

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, D.C.

EMPRESA DE TRANSPORTE DEL TERCER MILENIO TRANSMILENIO S.A.
SUBGERENCIA DE NEGOCIOS COLATERALES

ANEXO No. 3

**POLÍTICA TARIFARIA PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y
PROMOCIÓN DE ARTÍCULOS DE LAS MARCAS DE PROPIEDAD
DE TRANSMILENIO S.A.-MERCHANDISING**

Bogotá, D.C. Colombia
2023

Página 1 de 10

Contenido

Introducción

- 1. Objetivo**
- 2. Segmentación del mercado**
 - 2.1.** Política de precios
 - 2.2.** Atributos del producto
 - 2.3.** Proceso de producción
 - 2.4.** Costos Asociados
 - 2.5.** Objetivos de Rentabilidad
- 3. Fijación de precios**
 - 3.1.** Formas de pago
- 4. Promoción institucional**

Introducción

TRANSMILENIO S.A. es el ente gestor del Sistema Integrado de Transporte Público **SITP** de la ciudad de Bogotá, por lo tanto, es la entidad encargada de coordinar con los diferentes actores la planeación, gestión y control de la prestación del servicio público de transporte masivo urbano de pasajeros.

El Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá **SITP** y sus componentes son símbolos de modernidad, progreso, dignidad y seguridad convirtiéndose en referente mundial en movilidad urbana de la ciudad capital, virtud de la cual parte **TRANSMILENIO S.A.** para implementar estrategias comerciales en las cuales prevé dar información actualizada y principalmente visibilizar su marca, desarrollando recordación y posicionamiento de la imagen, logrando acercamiento de nuevos y potenciales clientes nacionales e internacionales, fortaleciendo relaciones ya existentes que nos permitan generar recursos económicos representativos para la entidad.

La Subgerencia de Negocios Colaterales tiene a cargo dentro de sus funciones la creación, formulación, desarrollo y comercialización de productos y servicios relacionados con la propiedad intelectual de **TRANSMILENIO S.A.**, en desarrollo de esta actividad, la entidad cuenta con una base de marcas debidamente registradas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, sobre las cuales son de insumo para la comercialización y diseño de los artículos de la marca -Merchandising. Los artículos de las marcas se diseñan cuidadosamente con el propósito de crear productos con estándares de calidad, innovadores, útiles y únicos en el mercado, haciéndolos altamente atractivos por residentes y extranjeros.

1. Objetivo

Establecer las condiciones y variables que influyen en la política de precios de los productos

de las marcas de propiedad de **TRANSMILENIO S.A.**

2. Segmentación del mercado

Los consumidores de los productos de artículos de las marcas de titularidad de **TRANSMILENIO S.A.**, son mayoritariamente las personas que, tienen aprecio y valoración por el Sistema y la marca, sienten orgullo al poseer los artículos que conceptúen su notoriedad e importancia en la vida del comprador y de los bogotanos.

El Sistema TransMilenio es un referente mundial, que atrae de manera frecuente, visitantes nacionales y extranjeros, despertando en ellos el interés de adquirir productos que les recuerde su estadía en nuestra ciudad y del Sistema.

Por lo tanto, la comercialización de los artículos de las marcas hace parte del conjunto de líneas de negocios que utiliza la Subgerencia de Negocios Colaterales para visibilizar las marcas, aumentar la rentabilidad de la inversión realizada, además de persuadir en la toma de decisión para que los clientes adquieran otras líneas de negocios.

2.1. Política de precios

La política de precios para los artículos de las marcas establecida mediante el presente anexo contempla diversas variables tales como: i) los atributos del producto, ii) proceso de producción de los artículos, iii) costos asociados y iv) objetivos de rentabilidad planteados por la Subgerencia de Negocios Colaterales, entre otros.

2.2. Atributos del producto

Los productos de las marcas de propiedad de **TRANSMILENIO S.A.** son productos auténticos, cuidadosamente seleccionados, con diseños únicos, funcionales, innovadores,

con características diferenciadoras que llamen la atención del consumidor, que enganchen y capturen, induciendo fácilmente a la compra.

Cada uno de los productos, debe poseer altos estándares de calidad con el propósito de reflejar un estilo de vida que permita al consumidor identificarse con cada uno de los productos.

Para la adquisición de los productos ya sea por apertura de nuevas categorías, colecciones especiales, agotamiento de inventario o necesidades del sector, en procura de un mayor y mejor círculo de ventas, se realizará una revisión en promedio cada dos (2) años de acuerdo con las condiciones del mercado.

TRANSMILENIO S.A. cuenta con gran variedad de marcas registradas, las cuales pueden ser seleccionadas para la creación de colecciones o categorías. Las marcas usadas en las colecciones deben ser previamente registradas ante la autoridad correspondiente.

TRANSMILENIO S.A. podrá realizar en cualquier momento campañas promocionales, descuentos por volumen de compra o implementar estrategias comerciales que incrementen las ventas de los productos. En ningún caso se podrá vender productos por debajo del precio de costo.

Cada colección debe tener una campaña de lanzamiento, con imágenes, videos, exhibición en vitrinas, e-mailing, que visibilicen los nuevos productos e incentiven a la compra.

El Subgerente de Negocios Colaterales tendrá la facultad de implementar herramientas comerciales con el fin de incentivar las ventas de los artículos de las marcas.

2.3. Proceso de producción

Los artículos elegidos para la gestión comercial deben ser producidos con materiales de altos estándares de calidad, según los diseños planteados o avalados por **TRANSMILENIO S.A.** para lo cual cada producción tendrá un dummy, machote o piloto a escala real, que permita conocer el producto terminado a fin de hacer las modificaciones requeridas para dar la aprobación de la producción total de los artículos.

Igualmente, la Subgerencia de Negocios Colaterales, tendrá la facultad de conocer, validar la pertinencia, valorar y adquirir ideas e innovaciones que le permitan generar recursos o ingresos a través de la producción de artículos de las marcas.

2.4. Costos asociados

Los costos asociados a la adquisición de productos deben ser contemplados desde su conceptualización, diseño, materiales, tiempos de producción, embalaje, transporte, rediseño, garantías, reposición de unidades defectuosas, mantenimiento entre otros. Dichos costos serán asumidos por el contratista, y deben estar definidos previamente en los documentos precontractuales necesarios para adelantar el proceso de adquisición de los artículos de las marcas.

La Entidad cuenta con profesionales expertos en sus áreas de Comunicación Interna y Externa y dispone de recursos suficientes para efectuar el lanzamiento oficial de los productos al mercado, la publicación de estos en sus páginas públicas, por lo tanto, esta variable no se encuentra contemplada como costo del producto.

2.5. Objetivos de rentabilidad

La Subgerencia de Negocios Colaterales consciente de la importancia que tiene los artículos

de las marcas, como mecanismo de recordación de las mismas y de incentivo para mejorar las relaciones comerciales con clientes potenciales, establece parámetros para la comercialización de estos productos.

Los productos de las marcas tienen dos finalidades principales:

1. **Promoción institucional:** Artículos que buscan fortalecer los vínculos con la marca en desarrollo de las actividades misionales de las áreas de **TRANSMILENIO S.A.** conforme a las políticas de austeridad de la Entidad.
2. **Comercialización:** venta de artículos que busca generar ingresos colaterales, dada la rentabilidad obtenida por venta.

A continuación, se relacionan las condiciones para tener en cuenta al momento de determinar el valor de los artículos de las marcas para su comercialización:

- a. El diez por ciento (10%) sobre el valor total de la adquisición por cada línea de producto será destinado a Promoción Institucional.
- b. El noventa por ciento (90%) del valor total de la adquisición por cada línea de producto adquirido se destinará para la venta.
- c. El personal vinculado a **TRANSMILENIO S.A.** en calidad de funcionarios y/o contratistas de prestación de servicios de **TRANSMILENIO S.A.** será beneficiario del diez (10%) de descuento sobre el valor de venta al público de los productos de la marca.
- d. Los valores de venta de los productos adquiridos a partir del año 2023 se incrementarán a partir del 1 de enero de cada año en el porcentaje establecido con el Índice de Precios al Consumidor – IPC.
- e. El valor fijado para la venta al público de cualquier producto debe garantizar la cobertura de costos asociados en que incurrió la Entidad para su adquisición, producción y elaboración en el momento de la compra.
- f. 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.

- g. La Subgerencia de Negocios Colaterales podrá generar descuentos, paquetes comerciales, o estrategia de venta de productos de productos que lleven más de dos (2) años en el inventario y cuya rotación o círculo de venta no haya sido el óptimo, de manera tal, que permita la generación de ingresos y la recuperación de la inversión realizada.
- h. La lista de precios será presentada al Comité Comercial, para su información cada vez que exista una nueva colección de productos.
- i. La Subgerencia de Negocios Colaterales establecerá los precios, descuentos y demás estrategias comerciales siempre y cuando se tenga en cuenta el valor de producción.

3. Fijación de precios

De acuerdo con la información del inventario de productos al año 2023, el costo de producción por unidad se ubica en promedio en \$24.842 pesos con una desviación estándar de \$26.763 pesos; la mediana se ubica en \$18.921 pesos; basados en estos valores se establece como criterio de precios rentables el siguiente modelo:

- Costo de producto \leq 11.400 pesos: 30%
- Costo de producto \leq 22.700 pesos: 25%
- Costo de producto $>$ 22.700 pesos: 20%

Al valor resultante de la interacción del costo individual de producción de cada producto con el porcentaje de fijación de precio se considerará como precio del producto.

A este valor se deberá agregar el valor del Impuesto al Valor Agregado a la tarifa vigente y los costos de comercialización en una plataforma virtual (pasarela de pagos), los costos de la pasarela de pagos consideran la siguiente relación, que puede variar de conformidad con la negociación que establezca **TRANSMILENIO S.A.** con la entidad bancaria o financiera o plataforma tecnológica a utilizar por parte de este Ente Gestor:

- Costo fijo por transacción: \$800 pesos

- Costo relativo al valor de la transacción: 3,49%
- IVA a la transacción en pasarela: 19% sobre el valor relativo de la transacción o a la tarifa del IVA vigente.

Una vez se suman los componentes: Precio + IVA + Costos Pasarela se obtiene el precio final de venta al público.

Los valores tendrán la aplicación de la regla aritmética del redondeo por exceso o por defecto que resulta aplicable para el caso de aproximaciones a unidades de quinientos o de mil más cercano.

Los productos y sus tarifas se basan en los costos de adquisición.

3.1. Formas de pago

Las formas de pago permitidas son:

- Por transferencia a la cuenta designada por la Tesorería de **TRANSMILENIO S.A.**
- Por descuento de nómina.
- Por descuento a través de la Cooperativa CORPOSITEMA o la(s) que llegue(n) a estar aprobadas por la Entidad.

Para dar a conocer y promocionar los productos de las marcas de titularidad de **TRANSMILENIO S.A.**, así como su valor al público se emplearán los canales de información interna de la entidad, números de teléfonos de contactos y la página web de **TRANSMILENIO S.A.** para los usuarios o clientes.

Elaboró: Rosario Mildred Salgado Ávila - Profesional Universitario Grado 3 - Subgerencia de Negocios Colaterales

Revisó: Mayra Alexandra Jaramillo Sánchez - Profesional Especializado Grado 6- Subgerencia de Negocios Colaterales. 



EMPRESA DE TRANSPORTE DEL
TERCER MILENIO
TRANSMILENIO S.A

Carlos Alberto Acosta Rada - Profesional Especializado Grado 6- Subgerencia de Negocios Colaterales. *CAA*

Caterine Isabel Osejo Dáger – Contratista - Subgerencia de Negocios Colaterales *COSEJO*

Karol Fajardo Mariño- Subgerente de Negocios Colaterales

Aprobó:
Código:

806.00

