



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DISTRITAL DE MOVILIDAD  
TRANSMILENIO S.A.

**ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, D.C.**

**EMPRESA DE TRANSPORTE DEL TERCER MILENIO TRANSMILENIO S.A.**

**SUBGERENCIA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS**

## **ANEXO No. 3**

# **CONDICIONES Y LINEAMIENTOS PARA LA EXPLOTACIÓN COLATERAL Y LA PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DEL MERCHANDISING DE TRANSMILENIO S.A.**

**Bogotá, D.C. - Colombia**

**2018**

Página 1 de 6



## CONDICIONES Y LINEAMIENTOS PARA LA EXPLOTACIÓN COLATERAL Y LA PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DEL MERCHANDISING DE TRANSMILENIO S.A.

### I. INTRODUCCIÓN.

Corresponde a **TRANSMILENIO S.A.** la gestión, organización y planeación del servicio de transporte público masivo urbano de pasajeros en el Distrito Capital y su área de influencia, bajo las modalidades de transporte terrestre automotor, transporte férreo y sistemas alternativos de movilidad como el cable aéreo, entre otros, en las condiciones que señalen las normas vigentes, las autoridades competentes y sus propios estatutos. Para su rendimiento delega funciones a las diferentes áreas que lo conforman.

Una de ellas es la Subgerencia de Desarrollo de Negocios, que tiene entre sus funciones velar por la imagen corporativa de la Entidad, así como la explotación de los negocios colaterales que ayuden a generar ingresos significativos a la compañía, razón por la cual esta Subgerencia debe propender por la innovación en los procesos que lleve a cabo de manera que se mantengan los clientes actuales e incrementar los clientes nuevos y potenciales, en razón a lo anterior, se adoptó el merchandising como una de las estrategias del portafolio de servicios.

### II. OBJETIVO.

Establecer las condiciones y lineamientos para la explotación colateral y de promoción institucional del merchandising de **TRANSMILENIO S.A.**

### III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- 3.1. Definir qué es el merchandising de **TRANSMILENIO S.A.**
- 3.2. Funciones para el manejo, control, venta y administración del merchandising.
- 3.3. Formas de pago de los productos de merchandising.
- 3.4. Políticas para la fijación de los precios de los productos de merchandising.
- 3.5. Criterios para establecer los descuentos de los precios de venta al público.
- 3.6. Promoción Institucional.

### 3.7. Productos de merchandising de baja rotación.

#### 3.1. Merchandising de TRANSMILENIO S.A.

Es una estrategia de explotación de cualquiera de las marcas registradas de la empresa para ser comercializada a través de productos tipo Merchandising (productos promocionales) con la marca TransMilenio® y cualquier otra marca de propiedad de **TRANSMILENIO S.A.** a través de la venta directa en las instalaciones de la Entidad o de manera indirecta a través de otros canales que se lleguen a determinar.

El Merchandising de **TRANSMILENIO S.A.** tiene como objetivo principal fortalecer y posicionar las marcas registradas, y consecuentemente, que los ingresos percibidos por la venta de este tipo de productos cubran los costos relacionados con su elaboración y su producción, y a su vez generen, en lo posible unos ingresos marginales para la empresa.

#### 3.2. Funciones para el manejo, control, venta y administración del Merchandising.

El manejo, control, venta y custodia del Merchandising se encuentra bajo la responsabilidad de la Subgerencia de Desarrollo de Negocios, estas funciones son desarrollados por el personal de la Subgerencia, ya sea a través de funcionarios de planta o de contratistas.

Son funciones propias del manejo, control, venta y administración del Merchandising las siguientes:

- Fomentar la difusión de los canales de comercialización de los productos de Merchandising.
- Realizar las actividades de comercialización de productos de Merchandising.
- Realizar el alistamiento de pedidos de los productos de Merchandising.
- Realizar las operaciones logísticas relacionadas con el transporte, almacenamiento y administración de inventarios de los productos de Merchandising que maneje la Subgerencia De Desarrollo de Negocios.
- Realizar promociones o descuentos cuando sea necesario para la rotación de productos de Merchandising para clientes y empleados.
- Mantener actualizado el inventario de los productos de Merchandising.
- Reportar las novedades que surjan con respecto al manejo del inventario y de la venta de los productos.

### **3.3. Formas de pago de los productos de merchandising.**

Las modalidades de pago de los productos pueden ser: Mediante consignación o transferencia electrónica en la cuenta bancaria que designe la Tesorería de la Entidad; por descuento de nómina o mediante los convenios que suscriba la entidad.

Cuando los funcionarios de planta de **TRANSMILENIO S.A.**, realicen compras superiores a veinte mil pesos moneda legal colombiana (\$ 20.000), el pago de los productos se realizará mediante una autorización escrita del funcionario para su descuento por nómina en una (1) sola cuota.

### **3.4. Políticas para la fijación de los precios de los productos de merchandising.**

Teniendo en cuenta que objetivo principal del merchandising es el fortalecimiento y posicionamiento de las marcas de propiedad de TRANSMILENIO S.A., se deben observar las siguientes políticas para la fijación de los precios de venta de este tipo de productos:

- Que el valor fijado para la venta al público de cualquier producto garantice que se cubran los costos en que incurrió la Entidad para su adquisición, producción y elaboración.
- En los cálculos para determinar el costo unitario de cada producto se tomará en cuenta el valor de adquisición del lote de productos comprados en cada vigencia fiscal con el presupuesto oficial de la empresa.
- Una vez determinado el costo por unidad, el precio de venta al público a fijar debe incluir un margen adicional entre el veinte por ciento (20%) y el cuarenta por ciento (40%) de su valor original. Este margen de ganancia permite que los productos tengan un precio accesible a los posibles clientes, los que históricamente han sido en su mayoría empleados de la Entidad, visitantes ocasionales a la misma o empleados de los concesionarios y agentes del Sistema.
- La lista de precios será aprobada por el Comité Comercial, cada vez que exista un nuevo lote de productos de merchandising y se cumplan con las políticas aquí establecidas.

- Los precios de los productos de merchandising de TRANSMILENIO S.A. se publicarán tanto en la Intranet para el conocimiento de toda la empresa como en la página web de la Entidad para su divulgación al público en general.

### **3.5. Criterios para establecer los descuentos de los precios de venta al público.**

Cuando existan clientes cuyo interés sean las compras al por mayor (más de una docena de unidades de cualquier producto), se les podrá otorgar descuentos que oscilen entre el diez por ciento (10%) y el doce por ciento (12%) del precio unitario de venta al público.

Adicionalmente el Subgerente de Desarrollo de Negocios podrá establecer descuentos durante algunas temporadas tales como: inicio de actividades escolares o universitarias, Navidad u otras ocasiones especiales, con descuentos que no podrán ser superiores al quince por ciento (15%) del valor de venta establecido para el producto.

### **3.6. Promoción Institucional.**

Hasta un máximo del treinta y cinco por ciento (35%) de los productos de Merchandising que se reciban en cada nueva adquisición podrán ser destinados por el Gerente General y/o el Subgerente de Desarrollo de Negocios para ser entregados a clientes especiales de la empresa, visitantes ilustres, o campañas que se adelanten al interior y que generan, amor, solidaridad y fortalecimiento por las marcas de propiedad de TRANSMILENIO S.A.

### **3.7. Productos de merchandising de baja rotación.**

Los productos de Merchandising que lleven en el inventario (Stock) más de un (1) año sin ser vendidos, pueden ser sujeto de medidas de planes especiales de venta y de distribución que permitan rotar los productos o determinar su dada de baja del inventario.

**Proyectó:** Carlos Alberto Acosta Rada – Profesional Especializado Grado 06 – Negocios Colaterales



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DISTRITAL DE MOVILIDAD  
TRANSMILENIO S.A.

**Revisó:** Rosario M. Salgado Avila – Profesional Universitario Grado 03 – Gestión de Negocios  
Claudia Patricia Saer Saker - Subgerente de Desarrollo de Negocios.

