 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	PROCEDIMIENTO	
	MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	PR-128
		Versión 02 Fecha 21/05/2019

1. OBJETIVO

Potencializar el posicionamiento de las plazas de mercado distritales en la ciudadanía.

2. ALCANCE

Establecer los parámetros para la ejecución de actividades de mercadeo y comercialización en las Plazas de Mercado Distritales, en concordancia con el reglamento Administrativo, Operativo y de Mantenimiento de las Plazas de Mercado del Distrito Capital de Bogotá.

3. RESPONSABLES

- El/La Subdirector (a) de la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización es el/la responsable de la administración de las plazas de mercado.
- El/La Profesional de la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización que es el /la encargado/a de coordinar las plazas de mercado.
- Los/Las Profesionales de apoyo del grupo de Plazas de Mercado de la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización que son los/las encargados/as de administrar de manera permanente las Plazas de Mercado.
- Los/Las Profesionales de apoyo del grupo de Plazas de Mercado de la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización que son los/las encargados/as de gestionar los componentes de las Plazas de Mercado.
- El/ La Abogado de apoyo del grupo de Plazas de Mercado de la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización.


4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

SESEC: Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y comercialización.

SDPM: Sistema Distrital de Plazas de Mercado.

GERENTE- PROFESIONAL RESPONSABLE DE LA PLAZA DE MERCADO: Es la persona natural o jurídica designada por el IPES, que tiene a su cargo la plaza de mercado distrital, con el fin de obtener mejores niveles operativos, ambientales, sociales, comerciales y administrativos de la plaza de mercado y será el encargado de verificar y propender por la aplicación del presente reglamento, así como de todas las disposiciones, directrices o lineamientos que desde el Instituto para la Economía Social se formulen.

Elaboró: Janneth Shambo G. Contratista – CPS 185 de 2019	Revisó: Luz Mary Pinilla M. Profesional Especializado	Aprobó: Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización
---	---	---

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>DESARROLLO ECONÓMICO</small> <small>Instituto para la Economía Social</small>	PROCEDIMIENTO	
	MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	PR-128
		Versión 02 Fecha 21/05/2019

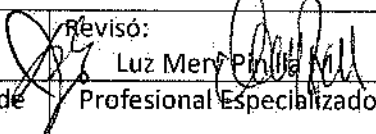
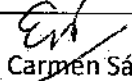
COMERCIANTE EN PLAZA DE MERCADO: Es la persona natural o jurídica que mediante la suscripción de un contrato de uso y aprovechamiento económico regulado con el IPES, adquiere el derecho al uso a un local, puesto, bodega o espacio en la plaza de mercado, para el abastecimiento de productos básicos de consumo doméstico, o la prestación de servicios autorizados durante un tiempo determinado, obligándose a pagar las tarifas mensuales establecidas por el IPES y los servicios públicos; así como a restituir el local, puesto o bodega a la terminación del contrato o por incumplimiento de las obligaciones adquiridas en el mismo, sin que haya necesidad de cualquier otra clase de requerimiento.

COMITÉ DESARROLLO INTEGRAL: Representantes comerciales de cada plaza de mercado frutas, verduras, abarrotes, artesanías, restaurantes, ensaladas de frutas, lácteos.

ACTIVIDADES PROMOCIONALES: Herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos. Las tres principales estrategias de promoción son: Dar a conocer las características, ventajas y beneficios de un producto (informar), conseguir que los potenciales clientes actúen comprando el producto (persuadir) y mantener el nombre de marca en la memoria de los clientes (recordar), según la fase del ciclo de vida del producto, (Introducción, Crecimiento, Madurez) para contribuir a la satisfacción de las necesidades y/o deseos del público objetivo. Todas las estrategias de promoción pueden agruparse en los siguientes grupos: Estrategias de impulso (Incentivar a las personas encargadas de la venta del producto para que lo hagan de la mejor manera posible), Estrategia de atracción (El objetivo será el consumidor- estrategias de descuentos, regalos, obsequios, etc.) Estrategia híbrida o combinada (Combina elementos de las estrategias de impulso y de las de atracción. Es decir, se obsequiará tanto a vendedores como consumidores finales.)

5. CONDICIONES GENERALES

El presente procedimiento se realizará bajo los lineamientos de la Resolución 018 de 2017 "Por el cual se expide el Reglamento Administrativo, Operativo y de Mantenimiento de Plazas de Mercado del Distrito Capital de Bogotá y la siguiente normatividad: Acuerdo 96 de 2003; Acuerdo 257 de noviembre 30 de 2006, Decreto 317 de 2007 (plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria), Resolución tarifaria, Contratos de uso, Leyes ambientales y sanitarias y Planes de regularización y manejo.

Elaboró: Janneth Shambo G. Contratista – CPS 185 de 2019	Revisó:  Luz Mary Pinilla Profesional Especializado	Aprobó:  Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización
---	---	--



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO,
Instituto para la Empresa Social

PROCEDIMIENTO

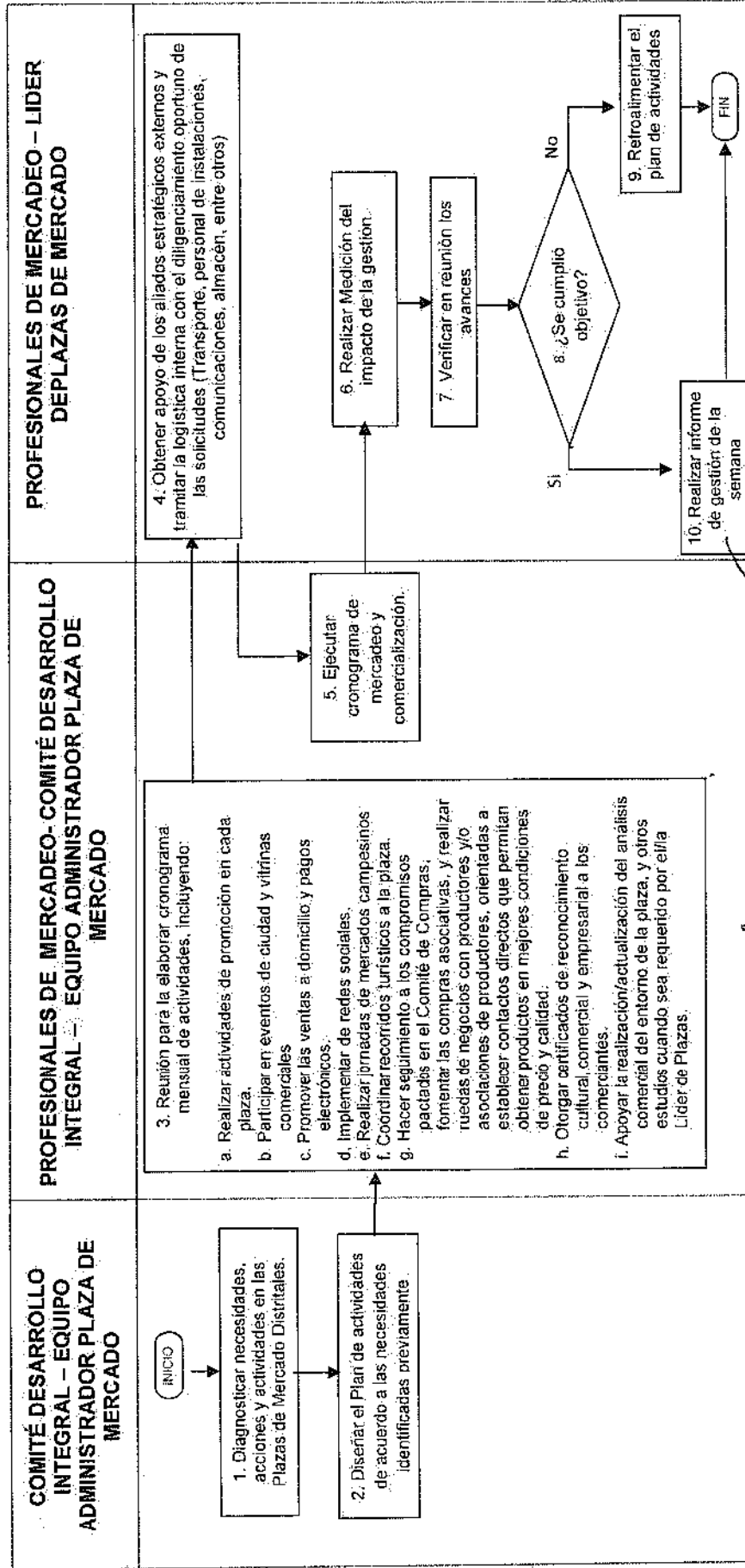
MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

PR-128


Versión 02

Fecha 21/05/2019

6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO


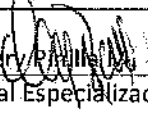



Elaboró: Janneth Shambo G.	Revisó: <i>[Signature]</i>	Aprobó: Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza
Contratista – CPS 185 de 2019	Profesional Especializado	Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	PROCEDIMIENTO	
	MERCADEREO Y COMERCIALIZACIÓN	PR-128
		Fecha 21/05/2019

6.1 TABLA EXPLICATIVA DEL PROCEDIMIENTO

No.	Nombre de la actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Punto de control	Documento o Registro	Tiempo
1	Diagnosticar necesidades, acciones y actividades en las Plazas de Mercado Distritales.	Realizar estudio de necesidades, acciones y actividades que permiten conocer las percepciones (motivadores e inhibidores de compra) de los compradores y no compradores de las Plazas de mercados en aspectos como: producto, plaza, precio, promoción y marca (posicionamiento), a través de entrevistas en profundidad y de un análisis cualitativo.	Comité desarrollo integral – equipo Administrador plaza de mercado		FO-051 Acta de reunión	
2	Diseñar un Plan de actividades de acuerdo a las necesidades identificadas	Planear las actividades, eventos, estrategias, capacitaciones (cultura empresarial) y demás acciones encaminadas a resolver las necesidades identificadas en la actividad anterior en aspectos como: producto, plaza, precio, promoción y marca (posicionamiento), que fortalezcan los motivadores y minimicen los inhibidores de compra. Así mismo, enfocar estas actividades de acuerdo a la temporada o festividades de calendario.	Comité desarrollo integral – equipo administrador plaza de mercado		FO-051 Acta de reunión	
3	Reunión para la elaboración cronograma de intervención.	Una vez a la semana este equipo se reúne con el fin de elaborar cronograma de intervención en la plaza de mercado, estas acciones se estipulan en una línea de tiempo semanal, quincenal o mensual. Incluir en el cronograma las actividades definidas en el plan de acción, así: a. Realizar actividades de promoción en cada plaza. b. Participar en eventos de ciudad y vitrinas comerciales c. Promover las ventas a domicilio y pagos electrónicos. d. Implementar de redés sociales. e. Realizar jornadas de mercados campesinos f. Coordinar recorridos turísticos a la plaza.	Profesionales de comercialización y mercadeo-comité desarrollo integral – equipo administrador plaza de mercado		FO-051 Acta de reunión FO-078 Planilla de asistencia	

Elaboró: Janneth Shambo G. 	Revisó: Luz Méry 	Aprobó: 
Contratista – CPS 185 de 2019	Profesional Especializado	Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto para la Economía Social

PROCEDIMIENTO
MERCADERO Y COMERCIALIZACIÓN

PR-128

Versión 02

Fecha 21/05/2019

No.	Nombre de la actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Punto de control	Documento o Registro	Tiempo
		<p>g. Hacer seguimiento a los compromisos pactados en el Comité de Compras, fomentar las compras asociativas, y realizar ruedas de negocios con productores y/o asociaciones de productores, orientadas a establecer contactos directos que permitan obtener productos en mejores condiciones de precio y calidad.</p> <p>h. Otorgar certificados de reconocimiento cultural, comercial y empresarial a los comerciantes</p> <p>i. Apoyar la realización/ actualización del análisis comercial del entorno de la plaza, y otros estudios, cuando sea requerido por el/la Líder de Plazas.</p>				
4	Apoyo logístico	Obtener apoyo de los aliados estratégicos externos y tramitar la logística interna con el diligenciamiento oportuno de las solicitudes (Transporte, personal de instalaciones, comunicaciones, almacén, entre otros)	Profesionales de mercadeo – Líder de plazas de mercado		FO-039 Orden de Servicio y/o Apoyo OSA FO-122 Solicitud Servicio de transporte	
5	Ejecutar cronograma de intervención de mercadeo y comercialización en las Plazas en mercado	Una vez elaborado y aprobado el cronograma de intervención, dar inicio a la ejecución de las acciones planteadas	Profesionales de mercadeo-comité desarrollo integral – equipo administrador plaza de mercado		Cronograma	
6	Realizar Medición del impacto de la gestión.	<p>Cada semana este equipo se reúne con el propósito de establecer el balance de medición e impacto en cada una de las plazas de mercado una vez ejecutado el cronograma de comercialización y mercadeo planteado</p> <p>Se debe realizar la medición de las actividades ejecutadas mediante indicadores como: percepción de aumento de ventas, percepción del aumento de clientes y de organización del evento que</p>	Profesionales de mercadeo – Líder de plazas de mercado		FO-051 Acta de reunión FO – 601 medición de impacto en las plazas	

Elaboró: Janneth Shambo G.	Revisó: Luz Méy P. Profesional Especializado	Aprobó: Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización
Contratista – CPS 185 de 2019		



PROCEDIMIENTO
MERCADEREO Y COMERCIALIZACIÓN

PR-128
Versión 02
Fecha 21/05/2019

No.	Nombre de la actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Punto de control	Documento o Registro	Tiempo
		evidencien el impacto de las estrategias implementadas para determinar si se obtuvo el resultado proyectado.				
7	Planear actividades semana siguiente	Una vez se realiza la medición, dar inicio a la planeación de acciones o actividades que se van a ejecutar en cada plaza de mercado de acuerdo a las necesidades de temporada. Esto con el fin de llevar al comité de desarrollo integral un plan de actividades o lineamiento de acciones IPES a seguir, el cual debe ser ajustado a las necesidades de comercialización y mercadeo de cada plaza	Profesionales de mercadeo – Líder de plazas de mercado		FO-051 Acta de reunión	
8	¿Se cumplió objetivo?	Si: pase a actividad N° 9 No: pase a actividad N° 8	Profesionales de mercadeo – Líder de plazas de mercado			
9	Retroalimentar el plan de actividades	Si no se cumplió el cronograma establecido o alguna de las actividades no fue lo que se esperaba, se realiza la respectiva retroalimentación de los fallos para evitar su ocurrencia o que se masifique en otras plazas de mercado. Se debe realizar la retroalimentación, con el fin de replantear las estrategias y actividades de ser necesario.	Profesionales de mercadeo – Líder de plazas de mercado		Bitácora Informe mensual del profesional	
9	Realizar informe de gestión de la semana	Redactar el informe de gestión, resumiendo los resultados obtenidos, con el fin de dar seguimiento a los profesionales y a cada plaza de mercado.	Profesionales de comercialización y mercadeo – Líder de plazas de mercado			

7. DOCUMENTOS ASOCIADOS (OPCIONAL)

Resolución 018 de 2017

Elaboró: Janneth Shambo G.	Revisó: Luz Mary Prieta	Aprobó: Esperanza Del Carmen SÁCHICA DE DAZA
Contratista – CPS 185 de 2019	Profesional Especializado	Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto para la Economía Social

PROCEDIMIENTO
MERCADERO Y COMERCIALIZACIÓN

PR-128
Versión 02
Fecha 21/05/2019

Acta de reunión FO-051
Planilla de asistencia FO-078
FO-039 Orden de Servicio y/o Apoyo OSA
FO-122 Solicitud Servicio de transporte

8. MARCO NORMATIVO

Norma	Año	Descripción	Artículos aplicables
Res. 18	2017	Por la cual se expide el Reglamento Administrativo Operativo y de Mantenimiento de las Plazas de Mercado del Distrito capital de Bogotá	Art. 1- 59
Res. 290	2014	"Por la cual se expide el Reglamento Administrativo, Operativo y de Mantenimiento de las Plazas de Mercado del Distrito Capital de Bogotá"	Art. 1- 57
Res. 041	2011	"Por el cual se establecen las tarifas para la explotación de las áreas, espacios y locales de las Plazas de Mercado Distritales	Art. 1 a 3
Resolución n 2674	25/07/2014	"Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto-ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones".	Art. 3,5-14,20,26,31-35
Dec. 558	2009	"Por el cual se precisan algunas atribuciones en materia de representación legal en lo judicial y extrajudicial respecto a las Plazas de Mercado, y se dictan otras disposiciones"	Art. 1 a 4
CONPES 113	2008	Política Nacional De Seguridad Alimentaria Y Nutricional (PPSSAN).	II, IV, 3
Dec. 508	2007	"Por el cual se adopta la Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Bogotá, Distrito Capital, 2007-2015, Bogotá sin hambre"	Art. 2, 3, 7, 8, 12 a 17 y 19.
Acuerdo Del Consejo 257	2006	"Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito capital, y se expiden otras disposiciones"	Art. 79
Dec. 512	2006	Por el cual se modifica el artículo 32 del Decreto Distrital 315 del 15 de agosto de 2006 y se dictan otras disposiciones.	Art. 1 y 2
Dec. 315	2006	"Por el cual se adopta el Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria para Bogotá Distrito Capital y se dictan otras disposiciones"	Art. 2-3,,5-9,11-12,15,24,26,30-33, 40
Doc. CONPES DNP 91	2005	"Metas y estrategias de Colombia para el logro de los objetivos de desarrollo del milenio -- 22001155"	I.

Elaboró: Janneth Shambo G.	Revisó: Luz Mery Pinilla	Aprobó: Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza
Contratista – CPS 185 de 2019	Profesional Especializado	Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización



Norma	Año	Descripción	Artículos aplicables
Acuerdo de Concejo 096	2003	Por el cual se implementa el Sistema Distrital de Plazas de Mercado del D.C.	Art. 1-3
Decreto 3075	23/12/1997	Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones.	Art. 2,8,10-17,19-20,28-29,31,35-40
Doc. CONPES DNP 2847	29/05/1996	PLAN NACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN 1996-2005	v.
Constitución Política Nacional	6/07/1991	"En ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana".	Art. 8, 49, 63, 65, 334
Ley 9	24/01/1979	"Por la cual se dictan Medidas Sanitarias"	Art. 1, 7, 9, 10, 28, 81, 92-96, 105, 109, 237, 243, 247, 249, 251-261, 263-270, 275-277, 288-290, 292-293, 295-296, 307, 396, 411, 423-425, 596
Ley 74	26/12/1968	"Por la cual se aprueban los "Pactos Internacionales de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, de Derechos Civiles y Políticos, así como el Protocolo Facultativo de este último, aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en votación Unánime, en Nueva York, el 16 de diciembre de 1966"	Art. 11

9. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	ÍTEM MODIFICADO	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
1	31/10/2017		
2	21/05/2019	Marco Normativo	Inclusión marco normativo /Actualizó plantilla
		Descripción del procedimiento	Detallar las actividades del cronograma, incluyendo solicitudes de apoyo logístico interno

Elaboró: Janneth Shambo G.	Revisó: Luz Mercedes M.	Aprobó: Esperanza Del Carmen Sáchica de Daza
Contratista – CPS 185 de 2019	Profesional Especializado	Subdirectora Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización