deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Se realizara en condiciones tales que excluyan la contaminación y/o la proliferación de microorganismos y protejan contra la alteración del alimento o los daños del envase.
- b. Los alimentos y materias primas que por su naturaleza requieran mantenerse refrigerados o congelados deben ser transportados y distribuidos bajo condiciones que aseguren y garanticen el mantenimiento de las condiciones de refrigeración o congelación hasta su destino final.
- c. Los vehículos que posean sistema de refrigeración o congelación, deben ser sometidos a revisión periódica, con el fin de que su funcionamiento garantice las temperaturas requeridas para la buena conservación de los alimentos y contaran con indicadores y sistemas de registro de estas temperaturas.
- d. La empresa está en la obligación de revisar los vehículos antes de cargar los alimentos, con el fin de asegurar que se encuentren en buenas condiciones sanitarias.
- e. Los vehículos deben ser adecuados para el fin perseguido y fabricados con materiales tales que permitan una limpieza fácil y completa. Igualmente se mantendrán limpios y, en caso necesario se someter n a procesos de desinfección.
- f. Se prohíbe disponer los alimentos directamente sobre el piso de los vehículos. Para este fin se utilizarán los recipientes, canastillas, o implementos de material adecuado, de manera que aislen el producto de toda posibilidad de contaminación y que permanezcan en condiciones higiénicas.
- g. Se prohíbe transportar conjuntamente en un mismo vehículo alimentos y materias primas con sustancias peligrosas y otras que por su naturaleza representen riesgo de contaminación del alimento o la materia prima.
- h. Los vehículos transportadores de alimentos deberán llevar en su exterior en forma claramente visible la leyenda: Transporte de Alimentos.
- i. El transporte de alimentos o materias primas en cualquier medio terrestre, aéreo, marítimo o fluvial dentro del territorio nacional no requiere de certificados, permisos o documentos similares expedidos por parte de las autoridades sanitarias.

ARTÍCULO 34. DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. Durante las actividades de distribución y comercialización de Alimentos y materias primas deber garantizarse el mantenimiento de las condiciones sanitarias de estos. Toda persona natural o jurídica que se dedique a la distribución o comercialización de alimentos y materias primas será responsable solidario con los fabricantes en el mantenimiento de las condiciones sanitarias de los mismos.

PARÁGRAFO 1o. Los alimentos que requieran refrigeración durante su distribución, deberán mantenerse a temperaturas que aseguren su adecuada conservación hasta el destino final.

PARÁGRAFO 2o. Cuando se trate de alimentos que requieren congelación estos deben conservarse a temperaturas tales que eviten su descongelación.

ARTÍCULO 35. EXPENDIO DE ALIMENTOS. El expendio de alimentos deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a. El expendio de los alimentos deberá realizarse en condiciones que garanticen la conservación y protección de los mismos.
- b. Los establecimientos que se dediquen al expendio de los alimentos deben contar con los estantes adecuados para la exhibición de los productos.
- c. Deberán disponer de los equipos necesarios para la conservación, como neveras y congeladores adecuados para aquellos alimentos que requieran condiciones especiales de refrigeración y/ o congelación.
- d. El propietario o representante legal del establecimiento será el responsable solidario con el fabricante y distribuidor del mantenimiento de las condiciones sanitarias de los productos alimenticios que se expendan en ese lugar.
- e. Cuando en un expendio de alimentos se realicen actividades de almacenamiento, preparación y consumo de alimentos, las reas respectivas deber n cumplir con las condiciones señaladas para estos fines en el presente Decreto.

CAPITULO VIII.

RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS.

ARTÍCULO 36. CONDICIONES GENERALES. Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

- a. Se localizarán en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje.
- b. No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores.
- c. Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua.
- d. Deben estar diseñados y contruidos para evitar la presencia de insectos y roedores.
- e. Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable.
- f. Contarán con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.
- g. Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.
- h. Contarán con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo en aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo permita caso en el cual podrán emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

ARTÍCULO 37. CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ÁREA DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS. El área de preparación de los alimentos, cumplir con las siguientes condiciones sanitarias específicas:

- a. Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, resistentes, no porosos, impermeables no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y el mantenimiento sanitario.
- b. El piso de las reas húmedas debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10cm de diámetro por cada 40 m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los depósitos, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de rea servida.
- c. Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados.
- d. Los techos deben estar diseñados de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de hongos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y el mantenimiento.
- e. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente del rea de preparación de los alimentos y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento para animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.
- f. Deben disponerse de recipientes, locales e instalaciones para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.
- g. Deberá disponerse de recipientes de material sanitario para el almacenamiento de desperdicios orgánicos debidamente tapados, alejados del lugar donde se preparan los alimentos y deberán ser removidos y lavados frecuentemente.
- h. Se prohíbe el acceso de animales domésticos y la presencia de personas diferentes a los manipuladores de alimentos.
- i. Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en la cocina o en las reas de preparación de los alimentos.

ARTÍCULO 38. EQUIPOS Y UTENSILIOS. Los equipos y utensilios empleados en los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos, deben cumplir con las condiciones establecidas en el capítulo II del presente decreto.

ARTÍCULO 39. OPERACIONES DE PREPARACION Y SERVIDO DE LOS ALIMENTOS. Las operaciones de preparación y servido de los alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

a. El recibo de insumos e ingredientes para la preparación y servido de alimentos se hará en lugar limpio y protegido de la contaminación ambiental y se almacenarán en recipientes adecuados.

b. Los alimentos o materias primas crudos tales como hortalizas, verduras, carnes, y productos hidrobiológicos que se utilicen en la preparación de los alimentos deberán ser lavados con agua potable corriente antes de su preparación.

c. Las hortalizas y verduras que se consuman crudas deberán someterse a lavados y desinfección con sustancias autorizadas.

d. Los alimentos perecederos tales como leche y sus derivados, carne y preparados, productos de la pesca deberán almacenarse en recipientes separados, bajo condiciones de refrigeración y/o congelación y no podrán almacenarse conjuntamente con productos preparados para evitar la contaminación.

e. El personal que está directamente vinculado a la preparación y/o servido de los alimentos no debe manipular dinero simultáneamente.

f. Los alimentos y bebidas expuestos para la venta deben mantenerse en vitrinas, campanas plásticas, mallas metálicas o plásticas o cualquier sistema apropiado que los proteja del ambiente exterior.

g. El servido de los alimentos deberá hacerse con utensilios (pinzas, cucharas, etc.) según sea el tipo de alimento, evitando en todo caso el contacto del alimento con las manos.

h. EL lavado de utensilios debe hacerse con agua potable corriente, jabón o detergente y cepillo, en especial las superficies donde se pican o fraccionan los alimentos, las cuales deben estar en buen estado de conservación e higiene; las superficies para el picado deben ser de material sanitario, de preferencia plástico, nylon, polietileno o teflón.

i. La limpieza y desinfección de los utensilios que tengan contacto con los alimentos se hará en tal forma y con elementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso. Esta desinfección deberá realizarse mediante la utilización de agua caliente, vapor de agua o sustancias químicas autorizadas para este efecto.

J. Cuando los establecimientos no cuenten con agua y equipos en cantidad y calidad suficientes para el lavado y desinfección, los utensilios que se utilicen deberán ser desechables con el primer uso.

ARTÍCULO 40. RESPONSABILIDAD. El propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos, serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendidos al consumidor; y estarán obligados a cumplir y hacer cumplir las prácticas higiénicas y medidas de protección establecidas en el capítulo III del presente decreto.

PARÁGRAFO 1o. Los manipuladores de alimentos de los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos deben recibir capacitación sobre manipulación higiénica de alimentos, a través de cursos a cargo de la autoridad local de salud, de la misma empresa o por personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la autoridad sanitaria local. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

PARÁGRAFO 2o. La autoridad sanitaria competente en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control verificará el cumplimiento de la capacitación para los manipuladores de alimentos a que se refiere este artículo.

**TITULO III. VIGILANCIA Y
CONTROL
CAPITULO IX. REGISTRO
SANITARIO**

ARTICULO 41. OBLIGATORIEDAD DEL REGISTRO SANITARIO. Todo alimento que se expendan directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente decreto.

Se exceptúan del cumplimiento de este requisito los alimentos siguientes:

- a.** Los alimentos naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas, y los otros productos apícolas.
- b.** Los alimentos de origen animal crudos refrigerados o congelados que no hayan sido sometidos a ningún proceso de transformación.
- c.** Los alimentos y materias primas producidos en el país o importados, para utilización exclusiva por la industria y el sector gastronómico en la elaboración de alimentos y preparación de comidas.

ARTÍCULO 42. COMPETENCIA PARA EXPEDIR REGISTRO SANITARIO. El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA expedirá los registros sanitarios para los alimentos.

PARÁGRAFO. El INVIMA podrá delegar en algunas entidades territoriales, la expedición de los registros sanitarios, conforme al resultado de la demostración que hagan los entes territoriales de salud sobre la correspondiente capacidad técnica y humana con que cuenten para el ejercicio de la delegación.

ARTÍCULO 43. PRESUNCION DE LA BUENA FE. El registro sanitario se concederá con base en la presunción de la buena fe del interesado conforme al mandato constitucional.

ARTÍCULO 44. VIGENCIA DEL REGISTRO SANITARIO. El registro sanitario tendrá una vigencia de diez años, contados a partir de la fecha de su expedición y podrá renovarse por períodos iguales en los términos establecidos en el presente decreto.

ARTÍCULO 45. SOLICITUD DEL REGISTRO SANITARIO. Para la obtención del registro sanitario el interesado deberá presentar los documentos que se señalan para cada caso:

A. PARA ALIMENTOS NACIONALES.

1. Formulario de solicitud de registro sanitario en el cual se consignara la siguiente información:

1.1. Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el registro sanitario y su domicilio.

1.2.

1.2 Nombre o razón social y ubicación del fabricante.

1.3 Nombre y marca (s) del producto.

1.4 Descripción del producto.

2. Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de persona natural.

3. Certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al interesado.

4. Recibo de pago por derechos de registro sanitario establecidos en la ley.

B. ALIMENTOS IMPORTADOS.

1. Formulario de solicitud de Registro Sanitario en el cual se consignara la siguiente información:

1.1 Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el registro sanitario y su domicilio.

1.2 Nombre o razón social y ubicación del fabricante

1.3 Nombre y marca (s) del producto

1.4 Descripción del producto

2. Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o matrícula mercantil cuando se trate de persona natural.

3. Certificado expedido por la autoridad sanitaria del país exportador, en el cual conste que el producto está autorizado para el consumo humano y es de venta libre en ese país.

4. Constancia de que el producto proviene de un fabricante o distribuidor autorizado, salvo cuando el titular del registro sea el mismo fabricante.

5. Recibo de pago por derechos de registro sanitario establecidos en la ley.

PARÁGRAFO. Para el cumplimiento del presente artículo el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA, establecer un formulario único para la solicitud del registro sanitario.

ARTÍCULO 46. El formulario de solicitud de registro sanitario deberá estar suscrito por el representante legal cuando se trate de persona jurídica, el propietario del producto cuando se trate de persona natural, o el respectivo apoderado y debe contener una declaración acerca de que la información presentada es veraz y comprobable en cualquier momento y que conoce y acata los reglamentos sanitarios vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de alimentos y del producto para el cual se solicita el registro sanitario.

ARTÍCULO 47. Los alimentos importados deberán cumplir con las normas técnico-sanitarias expedidas por el Ministerio de Salud, las oficiales Colombianas o en su defecto con las normas del Codex Alimentarius.

ARTÍCULO 48. TÉRMINO PARA LA EXPEDICIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. Presentada la solicitud de registro sanitario y verificado que el formulario se encuentre debidamente diligenciado y con los documentos exigidos, el INVIMA o autoridad delegada proceder inmediatamente a expedir el respectivo registro, mediante el otorgamiento de un número que se colocar en el formulario, con la firma del funcionario competente. Este número de registro identificar el producto para todos los efectos legales.

PARÁGRAFO. Para el cumplimiento de lo señalado en este artículo el INVIMA o la autoridad delegada deben adoptar los procesos de sistematización y mecanismos necesarios y mantener actualizada la información de alimentos registrados.

ARTÍCULO 49. RECHAZO DE LA SOLICITUD DEL REGISTRO SANITARIO. Si de la revisión y verificación del formulario de solicitud y de los documentos presentados se determina que no cumplen los requisitos establecidos en el presente decreto, el INVIMA o la autoridad delegada proceder a rechazarla, dejando constancia en el formulario presentado y devolver la documentación al interesado.

PARÁGRAFO. Los solicitantes podrán interponer los recursos de reposición o apelación directamente o por medio de apoderado contra los actos administrativos que expidan o nieguen el registro sanitario, conforme lo estipula el Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 50. REGISTRO SANITARIO PARA VARIOS PRODUCTOS. Se deberán amparar los alimentos bajo un mismo registro sanitario en los siguientes casos:

a. Cuando se trate del mismo alimento elaborado por diferentes fabricantes, con la misma marca comercial.

b. Cuando se trate del mismo alimento con diferentes marcas, siempre y cuando el titular y el fabricante correspondan a una misma persona natural o jurídica.

c. Los alimentos con la misma composición básica que solo difieran en los ingredientes secundarios.

d. El mismo producto alimenticio en diferentes formas físicas de presentación al consumidor.

ARTÍCULO 51. ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. Durante la vigencia del Registro Sanitario, el titular está en la obligación de actualizar la información cuando se produzcan cambios en la información inicialmente presentada.

PARÁGRAFO. Para el cumplimiento del presente artículo el INVIMA establecerá un formulario único de actualización de la información del Registro Sanitario.

ARTÍCULO 52. OBLIGACIÓN DE RENOVAR EL REGISTRO SANITARIO. Al término de la vigencia del registro sanitario se deberá obtener la

renovación del mismo.

Para efectos de la renovación del registro sanitario el interesado deberá presentar antes de su vencimiento la solicitud en el formulario que para estos efectos establezca el INVIMA.

Los alimentos conservaran el mismo número cuando se renueve el registro sanitario conforme al presente decreto.

ARTÍCULO 53. RESPONSABILIDAD. El titular del registro, fabricante o importador de alimentos deberá cumplir en todo momento las normas técnico-sanitarias, las condiciones de producción y el control de calidad exigido, presupuestos bajo los cuales se concede el Registro Sanitario. En consecuencia, cualquier transgresión de las normas o de las condiciones establecidas y los efectos que estos tengan sobre la salud de la población, será responsabilidad tanto del titular respectivo como del fabricante e importador.

ARTÍCULO 54. TRAMITES ESPECIALES. A los alimentos obtenidos por biotecnología de tercera generación y /o procesos de ingeniería genética, se les otorgara Registro Sanitario previo estudio y concepto favorable de la Comisión Revisora - Sala Especializada de Alimentos, conforme a lo establecido en el Decreto 0936 de mayo 27 de 1996, o los que los sustituyen, adicionen o modifiquen. El Ministerio de Salud reglamentara los productos que ser n cobijados por el presente artículo.

CAPITULO X. IMPORTACIONES.

ARTÍCULO 55. Los alimentos que se importen al país requerirán de Registro Sanitario previo a la importación, expedido según los términos del presente decreto.

Todo lote o cargamento de alimentos que se importe al país, deberá venir acompañado del respectivo certificado sanitario o su equivalente expedido por la autoridad sanitaria competente, en el cual conste que los alimentos son aptos para el consumo humano.

Cuando el lote o cargamento de alimentos o materia prima objeto de importación, se efectúe por embarques parciales en diferentes medios de transporte, cada embarque deberá estar amparado por un certificado sanitario por la cantidad consignada correspondiente.

ARTICULO 56. CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA PARA NACIONALIZACION. Todo lote o cargamento de alimentos o materias primas objeto de importación, requiere para tal proceso del certificado de inspección sanitaria expedido por la autoridad sanitaria del puerto de ingreso de los productos.

ARTICULO 57. DOCUMENTACIÓN PARA EXPEDIR EL CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA PARA NACIONALIZACION. Para la expedición del certificado de inspección sanitaria para la nacionalización de alimentos y materias primas para alimentos se requiere:

- a. Certificado sanitario del país de origen o su equivalente.
- b. Copia del registro sanitario para aquellos productos que estén sujetos a este requisito según lo establecido en este decreto.
- c. Acta de inspección de la mercancía.
- d. Resultados de los análisis de laboratorio realizados a las muestras de los productos.

PARÁGRAFO. La autoridad sanitaria del puerto de ingreso podrá eximir de análisis de laboratorio a aquellos alimentos que conforme al presente decreto no se encuentren dentro de los considerados de mayor riesgo en salud pública y otros alimentos que como resultado de las acciones de vigilancia y control en la importación demuestren repetidamente un comportamiento de calidad sanitaria aceptable. En este caso la autoridad sanitaria podrá aceptar certificados de análisis expedidos por laboratorios autorizados o reconocidos por la autoridad sanitaria del país de origen.

ARTÍCULO 58. INSPECCIÓN DE LA MERCANCIA. La autoridad sanitaria en el lugar donde se adelante el proceso de importación practicar una inspección sanitaria para verificar:

- a. La existencia de la mercancía.

b. La conformidad de las condiciones sanitarias del alimento o materia prima con las señaladas en el certificado sanitario del país de origen y en el registro sanitario cuando el producto lo requiera.

c. Las condiciones de almacenamiento, conservación, rotulación y empaque.

d. Otras condiciones sanitarias de manejo del producto de acuerdo con su naturaleza.

De dicha inspección se levantará un acta suscrita por el funcionario que la realiza y por el interesado que participe en ella.

ARTÍCULO 59. ANALISIS DE LABORATORIO. Los análisis de laboratorio a los alimentos o materias primas objeto de importación, se realizarán:

a. En el laboratorio de la Dirección de Salud del lugar de ingreso de los productos al país.

b. En el laboratorio de la Dirección de Salud correspondiente al lugar de nacionalización de los productos, cuando los alimentos o las materias primas objeto de importación no se nacionalicen en los puertos y puestos fronterizos de entrada al país.

PARÁGRAFO. En caso que los análisis realizados por los laboratorios de las Direcciones de Salud no se consideren técnicamente suficientes o estos laboratorios no estén en condiciones de realizarlos, la autoridad sanitaria deberá remitir muestras para análisis al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA.

ARTÍCULO 60. TRASLADO DE ALIMENTOS PREVIO A LA NACIONALIZACION. Los alimentos o materias primas que se importen al país, previo a la nacionalización, podrán ser trasladados del puerto de desembarque a bodegas que cumplan con los requisitos exigidos para el almacenamiento de alimentos, en las cuales permanecerán hasta cuando se emitan los resultados de los análisis de laboratorio.

ARTÍCULO 61. EXPEDICION DEL CERTIFICADO DE INSPECCION SANITARIA PARA NACIONALIZACION. La autoridad sanitaria competente del lugar de nacionalización del embarque del alimento o materia prima objeto de importación, con base en los documentos allegados, en el acta de inspección de la mercancía, en el resultado aceptable de los análisis del laboratorio, expedirá el certificado de inspección sanitaria.

En caso de que falte alguno de los documentos exigidos o que en la inspección de la mercancía se detecten situaciones que puedan afectar las condiciones sanitarias de los alimentos o materias primas, la autoridad sanitaria podrá requerir que se complete la información y aplicar las medidas sanitarias preventivas o de seguridad que considere pertinentes, según la naturaleza de los productos.

Si de los resultados de los análisis efectuados por la Dirección de Salud correspondiente se requiere la realización de análisis complementarios y especiales para decidir sobre la aptitud del alimento para el consumo humano deberá acudir al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA.

En caso de que los resultados de los análisis de laboratorio efectuados, demuestren que los alimentos o materias primas no son aptos para el consumo humano, se negará el certificado de inspección sanitaria y se procederá a aplicar las medidas sanitarias de seguridad pertinentes en los términos de este decreto.

ARTÍCULO 62. Los alimentos elaborados o envasados en zona franca se ajustarán a las disposiciones del presente decreto.

ARTÍCULO 63. COSTO DE LOS ANALISIS DE LABORATORIO. Los costos de análisis, transporte de muestras, destrucción o tratamiento, almacenamiento o conservación, por retención o cuarentena de los alimentos, estarán a cargo de los importadores de los mismos.

ARTÍCULO 64. AUTORIZACIÓN PARA LA IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS. El INVIMA otorgar visto bueno sanitario a la importación de alimentos y materias primas. Para ello determinar los requisitos sanitarios para la aprobación de las licencias de importación, según la naturaleza e implicaciones de orden sanitario y epidemiológico de los alimentos y materias primas y podrá delegar esta facultad a otra entidad pública que cumpla con las condiciones para este fin o a las entidades territoriales.

CAPITULO XI. EXPORTACIONES.

ARTÍCULO 65. EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA. La autoridad sanitaria del puerto de salida expedirá respecto de cada lote o cargamento de alimentos, el certificado de inspección sanitaria para exportación, previa inspección y análisis del cargamento.

PARÁGRAFO. Los costos de análisis de laboratorio que se requieran para la exportación de alimentos serán asumidos por el exportador.

ARTÍCULO 66. DOCUMENTACIÓN PARA EXPEDIR CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA PARA LA EXPORTACIÓN DE ALIMENTOS. La expedición del Certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos y materias primas, requerirá:

a. Copia del Registro Sanitario, para aquellos alimentos que están sujetos a este requisito según este decreto.

b. Acta de inspección de la mercancía.

c. Resultados de los análisis de laboratorio realizados a las muestras de los productos, cuando la autoridad sanitaria del país importador lo requiera.

CAPITULO XII. VIGILANCIA SANITARIA.

ARTÍCULO 67. COMPETENCIA. El Ministerio de Salud establecerá las políticas en materia de vigilancia sanitaria de los productos de que trata el presente decreto, al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA le corresponde la ejecución de las políticas de vigilancia sanitaria y control de calidad y a las entidades territoriales a través de las Direcciones Seccionales, Distritales o Municipales de Salud ejercer la inspección, vigilancia y control sanitario conforme a lo dispuesto en el presente decreto.

ARTÍCULO 68. VISITAS DE INSPECCIÓN. Es obligación de la autoridad sanitaria competente, realizar visitas periódicas para verificar y garantizar el cumplimiento de las condiciones sanitarias y de las Buenas Prácticas de Manufactura establecidas en el presente decreto.

ARTÍCULO 69. ACTAS DE VISITA. Con fundamento en lo observado en las visitas de inspección, la autoridad sanitaria competente levantara actas en las cuales se hará constar las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura encontradas en el establecimiento objeto de la inspección y emitirá concepto favorable o desfavorable según el caso.

PARÁGRAFO. El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA, establecerá un formulario único de acta de visita de aplicación nacional, que deberá ser diligenciado por la autoridad sanitaria competente que practica la visita, en el cual se hará constar el cumplimiento o no de las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura establecidas en el presente decreto.

ARTÍCULO 70. PLAZOS PARA EL CUMPLIMIENTO. Si como resultado de la visita de inspección se comprueba que el establecimiento no cumple con las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura se proceder a consignar las exigencias necesarias en el formulario correspondiente y se concederá un plazo no mayor de 30 días para su cumplimiento a partir de su notificación.

PARÁGRAFO. Vencido el plazo mencionado, la autoridad sanitaria deberá realizar visita de inspección para verificar el cumplimiento de las exigencias contenidas en el acta y en caso de encontrar que estas no se han cumplido, deber aplicar las medidas sanitarias de seguridad y sanciones previstas en el presente decreto. Si el cumplimiento de las exigencias es parcial podrá otorgar un nuevo plazo por un término no mayor al inicialmente concedido.

ARTÍCULO 71. NOTIFICACION DEL ACTA. El acta de visita deberá ser firmada por el funcionario que la practica y notificada al representante legal o propietario del establecimiento en un plazo no mayor de 5 cinco días hábiles, contados a partir de la fecha de realización de la visita. Copia del acta notificada se dejara en poder del

interesado. Para los vehículos transportadores de alimentos, las autoridades sanitarias le practicarán una inspección y mediante acta harán constar las condiciones sanitarias del mismo.

PARÁGRAFO. - A solicitud del interesado o de oficio, la autoridad sanitaria podrá expedir certificación en la que conste que el establecimiento visitado cumple con las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura establecidas en el presente decreto. Esta certificación no podrá ser utilizada con fines promocionales, comerciales y publicitarios o similares.

ARTÍCULO 72. PERIODICIDAD DE LAS VISITAS. Es obligación de las autoridades sanitarias de las Direcciones Seccionales y Locales de Salud practicar mínimo dos visitas por semestre a los establecimientos de alimentos de mayor riesgo en salud pública y una visita por semestre para los demás establecimientos de alimentos de menor riesgo objeto del presente decreto. Estas visitas estarán enmarcadas en las acciones de vigilancia en salud pública y control de factores de riesgo.

ARTÍCULO 73. LIBRE ACCESO A LOS ESTABLECIMIENTOS. La autoridad sanitaria competente tendrá libre acceso a los establecimientos objeto del presente decreto en el momento que lo considere necesario, para efectos del cumplimiento de sus funciones de inspección y control sanitarios.

ARTÍCULO 74. MUESTRAS PARA ANALISIS. Las autoridades sanitarias, podrán tomar muestras en cualquiera de las etapas de fabricación, procesamiento, envase, expendio, transporte y comercialización de los alimentos, para efectos de inspección y control sanitario. La acción y periodicidad de muestreo estará determinada por criterios tales como: Riesgo para la salud pública, tipo de alimento, tipo de proceso, cobertura de comercialización.

ARTÍCULO 75. ACTA DE TOMA DE MUESTRAS. De toda toma de muestras de alimentos, la autoridad sanitaria competente levantará un acta firmada por las partes que intervengan, en la cual se hará constar la forma de muestreo y la cantidad de muestras tomadas y dejara copia al interesado con una contra muestra. En caso de negativa del representante legal o propietario o encargado del establecimiento para firmar el acta respectiva, esta será firmada por un testigo.

PARÁGRAFO. El Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos -INVIMA establecerá un formulario único de aplicación nacional para la diligencia de toma de muestras de alimentos.

ARTÍCULO 76. REGISTRO DE LA INFORMACIÓN. Las Entidades Territoriales deberán llevar un registro sistematizado de la información de los resultados de las visitas practicadas a los establecimientos objeto del presente decreto, toma de muestras, resultados de laboratorio, la cual estará disponible para efectos de evaluación, seguimiento, control y vigilancia sanitarios.

ARTÍCULO 77. ENFOQUE DEL CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA. Las acciones de control y vigilancia sanitaria sobre los establecimientos regulados en el presente decreto, se enmarcarán en las acciones de vigilancia en salud pública y control de factores de riesgo, estarán enfocadas a asegurar el cumplimiento de las condiciones sanitarias, las Buenas Prácticas de Manufactura y se orientarán en los principios que rigen el Sistema de Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos.

ARTÍCULO 78. VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA DE LAS ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS. Será obligación de las Entidades Territoriales tener implementados programas de vigilancia epidemiológica de las enfermedades transmitidas por alimentos presentadas en el área de su jurisdicción.

PARÁGRAFO 1o. La información y notificación de los casos y brotes de Enfermedades Transmitidas por Alimentos deberá hacerse a través del Sistema Alerta Acción y remitirse a la Oficina de Epidemiología del Ministerio de Salud cuando estos ocurran.

PARÁGRAFO 2o. La Vigilancia Epidemiológica de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos estará sometida a los lineamientos generales que sobre el particular reglamente el Ministerio de Salud.

PARÁGRAFO 3o. La implantación de la Vigilancia Epidemiológica de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos estará soportada en las directrices de un sistema integrado de vigilancia Epidemiológica reglamentado por el Ministerio de Salud en coordinación con el INVIMA.

CAPITULO XIII.

REVISIÓN DE OFICIO DEL REGISTRO SANITARIO.

ARTÍCULO 79. REVISIÓN. El INVIMA podrá ordenar en cualquier momento la revisión de un alimento amparado con registro sanitario, con el fin de:

- a. Determinar si el alimento y su comercialización se ajustan a las condiciones del registro sanitario y a las disposiciones sobre la materia.
- b. Actualizar las especificaciones y metodologías analíticas, de acuerdo con los avances científicos y tecnológicos que se presentan en el campo de los alimentos.
- c. Adoptar las medidas sanitarias necesarias, cuando se conozca información nacional o internacional acerca de un ingrediente o componente del alimento, que pongan en peligro la salud de los consumidores.

ARTÍCULO 80. PROCEDIMIENTO PARA LA REVISIÓN. El procedimiento a seguir para la revisión del registro sanitario, será el siguiente:

- a. Mediante resolución motivada y previo concepto de la Sala Especializada de Alimentos de la Comisión Revisora, se ordenará la revisión de oficio del registro sanitario del alimento. Esta decisión se comunicará a los interesados dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al envío de la citación. En el acto de comunicación se solicitará la presentación de los estudios, justificaciones técnicas, plan de cumplimiento o los ajustes que se consideren del caso, dependiendo de las razones que motiven la revisión, fijándose un término de cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente a la comunicación.
- b. Si de los motivos que generan la revisión de oficio se desprende que puedan existir terceros afectados o interesados en la decisión, se hará conocer la resolución a estos, conforme lo dispone el Código Contencioso Administrativo.
- c. Durante el término que se le fija al interesado para dar respuesta, el INVIMA podrá realizar los análisis del alimento o de sus componentes, que considere procedentes, solicitar informes, conceptos de expertos en la materia, información de las autoridades sanitarias de otros países o cualquiera otra medida que considere del caso y tenga relación con los hechos determinantes de la revisión.
- d. Con base en lo anterior y con la información y documentos a que se refiere el literal a del presente artículo, el INVIMA, adoptará la decisión pertinente, mediante resolución motivada, la cual deberá notificar a los interesados.
- e. Si de la revisión se desprende que pudieran existir conductas violatorias de las normas sanitarias, el INVIMA procederá a adoptar las medidas y a iniciar los procesos sancionatorios que correspondan, así como, dar aviso a otras autoridades, si fuera el caso.

CAPITULO XIV.

MEDIDAS SANITARIAS DE SEGURIDAD, PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES.

ARTÍCULO 81. Corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA y a las Entidades Territoriales de Salud adoptar las medidas de prevención y correctivas necesarias para dar cumplimiento a las disposiciones del presente decreto, así como tomar las medidas sanitarias de seguridad, adelantar los procedimientos y aplicar las sanciones que se deriven de su incumplimiento.

ARTÍCULO 82. CONOCIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES SANITARIAS. Para garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias establecidas en el presente decreto y la protección de la comunidad, las autoridades sanitarias deberán informar sobre la existencia de las disposiciones sanitarias y de los efectos que conlleva su incumplimiento.

ARTÍCULO 83. MEDIDAS SANITARIAS DE SEGURIDAD. De conformidad con el artículo 576 de la Ley 09/79 son medidas de seguridad las siguientes:

La clausura temporal del establecimiento que podrá ser parcial o total; la suspensión parcial o total de trabajos; el decomiso de objetos y productos, la destrucción o desnaturalización de artículos o productos si es el caso y la congelación o suspensión temporal de la venta o empleo de productos y objetos mientras se toma una decisión al respecto.

ARTÍCULO 84. DEFINICIÓN DE LAS MEDIDAS SANITARIAS DE

SEGURIDAD. Para efectos del presente decreto se definen las siguientes medidas de seguridad:

- **CLAUSURA TEMPORAL TOTAL O PARCIAL:** Consiste en impedir temporalmente el funcionamiento de una fábrica, depósito, expendio o establecimiento de consumo de alimentos, o una de sus áreas cuando se considere que está causando un problema sanitario, medida que se adopta a través de la respectiva imposición de sellos en los que se exprese la leyenda "clausurado temporal, total o parcialmente, hasta nueva orden impartida por la autoridad sanitaria".

- **SUSPENSIÓN TOTAL O PARCIAL DETRABAJOS O SERVICIOS:** Consiste en la orden del cese de actividades cuando con estas se estén violando las disposiciones sanitarias. La suspensión podrá ordenarse sobre todo o parte de los trabajos o servicios que se adelanten.

- **CONGELACIÓN O SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LA VENTA O EMPLEO DE PRODUCTOS Y OBJETOS:** Consiste en el acto por el cual la autoridad sanitaria competente impide la venta o empleo de un producto, materia prima o equipo que se presume está originando problemas sanitarios mientras se toma una decisión definitiva al respecto, para ser sometidos a un análisis en el cual se verifique que sus condiciones se ajustan a las normas sanitarias.

De acuerdo con la naturaleza del alimento o materia prima, podrán permanecer retenidos bajo custodia por un tiempo máximo de 30 días hábiles, lapso en el cual deberá definirse sobre su destino final. Esta medida no podrá exceder en ningún caso de la fecha de vencimiento del alimento o materia prima.

- **DECOMISO DEL PRODUCTO:** Consiste en la incautación o aprehensión del objeto, materia prima, o alimento que no cumple con los requisitos de orden sanitario o que viole normas sanitarias vigentes. El decomiso se hará para evitar que el producto contaminado, adulterado, con fecha de vencimiento expirada, alterado o falsificado, pueda ocasionar daños a la salud del consumidor o inducir a engaño o viole normas sanitarias vigentes. Los productos decomisados podrán quedar en custodia mientras se define su destino final.

ARTÍCULO 85. OTRAS MEDIDAS SANITARIAS PREVENTIVAS. Para efectos del contenido de este decreto se definen las siguientes medidas sanitarias preventivas:

- **AISLAMIENTO DE PERSONAS DEL PROCESO DE ELABORACIÓN:** Consiste en separar a una persona del proceso de elaboración de alimentos, por presentar afecciones de la piel o enfermedades infectocontagiosas; esta medida se prolonga solamente por el tiempo estrictamente necesario para que desaparezca el peligro de contagio.

- **VACUNACIÓN DE PERSONAS:** Consiste en aplicar de manera preventiva vacunas al personal que labora en una fábrica, depósito, expendio, o establecimiento de consumo de alimentos, con el fin de inmunización contra las enfermedades infectocontagiosas en caso de epidemia.

- **CONTROL DE INSECTOS U OTRA FAUNA NOCIVA O TRANSMISORA DE ENFERMEDADES:** Consiste en la aplicación de medios físicos, químicos o biológicos tendientes a eliminar los agentes causales de enfermedades o contaminación o destrucción de alimentos o materias primas.

ARTÍCULO 86. ACTUACIÓN. Para la aplicación de las medidas sanitarias de seguridad o preventivas, las autoridades sanitarias competentes, podrán actuar de oficio o a petición de parte, por conocimiento directo o por información de cualquier persona.

ARTÍCULO 87. APLICACIÓN DE LA MEDIDA SANITARIA DE

SEGURIDAD. Establecida la necesidad de aplicar una medida sanitaria de seguridad o preventiva, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos- INVIMA o las Entidades Territoriales de Salud, con base en la naturaleza del producto, el tipo de servicio, el hecho que origina la violación de las disposiciones sanitarias o en su incidencia sobre la salud individual o colectiva aplicar la medida correspondiente.

ARTÍCULO 88. DILIGENCIA. Para efectos de aplicar una medida sanitaria de seguridad o preventiva, deber levantarse un acta por triplicado que suscribir el funcionario que la práctica y las personas que intervengan en la diligencia, en la cual deberá indicarse la dirección o ubicación del sitio donde se practica la diligencia, los nombres de los funcionarios intervinientes, las circunstancias que han originado la medida, la clase de medida que se imponga y la indicación de las normas sanitarias presuntamente violadas, copia de la misma se entregara a la persona que atienda la diligencia.

ARTÍCULO 89. DESTINO DE LOS PRODUCTOS DECOMISADOS. Los alimentos o materias primas objeto del decomiso deberán ser destruidos o desnaturalizados por la autoridad sanitaria que lo realiza. Cuando no ofrezcan riesgos para la salud humana podrán ser destinados a una Institución de utilidad común sin ánimo de lucro.

PARÁGRAFO. De la anterior diligencia se Levantara acta donde conste la cantidad, características y destino final de los productos. En el evento que los alimentos o materias primas se destinen a una Institución de utilidad común sin ánimo de lucro, se dejara constancia en el acta de tal hecho y se anexar la constancia correspondiente suscrita por el beneficiado.

ARTÍCULO 90. CARACTER DE LAS MEDIDAS SANITARIAS

DE SEGURIDAD Y PREVENTIVAS. Las medidas sanitarias de seguridad y preventivas. Las medidas sanitarias de seguridad tienen por objeto, prevenir o impedir que la ocurrencia de un hecho o la existencia de una situación atenten contra la salud de la comunidad; son de ejecución inmediata, transitorias y se aplicaran sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar. Se levantarán cuando se compruebe que han desaparecido las causas que las originaron y contra ellas no procede recurso alguno.

ARTÍCULO 91. CONSECUENCIAS DE LA APLICACIÓN DE UNA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD O PREVENTIVA.

Aplicada una medida sanitaria de seguridad o preventiva, se procederá inmediatamente a iniciar el respectivo procedimiento sancionatorio, el cual debe adelantar la oficina jurídica de la entidad territorial correspondiente, con el apoyo técnico si es el caso de la respectiva entidad.

ARTÍCULO 92. INICIACIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO. El procedimiento sancionatorio se iniciará de oficio a solicitud o información de la autoridad sanitaria competente, por denuncia o queja presentada por cualquier persona o como consecuencia de haberse tomado previamente una medida preventiva o de seguridad.

PARÁGRAFO. Aplicada una medida preventiva o de seguridad sus antecedentes deberán obrar dentro del respectivo proceso sancionatorio.

ARTÍCULO 93. INTERVENCIÓN DEL DENUNCIANTE. El denunciante o quejoso podrá intervenir en el curso del procedimiento para aportar pruebas o para auxiliar a la autoridad sanitaria competente para adelantar la respectiva investigación, siempre y cuando esta lo requiera.

ARTÍCULO 94. OBLIGACIÓN DE INFORMAR A LA JUSTICIA

ORDINARIA. Si los hechos materia del procedimiento sancionatorio fueren constitutivos de delito, se ordenará ponerlos en conocimiento de la autoridad competente, acompañando copia de las actuaciones surtidas.

PARÁGRAFO. La existencia de un proceso penal o de otra índole, no dará lugar a la suspensión del proceso sancionatorio.

ARTÍCULO 95. VERIFICACIÓN DE LOS HECHOS. Conocido el hecho o recibida la denuncia o el aviso, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA o las Entidades Territoriales de Salud, ordenarán la correspondiente investigación, para verificar los hechos o las omisiones constitutivas de infracción a las disposiciones sanitarias.

ARTÍCULO 96. DILIGENCIA PARA LA VERIFICACIÓN DE LOS

HECHOS. Una vez conocido el hecho o recibida la información según el caso, la autoridad sanitaria competente procederá a comprobarlo y a establecer la necesidad de aplicar una medida sanitaria de seguridad o preventiva, con base en los riesgos que pueda presentar para la salud individual o colectiva. En orden a la verificación de los hechos podrán realizarse todas aquellas diligencias que se consideren necesarias tales como, visitas de inspección sanitaria, toma de muestras, exámenes de laboratorio, pruebas de campo, prácticas de dictámenes periciales y en general todas aquellas que se consideren conducentes.

ARTÍCULO 97. CESACIÓN DEL PROCEDIMIENTO. Cuando el Instituto Nacional de Vigilancia Medicamentos y Alimentos - INVIMA o las Entidades Territoriales de Salud, con base en las diligencias practicadas comprueben plenamente que el hecho investigado no ha existido, que el presunto infractor no lo cometió, que las normas técnico-sanitarias no lo consideran como infracción o que el procedimiento sancionatorio no podía iniciarse o proseguirse, procederán a dictar un auto que así lo declare y ordenar cesar todo procedimiento contra el presunto infractor. Este auto deberá notificarse personalmente al investigado.

ARTÍCULO 98. NOTIFICACIÓN DE CARGOS. Si de las diligencias practicadas se concluye que existe mérito para adelantar la investigación o por haberse aplicado una medida sanitaria de seguridad o preventiva, se procederá a notificar personalmente al presunto infractor de los cargos que se le formulan.

PARÁGRAFO. Si no fuere posible hacer la notificación personal, se le enviara por correo certificado una citación a la dirección que aquel haya anotado al intervenir por primera vez en la actuación, o a la nueva que figure en comunicación hecha especialmente para tal propósito. La constancia del envío se anexar al expediente. Si no lo hiciere al cabo de cinco (5) días del envío de la citación, se fijara un edicto en la entidad sanitaria competente por el término de diez (10) días con inserción de la parte correspondiente a los cargos, al vencimiento de los cuales se entender surtida la anotación.

ARTÍCULO 99. TERMINO PARA PRESENTAR DESCARGOS. Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación, el presunto infractor, directamente o por medio de apoderado, podrá presentar sus descargos por escrito y aportar y solicitar la practica de las pruebas que considere pertinentes.

ARTÍCULO 100. DECRETO Y PRACTICA DE PRUEBAS. La autoridad sanitaria competente decretara la práctica de las pruebas que considere conducentes, las que se llevaran a efecto dentro de un término de quince (15) días hábiles, que podrá prorrogarse por un período igual, si en el término inicial no se hubiere podido practicar las decretadas.

ARTÍCULO 101. CALIFICACION DE LA FALTA E IMPOSICION DE LAS SANCIONES. Vencido el término de que trata el artículo anterior y dentro de los diez (10) días hábiles posteriores al mismo la autoridad competente procederá a calificar la falta y a imponer la sanción correspondiente de acuerdo con dicha calificación.

ARTÍCULO 102. CIRCUNSTANCIAS AGRAVANTES. Se consideran circunstancias agravantes de una infracción sanitaria las siguientes:

- a. Reincidir en la comisión de la misma falta.
- b. Realizar el hecho con pleno conocimiento de sus efectos dañosos o con la complicidad de subalternos o con su participación bajo indebida presión;
- c. Cometer la falta para ocultar otra.
- d. Rehuir la responsabilidad o atribuírsela a otro u otros;
- e. Infringir varias disposiciones sanitarias con la misma conducta y
- f. Preparar premeditadamente la infracción y sus modalidades.

ARTÍCULO 103. CIRCUNSTANCIAS ATENUANTES. Se consideran circunstancias atenuantes de una infracción sanitaria las siguientes:

- a. El no haber sido sancionado anteriormente o haber sido objeto de medida sanitaria de seguridad o preventiva por autoridad competente;
- b. Procurar por iniciativa propia resarcir el daño o compensar el perjuicio causado antes de la sanción.
- c. El confesar la falta voluntariamente antes de que se produzca daño en la salud individual o colectiva.

ARTÍCULO 104. EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD. Si se encuentra que no se ha incurrido en violación de las disposiciones sanitarias se expedirá una resolución por la cual se declare al presunto infractor exonerado de responsabilidad y se ordenara archivar el expediente.

PARÁGRAFO. El funcionario competente que no defina la situación bajo su estudio en los términos previstos en este decreto, incurrirá en causal de mala conducta.

ARTÍCULO 105. FORMALIDAD DE LAS PROVIDENCIAS MEDIANTE LAS CUALES SE IMPONGAN SANCIONES. Las sanciones deberán imponerse mediante resolución motivada,

expedida por la autoridad sanitaria competente la cual deberá notificarse personalmente al afectado o a su representante legal dentro del término de los cinco (5) días hábiles posteriores a su expedición.

PARÁGRAFO. Si no pudiera hacerse la notificación personal se procederá de conformidad con lo dispuesto en el Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 106. RECURSOS. Contra las providencias que impongan una sanción proceden los recursos de reposición y de apelación dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de la respectiva notificación.

PARÁGRAFO 1o. El recurso de reposición se presentará ante la misma autoridad que expidió la providencia, el de apelación ante la autoridad jerárquica superior.

PARÁGRAFO 2o. Contra las providencias expedidas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA sólo procede el recurso de reposición.

PARÁGRAFO 3o. El recurso de apelación sólo podrá concederse en el efecto devolutivo.

ARTÍCULO 107. CLASES DE SANCIÓN. De conformidad con el artículo 577 de la Ley 09 de 1979 las sanciones podrán consistir en: amonestación, multas, decomiso de productos o artículos, suspensión o cancelación del registro y cierre temporal o definitivo del establecimiento, edificación o servicio.

PARÁGRAFO. El cumplimiento de una sanción no exime al infractor de la ejecución de una obra o medida de carácter sanitario que haya sido ordenada por la autoridad sanitaria competente.

ARTÍCULO 108. AMONESTACIÓN. Consiste en la llamada de atención que se hace por escrito a quien ha violado una disposición sanitaria sin que dicha violación implique riesgo para la salud de las personas, llamada que tiene por finalidad hacer ver las consecuencias del hecho, de la actividad o de la omisión y tendrá como consecuencia la contaminación.

En el escrito de amonestación se precisará el plazo que se dará al infractor para el cumplimiento de las disposiciones violadas si es el caso.

ARTÍCULO 109. COMPETENCIA PARA AMONESTAR. La amonestación deberá ser impuesta por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA, las Entidades Territoriales de Salud o los entes que hagan sus veces, cuando sea del caso.

ARTÍCULO 110. MULTA. Consiste en la sanción pecuniaria que se impone a un infractor de las normas sanitarias por la ejecución de una actividad contraria a las mismas o por la omisión de una conducta allí prevista.

ARTÍCULO 111. VALOR DE LAS MULTAS. El INVIMA y los Jefes de las Direcciones Territoriales de Salud o de los entes que hagan sus veces, mediante resolución motivada podrán imponer multas hasta una suma equivalente a diez mil (10000) salarios diarios mínimos legales al máximo valor vigente en el momento de dictarse la respectiva resolución, a los propietarios de los establecimientos que fabriquen, envasen y vendan alimentos a quienes los exporten o importen o a los responsables de la distribución, comercialización y transporte de los mismos, por deficiencias en las condiciones sanitarias de las materias primas, productos alimenticios, o establecimientos según el caso.

ARTÍCULO 112. LUGAR Y TÉRMINO PARA EL PAGO DE LAS MULTAS. Las multas deberán cancelarse en la entidad que las hubiere impuesto, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de la providencia que las impone. El no pago en los términos y cuantías señaladas, podrá dar lugar a la cancelación del registro sanitario o del cierre temporal del establecimiento. La multa podrá hacerse efectiva por jurisdicción coactiva.

ARTÍCULO 113. DECOMISO. Los jefes de las Direcciones Seccionales, Distritales o Locales de Salud, la Secretaría Distrital de Salud de Santa Fe de Bogotá, D. C. o a las entidades que hagan sus veces, o el INVIMA podrán mediante resolución motivada ordenar el decomiso de los productos cuyas condiciones sanitarias no correspondan a las autorizadas en el respectivo registro sanitario, que violen las disposiciones vigentes o que representen un peligro para la salud de la comunidad.

ARTÍCULO 114. PROCEDIMIENTO PARA APLICAR EL DECOMISO. El decomiso será realizado por el funcionario designado al efecto y de la diligencia se levantará acta por triplicado que suscribirán el funcionario y las personas que intervengan en la diligencia, una copia se entregará a la persona a cuyo cuidado se encontró la mercancía.

PARÁGRAFO. Si los bienes decomisados son perecederos en corto tiempo y la autoridad

sanitaria establece que su consumo no ofrece peligro para la salud humana, podrá destinarlos a instituciones de utilidad común sin ánimo de lucro.

ARTÍCULO 115. SUSPENSIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. El registro sanitario será suspendido por el INVIMA o la autoridad que lo expidió, por las siguientes causales:

1. Cuando la causa que genera la suspensión de funcionamiento de la fábrica que elabora, procesa o envasa el alimento, afecte directamente las condiciones sanitarias del mismo.
2. Cuando las autoridades sanitarias en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control encuentren que el alimento que está a la venta al público no corresponde con la información y condiciones con que fue registrado.
3. Cuando las autoridades sanitarias en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control encuentren que el alimento que está a la venta al público no cumple con las normas técnico- sanitarias expedidas por el Ministerio de Salud o las oficiales Colombianas u otras que adopte el Ministerio de Salud.

PARÁGRAFO 1o. La suspensión del registro sanitario no podrá ser por un término inferior a tres (3) meses, ni superior a un (1) año, lapso en el cual el titular del registro debe solucionar los problemas que originaron la suspensión, en caso que decida continuar fabricando o envasando el alimento al término de la suspensión.

PARÁGRAFO 2o. La suspensión del registro sanitario del alimento conlleva además al decomiso del alimento y a su retiro inmediato del mercado, por el término de la suspensión.

ARTÍCULO 116. CANCELACIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. El registro sanitario será cancelado por el INVIMA o la autoridad que lo expidió por las siguientes causales:

1. Cuando la autoridad sanitaria en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control encuentre que el establecimiento en donde se fabrica, procesa, elabora o envasa el alimento, no cumple con las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura fijadas en el presente decreto.
2. Cuando la autoridad sanitaria en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control encuentre que el alimento que está a la venta al público presenta características fisicoquímicas y/o microbiológicas que representen riesgo para la salud de las personas.
3. Cuando por deficiencia comprobada en la fabricación, procesamiento, elaboración, envase, transporte, distribución y demás procesos a que sea sometido el alimento, se produzcan situaciones sanitarias de riesgo para la salud de las personas.
4. Cuando por revisión de oficio del registro sanitario, efectuada por la Sala Especializada de Alimentos de la Comisión Revisora, se compruebe que el alimento es peligroso para la salud o viola las normas sanitarias vigentes.
5. Cuando haya lugar al cierre definitivo del establecimiento que fabrica, procesa, elabora o envasa el alimento.

PARÁGRAFO 1o. La cancelación del registro sanitario conlleva además, que el titular no pueda volver a solicitar registro sanitario para dicho alimento, durante los cinco (5) años siguientes a la imposición de la cancelación.

PARÁGRAFO 2o. La cancelación del registro sanitario lleva implícito el decomiso del alimento y su retiro inmediato del mercado.

ARTÍCULO 117. COMPETENCIA PARA ORDENAR LA SUSPENSIÓN O CANCELACIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. El INVIMA o la autoridad que expidió el registro sanitario podrán mediante resolución motivada, decretar la suspensión o cancelación del respectivo registro, con base en la persistencia de la situación sanitaria objeto de las anteriores sanciones, en la gravedad que represente la situación sanitaria o en las causales determinadas en el presente decreto.

ARTÍCULO 118. CIERRE TEMPORAL O DEFINITIVO DE ESTABLECIMIENTOS O EDIFICACIONES. Consiste en poner fin a la tareas que en ellos se desarrollan por la existencia de hechos o conductas contrarias a las disposiciones sanitarias una vez se hayan demostrado a través del respectivo procedimiento aquí previsto. El cierre podrá ordenarse para todo el establecimiento o edificación o sólo una parte o para un proceso que se desarrolle en el y puede ser temporal o definitivo.

ARTÍCULO 119. COMPETENCIA PARA LA APLICACIÓN DE CIERRE TEMPORAL O DEFINITIVO. El cierre temporal o definitivo será impuesto mediante resolución motivada expedida por el INVIMA o por los Jefes de las Direcciones Seccionales, Distritales o locales de salud, o la entidades que hagan sus veces.

ARTÍCULO 120. EJECUCIÓN DE LA SANCIÓN DE CIERRE. Las Direcciones Seccionales, Distritales o locales de salud o las entidades que hagan sus veces o el INVIMA; podrán tomar las medidas pertinentes para la ejecución de la sanción tales como aposición de sellos, bandas u otros sistemas apropiados.

PARÁGRAFO. Igualmente deberán dar a la publicidad hechos que como resultado del incumplimiento de las disposiciones sanitarias, deriven riesgos para la salud de las personas con el objeto de prevenir a los usuarios, sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal o de otro orden en que pudiera incurrirse por la violación de la Ley 9a de 1979 y sus normas reglamentarias.

ARTÍCULO 121. TÉRMINO DE LAS SANCIONES. Cuando una sanción se imponga por un período determinado, este empezará a contarse a partir de la fecha de ejecutoria de la providencia que la imponga y se computará para efectos de la misma, el tiempo transcurrido bajo una medida sanitaria de seguridad o preventiva.

ARTÍCULO 122. Cuando del incumplimiento del presente decreto se deriven riesgos para la salud de las personas, deberá darse publicidad a tal hecho para prevenir a los usuarios.

ARTÍCULO 123. AUTORIDADES DE POLICIA. Las autoridades de policía del orden nacional, departamental o municipal, prestarán toda su colaboración a las autoridades sanitarias en orden al cumplimiento de sus funciones.

ARTÍCULO 124. BASE PARA EL CÁLCULO DEL MONTO DE RENTAS CEDIDAS A TRANSFORMAR. El artículo 6o. del Decreto 3007 del 19 de diciembre de 1997 quedará así: "ARTÍCULO 6o. BASE PARA EL CÁLCULO DEL MONTO DE RENTAS CEDIDAS A TRANSFORMAR. Para establecer la base de cálculo de las rentas cedidas que debe ser transformado en subsidios a la demanda, se deberán deducir los siguientes conceptos:

- a. El monto destinado a garantizar el funcionamiento de los organismos de dirección de salud a nivel departamental.
- b. El monto destinado a garantizar el sostenimiento de los Tribunales de Ética Médica y Odontológica.
- c. El monto destinado a garantizar el pago de la deuda prestacional, de acuerdo con los compromisos adquiridos mediante los convenios de concurrencia suscritos de conformidad con lo establecido por el artículo 33 de la ley 60 de 1993.
- d. El monto destinado anualmente a cubrir las mesadas pensionales del personal asumido directamente por las instituciones de salud, hasta el momento en que se suscriba el convenio de concurrencia mencionado en el numeral anterior.
- e. El monto destinado al financiamiento de los laboratorios de salud pública.
- f. El monto destinado a garantizar la oferta de los servicios de salud mental no incluidos en el POS-S y a la población desprotegida de la tercera edad.
- g. Los recursos destinados a la financiación del Plan de Atención Básica.

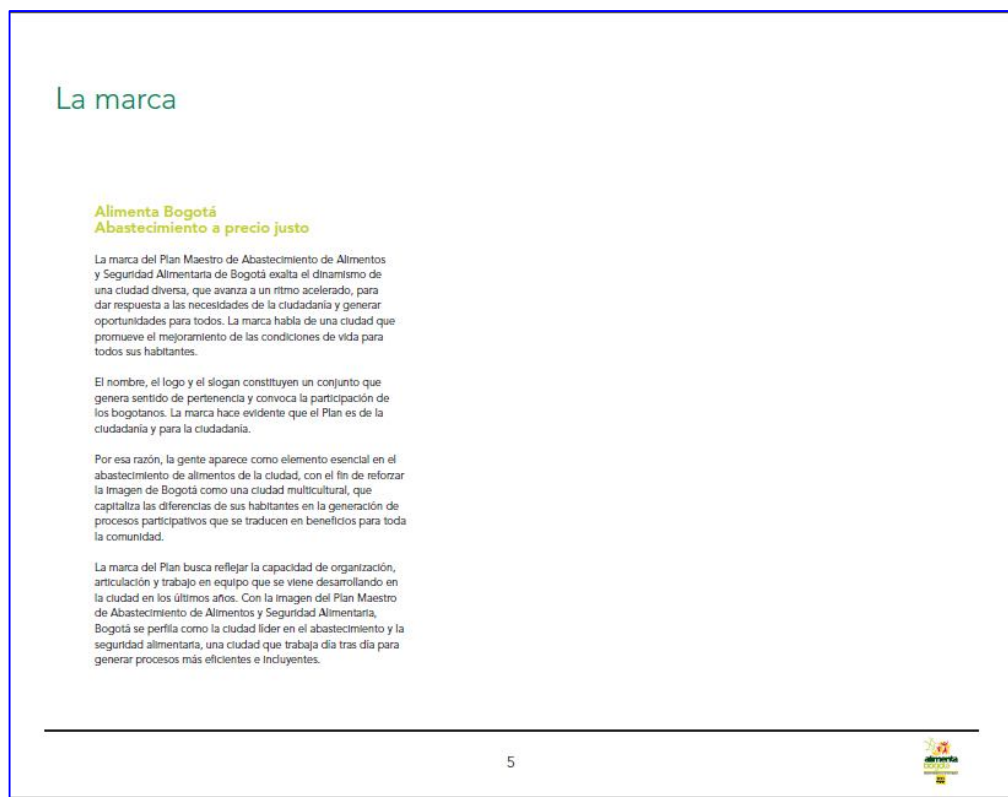
PARÁGRAFO. El monto total autorizado a deducir, de conformidad con lo establecido en el presente artículo, no podrá ser en ningún caso superior a la suma de los valores efectivamente cancelados en la vigencia anterior, a precios constantes, con excepción de lo consagrado en los literales c y d."

ARTÍCULO 125. VIGENCIA. El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, especialmente los Decretos 2333 de 1982, 1801 de 1985 y 2780 de 1991.

PUBLÍQUESE Y CUMPLASE.

MARIA TERESA FORERO DE SAADE Ministra
de Salud

ANEXO 7. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



La marca

EL NOMBRE

Alimenta

La palabra alimenta comprende múltiples significados e interpretaciones.

Sus diferentes acepciones permiten abarcar tanto el derecho a la alimentación como la función del abastecimiento.

Alimenta connota

Dar alimento. Comprende el derecho a la alimentación; la disponibilidad, el acceso, el consumo y el aprovechamiento de alimentos; así como la nutrición.

Suministrar lo que se requiere para el funcionamiento de algo. Proporciona una herramienta para transformar la función del abastecimiento: el Plan.

Sustentar. Expresa la posibilidad de proporcionar lo necesario para vivir.

Fomentar el desarrollo, actividad o mantenimiento de cosas inmateriales. A partir de una política y de un tema de interés público, propicia las condiciones de equidad y la ampliación de oportunidades.

Producir alimento para alguien o algo. Enlaza producción y consumo, ciudad y región.

Alimento espiritual. Conlleva un componente de largo plazo que se materializa en una mejor calidad de vida.

Bogotá

La intención de incluir explícitamente el nombre de la ciudad tiene que ver con reforzar el protagonismo de Bogotá en los temas de seguridad alimentaria y derecho a la alimentación.

Apunta a que el Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá es una iniciativa cuyo éxito involucra a la administración distrital, a los agentes del abastecimiento y a la ciudadanía en general; en esa medida es un llamamiento a que todos participen en **Alimenta Bogotá**.

La marca

EL LOGO

a. Sus elementos

La gente

Involucra, compromete y beneficia a todos.

Se trata de una construcción colectiva, que se reconoce como propia y que genera identidad con la ciudad y con asuntos de interés público.

Gestión colectiva, participación, establecimiento de acuerdos.

Democratización de oportunidades.

Las figuras humanas sugieren un funcionamiento armónico e integrado.

Su disposición y movimiento pueden ser leídos como apertura a las transformaciones, realización del derecho a la alimentación, acción compartida.

El ciudadano productor y consumidor como eje.

Insinúa satisfacción, mejor calidad de vida, alegría.

La inclusión de la figura del niño sugiere la visión de largo plazo, de futuro, de esperanza.

El canasto

Asocia con canasta recomendada de alimentos; con nutrición de calidad.

Recupera una tradición cultural y compromete con el cuidado del medio ambiente.

Sugiere disponibilidad, acceso, consumo y aprovechamiento de alimentos.

Insinúa frescura y calidad.

Conecta con la producción y el campo; la ciudad-región.

Las cestas simbolizan fertilidad, abundancia, realización plena, seguridad.

La red

Abarca gestión colectiva, integración, ordenamiento, asociatividad.

Remite a malla, conexión, entramado, ciudad.

Sugiere relación, creación, alumbramiento.

Insinúa transmisión de conocimiento, circulación de información y datos, uso y apropiación de recursos tecnológicos.

Implica planeación, organización, eficiencia.

La marca

EL LOGO

Los elementos en conjunto

Además de los aportes individuales de cada elemento, el logotipo materializa las transformaciones sin precedentes que ha tenido Bogotá en los últimos años; esencialmente al volcarse hacia el logro de una mejor calidad de vida para sus habitantes, en la creación de las condiciones necesarias para la equidad y en la ampliación de las oportunidades.

La ciudad hoy connota modernidad, armonía, simplicidad y transparencia. Eso lo hemos resumido en nuestro logotipo: trazos simples, modernos, armónicos, elementales; con una adecuada combinación de movimientos y de escala geográfica.

Se incorpora a nuestro logo la impronta de la administración distrital en cabeza de Samuel Moreno Rojas, materializada en el símbolo Bogotá Positiva, como una estrategia para asociar el desarrollo, implementación y proyección del Plan Maestro de Abastecimiento de Alimentos y Seguridad Alimentaria de Bogotá - **Alimenta Bogotá** -, a un compromiso político, económico y social del gobierno de la ciudad.

b. Su tipografía

Se escoge como fuente base la familia **Avenir** con algunas variaciones que dan una mayor personalidad y afianzan las proporciones.

Avenir es una fuente moderna, muy bien diseñada, con una excelente proporción entre sus letras y espacios, lo que permite crear un bloque tipográfico contundente.

La familia **Avenir** cuenta con una alta gama de opciones entre tipos **ultralight** a **ultrabold** ideales para crear contrastes en el juego de palabras, que en este caso nos concierne.

Hemos realizado una variación en la letra "a", que marca la identidad tipográfica de nuestro logo.

La marca

EL LOGO

c. Sus colores

Verde(s)

El color verde significa equilibrio y hace relación directa con el reino vegetal.

Es un color tranquilizador, refrescante y humano.

Combina la luz azul fría del intelecto con la calidez emocional del sol amarillo, lo que produce la sabiduría de la igualdad, la esperanza, la renovación de la vida, la innovación y la abundancia.

Refuerza la relación con el campo y la producción, con la frescura y la calidad de los alimentos.

Pantones: verde oscuro/350c, verde claro/390c.

Amarillo

Significa claridad.

Es el vehículo de la juventud y la fuerza; el color de la nueva piel de la tierra.

Refuerza la identidad con la ciudad al utilizar, junto con el rojo, los dos colores de su bandera.

Pantone: amarillo/116c.

Rojo

Significa energía, salud, fortaleza, vitalidad, victoria y éxito.

Al representar vitalidad, las figuras humanas rojas en el logo se relacionan con la participación activa de los distintos agentes que intervienen en la función de abastecimiento, en las redes y en la definición e impulso de políticas.

Refuerza la identidad con la ciudad al utilizar, junto con el amarillo, los dos colores de su bandera.

Pantone: rojo 200c.

Combinación de verdes, amarillo y rojo

Además de aportar las características y significados individuales, los tres colores conjugan la paleta propia de las frutas colombianas.

La marca

EL SLOGAN

Abastecimiento a precio justo

Hace explícito el tema del abastecimiento, esencial para comprender que esta identidad corresponde a un plan de abastecimiento.

Se refiere a un tema que, de ser manejado por sectores especializados, se amplía como tema de interés público que involucra a toda la ciudadanía; en esa medida requiere la mención directa.

Califica el tipo de abastecimiento que se promueve, es decir, el que conduce a precios justos; esto alianza el compromiso de ampliar oportunidades y promover la equidad.

Conlleva algunas transformaciones culturales que promueve el Plan.

Es sencillo, concreto, sonoro.

Tiene alta recordación.

Cumple con los objetivos básicos que se esperan de un slogan: atención, interés, deseo y acción.



La marca

VALORES DE MARCA

La red

La gente

La canasta

El nombre



abastecimiento a precio justo

El slogan

Impronta de la administración distrital





abastecimiento a precio justo



EL LOGOTIPO

12



El logotipo

DEFINICIÓN

Este apartado presenta la configuración gráfica del logotipo de **Alimenta Bogotá**. En ningún caso pueden alterarse las proporciones que aquí se establecen, así como tampoco está permitido fragmentar elemento alguno o integrar cualquier componente en el interior de la pastilla que engloba el logotipo.

Símbolo



Nombre

abastecimiento a precio justo

Slogan

Impronta de la administración distrital



13



El logotipo

CONFIGURACIÓN GRÁFICA

ÁREA LIBRE
Esta área debe estar limpia de cualquier elemento



El logotipo

COLORES CORPORATIVOS

VERDE OSCURO

Pantone 350C
CMYK = C 79%, M 0%, Y 100%, B 75%

VERDE CLARO

Pantone 390C
CMYK = C 22%, M 0%, Y 100%, B 8%

ROJO

Pantone 200C
CMYK = C 0%, M 100%, Y 63%, B 12%

AMARILLO

Pantone 116C
CMYK = C 0%, M 16%, Y 100%, B 0%

ÁREA LIBRE
Esta área debe estar limpia de cualquier elemento



AMARILLO CMYK = C 0%, M 0%, Y 100%, K 0%
ROJO CMYK = C 0%, M 100%, Y 100%, K 0%
NEGRO CMYK = C 0%, M 0%, Y 0%, K 100%



El logotipo

APLICACIÓN DE COLORES EN POSITIVO Y NEGATIVO



VERSIÓN
COLOR
POSITIVA



VERSIÓN
COLOR
NEGATIVA

16



El logotipo

TRANSICIÓN DE POSITIVO / NEGATIVO



0% 50%



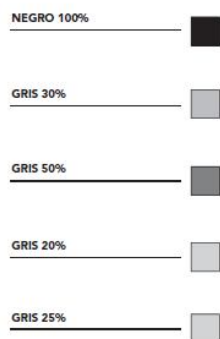
51% 100%

17



El logotipo

APLICACIÓN EN BLANCO Y NEGRO



El logotipo

APLICACIÓN EN BLANCO Y NEGRO NEGATIVO



El logotipo

APLICACIONES INCORRECTAS

La utilización de los elementos de la identidad corporativa de **Alimenta Bogotá** debe ajustarse estrictamente a las normas recogidas en este manual. Para evitar aplicaciones incorrectas, se presentan algunos ejemplos ilustrativos en los que se hacen evidentes usos por fuera de las normas como fragmentaciones, inclusión de componentes adicionales como sombras a las figuras, uso horizontal o la alteración de la composición de los elementos que conforman el logotipo.



Papelería y publicaciones institucionales

PAPELERÍA, USOS Y FORMATOS

El presente apartado recoge las normas generales para aplicar la identidad de **Alimenta Bogotá** en impresos y publicaciones institucionales de uso interno y externo. Se establecen las indicaciones correspondientes en relación con la composición, colores, uso de fuentes tipográficas y proporciones, para las aplicaciones en cartas, sobres, tarjetas de presentación, faxes, comunicados de prensa, carpeta corporativa y presentaciones en Power Point.

VERDE OSCURO

Pantone 350C
CMYK = C 79%, M 0%, Y 100%, B 75%



VERDE CLARO

Pantone 390C
CMYK = C 22%, M 0%, Y 100%, B 8%



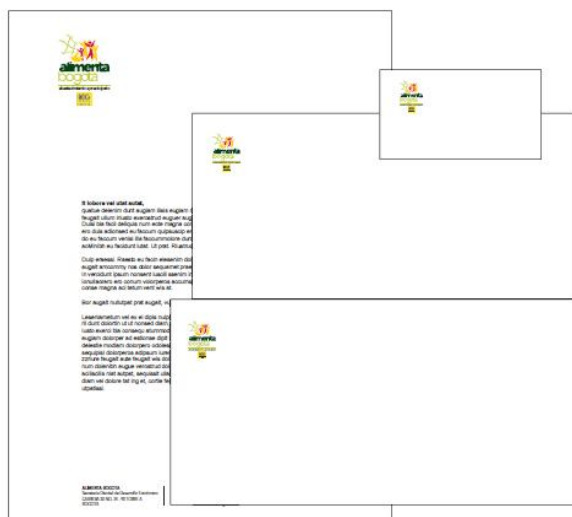
ROJO

Pantone 200C
CMYK = C 0%, M 100%, Y 63%, B 12%



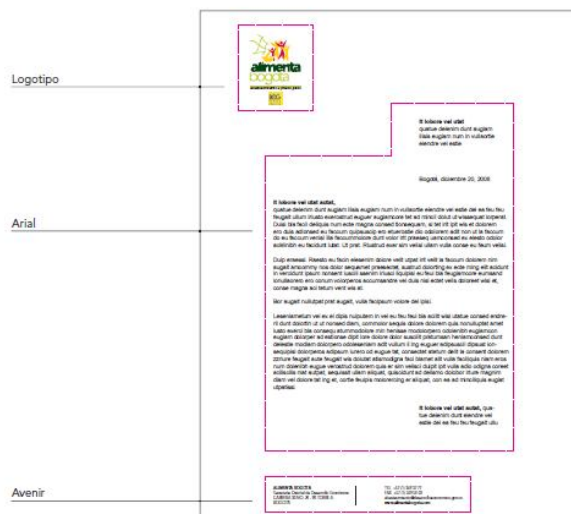
AMARILLO

Pantone 116C
CMYK = C 0%, M 16%, Y 100%, B 0%



Papelería y publicaciones institucionales

FORMATO CARTA INSTITUCIONAL

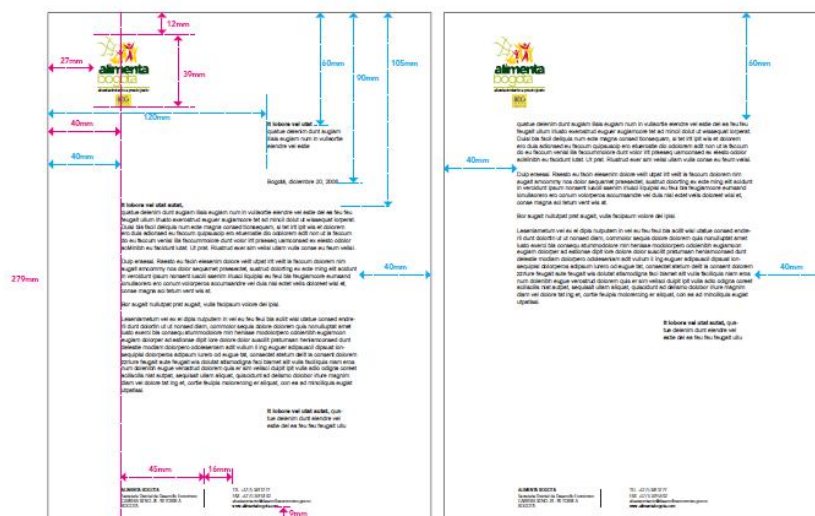


24



Papelería y publicaciones institucionales

PROPORCIONES CARTA INSTITUCIONAL



25



Papelería y publicaciones institucionales

TIPOGRAFÍA CARTA INSTITUCIONAL

The diagram shows a letter template for 'Almendra'. It includes the following specifications:

- Fonts:**
 - Arial bold, 9pt
 - Arial regular, 9pt
 - Avenir 65 medium, 6pt
 - Avenir 35 light, 6pt
- Line:**
 - Linea negra 70%, 0.25pt

The letter content includes a header with the 'Almendra' logo, a date 'Bogotá, diciembre 20, 2008', and a body of text in Spanish. The footer contains contact information for 'ALMENDRA' and 'ALMENDRA'.

26

Papelería y publicaciones institucionales

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

The diagram shows a presentation card template for 'Almendra'. It includes the following specifications:

- Fonts:**
 - Avenir 95 black, 10pt
 - Avenir 35 light, 7pt
 - Avenir 65 medium, 5pt
 - Avenir 35 light, 5pt
- Line:**
 - Linea negra 70%, 0.25pt

The card content includes the 'Almendra' logo, the name 'Maria Victoria Restrepo', her title 'DIRECTORA EJECUTIVA', and contact information for 'ALMENDRA'. Dimensions are indicated: 90mm width, 50mm height, and 37mm for the bottom section.

27

Papelería y publicaciones institucionales

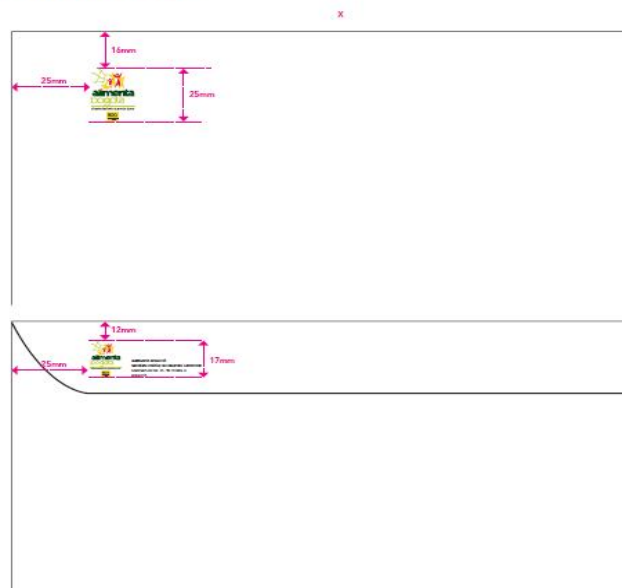
COMUNICADOS DE PRENSA



Papelería y publicaciones institucionales

SOBRES

NOTA: INDEPENDIENTE DE LAS DIMENSIONES DEL SOBRE (X/Y), EL LOGOTIPO CORPORATIVO SIEMPRE IRÁ POSICIONADO DE ACUERDO CON LAS INDICACIONES AQUÍ SEÑALADAS



Papelería y publicaciones institucionales

CARPETAS Y DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

Fondo:
COLOR: pantone 350C

Líneas:
0,5 pts espaciadas 2 mm
COLOR: pantone 350C al 60%



31



Papelería y publicaciones institucionales

PRESENTACIÓN POWER POINT PORTADA

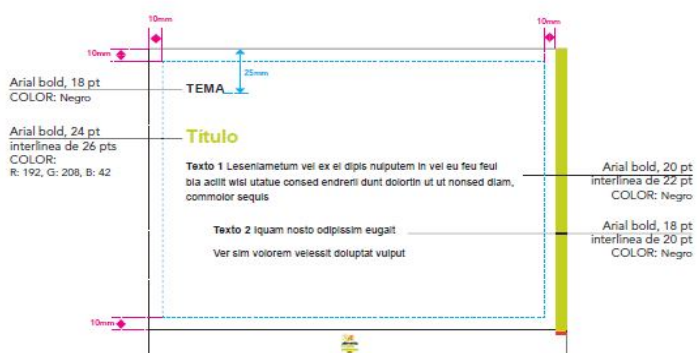


32



Papelería y publicaciones institucionales

PRESENTACIÓN POWER POINT PÁGINAS INTERIORES

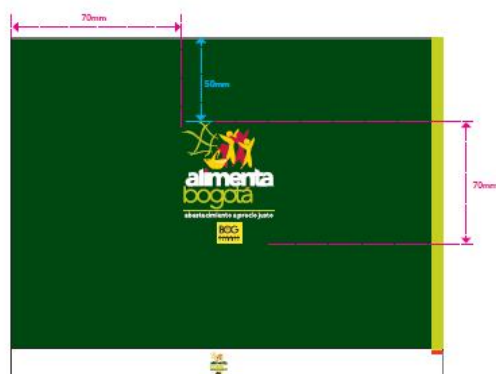


33



Papelería y publicaciones institucionales

PRESENTACIÓN POWER POINT PÁGINA DE CIERRE



34



Articulación con otros componentes

PAPELERÍA, USOS Y FORMATOS

El presente apartado recoge las normas generales para aplicar la identidad de **Alimenta Bogotá** en articulación con otros componentes del Plan Maestro de Alimentación y Seguridad Alimentaria de Bogotá, como la Alcaldía Mayor de Bogotá, la Secretaría de Desarrollo Económico, las NutriRedes y las AgroRedes. Estas aplicaciones se establecen para ser utilizadas por la AgroRedes y las NutriRedes.

VERDE OSCURO

Pantone 350C
CMYK = C 79%, M 0%, Y 100%, B 75%

VERDE CLARO

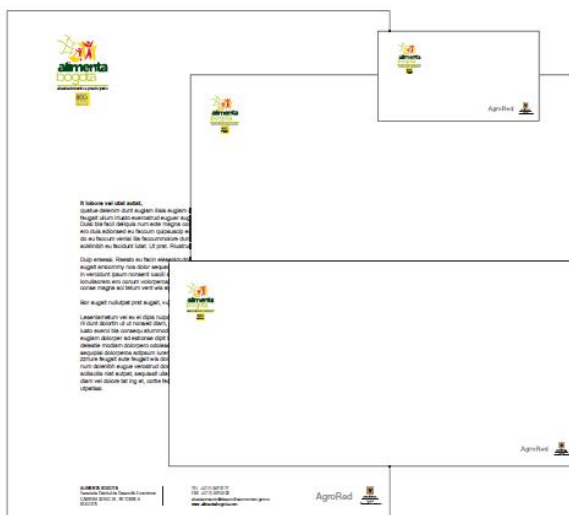
Pantone 390C
CMYK = C 22%, M 0%, Y 100%, B 8%

ROJO

Pantone 200C
CMYK = C 0%, M 100%, Y 63%, B 12%

AMARILLO

Pantone 116C
CMYK = C 0%, M 16%, Y 100%, B 0%



Articulación con otros componentes

FORMATO CARTA



Alcaldía Mayor de Bogotá
Secretaría de Desarrollo Económico
NutriRed
AgroRed

