

MODELO DE NEGOCIO BELLO



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

Secretaría de Productividad y Competitividad

Secretaría de Infraestructura Física

2021



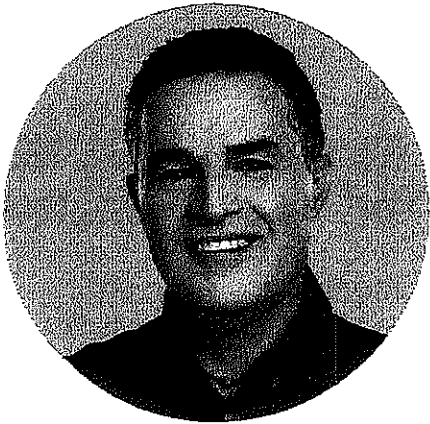
SECRETARÍA DE ECONOMÍA



SECRETARÍA DE INFRAESTRUCTURA

LA NUEVA GENERACIÓN DE PLAZAS DE MERCADO

ANÍBAL GAVIRIA CORREA
GOBERNADOR DE ANTIOQUIA 2020 · 2023



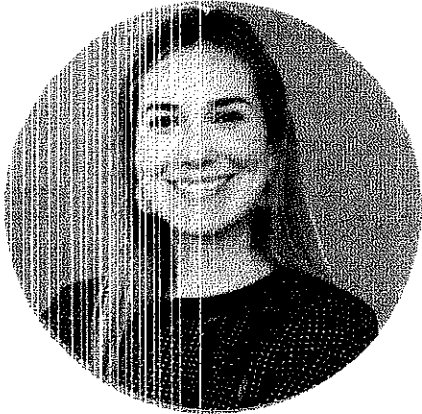
Antioquia necesita equilibrar las oportunidades entre la ciudad y el campo, nos urge garantizar que la vida en la ruralidad sea una opción que le permita a quien la tome disfrutar de sus derechos, acceder a los servicios básicos para tener una vida saludable y digna, y gozar de oportunidades adecuadas de educación y empleo.

Bajo esa concepción impulsamos la estrategia de Nueva Generación de Plazas Mercado para el Departamento, con el propósito de facilitar la comercialización de los productos de nuestros campesinos, pero que además servirán de punto de encuentro y de disfrute de espacio público para las comunidades y serán referentes para la compra cotidiana y motores de desarrollo económico y social.



EL MODELO DE NEGOCIO: UNA GARANTÍA DE SOSTENIBILIDAD

DANIELA TREJO ROJAS
Secretaría de Desarrollo Económico, Innovación y Nuevas Economías



Las plazas de mercado son un lugar de encuentro, por esto visitar una plaza de mercado es una manera privilegiada de conocer una región, ya que habla, cuenta historias, relata el trabajo del campesino, del productor, del comerciante.

Tradicionalmente, las plazas de mercado han representado el medio físico de intercambio y abastecimiento de alimentos y abarrotes de los antioqueños. Si bien se han desarrollado una serie de alternativas y canales complementarios de comercialización de bienes de consumo, éstas siguen siendo esenciales para el intercambio comercial, por sus precios, calidad, proximidad y conexiones con los comerciantes y usuarios. Estos espacios son en esencia el espacio de encuentro de nuestra tradición.

En el Plan de Desarrollo Departamental UNIDOS por la vida 2020 - 2023 le apostamos al proyecto **Plazas de mercado de nueva generación**, ecosistemas activos, dinámicos, resilientes, sensoriales y confortables que permiten el intercambio no solo de productos sino de conocimientos, conectan a campesinos, asociaciones, comerciantes, usuarios, respetan a la naturaleza como esencia de todo, alimentan la cultura regional, consolidan el valor del agro en Antioquia y resaltan la identidad de sus habitantes.

Con este proyecto queremos renovar, adaptar, innovar, modernizar y promover las plazas de mercado del departamento, permitiendo así, el intercambio de conocimiento y experiencias. Para mí, como secretaria de Productividad y Competitividad, es fundamental el trabajo conjunto con los municipios, comprender qué pasa en cada plaza de mercado para intervenir con pertinencia, inteligencia e incidir positivamente en los renglones económicos de cada municipio.

Este modelo de negocio contribuirá con la planeación estratégica a corto, mediano y largo plazo garantizando así, un proyecto de alta calidad en gestión, operación y sostenibilidad para nuestros comerciantes y empresarios Antioqueños.

TABLA DE CONTENIDOS

1. ANTECEDENTES

- 1.1 La nueva generación de plazas de mercado y ciudadelas empresariales
- 1.2 El modelo de negocio
- 1.3 El municipio de Bello

2. EL PROYECTO DE PLAZA DE MERCADO

3. EL MODELO DE NEGOCIO DE LA PLAZA DE MERCADO

- 3.1 La segmentación de clientes
- 3.2 La propuesta de valor
- 3.3 Los canales
- 3.4 Las relaciones con los clientes
- 3.5 Los recursos clave
- 3.6 Las actividades clave
- 3.7 Los socios clave

4. PROYECCIONES FINANCIERAS DE LA PLAZA DE MERCADO

- 4.1 Proyecciones a precios de mercado
- 4.2 Proyecciones de dotación y preapertura
- 4.3 Proyecciones de nueva generación
- 4.4 Calendario base
- 4.5 Servicios generales de la plaza de mercado
- 4.6 Balance de la plaza de mercado
- 4.7 Perfiles profesionales

5. RECOMENDACIONES

6. NORMATIVA VIGENTE



1. ANTECEDENTES

1.1 LA NUEVA GENERACIÓN DE PLAZAS DE MERCADO Y CIUDADELAS EMPRESARIALES.

Desde una mirada departamental, en la línea 2: nuestra economía del Plan de Desarrollo Unidos por la vida 2020-2023, el artículo 2.2.5 Programa 5: Infraestructura y tecnología para el apoyo a la asociatividad y la comercialización · Nueva generación de plazas de mercado y ciudadelas agrotecnológicas. Este programa se considera el punto de partida para propuesta de intervenir las plazas de mercado del territorio antioqueño.

Esta iniciativa pretende que las plazas de mercado de los municipios a intervenir puedan concretar proyectos entorno a sus infraestructuras y se vinculen con una mirada de desarrollo que incluya la promoción y desarrollo de la equidad alrededor de cadenas de valor agropecuarias, turística, artesanales u de otra índole económica.

Se busca además como objetivo que en las regiones donde los sectores estratégicos priorizados sean agropecuarios, se implementen iniciativas que transformen estos equipamientos en las ciudadelas agrotecnológicas. Es decir, que a través de procesos de innovación y de modernización, estas infraestructuras se conviertan no sólo en centros de comercio de bienes y servicios, sino también como espacios que promuevan el emprendimiento y la generación de valor agregado.

Promoviendo que estos espacios se conviertan en sitios atractivos para el turismo, donde además de ofertar los productos autóctonos de la región sean espacios que representen la cultura local. Específicamente el programa está definido en el Plan de Desarrollo departamental UNIDOS por la vida en su acápite 2.2.2.3.1. PROYECTO: CONSTRUCCIÓN, ADECUACIÓN Y MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS COMUNITARIOS Y DE DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO.

Este proyecto consiste en construir, mantener, mejorar y recuperar los equipamientos que prestan soporte físico para el desarrollo de actividades económicas y culturales, lugares para el encuentro, la recreación y convivencia. También, aquellos equipamientos destinados a la comercialización y distribución de los productos comerciales del sector primario, como la plaza de mercado, la planta de beneficio animal y las cocinas industriales.

En ese sentido, se presenta este modelo de negocio, realizado a partir del diagnóstico del 2021 del ecosistema de la plaza de Bello, el desarrollo de estudios y diseños, así como reuniones con funcionarios para comprender la evolución del contexto local al día de hoy.

1.2 EL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio es un instrumento para describir la forma en que una plaza de mercado asegura su operación y funcionamiento desde una perspectiva de mercado. Este modelo brinda pistas para la gestión y la creación de valor y así asegura la sostenibilidad de la plaza de mercado. Concretamente, refleja la forma en que la plaza de mercado asegura los ingresos suficientes para operar de manera dinámica y modela los gastos en inversiones necesarias para asegurar el funcionamiento y el mantenimiento del equipamiento.

El modelo de negocio ilustra y modeliza los recursos humanos, financieros y materiales que desplegará la plaza de mercado para crear valor entre sus comerciantes y obtener ingresos. El modelo de negocio establece las estrategias que le permitan a la plaza de mercado desde antes de su apertura, integrar a los proveedores, comerciantes y otros proveedores de servicios en búsqueda de objetivos comunes. Le permite determinar con certeza la capacidad de la plaza de mercado para generar ingresos a partir de los medios que pretende implementar.

Este modelo de negocio se elabora al momento de las discusiones que acompañan el desarrollo del proyecto de infraestructura, con la finalidad de para demostrar la viabilidad y rentabilidad de la plaza de mercado a corto, mediano y largo. La economía de la plaza de mercado se especificará en este modelo de negocio con detalles sobre el posicionamiento de la misma a nivel comercial, el modo de operación de la empresa teniendo en cuenta las limitaciones ambientales, así como el modo de gestión de la empresa financieramente.

El modelo de negocio se compone de una serie de nueve dimensiones definidas por Osterwalder (2010), todas ellas interrelacionadas:

1. El (los) segmento (s) de clientes: ¿para quién creamos valor?
2. La propuesta de valor (la oferta): ¿qué valor aportamos al (los) cliente(s). ¿Qué soluciones brindamos o qué necesidades cubrimos?
3. Canales de distribución: ¿a través de qué canal interactuamos con nuestros clientes?
4. Relación con el cliente: ¿qué tipo de relación quiere cada segmento de clientes que establezcamos con ellos?
5. Fuentes de ingresos: ¿cuánto están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
6. Recursos clave: ¿Qué recursos se necesitan para realizar nuestra oferta?
7. Actividades clave: ¿Qué actividades son necesarias para realizar nuestra propuesta?
8. Socios clave: ¿quiénes son nuestros socios clave?
9. La estructura de costos: ¿cuáles son los costos más importantes de nuestro modelo de negocio?



En este sentido, la plaza de mercado, como cualquier empresa, independientemente de su tamaño o actividad, implementa un modelo de negocio con el objeto de realizar la descripción general de su operación, la que explica cómo la plaza de mercado creará valor para (qué oferta), entregará ese valor (distribución, comunicación, relacionamiento...) y captará valor a cambio (qué rentabilidad financiera, qué posicionamiento ...).

El modelo de negocio es fundamental para cualquier iniciativa de ésta índole, más aun cuando están involucrados recursos públicos y grandes esfuerzos de múltiples equipos multidisciplinarios. El modelo de negocio de la plaza de mercado permite fijar una estrategia económica bien definida y delimitar el campo de actuación. Gracias a él, el proyecto tiene más posibilidades de avanzar y tener éxito porque aporta los elementos de precisión que permiten tener una visión global y temporal del proyecto. El modelo de negocio hace que el proyecto sea transparente y confiable a los ojos de los diversos públicos involucrados, no sólo a la luz de los inversores.

1.3 EL MUNICIPIO DE BELLO

Durante el año 2021, la Gobernación de Antioquia realizó el diagnóstico socioeconómico del Municipio de Bello, en el Valle de Aburrá. Ese documento permitió iniciar las conversaciones y realizar los ajustes necesarios al proyecto de infraestructura liderado por la administración municipal.

Actualmente, el Municipio de Bello está en el proceso de construcción de la plaza de mercado, en el predio donde hasta el 12 de febrero, fecha en que comenzó su demolición, funcionó la antigua plaza de mercado, la cual fue referente y símbolo del municipio durante 80 años.

Este equipamiento tuvo diversos eventos (inundaciones e incendios) que afectaban la seguridad del lugar, de los compradores y de los que allí trabajaban. Además durante largos periodos de tiempo tuvo múltiples inconvenientes jurídicos, en donde se trató de impedir el desalojo de los comerciantes que tenían presencia en este lugar.

Con base en las necesidades, ecosistema de mercado, vocación y protección económica, la administración municipal, acompañada por la Gobernación Antioquia está desarrollando este proyecto de nueva plaza de mercado.

Desde la visión de la administración del municipio, la nueva plaza de mercado deberá ser un lugar o vitrina donde los campesinos del corregimiento de San Félix puedan comercializar sus productos a precios justos. Además, donde puedan tener presencia

asociaciones, emprendedores, comerciantes y demás personas que inicien procesos de transformación e innovación.

La plaza de mercado deberá representar un espacio de socialización y esparcimiento, que complemente el parque principal y los nuevos proyectos estratégicos en curso, como lugar de reunión, ocio y eventos culturales. En ese sentido, se espera que sea un espacio que dinamice la oferta comercial y de servicios y que a la vez sirva para activar la economía y los flujos de dinero incluyendo cada vez más a los bellanitas.

El nuevo equipamiento debería traer una serie de beneficios para el municipio de Bello, entre los que desatacan:

- Comercializar los productos de la ruralidad. La plaza de mercado debería ser el equipamiento donde los campesinos del Corregimiento de San Félix puedan vender sus productos a precios justos, sin tener que pasar por proceso de intermediación. Un espacio donde los campesinos se puedan formar para asumir nuevos retos vinculados al desarrollo agrícola. Será un espacio muy importante para visibilizar y posicionar a la población campesina como actores relevantes en la economía del municipio.
- Fortalecer los emprendimientos locales. Sea un lugar donde se muestren y se creen las condiciones para que los productores, transformadores y emprendimientos locales puedan mostrarse y comercializar sus productos. También será un espacio donde se podrán formar y dar el paso a convertirse en empresarios con negocios planeados, prósperos y con una gestión adecuada de sus procesos.
- Generar oportunidades para los jóvenes. La plaza de mercado puede ser ese equipamiento incubador y promotor donde los jóvenes puedan iniciar y fortalecer proyectos productivos y pensar en un proyecto de vida sin salir del municipio.
- Desarrollar una nueva centralidad. Gracias al nuevo equipamiento e infraestructura, Bello podrá contar con espacios que complementen la vida social y económica que se teje en el parque principal. Si bien la plaza de mercado ya tiene un posicionamiento en el municipio, es necesario desarrollar estrategias para que se convierta en un sitio de integración familiar y esparcimiento.
- Generar empleo. Dinamizando la economía local se espera que más personas cuenten con modos de subsistencia e ingresos. Se fortalecerían las economías familiares de los campesinos, empresarios y comerciantes.
- Ampliar las opciones para los compradores. Los habitantes del municipio se podrán apropiarse de la plaza de mercado, como lo hicieron con el equipamiento anterior, encontrando un abanico de posibilidades de compra de productos y servicios, todo en un solo lugar. Que las personas del municipio se podrían abastecer de los mismos productos que se producen en el municipio a un buen precio.



- Atraer turistas. La plaza de mercado será una vitrina para atraer visitantes, mostrar la identidad bellanita y enamorar a los turistas con una experiencia única. Será necesario vincularla con las rutas y estrategias de turismo que se vienen desarrollando en la actualidad. Podrá haber en la plaza de mercado una oficina o centro de turismo donde se ofrezcan los circuitos y rutas urbanas y rurales que hoy hacen parte del plan de turismo del municipio.
- Brindar alternativas para los mercados campesinos: Con el nuevo equipamiento se podría aumentar la frecuencia y diversificar las locaciones de los mercados campesinos Bello Fruto. Aprovechando el nuevo equipamiento para fortalecer las ventas directas entre productores y consumidores finales.

2. EL PROYECTO DE PLAZA DE MERCADO

El predio donde hoy se construirá la plaza de mercado es un lote que tiene un área total de 4.565,43 M2, con matrícula inmobiliaria 01N 5018520 y ficha predial No 3235248, de igual manera tiene un avalúo de 1.630.803.000 de pesos.

Actualmente, en los alrededores del predio se encuentran ubicados cerca de 81 comerciantes en 90 módulos, los cuales son provisionales mientras pueden ocupar sus espacios en la nueva plaza de mercado.

El proyecto fue presentado al Departamento de Prosperidad Social (DPS) del Gobierno Nacional y la administración municipal procedió a levantar y presentar las subsacaciones que esta entidad le realizó a la propuesta inicial. Según esta información, el presupuesto total de la inversión se eleva a unos 24.000 millones de pesos de los cuales se ha solicitado un aporte del 60% al DPS (equivalentes a aproximadamente 14.400 millones de pesos), el 20% a la Gobernación de Antioquia (equivalentes a unos 4.800 millones de pesos) y finalmente, un aporte de la administración municipal de Bello del 20% (por unos 4.800 millones de pesos).

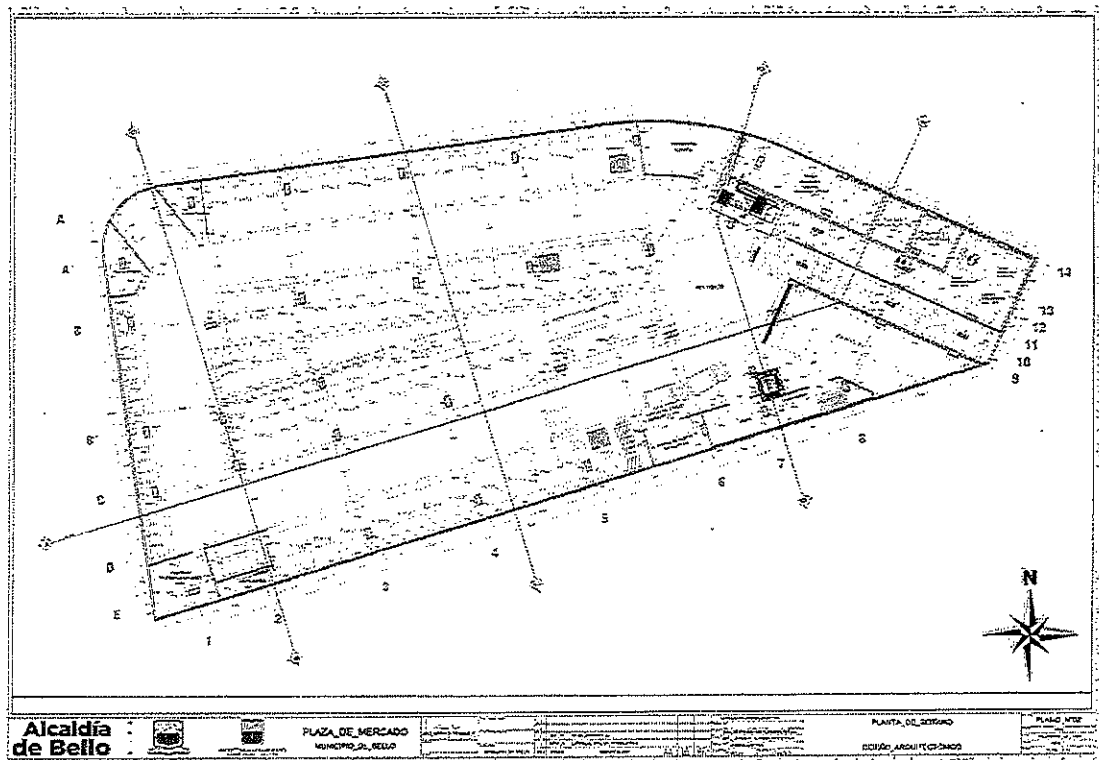
El proyecto busca dinamizar la economía mediante una oferta que tiene como base los comerciantes que hacían parte de la antigua plaza de mercado, sumando otros productos y servicios que complementarían el portafolio.

La apuesta de la administración municipal por el proyecto concibe una **propuesta de equipamientos, servicios y actividades** que conforman la Plaza de mercado nueva generación de Bello. Este centro se compone de los siguientes espacios:



Sótano

El sótano del proyecto de Plaza de mercado estará destinada a parqueaderos, zona de descargue, 1 bodega de paso de mercancías, 3 tanques de agua potable y almacenamiento de agua lluvia, 1 subestación eléctrica y 4 cuarto técnicos.



Primer piso

El primer piso será la puerta de entrada a la plaza de mercado con 6 accesos, donde tendrán presencia diversos espacios comerciales entre los que se encuentran:

- 20 módulos seco
- 48 módulos de semi húmedo
- 1 módulo húmedo
- 7 cafeterías
- 2 carnicerías con sus cavas
- 1 pescadería
- 1 área de comercialización complementaria

Estos módulos estarán enfocados en ofrecer un portafolio de:

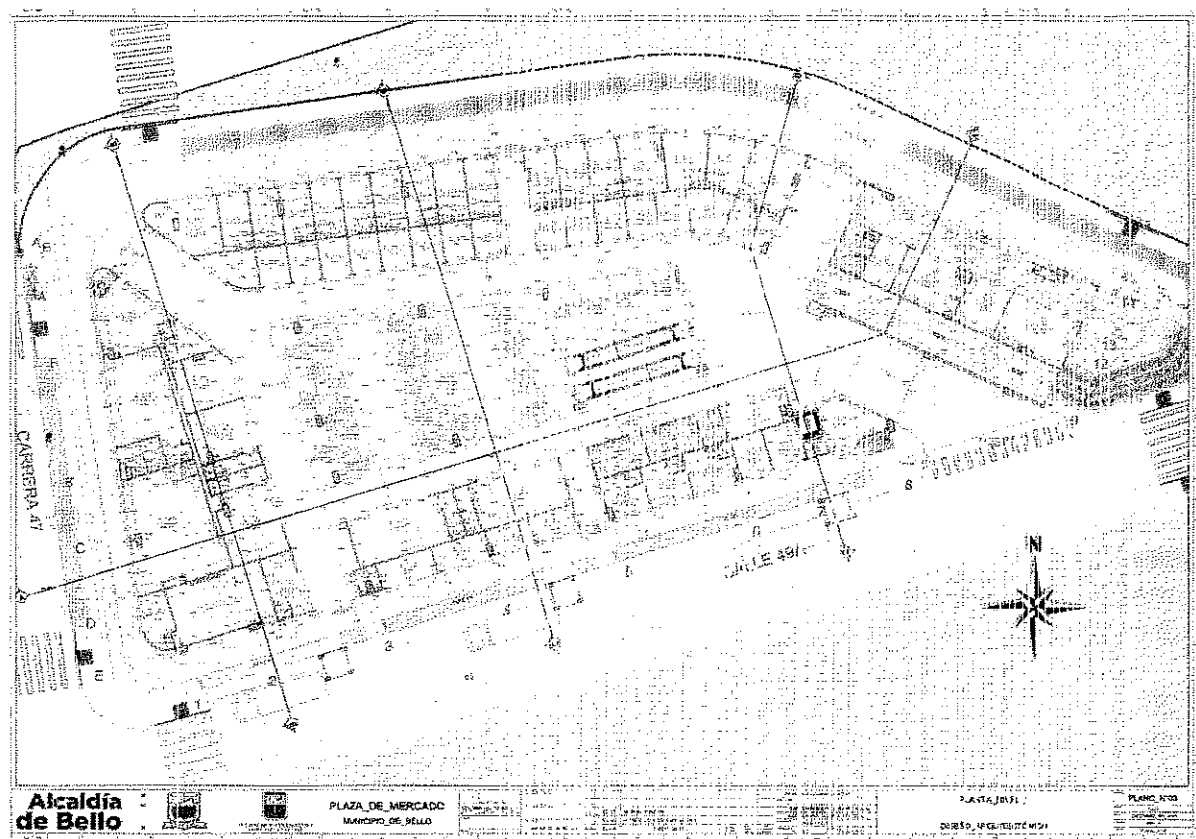
- Frutas y verduras
- Floristería
- Hierbas y aromáticas



- Papelería
- Materas y jardín
- Quesos y charcutería
- Pollos y procesados
- Lácteos

Servicios complementarios como:

- Enfermería
- 5 baños
- 2 cuartos de aseo
- Cajeros y servicios bancarios



Segundo piso

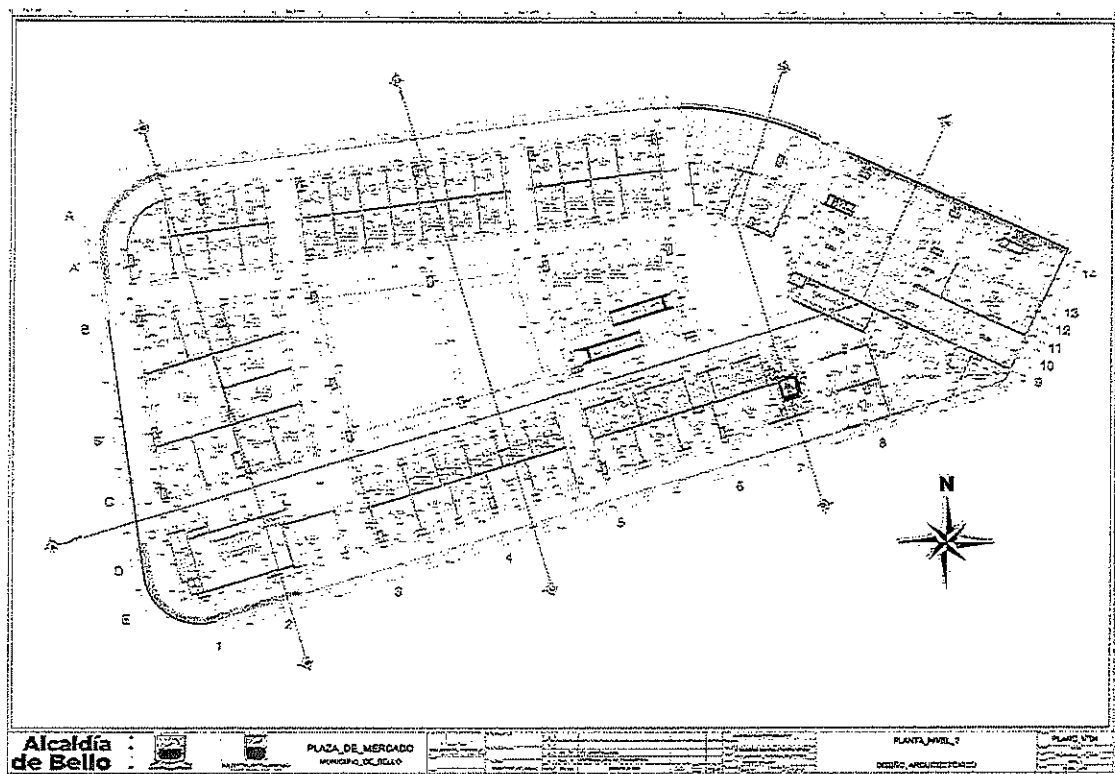
El segundo piso estará enfocado principalmente en la comercialización de frutas y verduras, complementado con productos secos.



- 3 cafeterías en una terraza de comidas
- 25 módulos de semi húmedo
- 37 módulos de seco
- 2 áreas de comercialización complementaria

Servicios complementarios:

- Administración
- 4 baños
- 2 cuartos de aseo
- Monitoreo de cámaras
- Bodega de insumos y suministros



Tercer piso

En este nivel habrá una oferta comercial concentrada nuevamente en frutas y verduras, sin embargo se ampliara la oferta con diversos productos:

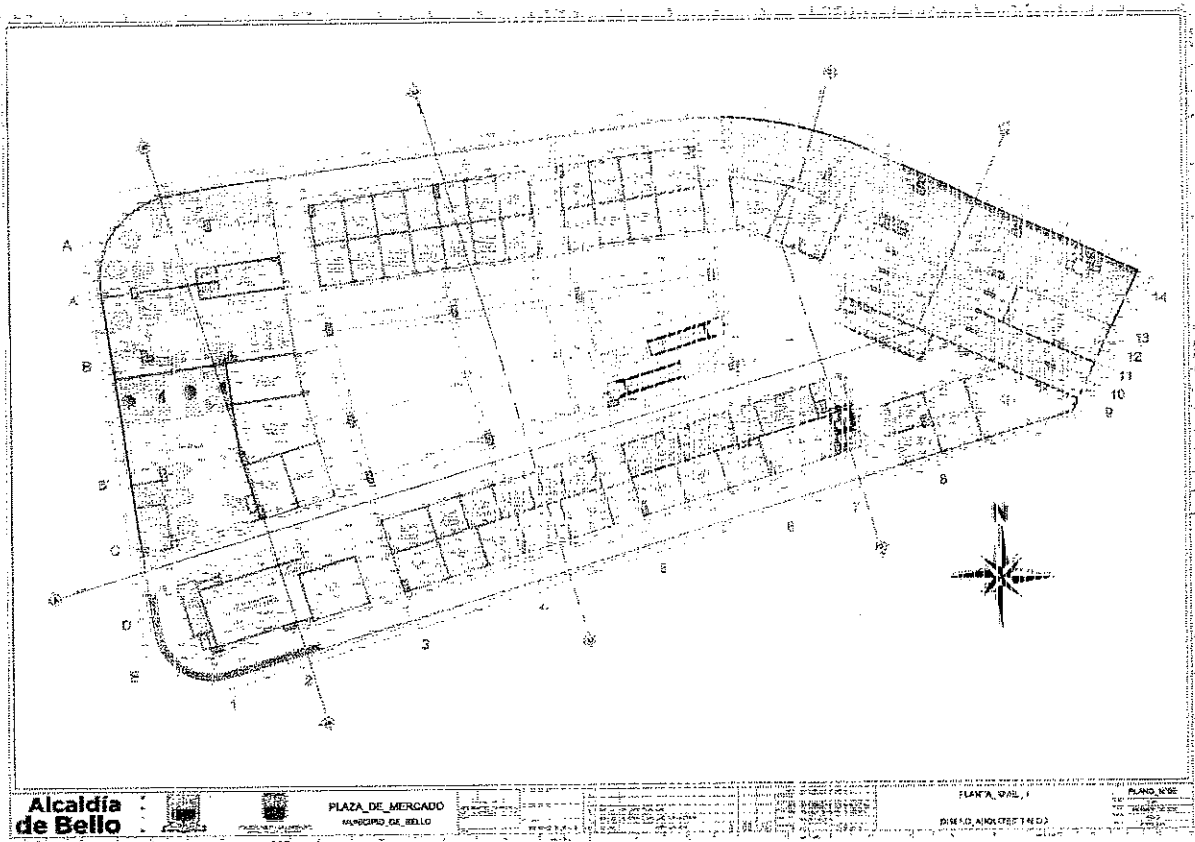
- 13 módulo de semi húmedo



- 29 módulos de seco
- 2 cafeterías
- 2 módulos de alimentos para mascotas
- 2 módulos de papelerías
- 2 áreas de comercialización complementaria
- 2 módulos para banco

Servicios complementarios:

- 5 baños
- 2 cuartos de aseo
- 1 guardería



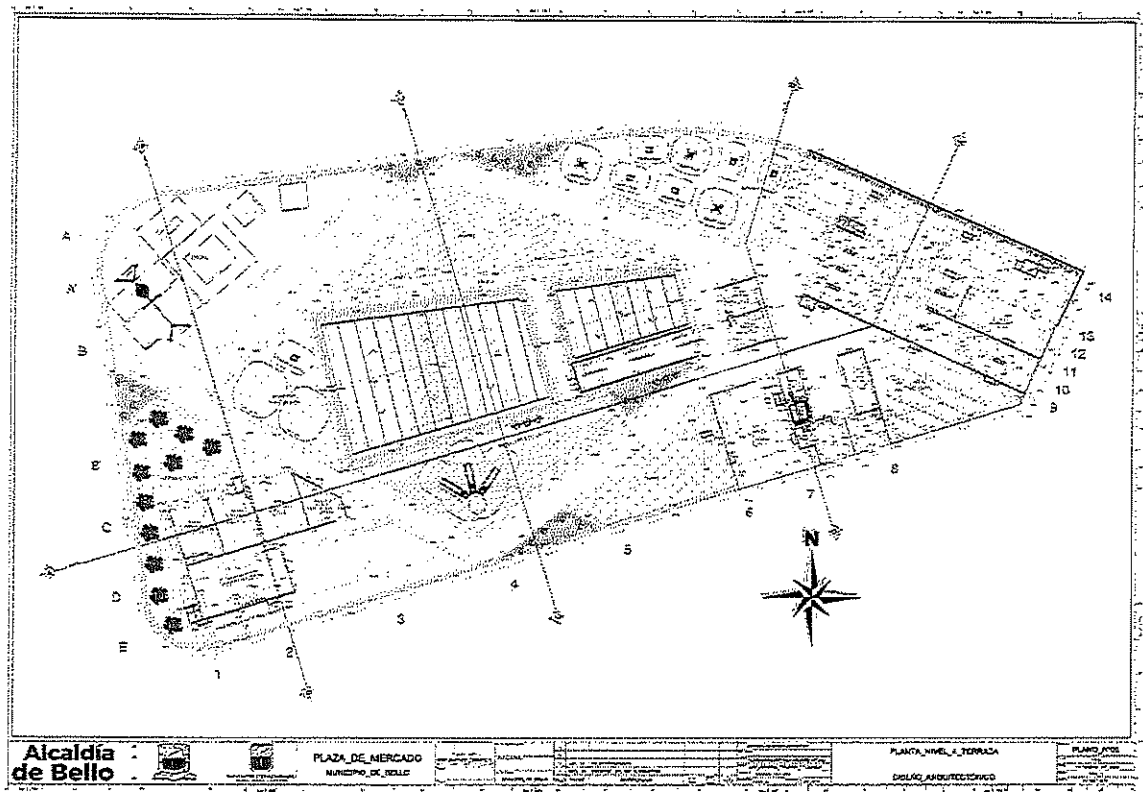
Cuarto Piso o terraza
 En la terraza de la plaza de mercado nueva generación habrán espacios de socialización y esparcimiento, a la vez que una oferta de productos y servicios, tales como:



- 1 vivero
- 1 aula ambiental
- 7 cafeterías
- 2 áreas de comercialización complementaria

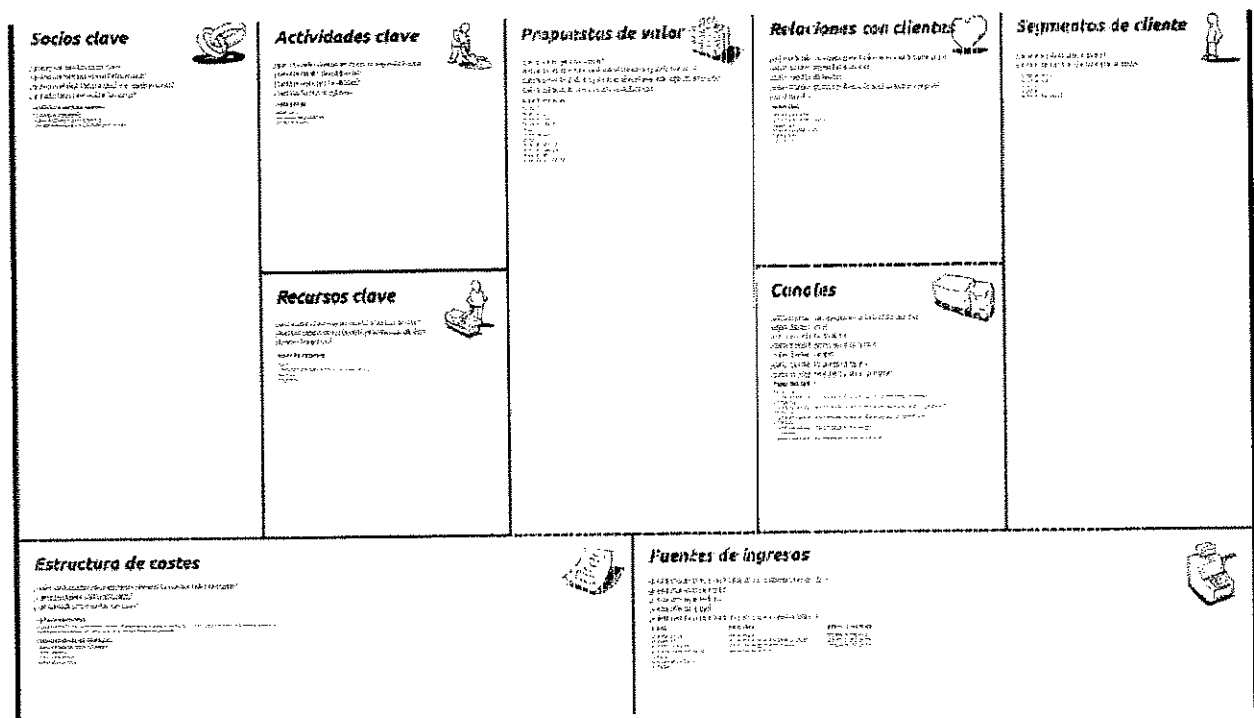
Servicios complementarios:

- 3 baños



3. MODELO DE NEGOCIO NUEVA GENERACIÓN DE PLAZA DE MERCADO

El modelo de negocios o Canvas de modelo de negocios es un modelo muy visual con el que se propone ordenar la información necesaria para preparar y operar las futuras plazas de mercado. Desarrollado por Alexander Osterwalder (2004) se trata de un modelo ideal para determinar y crear modelos de gestión con el objetivo de generar valor para los clientes, definiendo y creando modelos de negocio a través de cuatro grandes áreas que se desarrollan en nueve divisiones, apartados o casillas.



Modelo de negocio Canvas. Fuente: Osterwalder 2004

En este sentido, el modelo de negocio formulado para la plaza de mercado de Bello apuesta por:

- Modelizar la viabilidad económica del modelo de negocio proyectado para la plaza de mercado. Estableciéndose una hoja de ruta para los equipos de gestión administrativa y financiera del futuro equipamiento.

- Proponer acciones y aliados para consolidar su rol como referente en la promoción y gestión del ecosistema de la plaza de mercado, su incidencia a nivel municipal y regional.
- Contribuir a potenciar y maximizar la función de desarrollo económico y social de la plaza de mercado como centro de convivencia municipal, promotora de la identidad cultural y la resignificación del productor agropecuario en Bello (Corregimiento de San Félix).
- Apoyar el proceso de renovación tecnológica que permita ampliar los canales de comercialización y venta de productos de manera directa e indirecta.
- Acompañar al municipio de Bello en su proceso de posicionamiento regional para promover su riqueza gastronómica y cultural como destino turístico.

A continuación se elaboran las diversas dimensiones del modelo de negocio y en función a los hallazgos, presentar las conclusiones del proceso.

3.1 LOS SEGMENTOS DE CLIENTES

Es importante comenzar por esta dimensión, porque todo el modelo y demás dimensiones dependerá del público objetivo a quién va dirigida la plaza de mercado. Es importantísimo y vital, conocer a la perfección la segmentación de tus clientes. El ejercicio de la segmentación se basa en las preguntas siguientes:

- ¿A quién va a dirigida la plaza de mercado?
- ¿Qué segmentos o tipos de clientes tiene?
- ¿Qué tipo de mercado es? ¿Nuevo, antiguo, etc...?

A. Los comerciantes de la plaza de mercado:

Los comerciantes de la plaza de mercado son aquellas personas naturales o jurídicas que mediante la suscripción de un instrumento jurídico (contrato, comodato u otro) adquieren el derecho de uso de un local o espacio para ejercer una actividad comercial.

Es importante resaltar que el conjunto de comerciantes de la plaza de mercado de Bello, constituyen el principal activo de la plaza de mercado. Sobre ellos reposan las relaciones comerciales, sociales y culturales tradicionales que generan sentido al equipamiento.

Por lo tanto el proceso de selección no sólo debe ser transparente, sino que además debe tener consideraciones de arraigo local y tradición que aporten a fortalecer la identidad de la plaza de mercado. Es decir, se debe considerar aquellos comerciantes de la antigua



plaza que decidieron y mostraron voluntad de hacer parte del nuevo proyecto y los comerciantes que llegarán nuevos a ocupar nuevos espacios y a complementar la antigua oferta.

Desde el inicio este modelo de negocio plantea acciones encaminadas a fortalecer sus capacidades gerenciales, comerciales y humanas. Su formación, acompañamiento y capacitación son las bases fundamentales para asegurar y lograr la competitividad y sostenibilidad de la plaza de mercado.

Para los comerciantes, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que brinde espacios idóneos para el desarrollo de sus actividades comerciales, proponiendo una oferta diversa y completa de productos y servicios que reflejen la identidad local, el acerbo productivo de Bello y un entorno que favorezca experiencias agradables.

B. Productores rurales:

Los productores rurales que tienen presencia en el Corregimiento de San Félix representan el eslabón principal en el sistema de abastecimiento de la plaza de mercado. El mayor desafío de la plaza de mercado consiste en asegurar su participación constante, oportuna y justa en el proceso de aprovisionamiento y comercialización de los productos locales.

La plaza de mercado debería ser un lugar privilegiado para acopiar y comercializar productos, en mejores condiciones que las actuales. Si bien existe una visión negativa alrededor del rol de los intermediarios dentro de las cadenas de valor agropecuaria, en esencia ocupan un lugar estratégico viabilizando algunos canales de comercialización de los pequeños productores, quienes - frente a las deficiencias logísticas y los elevados costos de transporte - encuentran en los intermediarios la única alternativa para poder vender la producción y generar ingresos.

Así como con los comerciantes, para responder a desafíos mayores, el acompañamiento y asistencia técnica en las parcelas, en procesos de consolidar oferta, de generar procesos más limpios y ecológicamente más responsables, busca integrar valores adicionales a la plaza de mercado.

Para los productores rurales, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que les permita acopiar y desarrollar acciones comerciales que aseguren mejores ingresos que los que actualmente obtienen. Además de acceder a información, servicios y tecnología que mejore la productividad de las unidades productivas rurales

C. Consumidores:

Son los usuarios finales del equipamiento y los que dinamizan la economía de las plazas de mercado. No representan un grupo homogéneo, sus características y necesidades son



diferenciadas en función a la demografía, los estilos de vida, sus motivaciones, valores, y creencias, actitudes y situaciones económicas que construyen una red de intereses y expectativas en torno de la plaza de mercado.

Cabe resaltar que dentro de esa diversidad de público existen una serie de aspectos generales que los clientes consideran relevantes y determinantes al momento de elegir y acceder a las plazas de mercado. Es decir, buscan un sitio adecuado que lo respalde la comodidad, seguridad, bienestar y variedad de productos sobre el cual puedan satisfacer sus necesidades e intereses.

En ese sentido, asegurar la operación y funcionamiento de la plaza de mercado en óptimas condiciones será una garantía y una condición necesaria para mantener satisfecho a los diversos consumidores de la plaza de mercado.

Por el otro, requieren trascender de las relaciones tradicionales de intercambio, centradas en la compraventa y ampliar sus posibilidades para consumir experiencias, historias, sabores y reconocer identidades locales aprovechando un espacio público por excelencia, como es la plaza de mercado. La plaza de mercado, será un espacio donde las familias bellanitas puedan encontrar espacios de diversión, esparcimiento, cultura y vínculos sociales.

Para los compradores, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que satisfaga las expectativas de oferta, sanidad, experiencia y precios. Es decir que la plaza de mercado sea competitiva frente a su entorno comercial cercano y que le permita establecer vínculos emocionales con el equipamiento y sus comerciantes.

D. Empresarios y Emprendedores:

Emprendedor es todo aquel que a partir de una idea -de preferencia innovadora- saca adelante un proyecto empresarial en el que cree, buscando la manera de materializarlo y asumiendo los riesgos y beneficios del desarrollo.

La plaza de mercado puede generar un hábitat de emprendimiento para los habitantes del municipio facilitando procesos de formación, creación, formalización y mentoría a la promoción de emprendimientos locales. Aprovechando a poblaciones particularmente susceptibles de crear empresa como pueden ser los jóvenes y las personas que actualmente hacen parte de los mercados Bello Fruto.

Para generar este hábitat, la plaza de mercado debe ofrecer también una serie de servicios propios a la generación de emprendimientos, charlas motivadoras, presencia institucional de entidades que fomentan el emprendimiento, apoyo al desarrollo de ideas de negocio, acompañamiento normativo y de formalización, y espacios de visibilidad y promoción, entre otros.



Para los empresarios, la nueva generación de plazas de mercado o ciudadela empresarial puede convertirse en un espacio de cohabitación de empresarios para generar economías de escala, resolver cuellos de botella de las cadenas de valor, generar procesos de formación y espacios para ruedas de negocios.

Para los empresarios y emprendedores, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que se establezcan servicios y conexiones que le permitan a esta población generar nuevos negocios, aprovechar las vocaciones locales y mediante procesos de valor agregado, aumentar los ingresos y consolidar nuevos negocios en el Municipio de Bello.

E. Administración municipal de Bello:

La administración municipal de Bello es la instancia llamada a asumir la gestión - directa indirectamente - de la nueva generación de plazas de mercado en el territorio. Asimismo, a través de un administración profesionalizada asegurar la óptima operación, funcionamiento y mantenimiento del la plaza de mercado, articulando con múltiples iniciativas económicas, culturales y turísticas que se lleven a cabo en el territorio.

Es también, a través de las dependencias especializadas con que cuenta, la encargada de articular los actores vinculados a la plaza de mercado, desde el eslabón productivo hasta el turista, orientando estrategias de comunicación y posicionamiento.

Para la administración municipal, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que el equipamiento y su gestión pueda exolorar alternativas que le brinden dinamismo al territorio y cuyo propósito sea el de generar el bienestar de sus pobladores. Mejorando las condiciones de los intercambios económicos, promoviendo vida social, atrayendo turismo y como consecuencia recaudando mejores ingresos al erar o público para ser reinvertidos en el territorio.

F. Instituciones de fomento al desarrollo:

Un conjunto de instituciones -públicas y privadas- tienen como objeto aumentar el bienestar y promover condiciones de desarrollo entre la población del municipio. Se puede tratar de organizaciones de fomento, organizaciones sin ánimo de lucro, promotoras de comercio, cajas de compensación, centros de formación, instituciones de ahorro y crédito, fundaciones, entre otras.

En el nuevo equipamiento, estas organizaciones pueden acoger a la población de Bello y prepararse para ofrecer programas de apoyo, acompañamiento, asistencia técnica, capacitación y estudio vinculados con las necesidades y prioridades del desarrollo social y económico del territorio. Pueden aprovechar la nueva generación de plazas de mercado del municipio para activar su oferta y acercarse, en un espacio neurálgico del territorio, a los públicos objetivos.



Para estas organizaciones, la plaza de mercado se constituye en la oportunidad para ampliar su ámbito de intervención y sus usuarios, proponiendo y desarrollando soluciones nuevas e innovadoras en las formas de apoyar la gestión, la producción y comercialización y generar nuevas oportunidades para el territorio.

Para las instituciones de fomento al desarrollo, **la plaza de mercado genera valor** en la medida permite contar con un público cautivo de comerciantes y compradores a los que ofrecer productos y servicios que permitan dinamizar los procesos de desarrollo sostenible del municipio. Utilizar el espacio y su capacidad de convocatoria para aumentar la presencia institucional en un municipio donde la oferta es actualmente baja, aprovechando eficientemente los espacios y el posicionamiento de la plaza de mercado.

G. Población de Bello:

La nueva generación de plazas de mercado está directamente vinculada con la comunidad bellanita en su conjunto, más allá de quienes desarrollen algún tipo de relación comercial en el equipamiento.

Por la magnitud de la transformación urbanística del proyecto y el incremento de relaciones comerciales y experiencias que allí se generen, se espera que de éste se deriven algún impacto en el estilo de vida y en la calidad de la misma en la población de Bello.

En ese sentido, el desarrollo de una nueva centralidad municipal y la optimización del espacio público permitirá contar con espacios modernos, conectados y recreativos en el entorno inmediato.

Para la población en general, **la plaza de mercado genera valor** en la medida permite poner a disposición una oferta completa de productos y servicios para el aprovisionamiento de alimentos. Esperando que las ventas directas puedan establecer precios competitivos, vinculados a la disminución de costos logísticos y de intermediarios. Además, le proporciona a la población un espacio de encuentro y relacionamiento, así como de aprendizaje y puesta a disposición de oferta de servicios complementarios -de formación entre otros-.

Como potencial externalidad, este desarrollo del entorno urbano alrededor de la plaza de mercado puede generar un incremento del valor de los alquileres de los locales comerciales, un mayor volumen de tráfico, el deterioro de la infraestructura de transporte, la invasión del espacio público y, en última medida y sin la gestión adecuada, la ruptura de la confianza entre el equipamiento y la comunidad.



H. Potenciales turistas al municipio:

Las plazas de mercado van de la mano de la historia de los territorios, reflejan sus tradiciones y cultura. En ese sentido, la nueva generación de plazas de mercado puede convertirse en un foco de atracción y orientación al turismo que llegue al municipio. También, una oferta gastronómica diferenciada en las plazas de mercado, con productos y recetas locales, que ofrezcan un amplio surtido de opciones y preparaciones se constituye en un potencial atractivo para el Valle de Aburrá, zona norte.

Para los potenciales turistas que llegarán al municipio, **la plaza de mercado genera valor** en la medida que permita conocer su identidad, comprar productos locales, conocer y saborear su gastronomía y vivir una experiencia única y memorable.

En este sentido es muy importante vincular este equipamiento a las rutas, circuitos y operadores que estarán a cargo de las acciones encaminadas a atraer y enamorar visitantes del municipio.

3.2 LA PROPUESTA DE VALOR

La segunda etapa para la construcción del modelo de negocio se centra en la definición de la propuesta de valor de la nueva generación de plaza de mercado para el municipio de Bello. Es decir, aquello que hace diferenciar la plaza de mercado del resto y conseguirá que los clientes, los cuáles ya están segmentados en el punto anterior, lo quieran y están dispuestos a usarla y aprovecharla.

Las preguntas orientadoras para definir la propuesta de valor serían:

- ¿Qué problemas se resolverían con la propuesta de plaza de mercado?
- ¿Qué necesidades se están satisfaciendo?
- ¿Qué producto o servicio se están ofreciendo?

A. La propuesta de valor:

La propuesta de valor para la plaza de mercado de Bello se define así:

La plaza de mercado del municipio de Bello será el espacio idóneo para dinamizar la economía local con énfasis en la inclusión de la población rural, de los empresarios y emprendedores urbanos. Un lugar estratégico del territorio para aprovisionarse de alimentos de calidad y a buen precio, generar negocios y emprendimientos sustentables y disfrutar en familia de experiencias de socialización, entretenimiento y gastronomía, conjugan sabores tradicionales y novedosos. Todo esto en un escenario bien gestionado, limpio, integrado a los circuitos turísticos, que aprovecha la

tecnología y nuevos canales de comercialización para generar oportunidades para la población y los turistas.

En este sentido, el relato que acompaña la propuesta de valor de la plaza de mercado debe conjugar cinco elementos complementarios:

El componente ecosistémico: Si bien la infraestructura es parte fundamental de las plazas de mercado, proporcionando y proponiendo espacios cómodos, seguros y sanos, es determinante considerar que este espacio hace parte de una red o ecosistema de mercado, compuestos por nodos, que se interrelacionan entre sí y tienen sentido en la medida que suman, se miran en conjunto y dan equilibrio a la propuesta de valor.

Esta visión conjunta y colaborativa de plaza de mercado compromete a cada una de las partes en una propuesta de valor con un foco claro y sostenible a futuro, donde todos los actores comparten un sentido de transformación y cambio. Por lo general, los nodos que hacen parte de este ecosistema son: (i) comercialización, (ii) aprovisionamiento, (iii) gestión, (iv) asociativo, (v) comunicación y mercadeo, y (vi) recursos y capacidades.

El componente identitario: en donde la plaza de mercado recoge la tradición, la cultura y las formas de producción. Donde la arquitectura, la ambientación y operación son concebidas como estrategias para fortalecer el arraigo y sentido de pertenencia local. El factor emocional juega un rol fundamental en este tipo de estrategia toda vez que al deseo de alimentarse mejor y a buen precio, se suma la idea de contribuir con la compra al desarrollo de las familias campesinas locales del Corregimiento de San Félix.

El componente empresarial: El propósito principal de la nueva generación de plaza de mercado para el municipio de Bello, radica en fortalecer las dinámicas económicas y de emprendimiento del territorio.

En este sentido, el equipamiento debe lograr un posicionamiento importante entre los diversos segmentos de clientes identificados, promoviendo garantías de calidad y buena administración abocadas a la promoción y articulación de las fuerzas económicas presentes en Bello.

El componente gestión: la gestión de la calidad de los productos, del servicio y de la plaza de mercado debe constituirse en rasgo distintivo frente a sus competidores. Su esencia se basa en la relación con los diversos tipos de clientes constituyendo un factor fundamental para el diseño de experiencias y la definición de las acciones estratégicas a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo con los usuarios de la plaza de mercado.

Contar con una administración profesionalizada, independiente y productiva que logre establecer las alianzas suficientes para que los propósitos de desarrollo y el mantenimiento efectivo de la infraestructura asegure la sostenibilidad de la inversión.



El componente tecnológico: la tecnología y la digitalidad son parte fundamental de estos espacios llamados de nueva generación. Ésta capacidad debe permitir ubicar a la plaza de mercado como un lugar abierto, conectado y de talla internacional. Un espacio que genera confianza en un creciente sector de consumidores que centran sus decisiones en función de las sugerencias emitidas en diferentes plataformas y redes sociales.

En este punto, la existencia de un espacio en conexión con al mundo a través de la tecnología permitirá desarrollar alternativas de negocios; conocer los precios y cantidades transadas, entre otros factores que inciden directamente en la implementación de un modelo de comercialización moderno, profesional inteligente y basado en datos y evidencias.

3.3 LOS CANALES

En este módulo debemos describir la manera como la plaza de mercado va a entrar y mantenerse en contacto con los clientes. Determinará entonces ¿Cuáles son los canales que funcionan mejor?

Un canal es el camino que sigue un producto desde el productor hasta los clientes incluyendo a los intermediarios que pueden existir hasta el consumidor final.

A. Tiendas y comercios:

Son el principal canal directo para alcanzar a los consumidores finales de la plaza de mercado al momento de ofrecer productos y servicios en el equipamiento. Las condiciones de éxito de una plaza de mercado se pueden medir por el flujo y comportamiento de sus consumidores; por lo tanto, la labor del canal de las tiendas y comercios no solo se centran en vender para aumentar utilidades, sino que debe centrarse en satisfacer las necesidades del mercado objetivo, para así poder satisfacerlas de la manera adecuada.

Así pues, es de suma importancia comprender las necesidades de los consumidores para el desarrollo de la plaza de mercado, a menudo, los tenderos no tienen en cuenta al consumidor como un factor clave para la creación de estrategias de marketing y ventas, las cuales permiten posicionarse y alcanzar mejores resultados.

Es necesario identificar cuáles son los productos de mayor rotación, las necesidades, deseos, influencias y patrones de consumo de los clientes de la plaza de mercado de Bello, sin perder de vista que las exigencias pueden variar para otros clientes. Para que los tenderos puedan aumentar el nivel de ventas y lograr la satisfacción de sus consumidores, la plaza debe fortalecer este canal, brindarle buena presentación, capacidades de negociación, trazabilidad, precios competitivos, entre otros.

Sin olvidar que se considera que una tienda de plaza de mercado va más allá de ser un sitio en el cual se intercambian y comercializan productos, ésta es el reflejo de la cultura del territorio y es un punto de referencia reconocido por los habitantes.

Todos estos aspectos representan oportunidades de formación, acompañamiento y capacitación para los tenderos, creando un sistema que permitirá la promoción y posicionamiento de la plaza de mercado de Bello. Aunque se espera que convivan diversos tipos de tiendas dentro de la plaza de mercado, es importante hacerle comprender que todas comparten objetivos similares, pues todas buscan satisfacer a su población objetivo, ofreciendo un portafolio y experiencia que permita atraer, fidelizar y generar valor a todas las personas que se tienen relación con este espacio.

B. Terrazas de comidas.

La terraza de comidas será un lugar ideal para ofrecer un portafolio gastronómico, donde prevalezca la calidad, los sabores locales y la buena atención, que finalmente configurarán una experiencia potente y atractiva.

Estos espacios también permitirán ofrecer actividades culturales y musicales, lideradas por los grupos, artistas y colectivos del Municipio de Bello.

Estas terrazas serán el lugar donde las familias bellanitas se podrán sentar a conversar, compartir, distraerse y aprovechar los espacios que ofrece el municipio.

C. Plataformas tecnológicas:

Llevar la plaza de mercado de Bello a ser parte de un entorno tecnológico es uno de los principales objetivos de su transformación. Lo que antes podría sonar futurista, hoy aparece como una necesidad para modernizar y mantener vigente el comercio de la plaza de mercado.

Aspectos básicos como el intercambio de información de precios y volúmenes transados, a aspectos más complejos como desarrollar perfiles de clientes, dar respuestas automáticas a solicitudes en vez de instalar un centro de atención, vender por chat (chatbot), pagar sin compartir información bancaria o ver por celular cuántos clientes entraron hoy a la plaza de mercado.

Este canal digital debe estar enmarcado en un plan de mediano y largo plazo de transformación demográfica y generacional del municipio de Bello, donde las nuevas generaciones progresivamente estarán más familiarizadas con entornos digitales y transacciones por medio de teléfonos inteligentes. Sin embargo, algunas acciones inmediatas, principalmente a mejorar los entornos de pago deben ser implementadas en el



corto plazo con el fin de brindar facilidades a la población, principalmente a aquella bancarizada.

Todo esto sin olvidar a los emprendedores y productores del municipio, donde puedan tener acceso a plataformas tecnológicas de negocio a negocio (también denominadas B2B) que les permita acceder a mercados corporativos de mayores volúmenes.

Todo esto hará que la plaza de mercado se vincule con las experiencias que hoy buscan los clientes, quienes cada vez desean ser atendidos de una manera más personalizada y rápida.

D. Páginas web y redes sociales:

Las paginas web y las redes sociales (RRSS) son canales de comunicación y comercialización frecuentemente utilizados en estrategias de posicionamiento y comercialización, además de que pueden resultar una buena herramienta de apoyo a la gestión de la plaza de mercado de Bello.

Muchos compradores y usuarios de la Internet busca información en las redes sociales antes de decidirse a visitar un lugar o comprar.

En este orden de ideas, las principales redes sociales que se deben integrar son, por orden de importancia, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y WhatsApp. Espacios donde la plaza de mercado de Bello debería estar presente y activa.

La tecnología también se puede utilizar para guiar a los visitantes en los cuatro pisos de la plaza de mercado. Que a través de un código QR puedan acceder a un mapa de la plaza para conocer la oferta y guiarse en las actividades que se programan semana a semana.

Por otro lado, los usuarios suelen dejar comentarios y valoraciones de los productos y servicios, además de sus dificultades, problemas o dudas, en alguna red social. De esta manera se puede establecer mecanismos de mejora continua y procesos de respuesta rápida a PQR de la plaza de mercado.

Ante la revolución digital de la Web y la expansión de numerosos tipos de redes sociales o comunidades virtuales, también sobresalen oportunidades notorias para utilizarlas como forma de enseñar, brindar información del municipio y establecer contactos. De ahí que el entorno digital permita desarrollar procesos de educación que capten a públicos diversos.

Si bien el proyecto de nueva generación de plazas de mercado del Departamento de Antioquia carece de una relación directa entre sus modelos de negocio vigentes, los instrumentos digitales constituyen una oportunidad para vincular el rol de estas infraestructuras sociales, económicas y culturales en los procesos de reactivación económica y transformación urbanísticas de los territorios, permitiendo constituir circuitos

productivos, comerciales y turísticos en donde la producción local, la cultura y la creciente necesidad de alimentos sanos y saludables se conjugan para crear experiencias diferentes en cada municipio.

E. Áreas comunes y espacio público:

Todo en la plaza de mercado es comunicación. El orden, el aseo, la percepción de seguridad, los colores, el respeto de los horarios, entre otros. El espacio público y las áreas comunes, brindan la oportunidad de darse a conocer como marca y, además de dar visibilidad a los productos o servicios que en la plaza de mercado se ofrecen.

Por otro lado, este canal permite interactuar con los diversos públicos, por lo que, si se cuenta con estrategias activas que le den vida a los espacios públicos y áreas comunes, y se resuelven las necesidades de los clientes, se puede mejorar la reputación de la plaza de mercado y su posicionamiento.

Apriori, las áreas comunes no generan ingresos, pero aprovecharlos mediante alquileres temporales, publicidad o otras estrategias puede ser de gran alivio para las finanzas de la plaza de mercado. Para esto es importante, desde la reapertura contar con un reglamento y las condiciones que le permitan a la administración acercarse a potenciales anunciantes dentro de la plaza de mercado y poder realizar las proyecciones financieras correspondientes.

3.4 LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

En este módulo, se analizan las diversas relaciones con los clientes. Es decir, de qué manera, según sus necesidades y características, debe mantenerse el relacionamiento y la comunicación con ellos.

Relacionamiento relativo al aseguramiento de la calidad en la plaza de mercado:

La mejora en la calidad de los productos ofrecidos en las instalaciones es uno de los factores fundamentales para la definición del modelo de negocio y uno de los elementos de mayor tensión frente a los otros actores (competidores) del ecosistema.

Relación 1.

Productores, comerciantes e institucionalidad

Esta relación se basa en la necesidad conjunta de mejorar el nivel de ingresos generados por los productos agropecuarios del Corregimiento de San Félix. Para lograr este objetivo, los tres actores deben articularse. En primera instancia, los



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

pequeños productores deben comprender la necesidad de implementar buenas prácticas agrícolas y pecuarias en las fincas para elevar su productividad y calidad.

En este contexto, la institucionalidad debe promover y fortalecer los procesos de asistencia técnica que faciliten los esfuerzos de los productores y el desarrollo de campañas de comunicación para mejorar los niveles de consumo de productos locales como un valor fundamental de la identidad local.

Por su parte, los comerciantes deben reconocer en sus estrategias comerciales los esfuerzos de los eslabones productivos y reconocerlos con mejores precios que luego transfiere a los compradores finales.

Relación 2.

Intermediarios, comerciantes y competidores

Esta relación exige mejorar el nivel de articulación entre los comerciantes de la plaza de mercado y los intermediarios o, en su defecto, promover la constitución de circuitos cortos de comercialización y contratos de compra entre asociaciones de pequeños productores y comerciantes.

De esta manera se busca evitar la salida de los productos con mejores calidades hacia los mercados externos o plaza mayoristas por parte de los intermediarios, situación que impediría mejorar los ingresos de las familias productoras.

Adicionalmente, al mejorar la calidad de los productos locales y fortalecer las estrategias para su consumo, con buena trazabilidad y escalabilidad, los comerciantes de la plaza de mercado deberán replantear sus estrategias de venta, centradas en la comercialización de productos adquiridos en las mayoristas, sin ningún tipo de beneficio para los productores locales.

Relación 3.

Comerciantes y clientes

Esta relación constituye la base fundamental del modelo de negocio y de la operación de la plaza de mercado. Los clientes tradicionales y la población flotante -turismo y de fin de semana- buscan encontrar productos locales de calidad y a buen precio, que permitan generar sentido de pertenencia alrededor de lo que se produce en Bello y que con su compra contribuya a promover la consolidación de un ecosistema agroalimentario sostenible local.

Esta relación es particularmente crítica para los negocios de índole gastronómico. Una propuesta desarticulada del patrimonio alimentario regional puede generar

una reacción adversa. Asimismo, promover, fiscalizar y comunicar sobre las medidas que se realizan en torno a la manipulación de alimentos y al cumplimiento de la normativa sanitaria vigente, son condiciones necesarias para establecer confianza entre las partes.

Relación 4.

Comerciantes entre ellos

Esta relación resulta esencial para la correcta operación y funcionamiento de la plaza de mercado. Es preciso establecer normas y reglamentos internos básicos, que contribuyan para que las relaciones internas entre comerciantes sean fluidas, con respeto y colaboración.

Prevenir potenciales conflictos y promover relaciones constructivas entre los comerciantes es una garantía para la satisfacción de los clientes, prevención de riesgos y el fortalecimiento de la seguridad en la plaza de mercado.

Relación 5.

Comerciantes y administración de la plaza de mercado.

La administración de la plaza de mercado debe tomar las disposiciones de carácter preventivo y buscan establecer las condiciones para la buena convivencia, propiciando el cumplimiento de los deberes y obligaciones estipuladas en los contratos y reglamentos, así como determinar el ejercicio del poder en casos sancionatorios.

Para esto es importante mantener una comunicación fluida, procesos de capacitación y formación, implicar a los comerciantes en las decisiones vinculadas a la operación cotidiana y estratégica de la plaza de mercado de Bello.

Relacionamiento relativo a la adecuación de la infraestructura y dotación de equipos:

La construcción de la nueva plaza de mercado exige la adecuación de espacios cómodos y confortables que permitan superar su percepción tradicional como lugares exclusivamente de abastecimiento y vinculen el aspecto de “nueva generación” en el diseño de experiencias y servicios complementarios como un factor fundamental en su estrategia de posicionamiento como lugares de encuentro, aprendizaje y comercialización.

Relación 1.

Comerciantes y competidores

Esta nueva plaza de mercado aumenta la oferta comercial del municipio y amplía el número de competidores, en relación a los servicios ofertados. De un lado, la nueva infraestructura y correcta dotación, debería ser un factor diferencial en su



competitividad, en relación con las tiendas de alimentos y legumbres (supermercados, fruvers, etc.), toda vez que la diversificación de la oferta de servicios permitirá realizar más de una actividad.

Por otro lado, la aparición de servicios gastronómicos –entre otros– brindará valores adicionales a la plaza de mercado frente a los comerciantes, en relación a su entorno inmediato. Esta situación exige el desarrollo de programas de capacitación y formación, la reorganización de las formas de prestación de servicios, una estructura administrativa y contable profesional, con el propósito de mantener la calidad de la propuesta, sin perder competitividad en su precio, calidad y cantidad.

Relación 2.

Comerciantes, clientes e institucionalidad

El desarrollo de una infraestructura de calidad promovida con recursos públicos permitirá satisfacer la demanda de consumo de los ciudadanos y clientes de Bello, así como un mecanismo para dinamizar la economía local.

Si bien la plaza de mercado es un bien público, las actividades realizadas en su interior son estrictamente de carácter privado, razón por la cual la redefinición de los acuerdos y tarifas establecidos en los contratos de arrendamiento constituye un elemento fundamental sobre el cual se pueden obtener un retorno económico para la estructura de gestión.

Estos costos y su incidencia deben ser repercutidos en el precio de los productos y servicios que van a adquirir los consumidores finales, disfrutando en contrapartida de condiciones de calidad, sanidad, seguridad y oferta competitivas frente al entorno.

Relación 3.

Comerciantes, institucionalidad y servicios financieros

Muchos de los comerciantes que ocuparán la plaza de mercado de Bello necesitarán de apoyo técnico y financiero para adecuar sus locales y hacerle frente a otras formas de financiarse como los “paga diario”.

Para el momento en que se entreguen los módulos comerciales, la institucionalidad en la gerencia de la plaza de mercado deberá haber desarrollado una estrategia de marca, que brinde insumos para el uso de materiales, colores y fuentes, que le den cierta homogeneidad al equipamiento. Para eso puede desarrollar modelos tipo de locales en función a la oferta de productos y servicios que puedan ser de ayuda para el proceso de adecuación por parte de los comerciantes.

Asimismo, deberán acercarse instancias financieras que puedan apalancar la adquisición de materiales, mano de obra y equipamiento que asegure la

adecuación de los locales en los tiempos y con las condiciones necesarias para su funcionamiento. De la misma manera, aprovechar la oportunidad para realizar planes personalizados de gestión de los comercios de manera que puedan proyectar sus ingresos y calcular sus ganancias.

Relacionamiento en torno a la generación de conocimientos, valor agregado y emprendimientos:

La transmisión de conocimientos, la transformación de los productos y la generación de emprendimientos constituye una de las apuestas que le deben permitir a la plaza de mercado ser realmente de “nueva generación”. Esta situación implica el rasgo diferencial y la evolución de los servicios tradicionales ofrecidos en una plaza de mercado en relación a sus competidores habituales, permitiendo obtener un mejor posicionamiento, un mayor margen de utilidad a los comerciantes y nuevas fuentes de ingresos para el erario público municipal.

Relación 1.

Comerciantes, sus núcleos familiares y entornos cercanos

La voluntad de establecer en el equipamiento dinámicas abocadas a la generación de valor, emprendimientos y, en consecuencia prestar servicios diferenciales en la plaza de mercado, constituye una oportunidad para la vinculación laboral de los núcleos familiares de los comerciantes en el desarrollo de líneas de negocio complementarios.

En un primer momento desarrollar servicios como domicilios, negocios gastronómicos sencillos, emprendimientos turísticos y culturales, y ventas en línea (vía chat), acompañado con el desarrollo de procesos formativos que les permitan vincularse en los distintos eslabones de la cadena de abastecimiento y comercialización sobre la cual opera la plaza de mercado (transporte y logística, manipulación de alimentos, servicios gastronómicos, barismo, etc.), mejorando así los ingresos de los hogares.

En este sentido, la plaza de mercado no solo es un conjunto de negocios con vocación comercial, sino un medio para la construcción de proyectos de vida de sus miembros y círculo cercano.

Relación 2.

Empresarios, emprendedores, institucionalidad y servicios financieros

La plaza de mercado, para constituirse en un hábitat de emprendimiento requiere de la presencia (permanente o itinerante, según el caso) de un conjunto de

instituciones de motivación, acompañamiento, planificación y financiamiento de las ideas de negocios.

La administración municipal y de la plaza de mercado deben ser capaces de atraer no solamente a los emprendedores, sino también al conjunto de instituciones especializadas -públicas y privadas- que aseguren la viabilización de ideas de negocio y su conversión en emprendimientos formales, toda vez que estos complementarán la oferta y le darán dinamismo a la plaza de mercado.

Iniciativas actuales lideradas por las cajas de compensación, las universidades y centros de formación, la banca e instituciones de microfinanzas pueden ser detonantes de nuevos negocios en Bello.

Relacionamiento en torno al uso de la tecnología y comercio electrónico:

La posibilidad de contar con herramientas tecnológicas que permitan generar canales alternativos de comercialización y promoción, permitirá posicionar a la plaza de mercado como un espacio de negocios moderno y un atractivo turístico en Bello.

El uso de tecnologías a su vez, facilitaría la capacidad de toma de decisión de los consumidores al encontrar en las aplicaciones la posibilidad de acceder a información y herramientas facilitadoras de portafolio, precios, disponibilidad de productos, servicios, accesos, formas de pago, etc, que mejorarían su experiencia.

Relación 1.

Comerciantes y clientes.

El uso de tecnologías permitirá transformar la relación comercial entre los comerciantes y los clientes. Las alternativas que hoy se brindan en las formas de pago y la posibilidad de contar con información actualizada y en línea, puede mejorar la experiencia y ser elementos diferenciales al momento de escoger a la plaza de mercado como espacio para comprar los productos.

Estas nuevas formas de relacionamiento digital es sin duda una oportunidad para generar un incremento en la competitividad de la plaza de mercado, frente a sus competidores directos, mejorando su imagen y posicionamiento en el imaginario social municipal y facilitando el acceso a nuevos clientes, particularmente aquellos pertenecientes a nuevas generaciones, adoptadores tempranos de innovaciones y tecnologías.

Relación 2.

Comerciantes y competidores

La inserción de los comerciantes de la plaza de mercado en nuevos canales digitales -de comunicación, comercio y consumo- permitirá ampliar la capacidad de vender a un mayor número de consumidores dentro y fuera del municipio.

Esta mejora debería generar un impacto directo en los rendimientos económicos y comerciales, constituyéndose en factor diferenciador frente a los competidores directos ubicados en diferentes sectores del municipio. Por lo tanto, la innovación y la tecnología constituyen una apuesta fundamental para fortalecer los ingresos de los comerciantes y sus familias e impactar positivamente su calidad de vida, así como dinamizar y fortalecer el aparato productivo local.

Relación 3.

Productores y comerciantes

Las tecnologías pueden ser un mecanismo para redefinir las lógicas del sistema de abastecimiento de productos al interior de la plaza de mercado. De un lado, facilitaría el desarrollo y consolidación de circuitos cortos de comercialización a través del establecimiento de relaciones directas entre la oferta y demanda de los productos.

Por el otro, permitirá tener información actualizada sobre los precios, ventas y perfiles de consumo de los clientes, con el objetivo de fortalecer los procesos de planificación de la producción al interior del territorio.

Relación 4.

Comerciantes, institucionalidad y proveedores de servicios tecnológicos

La administración municipal y de la plaza de mercado debe ser un agente para la consolidación de demanda por servicios tecnológicos para los diversos actores de la plaza de mercado. Lograr así economías de escala entre los proveedores para obtener servicios de tecnología a precios más competitivos. Evitando que las relaciones entre proveedores y comerciantes se desarrollen en negociaciones individuales.

3.5 LOS RECURSOS CLAVE

En este punto, se procede a identificar cuáles son las necesidades de la plaza de mercado, tanto en activos tangibles como intangibles. Con esta información, se establecerán cuáles son las inversiones económicas que se requieren para llevar a cabo la propuesta de valor para la plaza de mercado de Bello.



A. Productos y servicios de calidad

En un proceso en que el comercio tradicional o de barrio ha ido siendo desplazado hacia una propuesta moderna, especialmente los soft o hard discount (Tiendas D1, Ara, Justo y Bueno, entre otras), la plaza de mercado debe contar con una oferta que cumpla al menos con los mismo estándares que esas tiendas.

La calidad de los productos y del servicio debe ser un rasgo distintivo de la plaza de mercado de Bello, frente a sus competidores. Su esencia se basa en la relación constructiva con los diversos consumidores, apoyándose en ellos para construir e identificar los factores fundamentales para el diseño de experiencias y la definición de las acciones estratégicas a desarrollar en el corto plazo con los comerciantes.

La percepción de la calidad en la plaza de mercado estará dada por una multiplicidad de variables que incluyen elementos tangibles como los precios, la presentación de los productos, el aseo, la señalética de la plaza de mercado, hasta aspectos más intangibles como puede ser la sensación de seguridad, el servicio al cliente, la experiencia generada, entre otros.

B. Recursos humanos

Gestionar el capital humano de la plaza de mercado será un desafío para el equipo de administración. El capital humano representa la piedra angular del proyecto de nueva generación de plazas de mercado, éste debe ser objeto de procesos de acompañamiento, asistencia técnica, de formación y acceso a tecnologías que le permita profesionalizar su gestión y lograr mejores ingresos.

En este sentido, el Parque de las artes y los oficios será fundamental y clave para la capacitación y formación de los comerciantes.

Las intervenciones en materia de recursos humanos en la plaza de mercado deberían estar orientadas a:

- Ayudar a la plaza a definir y alcanzar objetivos comunes.
- Identificar posibles necesidades del equipo humano y gestionar las alianzas para brindar soluciones.
- Mantener la calidad en la atención prestada por los comerciantes, perfeccionando sus capacidades en diversas etapas de formación.
- Profundizar los valores de la plaza de mercado que fortalezcan el sentido de pertenencia, el espíritu de trabajo conjunto y el enfoque en lograr metas comunes.

Esta labor de enfocarse en los recursos humanos permite desarrollar y mantener abiertos canales de comunicación interna que se traduzcan en alertas tempranas para eventuales

problemas o dificultades. Asimismo, permite mantener una buena satisfacción de los comerciantes y un buen clima laboral.

Además, cuando los comerciantes están capacitados para ejercer sus actividades, suelen realizarlas con más asertividad y agilidad, situación que debería conllevar a la mejora de la gestión promoviendo así, una optimización de la productividad de las unidades de negocio.

C. Proveedores fiables

No hay plaza de mercado sin productos y la plaza de mercado de Bello debería ser un instrumento de comercialización y vitrina de productos locales. Muchos de los productos que se consiguen en el municipio provienen de la central mayorista de Itagüi o la plaza minorista, donde se concentra gran parte de las transacciones de alimentos del departamento.

El factor precio resulta determinante al momento en que los comerciantes adquieren productos en estos lugares, logrando precios competitivos para la reventa en los mercados locales de Bello.

Por esta razón, es importante que se empiecen a articular los productores del Corregimiento de San Félix, en donde se reduzcan los eslabones de intermediación, logística y transporte, para poder competir con la oferta de la Central mayorista. Esto acompañado de procesos de trazabilidad y programas de compra local que aumenten la connotación "local" de la plaza de mercado y se fomente su consumo.

Aunque es poco probable que no se logre sustituir la totalidad de los productos necesarios para abastecer la plaza de mercado, si se puede empezar con algunos productos líderes en el territorio y en la subregión del Oriente Antioqueño.

Una de las oportunidades de acelerar esta transformación de la plaza de mercado de Bello, es ofrecer algunos espacios a los diversos productores y emprendedores del municipio. Este ingreso de un proveedor como comerciante les permite completar la cadena de valor con cierto control, disminuyendo la dependencia hacia intermediarios y otros agentes comerciales presentes en el territorio. A su vez, podrían ofrecer a un precio diferenciado productos de buena calidad que sustituyan progresivamente las compras realizadas en otros lugares.

D. Instalaciones idóneas

La nueva plaza de mercado de Bello contará con la infraestructura idónea para ejercer las diversas actividades comerciales, de socialización y culturales que le deberían permitir posicionarse como el epicentro de negocios del municipio. Es entonces labor de todos los actores presentes preservar el equipamiento del uso y del paso del tiempo, así como adecuarlo a las necesidades de futuras demandas que aparezcan en el territorio.

En ese sentido, es importante evitar que el equipamiento caiga en desuso, se vuelva obsoleto y no responda a las necesidades y exigencias del consumidor de Bello. Por esta razón, el presente modelo de negocio, en su estructuración financiera contempla importantes sumas de dinero al mantenimiento y equipamiento de la plaza de mercado, así como provisiona recursos para trabajos de reparación y mejora que requiera en el futuro.

Asimismo, es fundamental mantener la propiedad sobre todo el equipamiento y estipular claramente que las adecuaciones y mejoras realizadas dentro de los módulos se realizan a riesgo y costo de los comerciantes.

Asegurar colectivamente el mantenimiento de la infraestructura y prevenir riesgos, principalmente en las conexiones eléctricas y de gas, es una labor cotidiana que debe ser reforzada como parte del proceso de apropiación y sentido de pertenencia de los actores presentes en la plaza de mercado.

La infraestructura, tal como está planteada desde el proyecto liderado por la administración municipal, puede convertirse en un elemento diferenciador y competitivo frente a los comerciantes del entorno del municipio. Por lo tanto, un reglamento interno es fundamental para regular la convivencia, definir las responsabilidades y colectivizar las acciones que le permitan a la plaza de mercado mantenerse viva, vigente y operante.

E. Tecnología apropiada

Tecnificar los comercios, la administración de la plaza, las interacciones con los diversos segmentos de clientes, la gestión de residuos, la promoción de la plaza de mercado, representan algunos de los importantes desafíos de la operación del equipamiento en que la tecnología puede traer soluciones apropiadas y eficientes.

Algunas de las transformaciones que se deben considerar en innovación y tecnología en las plazas de mercado incluyen elementos básicos como incluir una red wifi gratuita para los clientes y comerciantes, capacitar a los actores de la plaza de mercado en diversas temáticas, entre ellas innovación tecnológica y comercio virtual, servicio a domicilio a través de canales como WhatsApp, Facebook e Instagram; bancarizar comerciantes; y lograr que se implementen canales de pago digitales.

Los negocios gastronómicos deberán también adaptarse al uso de tecnologías, proceso ya iniciado en tiempos de pandemia donde se establecieron estrictos protocolos de bioseguridad que promovieron el uso de menú digital y formatos QR, y proponer sistemas para acceder a domicilios y reservas.

Es sin duda en las plataformas de promoción y redes sociales donde se tendrá que realizar esfuerzos colectivos para promocionar la plaza de mercado como un conjunto. Establecer

estrategias de promoción y posicionamiento en redes sociales y apoyarse en la red de plazas de mercado de nueva generación de la Gobernación puede resultar estratégica.

En ese sentido, dotar la plaza de mercado de Bello de una marca propia que refleje la tradición e identidad, así como la modernidad y tecnología del equipamiento puede resultar beneficioso para comunicar a los clientes las bondades de la plaza de mercado y además, fortalecer el arraigo y sentido de pertenencia de los pobladores y comerciantes hacia ella.

F. Gestión profesional

La gestión de la plaza de mercado debe ser profesional, técnica y políticamente protegida de potenciales injerencias que puedan condicionar la calidad de la operación y el respeto de los acuerdos y compromisos adquiridos. Dentro de las funciones asignadas a la gerencia de la plaza de mercado se destacan:

- Administración y gestión de la plaza de mercado de Bello.
- Diseño e implementación del plan de gestión y de la estrategia de formación y capacitación continua de los comerciantes de la plaza de mercado, incluidos las personas que desean emprender.
- Coordinación para el desarrollo de actividades del plan de acción con las instancias correspondientes del municipio u otros niveles de gobierno (plan de inversiones, articulación de programas y la oferta institucional).
- Promoción de la plaza de mercado de Bello como escenario de dinámica económica, idóneo para la formación y para la instalación de empresas, negocios y emprendimientos.
- Apoyo al posicionamiento de Bello como destino turístico y comercial del Valle de Aburrá y de la plaza de mercado como atractivo ancla para recibir y orientar a los visitantes.
- Liderar el proceso de relacionamiento que dinamice la plaza de mercado, promueva la formalización, bancarización y crecimiento de los negocios del municipio, favoreciendo el uso sostenible de los recursos y el aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

3.6 LAS ACTIVIDADES CLAVE

A continuación se describen las actividades clave que serán las estrategias que permitirá conseguir los resultados consecuentemente alineados con la propuesta de valor, asegurar la satisfacción de los segmentos de clientes y finalmente los ingresos.

A. Sistema de abastecimiento



Establecer un sistema eficiente y eficaz de abastecimiento, apoyado en los productores rurales, sus asociaciones y los comerciantes de la plaza de mercado, es la garantía de una oferta de productos locales, frescos y a precios competitivos.

El sistema de abastecimiento puede aprovecharse para fortalecer las debilidades socio organizativa de los pequeños y medianos actores del abastecimiento y/o, una articulación ineficiente desde la producción hasta la comercialización.

Esto permitirá hacerle frente a barreras que hoy surge en el ecosistema de mercado, como son las demandas de alimentos de pequeña escala, desagregadas, lo que conlleva a una baja capacidad de negociación y al aprovechamiento de estas debilidades por los intermediarios, muchos de los cuales no agregan valor a sus productos y si encarecen injustificadamente los alimentos.

Todo ello con las implicaciones de sobrecostos en los distintos eslabones del sistema, progresivo incremento en los precios de los alimentos y acceso limitado a alimentos en condiciones nutricionales y de calidad adecuada, en especial para los sectores de la población de bajos ingresos.

Con la secretaría de medio ambiente, vivienda y desarrollo rural, se deben plantear diferentes acciones que eliminen el número de intermediarios con los que cuentan las cadenas de comercialización de alimentos. Una vez diseñados los procesos que los acerquen a la plaza de mercado de Bello, se buscará generar eficiencias logísticas para el productor para que pueda llevar sus alimentos a los comerciantes y, de esta manera, el consumidor final tenga la posibilidad de comprar productos locales a precios competitivos.

Consolidar un sistema de abastecimiento de alimentos eficiente, sostenible y saludable para Bello, sustentado en la mejora de la productividad rural, la dinamización de los equipamientos, la generación de valor agregado local y la consolidación de canales de comercialización sería una manera de lograr los propósitos para los que fueron creadas la nueva generación de plazas de mercado por la Gobernación de Antioquia.

Este sistema de abastecimiento para la plaza de mercado de Bello, constituye un insumo valioso en materia de cantidades producidas, vendidas y precios que alimentarían la red de plazas de mercado promovida por la Gobernación de Antioquia.

Este sistema, debe también tomar en cuenta la cantidad de productos que se botan antes de ser vendidos, bien sea en finca por no cumplir con estándares o en la misma plaza de mercado por el paso del tiempo. En ese caso, realizar estrategias que permitan aprovechar estos productos como insumo para generar emprendimientos, o dado el caso, realizar alianzas con Bancos de alimentos para distribuirlos entre la población vulnerable del territorio.

B. Gestión de Aliados estratégicos

Uno de los principales roles de la gestión de la plaza de mercado consiste en atraer una serie de aliados estratégicos al equipamiento. Se trata de mantener el espacio con dinámicas de mejora continua, formación, motivación, y claro está de la generación de emprendimientos y negocios que mejoren los ingresos de los habitantes de Bello.

Con buenos aliados se pueden colectivizar los costos de financiamiento y bancarios que inducen a escasos niveles de bancarización, facilitar los procesos de formalización y los trámites y cargas tributarias que conllevan, que actualmente favorecen la cultura de la evasión y la ilegalidad.

El objetivo de las alianzas estratégicas con múltiples actores es que se acorten distancias entre las oportunidades y los beneficios del mercado, a los que pueden acceder otros actores más competitivos y de mayor tamaño.

Así mismo, el desconocimiento de la normatividad sanitaria vigente entre los comerciantes, en particular, los negocios gastronómicos está combinada con la baja presencia de instituciones que promueven y generan incentivos para la producción, transformación y manejo de alimentos de calidad e inocuos.

Estos vacíos conducen a prácticas sanitarias inadecuadas en los diferentes eslabones del sistema de comercialización, cuyos efectos se traducen en la distribución y comercialización de alimentos en inadecuadas condiciones de calidad y sanidad, altas pérdidas y de la presencia de enfermedades. La oportunidad entonces de combinar esfuerzos entre varios actores -públicos y privados- para generar un entorno seguro en materia de sanidad, será uno de los desafíos más relevantes para el equipo de gestión de la plaza de mercado de Bello.

Para esto, mantener dinámica la plaza de mercado no sólo le puede generar flujos constantes de visitantes, sino que puede explicar las mejoras de capacidades y aumento de competitividad frente a otras opciones de compra en el entorno.

C. Tecnificación de la plaza de mercado

Los escasos conocimientos (casi siempre empíricos), las barreras de acceso y los costos de inversión en tecnologías de la información y comunicación, generan un nulo o muy limitado acceso al uso de dichas tecnologías por parte de los comerciantes. Lo que aunado a la inexistencia o ineficiencia de sistemas de información y la escasa conectividad entre los agentes comerciales, conduce a asimetrías de información sobre precios, cantidades, demandas, entre otros.

De la misma manera, el ecosistema de venta sufrió una importante evolución en función a las medidas de aislamiento que generó la pandemia provocada por la COVID-19. De cierta



manera, se aceleraron los procesos de digitalización y tecnificación de procesos comerciales y logísticos.

En ese sentido, el equipo de administración debe atraer soluciones tecnológicas apropiadas y adecuadas para fortalecer el ecosistema de la plaza de mercado de Bello. Así, la gestión se ubica como un facilitador que, desde su capacidad de aglutinación de demanda, logra atraer a aliados y proveedores especializados que harían que fluya la información y los beneficios para todos los engranajes del negocio al conectarlos.

Por otra parte, incentivar los procesos de innovación tecnológica puede llevar al tendero y a su negocio a otro nivel, generando información relevante sobre sus compradores, mejorando la calidad del servicio, y promocionando la transferencia de buenas prácticas,. De esta manera, podría generar valor adicional para sus compradores logrando así competir mejor y porqué no, establecer nuevos servicios, aumentar su oferta, sus ventas y además, ganar beneficios adicionales como la fidelización de clientes.

Es importante no dejar atrás la construcción de una estrategia viable de mercadeo digital, que permita posicionar y promocionar la plaza de mercado de Bello.

D. Promoción de la plaza de mercado

El propósito es claro: lograr por medio de acciones de visibilidad que los consumidores -locales y de fuera del territorio- elijan consumir en la plaza de mercado por encima de las demás opciones.

Si se realiza bien, el posicionamiento de mercado implicará que la plaza de mercado sea visto como único, no únicamente como el conjunto de los comerciantes o alguno en particular.

Al analizar las dinámicas internas de la nueva generación de plaza de mercado y el perfil de los consumidores locales, se propone fortalecer con promoción algunas variables a partir de las cuales se fortalece la propuesta de valor y funcionalidad del equipamiento del municipio de Bello:

- Los precios.
- La calidad de los productos.
- El origen de los productos.
- La calidad del servicio.
- La disponibilidad y oferta.
- La comodidad del lugar.
- La ubicación/cercanía (a dos cuadras del parque principal).
- Las formas de pago y el comercio electrónico.
- La caracterización como lugar familiar.

A estas propuestas de atributos para el posicionamiento de la plaza de mercado, se pueden ir agregando en función a los aportes de los aliados estratégicos, el desarrollo del turismo y la variedad de la propuesta gastronómica. En ese sentido, estos valores deberán ser objeto de revisión y ajuste mediante talleres de cocreación con todos los actores de la plaza de mercado.

E. Fortalecimiento de capacidades de gestión y emprendimiento

Uno de los propósitos explícitos del proyecto de nueva generación de plazas de mercado es que éstos espacios permitan incrementar el capital social, humano, técnico y financiero de los habitantes de Bello.

Los temas a tratar en los procesos de motivación, formación, acompañamiento, entre otros, se deben circunscribir al propósito de la nueva generación de plaza de mercado y responder a las necesidades de las personas, sus organizaciones y el territorio.

Los principios con los que se debe organizar la agenda tipo de los procesos de fortalecimiento de capacidades, debería establecerse siguiendo los principios propuestos a continuación:

- (i) Enfocados en mejorar la competitividad de la plaza de mercado: Aumentar la competitividad de los pequeños productores, de sus organizaciones y de los comerciantes, aumentando sus capacidades empresariales y apoyando su inserción en la cadena agro productiva comercial de forma más eficiente.
- (ii) Aumenten la gobernabilidad de la plaza de mercado y sus actores: Apoyar acciones que fomenten la gobernabilidad de las organizaciones de productores, y que propicien nuevas organizaciones, con la finalidad de profesionalizar su estructura organizativa para aprovechar las oportunidades que brinda el mercado.
- (iii) Difundir principios y acciones en pro de la sostenibilidad: Este proceso de fortalecimiento de los actores de la plaza de mercado debe encaminarse a la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los mismos para contribuir con el desarrollo sostenible del territorio.
- (iv) Equidad: El fomento a la asociatividad se debe enmarcar en un principio de equidad, para que más actores y habitantes de Bello, en condiciones de vulnerabilidad se inserten en los procesos productivo y tengan la plaza de mercado como un centro de oportunidades y alternativas para el aumento de sus ingresos y el mejoramiento de su calidad de vida.

En ese sentido, el proceso de fortalecimiento de capacidades debería centrarse en temas como:



- Incrementar la capacidad organizativa y de gestión de los comerciantes y asociaciones de productores.
- Fortalecer las capacidades de negociación comercial e inteligencia de mercados de los actores de plaza de mercado de Bello.
- Diseñar y gestionar de proyectos para dinamizar eslabones de la cadena de valor.
- Promover los procesos de bancarización y formalización de los actores de la plaza de mercado.
- Usar las tecnologías de la información y comunicación para dinamizar los negocios de la plaza de mercado.
- Propiciar ideas de negocios y acompañarlos en su fase de estructuración como emprendimientos.

Ningún proceso de formación, capacitación o asistencia técnica debe ser llevado a cabo sin procesos de evaluación tales como pruebas de entrada y salida, para poder hacer trazabilidad para evaluar los efectos de estos procesos en el fortalecimiento de las capacidades de los comerciantes de la plaza de mercado nueva generación de Bello.

3.7 LOS SOCIOS CLAVE

A. Productores, emprendedores y comerciantes

Estos actores son los socios clave de la plaza de mercado de Bello. Se consolidan como núcleo comercial de la plaza de mercado, sino que su articulación y eficiencia entre los diversos eslabones de las cadenas de valor son los que permitirán ser competitivas en materia de precios y, además, ser la vitrina productiva del municipio.

Sin su presencia, la plaza de mercado no tiene vida y se limita a una infraestructura vacía de todo contenido y propósito de desarrollo. En este sentido, asegurar su presencia, desarrollo, formación y arraigo hacia el equipamiento resulta esencial para la óptima operación y funcionamiento.

B. Administración municipal

La administración municipal de Bello es el propietario de la plaza de mercado, en ese sentido, debe asegurar que el equipo al que le confía la gestión y administración del equipamiento lo haga de manera profesional, asegurando los propósitos para los que se construye.

Asimismo, debe velar por el debido mantenimiento de la infraestructura y proponer las medidas correctivas en caso no se cumpla con las acciones necesarias que le permitan a la plaza de mercado perdurar en el tiempo.



Además, la administración municipal es la encargada de recibir e invertir en propósitos conexos a la plaza de mercado, los beneficios y utilidades que genera la operación de la misma. De preferencia, destinándolos a propósitos complementarios al desarrollo económico con inclusión en el territorio de Bello.

C. Actores de promoción del desarrollo

Los actores de desarrollo juegan un rol específico, ellos son los que le dan sentido al apelativo de nueva generación. De su compromiso, presencia y dinamismo depende que se trascienda la vocación únicamente comercial de plaza de mercado para realmente convertirse en un instrumento de desarrollo, integración e inclusión productiva, social y cultural para el municipio de Bello.

Establecer acuerdos formales con los actores de desarrollo del territorio es tarea del equipo de gestión de la plaza de mercado, así como el asegurar que las informaciones, formaciones, charlas, asistencia técnica u otro servicio que provean las entidades de desarrollo, estén generando bienes y servicios para la población bellanita y que gracias a una mayor presencia institucional, se mejore las condiciones de calidad de vida en el territorio.

D. Proveedores de servicios tecnológicos y financieros

La presencia de entidades proveedoras de servicios tecnológicos y financieros le permiten que la plaza transite de un comercio tradicional a progresivamente apropiarse de canales modernos de comunicación, transacción, gestión y comercialización.

Su presencia, acercamiento y conexión con los actores de plaza que permita encontrar objetivos comunes y espacios de negocio que genere círculos virtuosos de formalización, bancarización y casos de éxito locales que sirvan de ejemplo local para demostrar la eficiencia de las alianzas para el desarrollo.

Atraerlos al territorio y mantenerlos activos, gracias a la existencia de la plaza de mercado, su dinamismo, capacidad de convocatoria, intermediación con los emprendedores es el reto del equipo de gestión de la plaza de mercado.

E. Centros de educación y formación

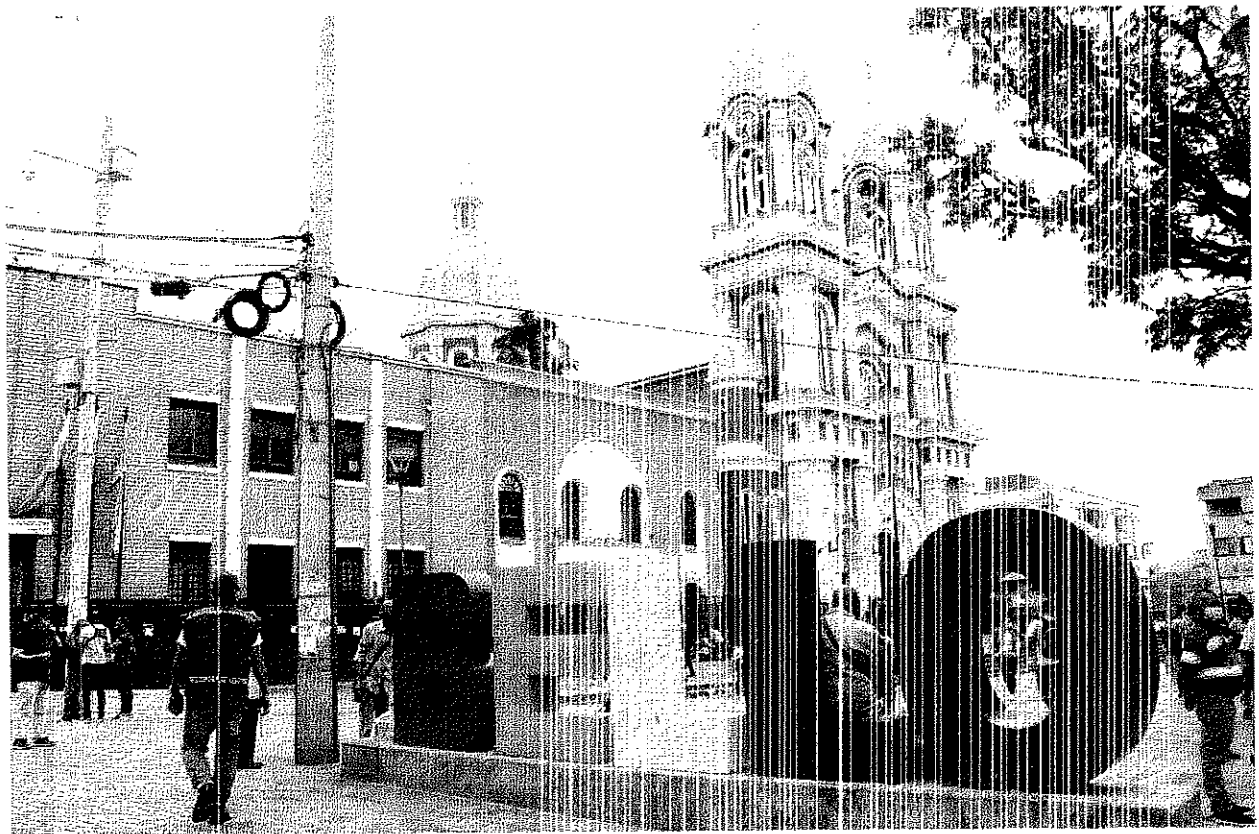
De la misma manera que con los socios clave, su presencia activa en la plaza de mercado es un atractivo adicional al comercio que le otorga el apelativo de “nueva generación”. Sus acciones de información, motivación y acompañamiento deben ser una palanca para el crecimiento y desarrollo económico con inclusión para el municipio y sus habitantes. En este sentido, el Parque de artes y oficios será fundamental y clave.

F. La población de Bello

Este socio no sólo representa el principal “consumidor” de la plaza de mercado, sino también el beneficiario potencial de todos los esfuerzos de transformación del territorio que pretende asumirse a través de este equipamiento.

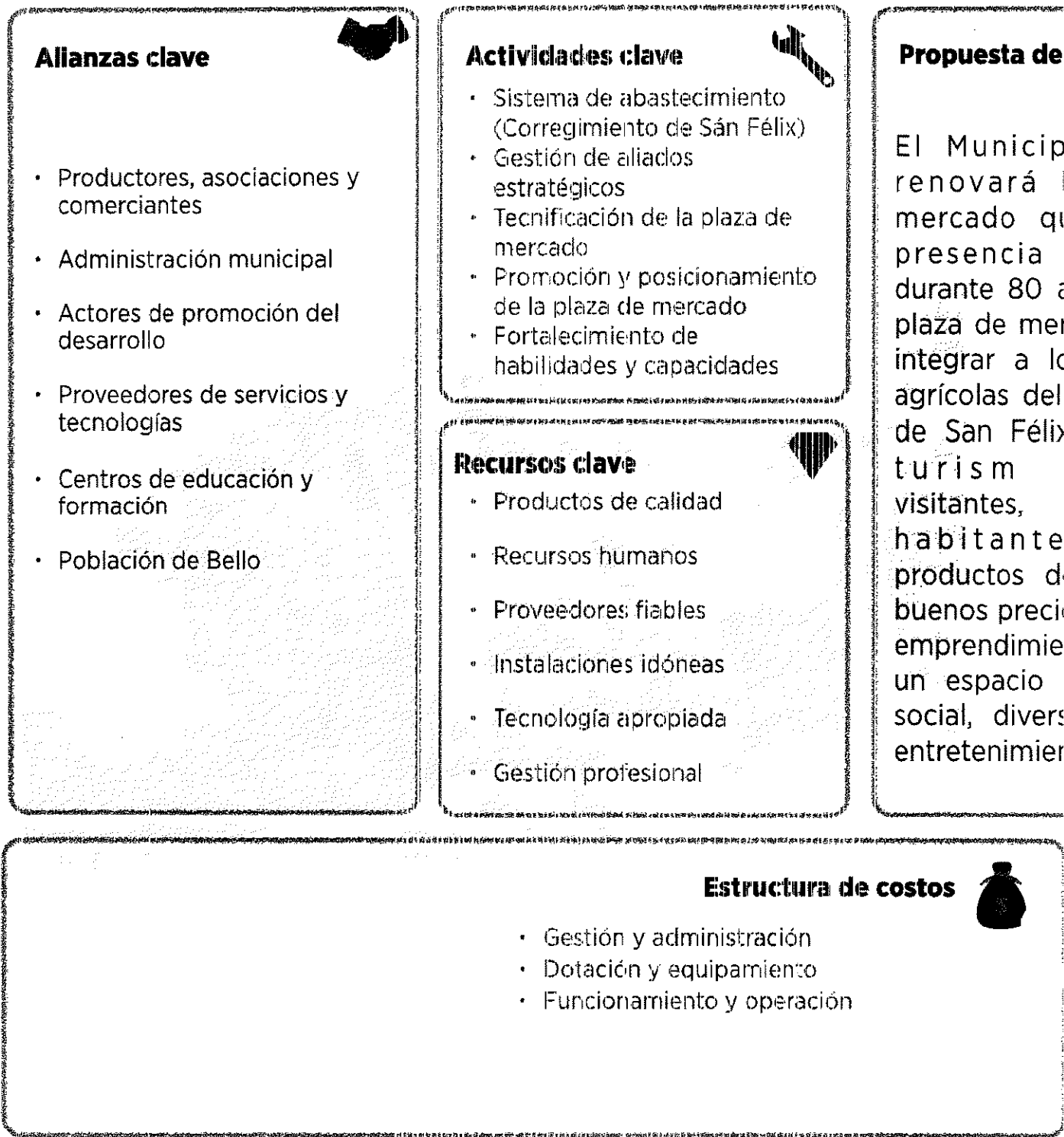
Desarrollar actividades que activen el interés de la población de Bello para visitar, aprender, comprar y emprender en la plaza de mercado es una de las principales tareas del equipo de gestión del equipamiento.

Multiplicar los públicos, diversificar las acciones para masificar la presencia de familias, jóvenes, tercera edad, personas del campo, personas con capacidades diversas, entre otras, pueden resultar la clave para posicionar la plaza de mercado de Bello en el corazón de sus habitantes. Y generar entonces este sentido de pertenencia, arraigo y orgullo por su desarrollo en general y por su plaza de mercado en particular.





MODELO CANVAS



or



de Bello
plaza de
ha tenido
territorio
. La nueva
o pretende
productores
regimiento
ortalecer el
rendo
erle a los
de Bello
alidad y a
potenciar lo
s y generar
integración
cultura y

Relación con los clientes



- Aseguramiento de la calidad
- Infraestructura y dotación de equipos
- Conocimientos, valor agregado y emprendimientos
- Tecnología y comercio electrónico

Canales



- Tiendas y comercio
- Aula Ambiental
- Parque de artes y oficios
- Plataformas tecnológicas
- Páginas web y redes sociales
- Áreas comunes y espacio público

Segmentación de clientes



- Productores, emprendedores y comerciantes
- Administración municipal
- Actores de promoción del desarrollo
- Proveedores de servicios y tecnología
- Centros de educación y formación
- Cajas de compensación Familiar
- Habitantes de Bello.



Fuentes de ingreso

- Recursos directamente recaudados



4. 4. PROYECCIONES FINANCIERAS DE LA PLAZA DE MERCADO

Una proyección financiera es el tipo de análisis que permite calcular -desde el punto de vista financiero- cuál será el desenvolvimiento de la plaza de mercado en un futuro determinado.

De esta manera, se pueden anticipar las inversiones, gastos y utilidades del proyecto. Desde esta perspectiva, se entiende la plaza de mercado de Bello como una fuente de ingresos y de gastos que deberían, al final del ejercicio, generar beneficios sociales, económicos y culturales para el territorio.

La importancia de estas proyecciones recae en que no solo le establecen una hoja de ruta al equipo de gestión y administración de la plaza de mercado, sino que también permitirán detectar áreas de oportunidad y pasos que podrían ser favorables para asegurar la sostenibilidad financiera del equipamiento.

Estas proyecciones son instrumentos que permiten disminuir la incertidumbre y anticipar los riesgos, pues muestran sobre qué resultados debería contar el equipo de gestión y administración durante múltiples periodos específicos.

En medio de los desafiantes entornos actuales y la elevada competitividad comercial, contar con una sólida proyección financiera es una necesidad para cualquier emprendimiento, empresa y en este caso, plaza de mercado, independientemente de su tamaño y el municipio en que opere.

Las proyecciones se basan en información de primera mano levantada en el municipio de Bello, este levantamiento incluye información de alquileres de locales en la actual plaza de mercado, del ecosistema comercial del municipio y, en función a los hallazgos se pueden tomar en cuenta las siguientes variables:

- Los costos de dotación preliminar a la apertura de la plaza de mercado.
- Un escenario a precios de mercado del municipio, según la tipología de negocio.
- Un escenario con precios de mercado con un “no pago” del 10% de los comerciantes.
- Los ingresos y egresos de una plaza de nueva generación.
- Un IPC anual estimado al 5%.

4.1 PROYECCIONES

La proyección se realiza con base en los arriendos que se pagaban en los negocios que tenían presencia en la antigua plaza de mercado. Esta información se obtiene de una base de datos construida por la administración municipal y el trabajo de campo realizado con los comerciantes de Bello.

MECHANISMS OF ACTION

2025/04/25 07:50

[illegible]

Seco

202.602211 20 30.000 6.580.235

Seco	25,480344	1	30.000	754.410	10.961	835.171
Seco	12,938673	1	30.000	388.160	29.877	414.034
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,30671	1	30.000	279.201	18.613	297.815
Seco	9,612009	1	30.000	288.360	9.224	307.584
Seco	9,500461	1	30.000	285.014	9.001	304.015
Seco	9,311827	1	30.000	279.155	8.624	297.879
Seco	10,96103	1	30.000	328.831	19.922	350.753
Seco	11,722588	1	30.000	351.679	13.445	375.123
Seco	10,664509	1	30.000	310.935	11.329	341.264
Seco	8,517905	1	30.000	255.537	7.036	272.573
Seco	8,929802	1	30.000	267.894	7.860	285.754
Seco	10,131977	1	30.000	303.969	10.264	324.233
Seco	9,684116	1	30.000	290.523	9.368	309.892
Seco	16,738963	1	30.000	502.369	13.478	535.847

Cafetería y restaurante

233.079532 7 30.000 6.972.180

Cafetería y restaurante	32,348554	1	30.000	970.497	16.697	1.035.194
Cafetería y restaurante	47,249763	1	30.000	1.417.493	94.500	1.511.992
Cafetería y restaurante	70,780516	1	30.000	2.123.415	41.561	2.264.977
Cafetería y restaurante	13,463391	1	30.000	403.902	16.937	430.839
Cafetería y restaurante	24,897719	1	30.000	746.982	19.795	796.777
Cafetería y restaurante	16,236569	1	30.000	487.097	12.473	519.570
Cafetería y restaurante	28,102818	1	30.000	843.085	14.206	899.290

Carnes y pescados

117.201227 3 30.000 1.516.037

Carnicería	39,587389	1	30.000	1.167.622	79.175	1.266.796
Carnicería	39,911049	1	30.000	1.197.351	79.622	1.277.154
Pescados	37,702789	1	30.000	1.131.064	75.406	1.206.489

Área comercialización comf

73.198516 1 30.000 2.195.915

Comercialización comf	73,198516	1	30.000	2.195.915	148.397	2.340.313
-----------------------	-----------	---	--------	-----------	---------	-----------

	area	locales	canon porcentaje	subtotal	administrador	TOTAL
PRIMER PISO	1132	78	30.000	34.459.026	1017275	36156401

Segundo Piso

Semi húmedo

280.334053 25 30.000 8.410.022

Semi húmedo	10.300976	1	30.000	309.029	20.602	329.631
Semi húmedo	9.306738	1	30.000	279.202	18.613	297.816
Semi húmedo	9.306732	1	30.000	279.202	18.613	297.815
Semi húmedo	9.306727	1	30.000	279.202	18.613	297.815
Semi húmedo	9.306722	1	30.000	279.202	18.613	297.815
Semi húmedo	9.519847	1	30.000	285.595	19.040	304.635
Semi húmedo	9.306729	1	30.000	279.202	18.613	297.815
Semi húmedo	9.306742	1	30.000	279.202	18.613	297.816
Semi húmedo	13.739232	1	30.000	412.177	27.478	439.655
Semi húmedo	9.175437	1	30.000	275.263	18.351	293.614
Semi húmedo	8.377431	1	30.000	251.323	16.755	268.078
Semi húmedo	9.489125	1	30.000	284.674	18.978	303.652
Semi húmedo	11.681598	1	30.000	350.448	23.363	373.811
Semi húmedo	9.106853	1	30.000	273.206	18.214	291.419
Semi húmedo	8.701553	1	30.000	261.047	17.403	278.450
Semi húmedo	8.701522	1	30.000	261.046	17.403	278.449
Semi húmedo	8.701491	1	30.000	261.045	17.403	278.448
Semi húmedo	8.70146	1	30.000	261.044	17.403	278.447
Semi húmedo	11.800564	1	30.000	334.017	23.601	357.618
Semi húmedo	18.117037	1	30.000	543.511	36.234	579.745
Semi húmedo	21.698475	1	30.000	650.954	43.397	694.351
Semi húmedo	21.169675	1	30.000	635.090	42.339	677.430
Semi húmedo	16.613767	1	30.000	498.413	33.228	531.641
Semi húmedo	9.306722	1	30.000	279.202	18.613	297.815
Semi húmedo	9.590898	1	30.000	287.727	19.182	306.909

Cafetería y restaurante

69.007239 3 30.000 2.070.217

Cafetería y restaurante	29.604941	1	30.000	888.148	59.210	947.358
Cafetería y restaurante	16.309218	1	30.000	489.277	32.618	521.895
Cafetería y restaurante	23.09308	1	30.000	692.792	46.186	738.979

Área comercialización compl

188.747196 2 30.000 5.662.422

Comercialización compl	57.891513	1	30.000	1.736.745	115.783	1.852.528
Comercialización compl	130.855883	1	30.000	3.925.676	261.712	4.187.388

	area	locales	canon promedio	subtotal	administración	TOTAL
SEGUNDO PISO	538	30	30.000	16.142.661	1.076.177	17.218.838



Tercer piso

Semi húmedo

121,885872 13 30.000 1.656.576

Semi húmedo	10,267018	1	30.000	308.011	20.514	328.545
Semi húmedo	9,276057	1	30.000	278.282	18.552	296.834
Semi húmedo	9,269234	1	30.000	278.077	18.538	296.615
Semi húmedo	9,269228	1	30.000	278.077	18.538	296.615
Semi húmedo	9,269223	1	30.000	278.077	18.538	296.615
Semi húmedo	9,269218	1	30.000	278.077	18.538	296.615
Semi húmedo	9,552451	1	30.000	288.574	19.105	307.678
Semi húmedo	11,800564	1	30.000	354.017	23.601	377.618
Semi húmedo	8,70146	1	30.000	261.044	17.403	278.447
Semi húmedo	8,701491	1	30.000	261.045	17.403	278.448
Semi húmedo	8,701522	1	30.000	261.046	17.403	278.449
Semi húmedo	8,701553	1	30.000	261.047	17.403	278.450
Semi húmedo	9,106853	1	30.000	273.206	18.214	291.419

Seco

366,013881 29 30.000 10.980.416

Seco	9,591511	1	30.000	287.745	19.183	306.928
Seco	9,117482	1	30.000	273.524	18.235	291.759
Seco	9,117472	1	30.000	273.524	18.235	291.759
Seco	8,962251	1	30.000	268.868	17.925	286.792
Seco	8,772692	1	30.000	262.181	17.345	280.726
Seco	9,117445	1	30.000	273.523	18.235	291.758
Seco	9,395826	1	30.000	281.875	18.792	300.666
Seco	8,843488	1	30.000	265.305	17.687	282.992
Seco	9,117346	1	30.000	273.520	18.235	291.755
Seco	9,117338	1	30.000	273.520	18.235	291.755
Seco	12,959556	1	30.000	388.787	25.919	414.706
Seco	9,502124	1	30.000	285.064	19.004	304.068
Seco	9,276067	1	30.000	278.282	18.552	296.834
Seco	9,276102	1	30.000	278.283	18.552	296.835
Seco	13,687099	1	30.000	410.613	27.374	437.987
Seco	21,105319	1	30.000	633.060	42.211	675.270
Seco	13,014152	1	30.000	390.425	26.028	416.453
Seco	12,085555	1	30.000	362.567	24.171	386.738
Seco	11,648646	1	30.000	349.459	23.297	372.757
Seco	12,927124	1	30.000	387.814	25.854	413.668
Seco	13,200364	1	30.000	396.011	26.401	422.412
Seco	12,637872	1	30.000	379.136	25.276	404.412
Seco	12,661927	1	30.000	379.858	25.324	405.182
Seco	12,807256	1	30.000	384.218	25.635	409.852
Seco	20,047887	1	30.000	601.437	40.096	641.532
Seco	6,11587	1	30.000	183.476	12.252	195.708
Seco	17,373903	1	30.000	521.217	34.748	555.965
Seco	19,799201	1	30.000	593.976	39.588	633.574
Seco	34,735006	1	30.000	1.042.450	69.470	1.111.920



Cafetería y restaurante

39,383,997 2 30,000 1,181,508

Cafetería y restaurante	16,285,502	1	30,000	488,565	32,571	521,136
Cafetería y restaurante	23,098,095	1	30,000	692,943	48,195	739,139

Área comercialización comul

189,184,984 2 30,000 5,675,550

Comercialización comul	58,329,101	1	30,000	1,749,873	116,658	1,866,531
Comercialización comul	130,855,883	1	30,000	3,925,676	261,712	4,187,388

Otros

434,123,285 7 30,000 13,023,699

Mascotas	21,265,743	1	30,000	637,972	42,531	680,504
Mascotas	30,689,288	1	30,000	920,679	61,379	982,057
Papelaria	16,028,884	1	30,000	480,867	32,058	512,924
Papelaria	16,321,131	1	30,000	489,639	32,643	522,282
Banco	109,572,617	1	30,000	3,287,179	219,145	3,506,324
Banco	108,941,525	1	30,000	3,268,246	217,883	3,486,129
Guardería	131,303,918	1	30,000	3,939,118	262,608	4,201,725

TERCER PISO	1151	53	30,000	34,577,748	2,301,183	36,878,932
-------------	------	----	--------	------------	-----------	------------



Cuarto piso

Cafetería y restaurante

	120,037,405	7	30,000	3,601,122		
Cafetería y restaurante	17,581,467	1	30,000	527,444	33,063	362,607
Cafetería y restaurante	18,850,47	1	30,000	565,514	37,701	603,215
Cafetería y restaurante	22,146,758	1	30,000	664,403	44,294	708,696
Cafetería y restaurante	9,45	1	30,000	283,500	18,900	302,400
Cafetería y restaurante	9,45	1	30,000	283,500	18,900	302,400
Cafetería y restaurante	12,453,763	1	30,000	373,413	24,908	398,520
Cafetería y restaurante	30,104,947	1	30,000	903,148	60,210	963,358

Área comercialización compl

	189,184,984	2	30,000	5,675,550		
Comercialización compl	58,329,101	1	30,000	1,749,873	116,688	1,866,561
Comercialización compl	130,855,883	1	30,000	3,925,676	261,712	4,187,388

Otros

	132,620,975	2	30,000	3,978,629		
Aula ambiental	75,559,189	1	30,000	2,266,776	151,118	2,417,894
vivero	57,061,786	1	30,000	1,711,854	114,124	1,825,977

CUARTO PISO	442	11	30,000	11,253,001	831,812	14,084,813
-------------	-----	----	--------	------------	---------	------------

PRECIO MERCADO	3,262	172	30,000	98,074,866	6,568,002	104,642,868
----------------	-------	-----	--------	------------	-----------	-------------

En total, el área comercial disponible es de 3.262 Mts2, los cuales se reparten en 172 locales comerciales, que pueden generar en total, por concepto de arriendos alrededor de 98,3 millones de pesos. Siendo el canon de arrendamiento promedio de 30.000 pesos por metro cuadrado y el equivalente a 2.000 pesos por metro cuadrado de administración. En total, la plaza de mercado debería generar un total de 104,9 millones de pesos al mes por concepto de alquileres y de administración de los locales.

Precio de mercado

MODELO DE NEGOCIO BELLO - PRECIO DE MERCADO

PARTE DE PRECIO

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Subtotal	Administración	Total
Banco						
	500.000.000	1	50.000	25.000.000		
Banco						
Banco	11.000.000	1	50.000	5.500.000	25.000	5.525.000
Banco	12.750.000	1	50.000	6.375.000	25.000	6.400.000
Banco	13.000.000	1	50.000	6.500.000	25.000	6.525.000
Banco	13.500.000	1	50.000	6.750.000	25.000	6.775.000
Banco	14.000.000	1	50.000	7.000.000	25.000	7.025.000
Banco	14.500.000	1	50.000	7.250.000	25.000	7.275.000
Banco	15.000.000	1	50.000	7.500.000	25.000	7.525.000
Banco	15.500.000	1	50.000	7.750.000	25.000	7.775.000
Banco	16.000.000	1	50.000	8.000.000	25.000	8.025.000
Banco	16.500.000	1	50.000	8.250.000	25.000	8.275.000
Banco	17.000.000	1	50.000	8.500.000	25.000	8.525.000
Banco	17.500.000	1	50.000	8.750.000	25.000	8.775.000
Banco	18.000.000	1	50.000	9.000.000	25.000	9.025.000
Banco	18.500.000	1	50.000	9.250.000	25.000	9.275.000
Banco	19.000.000	1	50.000	9.500.000	25.000	9.525.000
Banco	19.500.000	1	50.000	9.750.000	25.000	9.775.000
Banco	20.000.000	1	50.000	10.000.000	25.000	10.025.000
Banco	20.500.000	1	50.000	10.250.000	25.000	10.275.000
Banco	21.000.000	1	50.000	10.500.000	25.000	10.525.000
Banco	21.500.000	1	50.000	10.750.000	25.000	10.775.000
Banco	22.000.000	1	50.000	11.000.000	25.000	11.025.000
Banco	22.500.000	1	50.000	11.250.000	25.000	11.275.000
Banco	23.000.000	1	50.000	11.500.000	25.000	11.525.000
Banco	23.500.000	1	50.000	11.750.000	25.000	11.775.000
Banco	24.000.000	1	50.000	12.000.000	25.000	12.025.000
Banco	24.500.000	1	50.000	12.250.000	25.000	12.275.000
Banco	25.000.000	1	50.000	12.500.000	25.000	12.525.000
Banco	25.500.000	1	50.000	12.750.000	25.000	12.775.000
Banco	26.000.000	1	50.000	13.000.000	25.000	13.025.000
Banco	26.500.000	1	50.000	13.250.000	25.000	13.275.000
Banco	27.000.000	1	50.000	13.500.000	25.000	13.525.000
Banco	27.500.000	1	50.000	13.750.000	25.000	13.775.000
Banco	28.000.000	1	50.000	14.000.000	25.000	14.025.000
Banco	28.500.000	1	50.000	14.250.000	25.000	14.275.000
Banco	29.000.000	1	50.000	14.500.000	25.000	14.525.000
Banco	29.500.000	1	50.000	14.750.000	25.000	14.775.000
Banco	30.000.000	1	50.000	15.000.000	25.000	15.025.000
Banco	30.500.000	1	50.000	15.250.000	25.000	15.275.000
Banco	31.000.000	1	50.000	15.500.000	25.000	15.525.000
Banco	31.500.000	1	50.000	15.750.000	25.000	15.775.000
Banco	32.000.000	1	50.000	16.000.000	25.000	16.025.000
Banco	32.500.000	1	50.000	16.250.000	25.000	16.275.000
Banco	33.000.000	1	50.000	16.500.000	25.000	16.525.000
Banco	33.500.000	1	50.000	16.750.000	25.000	16.775.000
Banco	34.000.000	1	50.000	17.000.000	25.000	17.025.000
Banco	34.500.000	1	50.000	17.250.000	25.000	17.275.000
Banco	35.000.000	1	50.000	17.500.000	25.000	17.525.000
Banco	35.500.000	1	50.000	17.750.000	25.000	17.775.000
Banco	36.000.000	1	50.000	18.000.000	25.000	18.025.000
Banco	36.500.000	1	50.000	18.250.000	25.000	18.275.000
Banco	37.000.000	1	50.000	18.500.000	25.000	18.525.000
Banco	37.500.000	1	50.000	18.750.000	25.000	18.775.000
Banco	38.000.000	1	50.000	19.000.000	25.000	19.025.000
Banco	38.500.000	1	50.000	19.250.000	25.000	19.275.000
Banco	39.000.000	1	50.000	19.500.000	25.000	19.525.000
Banco	39.500.000	1	50.000	19.750.000	25.000	19.775.000
Banco	40.000.000	1	50.000	20.000.000	25.000	20.025.000
Banco	40.500.000	1	50.000	20.250.000	25.000	20.275.000
Banco	41.000.000	1	50.000	20.500.000	25.000	20.525.000
Banco	41.500.000	1	50.000	20.750.000	25.000	20.775.000
Banco	42.000.000	1	50.000	21.000.000	25.000	21.025.000
Banco	42.500.000	1	50.000	21.250.000	25.000	21.275.000
Banco	43.000.000	1	50.000	21.500.000	25.000	21.525.000
Banco	43.500.000	1	50.000	21.750.000	25.000	21.775.000
Banco	44.000.000	1	50.000	22.000.000	25.000	22.025.000
Banco	44.500.000	1	50.000	22.250.000	25.000	22.275.000
Banco	45.000.000	1	50.000	22.500.000	25.000	22.525.000
Banco	45.500.000	1	50.000	22.750.000	25.000	22.775.000
Banco	46.000.000	1	50.000	23.000.000	25.000	23.025.000
Banco	46.500.000	1	50.000	23.250.000	25.000	23.275.000
Banco	47.000.000	1	50.000	23.500.000	25.000	23.525.000
Banco	47.500.000	1	50.000	23.750.000	25.000	23.775.000
Banco	48.000.000	1	50.000	24.000.000	25.000	24.025.000
Banco	48.500.000	1	50.000	24.250.000	25.000	24.275.000
Banco	49.000.000	1	50.000	24.500.000	25.000	24.525.000
Banco	49.500.000	1	50.000	24.750.000	25.000	24.775.000
Banco	50.000.000	1	50.000	25.000.000	25.000	25.025.000



Segundo Piso

Semi húmedo

	280,334,083	25	50,000	14,096,703		
Semi húmedo	9.306976	1	50,000	515,049	20,602	535,651
Semi húmedo	9.306733	1	50,000	465,337	18,615	483,950
Semi húmedo	9.306732	1	50,000	465,337	18,615	483,950
Semi húmedo	9.306732	1	50,000	465,336	18,615	483,950
Semi húmedo	9.306722	1	50,000	465,336	18,615	483,950
Semi húmedo	9.559847	1	50,000	475,992	19,040	495,032
Semi húmedo	9.306739	1	50,000	465,336	18,615	483,950
Semi húmedo	9.306742	1	50,000	465,337	18,615	483,951
Semi húmedo	13.391332	1	50,000	686,962	27,478	714,440
Semi húmedo	9.175437	1	50,000	432,772	18,351	451,123
Semi húmedo	9.377431	1	50,000	412,872	16,733	429,605
Semi húmedo	9.429125	1	50,000	474,458	19,978	494,435
Semi húmedo	11.687598	1	50,000	534,060	23,363	557,423
Semi húmedo	9.106853	1	50,000	435,343	18,314	453,656
Semi húmedo	9.701553	1	50,000	435,078	17,405	452,481
Semi húmedo	9.701522	1	50,000	435,078	17,405	452,479
Semi húmedo	9.701491	1	50,000	435,078	17,405	452,478
Semi húmedo	9.70146	1	50,000	435,073	17,403	452,476
Semi húmedo	11.800524	1	50,000	590,029	23,601	613,629
Semi húmedo	18.417037	1	50,000	505,852	36,224	542,076
Semi húmedo	21.698475	1	50,000	1,084,934	43,397	1,128,331
Semi húmedo	21.698675	1	50,000	1,082,464	43,339	1,125,803
Semi húmedo	18.613767	1	50,000	530,568	33,226	563,794
Semi húmedo	9.306732	1	50,000	465,336	18,615	483,950
Semi húmedo	9.506893	1	50,000	475,543	19,022	494,565

Cafetería y restaurante

	69,007,239	3	50,000	3,450,362		
Cafetería y restaurante	29.604941	1	50,000	1,480,247	59,210	1,539,457
Cafetería y restaurante	16.309218	1	50,000	815,461	32,616	848,077
Cafetería y restaurante	23.69368	1	50,000	1,164,654	46,166	1,210,820

Área comercialización comel

	166,747,296	3	50,000	8,437,370		
Comercialización comel	57.890513	1	50,000	2,894,576	115,723	2,910,299
Comercialización comel	136.855883	1	50,000	6,542,794	261,712	6,804,506

	2803	locales	áreas comerciales	subtotal	administración	TOTAL
SEGUNDO PISO	538	30	50,000	26,904,434	1,076,177	27,980,612

Tercer piso

Semi húmedo

	121,883,372	13	50,000	6,094,284		
Semi húmedo	10.367818	1	50,000	315,351	20,534	235,885
Semi húmedo	9.176857	1	50,000	465,205	18,562	483,767
Semi húmedo	9.369234	1	50,000	465,462	18,538	483,999
Semi húmedo	9.369229	1	50,000	465,461	18,538	483,999
Semi húmedo	9.369223	1	50,000	465,461	18,538	483,999
Semi húmedo	9.369218	1	50,000	465,461	18,538	483,999
Semi húmedo	9.552451	1	50,000	477,623	19,115	496,737
Semi húmedo	11.800564	1	50,000	590,028	23,601	613,629
Semi húmedo	9.70146	1	50,000	435,073	17,403	452,476
Semi húmedo	9.701491	1	50,000	435,073	17,403	452,478
Semi húmedo	9.701522	1	50,000	435,076	17,403	452,479
Semi húmedo	9.701553	1	50,000	435,078	17,403	452,481
Semi húmedo	9.106853	1	50,000	435,543	18,314	453,856



Secc

366,01861 29 50,000 18,200,684

Secc	9,591551	1	50,000	479,578	5,243	498,719
Secc	9,317482	1	50,000	465,874	13,221	474,129
Secc	9,317472	1	50,000	465,874	13,221	474,129
Secc	8,962251	1	50,000	444,113	17,553	466,007
Secc	8,772692	1	50,000	438,636	17,543	456,190
Secc	9,317445	1	50,000	465,872	13,221	474,127
Secc	9,395826	1	50,000	468,781	15,792	468,582
Secc	8,843488	1	50,000	442,784	17,587	459,561
Secc	9,317346	1	50,000	465,867	13,221	474,131
Secc	9,317338	1	50,000	465,867	13,221	474,131
Secc	12,959556	1	50,000	647,508	23,919	671,427
Secc	9,502124	1	50,000	475,106	13,204	484,181
Secc	9,376067	1	50,000	463,603	13,152	487,135
Secc	9,376052	1	50,000	463,603	13,152	487,135
Secc	13,687097	1	50,000	554,155	27,374	75,723
Secc	23,505319	1	50,000	1,325,266	42,201	1,091,677
Secc	13,614153	1	50,000	510,708	25,003	675,716
Secc	12,885555	1	50,000	504,278	24,177	631,446
Secc	12,648846	1	50,000	502,437	25,297	631,730
Secc	12,827124	1	50,000	546,158	25,184	671,711
Secc	13,109364	1	50,000	656,076	26,401	685,431
Secc	12,637872	1	50,000	511,854	25,375	637,199
Secc	12,666927	1	50,000	513,056	25,304	654,160
Secc	12,867256	1	50,000	540,160	25,615	661,977
Secc	20,047887	1	50,000	1,072,194	40,095	1,042,490
Secc	8,11587	1	50,000	315,794	12,132	331,021
Secc	17,373903	1	50,000	848,695	34,745	901,441
Secc	19,799201	1	50,000	938,860	39,591	1,008,556
Secc	34,735006	1	50,000	715,750	69,471	1,228,220

Cafetería y restaurante

39,365597 2 50,000 1,995,180

Cafetería y restaurante	16,285502	1	50,000	846,275	32,577	846,146
Cafetería y restaurante	23,080095	1	50,000	1,154,905	46,114	1,201,027

Área comercialización compl

189,164564 2 50,000 8,403,149

Comercialización compl	58,329101	1	50,000	2,915,153	116,833	3,031,986
Comercialización compl	130,835463	1	50,000	15,947,784	261,712	1,104,906

Otros

434,121285 7 50,000 37,706,784

Mascotas	12,365743	1	50,000	1,093,237	42,111	1,093,819
Mascotas	30,689288	1	50,000	1,651,454	61,579	1,995,843
Papelaria	16,028824	1	50,000	840,444	31,153	831,902
Papelaria	56,32133	1	50,000	815,056	31,641	848,708
Banco	109,573617	1	50,000	3,418,631	219,741	3,697,718
Banco	104,941525	1	50,000	17,447,376	111,181	1,664,819
Guardería	131,303916	1	50,000	6,516,186	757,101	7,827,854

TERCER PISO

1,151 53 50,000 47,721,800

1,151 53 50,000 47,721,800



Cuarto piso

Cafetería y restaurante

	120,057,405	7	50,000	6,001,870		
Cafetería y restaurante	17,582,467	1	50,000	879,073	55,165	914,236
Cafetería y restaurante	18,856,47	1	50,000	942,524	37,701	890,224
Cafetería y restaurante	22,246,758	1	50,000	1,107,356	44,284	1,151,631
Cafetería y restaurante	9,45	1	50,000	472,503	18,900	491,400
Cafetería y restaurante	9,45	1	50,000	472,503	18,900	491,400
Cafetería y restaurante	12,453,763	1	50,000	621,886	24,908	647,596
Cafetería y restaurante	30,264,947	1	50,000	1,505,247	60,210	1,565,457

Área comercialización comi

	129,184,984	2	50,000	5,459,249		
Comercialización comi	58,329,104	1	50,000	2,916,455	116,658	3,033,115
Comercialización comi	130,855,883	1	50,000	6,375,794	36,712	6,304,506

Otros

	122,620,975	2	50,000	6,631,049		
Aula ambiental	75,559,189	1	50,000	3,777,559	15,116	3,822,078
Alveto	57,061,786	1	50,000	2,853,089	11,404	2,967,212

CUARTO PISO	442	11	50,000	22,032,168	887,687	22,919,855
-------------	-----	----	--------	------------	---------	------------

En total, el área comercial disponible es de 3.262 Mts2, los cuales se reparten en 172 locales comerciales, que pueden generar en total, por concepto de arriendos alrededor de 161,6 millones de pesos. Siendo el canon de arrendamiento promedio de 50.000 pesos por metro cuadrado y el equivalente a 2.000 pesos por metro cuadrado de administración. En total, la plaza de mercado debería generar un total de 168,1 millones de pesos al mes por concepto de alquileres y de administración de los locales.

4.2 PROYECCIONES DE DOTACIÓN Y PREAPERTURA

Antes de entrar en operación, la plaza de mercado de Bello requiere de una serie de adquisiciones y de servicios. En este acápite se describen los ítems que componen la dotación de preapertura y los servicios necesarios para asegurar la correcta entrada en funcionamiento de la plaza de mercado.

Dotaciones

11.173.000

ASEO			8.000.000
Canto de Aseo	2	2.000.000	8.000.000

Mantenimiento			7.850.000
Escritorio	2	400.000	800.000
Talarin	2	600.000	1.200.000
Extensiones	3	150.000	450.000
Manguera	3	250.000	750.000
Caja de herramientas	2	250.000	500.000
Kit jardineria	2	400.000	800.000
Hidrolavadora	2	1.000.000	2.400.000

Enfermería			15.558.000
Dotación enfermería básica	2	600.000	1.200.000
Camilla	2	2.000.000	4.000.000
Camilla emergencia	4	125.000	500.000
Equipos	2	234.000	468.000
Desfibrilador	2	4.700.000	9.400.000
Mueble	1	450.000	450.000
Sala	2	80.000	160.000

Incendios			1755.000
Extintores planta	15	45.000	675.000
Extintores 2 planta	2	45.000	90.000
Extintores 3 planta	8	45.000	360.000
Extintores 4 planta	8	45.000	360.000

Equipos de Oficina			12.550.000
Computadores	2	2500.000	5.000.000
Impresoras red	1	1500.000	1.500.000
Licencias (office+antivirus)	2	625.000	1.250.000
Software contable	1	2200.000	2.200.000
Cablear	2	1300.000	2.600.000

Mobiliario Oficina			5.760.000
Sillas escritorio	2	250.000	500.000
Sillas visitantes	2	180.000	360.000
Escritorio	2	650.000	1.300.000
Archivadores	2	1100.000	2.200.000
Mesa de apoyo	1	400.000	400.000
Dotación, vajilla, cafetera, etc	1	1.000.000	1.000.000

Círculo de Cámaras de seguridad			
Instalación y cableado			

Señalética			39.400.000
Disco	2	3.600.000	7.200.000
Zonas comunes	1	8.000.000	8.000.000
Impresiones	48	400.000	19.200.000
Manuales de interiorismo	1	5.000.000	5.000.000

Preapertura **85.550.000**

Profesionales			82.550.000
Gerente plaza (Comercia)	6 meses	6.520.000	39.120.000
Profesional de aseo	2 meses	1.630.000	3.260.000
Profesional interventoría (adecuación locales)	3 meses	4.890.000	14.670.000
Profesional de seguridad	3 meses	8.500.000	25.500.000

Evento preapertura			13.000.000
Evento	1	8.000.000	8.000.000
Press kit	100	50.000	5.000.000

Tal como se evidencia en los cálculos aquí presentados, la plaza de mercado de Bello requiere de una inversión previa a su entrada en operación, equivalente a unos 185,4 millones de pesos. Así podrá asegurar una correcta preapertura y procesos de



acompañamiento a su funcionamiento y dotarla de los equipos requeridos para cumplir con las normas y permitir una correcta gestión del nuevo equipamiento.

En este sentido, es importante notar que el equipo base de la gestión deberá entrar a laborar unos 6 meses antes de la apertura de la plaza de mercado, iniciando los procesos de instalación y posicionamiento de la plaza de mercado, tanto en el municipio como en los territorios de influencia.

4.3 PROYECCIONES NUEVA GENERACIÓN

La nueva generación de plazas de mercado debe asegurar una serie de servicios complementarios al uso tradicional de este tipo de infraestructura. En un primer momento, se establecieron una serie de servicios básicos abocados a posicionar, generar contenidos y aprovechar los residuos generados por la plaza de mercado.

Sin ser esta una lista cerrada de actividades de nueva generación, es importante resaltar que será la labor del equipo de gestión diseñar y desarrollar nuevas actividades en función a la demanda y oportunidades que expresen los actores o que la misma actividad y necesidades del territorio solicite.

Es importante que el equipo de gestión de la plaza de mercado comprenda que los ingresos por nueva generación, deberían en el largo plazo, equipararse a los del alquiler por unidades de negocio, de esta manera, disminuir la dependencia a posibles eventos disruptivos, como lo pudo ser la pandemia de la Covid-19.

Los ingresos por nueva generación que puede alcanzar la plaza de mercado de Bello alcanzarían unos 302,4 millones de pesos anuales, que teniendo en cuenta una inversión de alrededor de 131,4 millones al año, generaría un balance positivo de unos 171 millones de pesos anuales para la plaza de mercado.

INVERSION NUEVA GENERACION			131.400.000
----------------------------	--	--	-------------

Marca de la plaza de mercado			39.800.000
Diseño de marca/ plaza	7.500.000	1	7.500.000
Uniformes plaza para persona de la plaza	95.000	40	3.800.000
Uniformes para los comerciantes (posibilidad de venta)	95.000	300	28.500.000
Desarrollo empresarial y competitividad			22.800.000
Capacitaciones - Acompañamiento Ferias empresariales	3.200.000	6	19.200.000
Formaciones y capacitaciones con aliados (Solo refrigerios)	150.000	24	3.600.000
Posicionamiento - mercado			66.300.000
Community manager (por servicios)	2.000.000	12	24.000.000
Diseñador gráfico (por servicios)	2.500.000	12	30.000.000
Estrategias de activación	500.000	24	12.000.000
Hosting y dominio	300.000	1	300.000
Plan de articulación			2.500.000
Participación en red de plazas	2.500.000	1	2.500.000

INGRESOS NUEVA GENERACION			302.400.000
---------------------------	--	--	-------------

Espacio para itinerancia de instituciones			4.800.000
Oficina itinerante	400.000	12	4.800.000
Ferias y activations			48.000.000
Alquiler de espacio y toldos	8.000.000	6	48.000.000
Capacitaciones y acompañamiento			48.000.000
Utilidad con eventos de formación	4.000.000	12	48.000.000
Aprovechamiento residuos			129.600.000
Ventas por compostaje	8.000.000	12	96.000.000
Ventas reciclaje	2.800.000	12	33.600.000
Venta de publicidad interna			72.000.000
Velas y avisos	6.000.000	12	72.000.000

BALANCE NUEVA GENERACION			171.000.000
--------------------------	--	--	-------------



4.4 CALENDARIO TIPO

Como referencia para el equipo de gestión de la plaza de mercado de Bello, se presenta a continuación una propuesta de calendario tipo de actividades que se pueden proponer para mantener activa la plaza de mercado. Este podrá revisado y adaptado por el equipo en función a las necesidades y requerimientos que la operación del equipamiento vaya mostrando.

Sin embargo, si pretende demostrar la necesidad de un uso intensivo del equipamiento y la diversidad de servicios y de públicos que debería atraer. De esta manera cumplir con la propuesta de valor enunciada en el capítulo anterior y convertirse en el corazón del desarrollo económico del territorio.

Es importante que se programen las actividades con tiempo suficiente para asegurar una buena convocatoria, para divulgarlas en las redes sociales y medios de comunicación local, y así poder realmente instalarse como instrumento de cambio y de transformación social, productiva y económica del municipio de Bello.

El calendario tipo debe permitir establecer una diferencia entre cursos y talleres gratuitos y otros que requieran una contribución de los participantes, así sea simbólica. Asimismo, la gerencia de la plaza de mercado debe poder activar a una serie de aliados estratégicos presentes en el territorio y en los municipios cercanos.

Este conjunto de aliados no sólo deberían proveer los contenidos y capacitadores, sino que deben acompañar la oferta con procesos de asistencia personalizada para poder facilitar la implementación de los aprendizajes por parte de la población de Bello.

La gerencia cuenta con recursos para asegurar algunos de los refrigerios necesarios, pero de la misma manera, las alianzas deberán permitir que estos gastos sean cada vez menores para la plaza de mercado.

Agenda mes típico plaza de mercado Bello						
OFERTA SEMANAL ARTICULACIÓN GOB-MUNICIPIO-ALIADOS						
AGRICULTURA	EDUCACIÓN	EMPRESAS y EMPRENDEDOR	DESARROLLO ECONÓMICO	MUJERES	CULTURAL	MERCADO
L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
Taller de manipulación de alimentos (Sec Medio ambiente y Dño rural)	Curso de inglés para el Turismo (Comfenaico/ Parque de artes y oficios)	Taller de cocina con mujeres líderes (Restaurantes de la plaza)	Formación en emprendimiento y empresarismo	Feria de artesanías mujer (Sec Mujeres)	Activades recreativas familiares (Gerencia plaza)	Día de mercado campesino Bello Fruto
Taller de agricultura resiliente	Curso extra Ciencias Culinarias (UdeA/Colegio Mayor/Parque de artes y oficios)	Curso de guía en Turismo (UdeA/ Colegio Mayor)	Estrategias de acceso del crédito	Noches culturales	Noche de Showcooking (Pork Colombia)	
8	9	10	11	12	13	14
Taller de producción orgánica (Sec Medio ambiente y Dño rural)	Curso de inglés para el Turismo (Comfenaico/Par que de artes y oficios)	Taller fortalecimiento negocios que transforman los productos rurales	Día mundial de la alimentación sostenible (Definir en el mes un día internacional y ofertar respecto a esto)	Tarde de exposición artistas locales Venta de arregios	Activades recreativas familiares (Gerencia plaza)	Día de emprendedores
Taller cultura emprendedores	Ciclo de talleres de cocina (Colegio Mayor/Parque de artes y oficios)	Capacitaciones en Tecnología en la plaza (Pago QR-APP)		Concierto nocturno y cata de productos especiales (Gerencia plaza)	Taller servicio al cliente	
15	16	17	18	19	20	21
Taller clasificación productos y poscosecha (Sec Medio ambiente y Dño rural)	Curso de inglés para el Turismo (Comfenaico/Par que de artes y oficios)	Chef invitado a dar clases / Tour gastronómico (Sec Turismo)	Capacitación en Redes sociales y marketing digital	Feria de artesanías mujer rural (Sec Mujeres)	Activades recreativas familiares (Gerencia plaza)	Día de mercado campesino Bello Fruto
Taller de producción orgánica (Sec Medio ambiente y Dño rural)	Taller de emprendimiento para la tercera edad	El empresario invitado	Gestión financiera para PYME	Curso gestión de recursos humanos para PYME	Noches de vino y cervezas artesanales (Gerencia plaza)	
22	23	24	25	26	27	28
Taller manejo de finanzas	Curso de inglés para el Turismo (Comfenaico/Par que de artes y oficios)		El productor invitado (Gerencia de la plaza)	Premiación concurso el comerciante del mes (Gerencia plaza)	Activades recreativas familiares (Gerencia plaza)	Día de emprendedores
Taller de buenas prácticas agrícolas	Curso emprendimiento, como fortalecer un negocio	Taller de servicio al cliente	Cultura emprendedora	Concierto nocturno y cata de productos locales (Gerencia plaza)	Taller servicio al cliente	
29	30	31				
Taller de tendencias de mercado alimentos	Taller manejo de finanzas (Parque de artes y oficios)	Capacitación en Redes sociales y marketing digital				



4.5 SERVICIOS GENERALES PLAZA DE MERCADO

			Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6
TOTAL			44.314.000	42.194.000	44.414.000	42.194.000	41.414.000	42.194.000
Servicios generales			4.652.000	2.115.000	1.755.000	12.335.000	11.755.000	12.535.000
Aseo	Profesionales	3	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000
	Insumos	1	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Jardinería	Profesionales	3	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000
	Insumos	1	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Control de plagas				780.000		780.000		780.000
Fumigación y control de plagas		6	780.000	780.000		780.000		780.000
Mantenimiento de edificios varios			1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000
Profesionales		2	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000
	Insumos	1	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Seguros			2.900.000	2.900.000				
Responsabilidad civil		1	900.000	900.000				
	Incendio e inundación	1	2.000.000	2.000.000				
Mantenimientos			3.300.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	2.500.000	3.500.000
Mantenimiento cubierta (Pintura y reposición del 5%) (		1	24.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Recarga extintores		31	25.000					
Infraestructura		1	18.000.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Servicios públicos de zonas comunes			6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000
Energía		1	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000
Acueducto y alcantarillado		1	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Recojo de residuos sólidos		1	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Internet dedicado		1	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Seguridad			8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000
Sistema de cámaras de seguridad								
Profesionales		2	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000
Equipo de gestión			10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000
Gerente de plaza		1	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000
Administrador de plaza		1	4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000

El cuadro anterior muestra un estimado de los costos de funcionamiento y operación de la plaza de mercado del municipio de Bello. Las cifras establecidas en este ejercicio son independientes de el modelo de ingresos que disponga la administración municipal.

Es importante resaltar que el funcionamiento de la plaza, independiente de los servicios que preste, se eleva a alrededor de unos 42 millones de pesos al mes -presentando algunos picos en momentos específicos como los pagos de las pólizas de seguros-. Anualmente, la plaza de mercado requiere de unos 505 millones de pesos para asegurar su funcionamiento y operación. Monto considerable que debe ser exclusivamente generado por las actividades y operación del equipamiento. En ningún momento ser subsidiadas por la administración municipal de Bello.

Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
41.414.000	42.194.000	41.414.000	42.194.000	41.414.000	42.969.000	505.323.000	530.589.150	557.118.608	584.974.538	614.223.265
11.755.000	12.535.000	11.755.000	12.535.000	11.755.000	12.535.000	148.640.000	156.072.000	163.875.600	172.069.360	180.672.849
5.070.000	5.070.000	5.070.000	5.070.000	5.070.000	5.070.000	60.840.000	63.882.000	67.076.100	70.429.905	73.951.400
4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	58.580.000	61.614.000	64.694.700	67.929.435	71.325.907
180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	2.160.000	2.268.000	2.381.400	2.500.470	2.625.494
5.010.000	5.010.000	5.010.000	5.010.000	5.010.000	5.010.000	60.120.000	63.126.000	66.282.300	69.596.415	73.076.236
4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	4.890.000	58.680.000	61.614.000	64.694.700	67.929.435	71.325.907
120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.512.000	1.587.600	1.666.980	1.750.329
	780.000		780.000		780.000	4.680.000	4.914.000	5.159.700	5.417.685	5.688.569
	780.000		780.000		780.000	4.680.000	4.914.000	5.159.700	5.417.685	5.688.569
1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000	1.675.000	20.100.000	21.105.000	22.160.250	23.268.263	24.431.676
1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	1.630.000	19.560.000	20.538.000	21.564.900	22.643.145	23.775.302
45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	540.000	567.000	595.350	625.118	656.373
						2.900.000	3.045.000	3.197.250	3.357.113	3.524.968
						900.000	945.000	992.250	1.041.863	1.093.956
						2.000.000	2.100.000	2.205.000	2.315.250	2.431.013
3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	4.275.000	42.775.000	44.913.750	47.159.438	49.517.409	51.993.280
2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	24.000.000	25.200.000	26.460.000	27.783.000	29.172.150
					775.000	775.000	813.750	854.438	897.159	942.017
1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	80.400.000	84.420.000	88.641.000	93.073.050	97.726.703
2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	26.400.000	27.720.000	29.106.000	30.561.300	32.089.365
1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	19.200.000	20.160.000	21.168.000	22.226.400	23.337.720
900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000	11.540.000	11.907.000	12.502.350	13.127.468
2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	24.000.000	25.200.000	26.460.000	27.783.000	29.172.150
8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	106.368.000	111.686.400	117.270.720	123.134.256	129.290.969
8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	8.864.000	106.368.000	111.686.400	117.270.720	123.134.256	129.290.969
10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000	10.595.000	127.140.000	133.497.000	140.171.850	147.180.443	154.539.465
6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	6.520.000	78.240.000	82.752.000	86.259.600	90.572.580	95.101.209
4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000	4.075.000	48.900.000	51.345.000	53.912.250	56.607.863	59.438.256

Todos los costos estimados en el cuadro incluyen el impuesto sobre el valor agregado IVA, así como las cotizaciones sociales y aportes a salud, pensión, cajas de compensación, etc. de las remuneraciones del personal que gestionará y operará la plaza de mercado.

Para los años siguientes, se realiza una estimación tomando en cuenta un aumento del IPC equivalente al 5%. De esta manera se puede contar con una proyección de mediano plazo que asegure el correcto funcionamiento, mantenimiento y control de gastos que permitan lograr la sostenibilidad de la plaza de mercado.



AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
1815261476	1907074050	2002428277	2102349558	2207597775
1626800000	1707240000	1800750000	1905780000	2008250000
1507250000	160580150	17118608	181974338	191701265
1376800000	1465640000	1568425000	1625343100	1706671255
187425000				
3.175.515.476	3.531.065.400	3.707.639.670	3.893.021.653	4.087.672.736

4.7 PERFILES PROFESIONALES

A continuación se describen brevemente las funciones y responsabilidades de los profesionales y servicios profesionales necesarios para poner en funcionamiento la plaza de mercado del municipio de Bello.

CARGO	Profesional	Aliados Estrategicos
Gerente plaza (Comercial /Competitividad economica)	Experiencia Alta	
Liderar, organizar, resolver problemas, guiar, coordinar, la plaza Establecer programas para contribuir a impulsar el crecimiento de la plaza Abrir nuevos mercados y posibilidad de exportaciones Establece relaciones comerciales y /vínculos con productores, asociaciones, organizaciones, Asociación de campesinos Conocimiento en estrategia de Mercadeo Habilidades de planificación, presentación y gestión del desempeño de la plaza Habilidades de gestión financiera y persistente voluntad empresarial de trabajo		
Administrador de la plaza		
Asegurar el correcto funcionamiento y operación de la plaza de mercado. Promoviendo un ambiente seguro, amable y comercialmente atractivo. Gestionar los cobros de arrendamiento y el personal de la plaza de mercado. Conocimiento de la gestión de contratos y normas que los regulan. Habilidades de gestión financiera.		
Community Manager / Comunicador(Interaccion interna/externa/ posicionamiento)	Experiencia intermedia	
Embajador de la marca y cultura plaza Manejo y estrategia de comunicaciones Establecer relaciones/vínculos con la comunidad/Clienes, organizaciones, empresas de turismo dentro y fuera de la plaza que activen y consoliden el ecosistema y el capital social de la plaza Activación de redes sociales, Instagram, facebook pagina web Conocimiento en estrategias de mercadeo		
Diseñador gráfico	Prestación de servicios. Experiencia intermedia	
Creatividad y habilidad en diseño y creación de contenidos gráficos, y audiovisuales, para material comunicacional, y estrategia de de redes sociales.		
Asesorías, Capacitaciones, Ecosistema de Nuevas Economías		
Contables y financiero		Bancolombia, Bancopagano, BBVA, Cajas de Compensación.
Servicios/ Atención al cliente		Suiza, Confar-eko
Asesorías de posicionamiento de marca		Udea, East LMB
Manejo de alimentos		Elisena, Colegio Mayor de Antioquia, El Bos Nuevos
Turismo e idiomas		Puertoquía, Secretaría de turismo, Viva A. r, Udea, Colegio Mayor de Antioquia.
Emprendimiento/ Nuevos negocios/ Startups/ oportunidades para las mujeres		Exilora, Ruta N, Camara de Comercio
Tecnología		Ruta N, Anus S.A, ETM

OBJETO	INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN
Regulación para los mercados mayoristas	Decreto 397 de 1995	Regulación de los mercados mayoristas en su administración, operación, coordinación de política, vigilancia y control.
Disposición de medidas sanitarias	Ley 9 de 1979 Decreto 3075 de 1997	La Ley presenta regulaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias con la salud humana. El Decreto busca regular todas las actividades que pueden generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.
Normas sobre empaque de productos	Reglamento técnico RTC-001 Reglamento técnico RTC-002 NTC-5422 de 2006	Reglamentos técnicos para el empaque y embalaje de frutas, hortalizas y tubérculos frescos que se comercialicen.
Reglamentación de transporte y distribución de alimentos	Decreto 2278 de 1982 Decreto 1500 de 2007 Decreto 2437 de 1983 y 2473 de 1987 Decreto 561 de 1984 Resolución 14712 de 1984 Resolución 2505 de 2004	Los mercados deben tener una normatividad interna para la regulación y control de tipo de vehículos y la distribución de alimentos: • Transporte de carnes. • Transporte de leche. • Productos de pesca. • Vegetales, frutas y hortalizas elaboradas. • Condiciones de los vehículos de transporte de alimentos.
Reglamento construcción sismoresistente	NRS-10	Presentan requisitos mínimos que, en alguna medida, garantizan que se cumpla el fin primordial de salvaguardar las vidas humanas ante la ocurrencia de un sismo fuerte o evento disruptivo.
Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas	NTC-205 (RETIE)	establecer las medidas tendientes a garantizar la seguridad de las personas, de la vida tanto animal como vegetal y la preservación del medio ambiente; previniendo, minimizando o eliminando los riesgos de origen eléctrico.

1000 - Despacho del Alcalde

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA EL USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO”

LA ALCALDESA DEL MUNICIPIO DE BELLO, ANTIOQUIA, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 315 de la Constitución Política, artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificada por la Ley 1551 de 2012, artículo 5 de la Ley 9 de 1989, artículo 40 inciso 3 de la Ley 2079 de 2021, el Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015, en armonía con los artículos 395 al 398 del Acuerdo Municipal 033 de 2009, y demás normas concordantes, y,

CONSIDERANDO:

1. Que el artículo 63 de la Constitución Política, determina que los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables.
2. Que el artículo 209 de la Constitución Política establece que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla, con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad e imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, delegación y desconcentración de funciones.
3. Que conforme al artículo 315 de la Constitución Política de Colombia, corresponde a los alcaldes ejercer la autoridad política, administrativa y legal dentro de su jurisdicción territorial. Igualmente, confiere al alcalde la función de reglamentar mediante decretos los asuntos del municipio y velar por la adecuada administración de los bienes públicos.
4. Que el artículo 674 del Código Civil, establece que son bienes de uso público aquellos cuyo "uso" pertenece a todos los habitantes de un territorio, como el de calles, plazas, puentes y caminos. En concordancia con ello, el artículo 5 de la Ley 9 de 1989 y artículo 2.2.3.1.3 del Decreto 1077 de 2015 *"Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio"* señalan que los bienes destinados a plazas de mercado son bienes de uso público y, por tanto, integran el espacio público municipal, conforme el artículo 2.2.3.1.5 del Decreto 1077 de 2015.
5. Que el artículo 5 de la Ley 9 de 1989 y el artículo 2.2.3.1.3 numeral 1 del Decreto 1077 de 2015 señalan que los bienes de uso público e integran el espacio público municipal.



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



6. Que el artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, establece las funciones de alcaldes municipales, respecto a las Plazas de Mercado:

17. plazas de mercado públicas: las administraciones municipales deberán fomentar e incentivar la inversión pública y privada, la asociación de usuarios y/o cualquier otra modalidad que permita el adecuado funcionamiento y prestación del servicio de abastecimiento de alimentos a la población que ofrecen las plazas de mercado públicas. lo anterior para el óptimo desarrollo desde el punto de vista sanitario, ambiental, económico y social de las mismas.” (negritas y cursiva).

7. Que el artículo 139 de la Ley 1801 de 2016 define el espacio público en estos términos:

“Artículo 139. Definición del espacio público. Es el conjunto de muebles e inmuebles públicos, bienes de uso público, bienes fiscales, áreas protegidas y de especial importancia ecológica y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de todas las personas en el territorio nacional.

(...)

8. Que, según el ordenamiento jurídico vigente, y la jurisprudencia de las altas cortes, entre ellas la Sentencia T 238 de 1993 de la Corte Constitucional y radicado 50001-23-31000-2005-00055-01 (AP) del Consejo de Estado, se ha calificado las Plazas de Mercado como un servicio público de orden municipal, y por lo tanto, dichos bienes son de uso público e integran el espacio público, conforme a lo establecido en el artículo 2.2.3.1.3 del Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015.
9. Que el numeral 4º del artículo 2 de la Ley 2079 de 2021 “Por medio de la cual se dictan disposiciones en materia de vivienda y hábitat” determina dentro de su objeto: *“Promover la adopción de esquemas de aprovechamiento económico del espacio público por parte de las entidades territoriales que garanticen su recuperación y sostenibilidad económica.”*
10. Que la Ley 2079 de 2021, la cual modificó el artículo 7º de la Ley 9ª de 1989, establece en el artículo 40 inciso 3 lo siguiente:

“Los alcaldes municipales y distritales mediante decreto reglamentarán lo concerniente a la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público. Así mismo, podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998”. Igualmente podrán expedir actos administrativos que

permitan la ocupación temporal de dichos bienes, considerando en ambos casos lo dispuesto por el artículo 63 de la Constitución. (cursiva y subraya propia)

11. Que en dicha ley se establece que la competencia de los alcaldes, de reglamentar y entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998. Ello en concordancia con los artículos 2.2.3.3.3 y 2.2.3.3.4 del Decreto 1077 de 2015.
12. Que el Decreto Nacional 1504 de 1998 “Por el cual se reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial”, prescribe

***Artículo 18.** Los municipios y distritos podrán contratar con entidades privadas la administración, mantenimiento y el aprovechamiento económico para el municipio o distrito del espacio público, sin que impida a la ciudadanía de su uso, goce, disfrute visual y libre tránsito.*

***Artículo 19.** En el caso de áreas públicas de uso activo o pasivo, en especial parques, plazas y plazoletas, los municipios y distritos podrán autorizar su uso por parte de entidades privadas para usos compatibles con la condición del espacio mediante contratos. En ningún caso estos contratos generarán derechos reales para las entidades privadas y deberán dar estricto cumplimiento a la prevalencia del interés general sobre el particular.*

13. Que el artículo 40 de la Ley 80 de 1993 establece que:

En los contratos que celebren las entidades estatales podrán incluirse las modalidades, condiciones y, en general, las cláusulas o estipulaciones que las partes consideren necesarias y convenientes, siempre que no sean contrarias a la Constitución, la ley, el orden público y a los principios y finalidades de esta Ley y a los de la buena administración.

14. Que la Corte Constitucional en Sentencia C-866/99 sostuvo en torno al plazo máximo de ejecución de los convenios que confieren funciones administrativas a particulares, lo siguiente:

“En lo concerniente a la frase cuyo plazo de ejecución será de cinco (5) años, la cual subsiste en el ordenamiento jurídico con posterioridad a la mencionada Sentencia C-702 de 1999, la Corte debe precisar que una vez retirada del ordenamiento jurídico la expresión prorrogables, la norma señala actualmente como término legal de cualquier convenio de atribución de funciones a particulares el de cinco años; sin embargo, la recta interpretación de esta norma, según la naturaleza de las cosas y el principio hermenéutico del efecto útil de las disposiciones, lleva a concluir que este es un plazo máximo de duración del respectivo convenio, pues otra cosa haría imposible

la celebración del mismo en aquellos casos en los cuales la naturaleza de la función implica su realización en un plazo menor”.

15. Que la Sentencia de Unificación del Consejo de Estado – Radicado 05001-33-31-003-2009-00157-01 (AP) SU del 14 de agosto de 2018; posibilita que los bienes de uso público puedan entregarse para su aprovechamiento, utilizando formulas unilaterales o contractuales distintas al arrendamiento, como lo son la expedición de licencias o permisos o inclusive los contratos de concesión.
16. Que el Acuerdo 033 de 2009, por el cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial - POT del Municipio de Bello, reconoce las plazas de mercado como equipamientos del sistema urbano, de carácter dotacional y funcionalidad colectiva, esenciales para el abastecimiento, el empleo y la dinamización económica.
17. Que el artículo 225 del POT del Municipio de Bello, señala las Zonas Dotacionales e Institucionales (ZDI) como aquellas que albergan equipamientos públicos y privados de servicios colectivos, entre los que se encuentran las plazas de mercado.
18. Que el artículo 54 del mismo acuerdo reconoce los equipamientos de bienestar social como espacios destinados a satisfacer necesidades básicas de la comunidad, como el abastecimiento alimentario.
19. Que entre los bienes que hacen parte del acervo de activos fijos inmobiliarios bajo responsabilidad del Municipio de Bello y sobre los que se deben dirigir y evaluar los planes, instrumentos, metodologías y herramientas que permitan su correcta administración, se encuentran la Plaza de Mercado denominada José María Córdova, la cual se inauguró en 1947 y representa uno de los hitos arquitectónicos y sociales más importantes. Su creación respondió a la necesidad de organizar el comercio local, que hasta mediados del siglo XX se desarrollaba de manera dispersa en las calles principales del municipio. La administración de la época impulsó la construcción de un espacio centralizado que garantizara condiciones adecuadas para el abastecimiento de alimentos y productos de primera necesidad para la comunidad.
20. Que durante las décadas de 1950 y 1960, la plaza se convirtió en punto estratégico para la economía local.
21. Que, en el año 2009, el señor Efrén de Jesús Henao Henao promovió acción popular contra el Municipio de Bello, con el propósito de obtener la protección de los derechos colectivos relacionados con la seguridad, la salubridad pública y la prevención de desastres técnicamente previsibles. Lo anterior, al considerar que existía una amenaza para la vida y la salud de las personas derivada del deterioro estructural del techo del inmueble donde funcionaba la plaza de mercado municipal.



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



509001
50-CERT-143588

22. Que la actuación judicial fue tramitada ante el **Juzgado Dieciocho Administrativo del Circuito de Medellín**, bajo el radicado **050012331018200900340**, despacho que, luego de surtido el correspondiente debate procesal, profirió la **Sentencia No. 19 del 24 de marzo de 2011**, mediante la cual dispuso, con el fin de prevenir riesgos previsibles, lo siguiente:

SEGUNDO: ORDENAR al **MUNICIPIO DE BELLO** se sirva realizar las acciones tendientes a evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro y/o amenaza que sobre los citados derechos colectivos se cierne, realizando la adecuación de las instalaciones físicas de la plaza de mercado del municipio de Bello, en lo que a las reparaciones del techo se refiere, las cuales harán extensivas a los cables de conducción de energía. Para el inicio de las obras de reparación se concede un plazo de 30 días, contados a partir de la notificación de la presente decisión.

23. Que esta entidad desplegó las actuaciones necesarias para dar cumplimiento a la orden judicial impartida, realizando los esfuerzos correspondientes dentro del ámbito de sus competencias. No obstante, lo anterior, mediante auto del 2 de noviembre de 2018, el Despacho Judicial dispuso la apertura de incidente de desacato.
24. Que, en el marco de dicho incidente, la entidad logró acreditar, con fundamento en la prueba documental, testimonial y en los informes técnicos allegados al proceso, la imposibilidad de ejecutar cualquier intervención o reforzamiento estructural, debiéndose proceder con la demolición total del inmueble.
25. Que, en virtud de lo anterior, el Despacho Judicial, mediante Auto No. 81 del 6 de junio de 2019, resolvió no sancionar por desacato y:

(...)

SEGUNDO: REQUERIR a la administración municipal, para que dentro de un plazo perentorio de seis (06) meses, dé cumplimiento al fallo de la acción popular, teniendo en cuenta los informe técnicos realizados, continúe con el proceso de compensaciones a los comerciantes incluidos en el censo realizado y concluya el mismo para el desalojo de la plaza de mercado, teniendo en cuenta la inminencia de un desastre y dar una solución definitiva a la problemática de la plaza de mercado del Municipio de Bello.

26. Que, en cumplimiento de una de las órdenes impartidas en el numeral segundo del auto referido, esta entidad expidió la Resolución No. 202100002029 del 20 de mayo de 2021, mediante la cual se dispuso el cierre del censo de los comerciantes que ocupaban la plaza de mercado; se reglamentó la metodología aplicable para el pago de compensaciones económicas a su favor; se definieron las distintas alternativas conforme a los sistemas diseñados para tal fin; y se establecieron los parámetros para la reubicación de los mismos en los módulos temporales

equipamiento, así como su coherencia con las políticas públicas locales en materia de desarrollo económico, seguridad alimentaria, cultura ciudadana y uso adecuado del espacio público.

33.
- Que conforme al artículo 362 de la Constitución Política de Colombia, los bienes y rentas de las entidades territoriales les pertenecen, y por tanto les corresponde su reglamentación, administración y control; y en particular, conforme lo dispuesto en el numeral 17, literal d) del artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, le compete al alcalde municipal fomentar e incentivar la inversión pública y privada, la asociación de usuarios y/o cualquier otra modalidad que permita el adecuado funcionamiento y la prestación del servicio de abastecimiento de alimentos a la población que ofrece la Plaza de Mercado Pública, para garantizar su desarrollo óptimo desde los puntos de vista sanitario, ambiental, económico y social.
34.
- Que la Administración Municipal de Bello ha identificado la necesidad de reglamentar el uso, administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del bien de uso público Plaza de Mercado, estableciendo con claridad aspectos como: el plazo o duración de los convenios, contratos y autorizaciones temporales, la remuneración del operador de la plaza, las obligaciones de conservación del bien, la determinación de una contraprestación por parte de los comerciantes, la cláusula de reversión o devolución del bien inmueble, los mecanismos de revisión periódica sobre el uso del bien y demás aspectos conexos.
35.
- Que, en este sentido, son principios de la gestión de las Plazas de Mercado: i) Función social del bien público; ii) Aprovechamiento económico y financiero sostenible; iii) Participación comunitaria; iv) Formalización económica; v) Equidad territorial; vi) contratación estatal sostenible.
36.
- Que existe un claro soporte normativo según la Constitución Política y la Ley 2079 de 2021, para establecer un modelo de gestión para el uso, administración, conservación y aprovechamiento de la Plaza de Mercado Pública del Municipio de Bello.
37.
- Que de la revisión físico técnica de las instalaciones de estas grandes superficies, el Municipio evidenció la necesidad de formulación de una serie de planes, mecanismos y estrategias para la sectorización, regularización y manejo de la infraestructura de las Plazas de Mercado, de manera que, con la debida identificación de sus instalaciones y diferentes espacios que las conforman, se optimice, modernice y facilite la administración, al mismo tiempo que se da cumplimiento de la normativa vigente para establecimientos abiertos al público, la seguridad industrial y salud en el trabajo -SST.
38.
- Que el Decreto Municipal Nro. 202304000623 del 22 de noviembre de 2023, reglamentó el aprovechamiento económico del espacio público y lo define como el desarrollo de actividades con fines económicos o lucrativos, por los particulares

- que obtienes una previa autorización o licencia de ocupación a cambio de una retribución económica, contraprestación o precio público.
- Que el proyecto del presente decreto fue sometido a consulta ciudadana el día 23 de febrero de 2026, mediante convocatoria realizada a través de la página web de la entidad, con un plazo de participación de 5 días, y se recibieron 0 observaciones.
 - Que, en esta fase de publicación, se registraron 6 visitas y 5 descargas, conforme a las certificaciones respectivas expedidas por la dependencia encargada.
 - Que, una vez cerrado el período de publicación y participación ciudadana, la Administración Municipal de Bello procedió a la validación de las observaciones, sin que recibiera ninguna según reporte de la Dirección Técnica de TIC y Soporte Tecnológico.
 - Que, en virtud de lo anterior, se hace necesario expedir el presente decreto con el fin de reglamentar el uso, administración, conservación y aprovechamiento de la Plaza de Mercado Pública, como bienes de uso público, a través de convenios y contratos.

DECRETA:

TÍTULO I.
ASPECTOS GENERALES, DEFINICIONES Y ALCANCE

CAPÍTULO ÚNICO
DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. El presente Decreto tiene por objeto reglamentar el modelo de gestión del inmueble destinado a la Plaza de Mercado Pública de propiedad del Municipio de Bello, estableciendo las reglas generales para su administración, mantenimiento, operación y aprovechamiento económico como bien público, con el fin de garantizar su adecuado funcionamiento desde los puntos de vista sanitario, ambiental, económico y social, en concordancia con el Plan de Ordenamiento Territorial, el Plan de Desarrollo Municipal vigente y las competencias constitucionales y legales de la Administración Municipal.

ARTÍCULO 2. La presente reglamentación se aplica a la Plaza de Mercado Pública de propiedad del Municipio de Bello, y está orientada a fijar las condiciones de los convenios y contratos derivados o autorizaciones temporales. Igualmente, establece los lineamientos para su uso adecuado como espacios de abastecimiento de bienes y servicios para la población, en especial productos del sector primario.

Así mismo, se regulan los espacios, locales, bodegas y puestos asignados a organizaciones de venteros estacionarios o ambulantes formalizados por la



20260415133654123223140

Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



Administración Municipal, ubicados en bienes de uso público, cuando estén integrados a la estructura funcional de la plaza, conforme a los instrumentos de planificación territorial y las políticas públicas del Municipio.

ARTÍCULO 3. La administración general de la Plaza de Mercado Pública estará a cargo de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del municipio, o aquella que haga sus veces, en coordinación con otras dependencias municipales de acuerdo con sus funciones.

Dicha dependencia estará facultada para realizar la planeación, estructuración, ejecución, seguimiento y evaluación de los modelos de administración y aprovechamiento económico del bien de uso público Plaza de Mercado, en articulación con la Secretaría de Seguridad y Convivencia Ciudadana, o aquella que haga sus veces.

En el marco de las facultades otorgadas por el inciso 3 del artículo 40 de la Ley 2079 de 2021, que modificó el artículo 7 de la Ley 9 de 1989, se podrá:

1. Suscribir convenios y/o contratos cuyo objeto comprenda la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de bienes de uso público, con sujeción al ordenamiento jurídico vigente, siempre que se garantice el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y control que rigen la contratación y el uso de bienes públicos.

Cuando la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público se entregue a particulares, deberá implementarse el mecanismo previsto en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998, o en las disposiciones que la modifiquen, adicionen o sustituyan.

En el evento en que dichas actividades se entregue entidades públicas, se dará aplicación al régimen jurídico de los convenios o contratos interadministrativos, conforme a las reglas generales que les resulten aplicables y a la naturaleza jurídica de las entidades intervinientes.

2. Efectuar la entrega del bien o de espacios dentro del mismo mediante acto administrativo motivado, cuando la naturaleza, temporalidad o urgencia del esquema de aprovechamiento así lo justifique.
3. Autorizar la ocupación y explotación temporal de espacios (por días, franjas horarias o períodos determinados) mediante contratos de corto plazo o acto administrativo, cuando se trate de actividades de carácter eventual, ferias, mercadeo temporal o iniciativas que promuevan la reactivación económica local; dichas autorizaciones deberán fijar con precisión la duración, condiciones de uso, obligaciones del adjudicatario y garantías para la conservación del bien público

PARÁGRAFO 1. Conforme al artículo 114 de la Ley 489 de 1998, con independencia de los contratos que resulten aplicables según la naturaleza de la actividad, el municipio a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, o aquella que haga sus veces, ejercerá directamente el control sobre el cumplimiento de las finalidades, objetivos, políticas y programas que deban ser observados por el particular.

Para tal efecto podrá solicitar los documentos, información o informes que estime pertinente para el ejercicio de esta función.

PARÁGRAFO 2. En ningún caso estos actos, convenios y/o contratos generarán derechos reales para los particulares y entidades privadas y no tendrá validez jurídica, ni será oponible al Municipio de Bello, los actos, negocios jurídicos privados y cualquier tipo de transacciones realizadas entre particulares que pretendan transferir la posesión, tenencia o uso de locales, puestos o espacios dentro de la Plaza de Mercado Pública, tales como compraventas, canjes, cesiones, traspasos, arriendos, daciones en pago u otras figuras. Tales actos están prohibidos y serán ineficaces de pleno derecho.

En consecuencia, dichos actos de disposición no son oponibles al Municipio. La realización de esos actos de disposición constituye causal de terminación del acto o contrato, en cuyo caso se procederá a realizar la restitución inmediata del bien, de conformidad con lo establecido en la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana.

PARÁGRAFO 3. Las personas naturales o jurídicas que administren y operen la Plaza de Mercado Pública, a través del convenio deberán garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los comerciantes y usuarios, en especial los derechos de asociación, participación, igualdad y acceso al espacio público, promoviendo condiciones del empleo digno y decente para el ejercicio de su actividad económica, así como garantizar el cumplimiento de los reglamentos, directrices y normativa aplicable a la plaza de mercado.

ARTÍCULO 4. Para efectos de interpretación, redacción de los convenios, contratos, autorizaciones o negocios jurídicos, autorizaciones temporales y solución de conflictos, el presente Decreto, adopta las siguientes definiciones aplicables a las relaciones jurídicas:

- **ÁREAS DE USO COMÚN:** Zonas de circulación, servicios sanitarios, corredores, rampas, techos, áreas técnicas y demás espacios sin asignación privativa, cuya utilización debe ser compartida y coordinada bajo el reglamento interno.
- **ADMINISTRADOR:** Para efectos de la aplicación e interpretación de este decreto es la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o quien haga sus veces.

- **APROVECHADOR.** Comerciante o tercero autorizado en virtud del contrato, acto, autorización o permiso para aprovechar un espacio público dentro de la plaza de mercado.
- **ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES DE APROVECHAMIENTO ECONÓMICO.** Para efectos de los contratos con terceros, las actividades que son objeto de aprovechamiento económico en la Plaza son las comerciales y en general toda actividad lícita.
- **APROVECHAMIENTO ECONÓMICO.** Constituye un ingreso no tributario originado en la gestión de uno de los elementos constitutivos de los bienes de uso público. (Definición extraída del Decreto municipal 202304000623 de 2023). Según el Acuerdo 033 de 2009 artículo 395, los ingresos por aprovechamiento económico del espacio público tienen destinación específica.

Es el desarrollo de actividades con fines económicos o lucrativos, realizadas en los elementos constitutivos y complementarios del espacio público (incluyendo bienes de uso público), por los particulares o aprovechadores que obtienen una previa autorización o licencia de ocupación, a cambio de una retribución económica, contraprestación o precio público¹.

Se entiende por aprovechamiento económico del espacio público, la realización de actividades con motivación económica de manera temporal, en los elementos constitutivos y complementarios del espacio público del municipio de Bello, previa autorización de la autoridad competente o operador autorizado a través de los instrumentos de administración del espacio público. (Decreto 202304000623 del municipio de Bello)

- **CONVENIO PARA LA ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y EL APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO.** Según el inciso 3 del artículo 40 de la Ley 2079 de 2021, la cual modificó el artículo 7° de la Ley 9ª de 1989, los alcaldes municipales podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998.
- **CONTRATO DE APROVECHAMIENTO ECONÓMICO:** Es el acto jurídico mediante el cual la gestora autorizada del espacio público, mediante un contrato con un particular o tercero comerciante, manifiestan la voluntad por escrito, para la realización de actividades económicas o lucrativas en los elementos constitutivos y complementarios del espacio público². También aplica a las autorizaciones temporales.

¹ Definición extraída del Decreto Municipal 202304000623 del 22/11/2023

² Definición extraída del Decreto Municipal 202304000623 del 22/11/2023

- **ACTO ADMINISTRATIVO DE APROVECHAMIENTO ECONÓMICO:** Es la manifestación de la voluntad de la dependencia o entidad gestora del espacio público, para permitir la realización de actividades económicas o lucrativas en los elementos constitutivos y complementarios del espacio público³ (incluyendo los bienes de uso público).
- **AUTORIZACIÓN TEMPORAL.** Es un permiso que permite al comerciantes o interesado utilizar o explorar un espacio público de la plaza por un tiempo determinado.
- **INSTALACIONES DE LA PLAZA DE MERCADO:** Zonas físicas internas y externas que comprenden locales, puestos, corredores, bodegas, baños, parqueaderos, muelles, zonas de carga y descarga, oficinas administrativas, áreas comunes, estructuras técnicas y todo el equipamiento necesario para su funcionamiento.
- **LOCALES:** Espacios definidos dentro de las plazas con vocación comercial. Se clasifican así:
 - **LOCALES CON VOCACIÓN SOCIAL:** Aquellos destinados a la venta de productos del sector primario, alimentos preparados y manufacturas locales, orientados a garantizar el derecho a la alimentación, el fortalecimiento del comercio popular y la cultura alimentaria del territorio.
 - **LOCALES CON VOCACIÓN ECONÓMICA:** Espacios destinados a actividades comerciales o de servicios complementarios, tales como giros, recaudos, venta de productos no alimentarios o servicios logísticos, con una finalidad empresarial y de generación de ingresos.
- **NATURALEZA Y CLASE DE BIENES DE LAS PLAZAS DE MERCADO:** La actividad de las plazas de mercado constituye un servicio público del orden municipal, tanto por determinación de la Ley como por reconocimiento jurisprudencial. Los bienes inmuebles en los cuales se presta el servicio de plaza de mercado son bienes de uso público. Las plazas de mercado se han entendido como una especie de las plazas enunciadas en los artículos 674 y 1005 del Código Civil.
- **NEGOCIOS ANCLA: (O ESTABLECIMIENTOS ANCLA):** Son establecimientos que, por su reconocimiento de marca, volumen de ventas y capacidad de atracción de flujo peatonal se constituye en una estrategia para atraer usuarios a un complejo comercial o desarrollo urbanístico, tales como supermercados, cines, bancos, entre otros.
- **PLAZAS DE MERCADO PÚBLICAS:** son equipamientos de almacenamiento y distribución del sector primario y el comercio popular, que

³ Definición extraída del Decreto Municipal 202304000623 del 22/11/2023



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



SC-CER142088



son los destinados a la comercialización y distribución de los productos agrícolas y pecuarios (especies menores y carne) del sector primario, abarrotes y artesanías, mediante las galerías, plaza de mercado cubiertas y acopios para la producción rural, dirigidas a la distribución al por menor, además de los centros destinados a organizaciones de venteros ambulantes y estacionarios que hacen parte de programas dirigidos por la Administración Municipal en beneficio de la población, especialmente de sectores vulnerables. Dichos productos son para el consumo de la población y se deberán acoger a todas las normas higiénicas, sanitarias y ambientales existentes.

Espacio público ocupado por parte de persona natural o jurídica que puede ser un espacio, local, puesto o bodega en la plaza para el aprovechamiento económico.

- **PLAN DE SECTORIZACIÓN, REGULARIZACIÓN Y MANEJO:** Dicho plan es un instrumento técnico-administrativo adoptado por la Administración Municipal de Bello, en el que se define la organización y externa de las Plazas de Mercado.

Dicho instrumento sirve para planificar como mínimo, aspectos como la ubicación de los espacios, locales, puestos, bodegas, áreas de servicio, y demás instalaciones a las que se refiere el presente decreto, así como de la numeración de locales, segmentos de comercio, sectorización por tipología comercial, cumplimiento de condiciones sanitarias, ambientales, de operación y funcionamiento y las directrices para el uso de la infraestructura, así como los demás requerimientos que se deban observar para el adecuado funcionamiento y prestación del servicio de abastecimiento de alimentos, así como el cumplimiento de la normatividad vigente en seguridad industrial y salud en el trabajo -SST.

Se establecerá en el respectivo acto, convenio o contrato de administración, la pertinencia de utilizar la totalidad o parte de las definiciones antes referidas, según el perfil de las actividades que se desarrollen en la Plaza de Mercado, de conformidad con la información levantada en la etapa previa a la celebración del contrato.

- **RETRIBUCIÓN ECONÓMICA, CONTRAPRESTACIÓN O PRECIO PÚBLICO:** Es el valor en dinero que debe sufragar o pagar la persona natural o jurídica, a quien se le autoriza el uso o la ocupación de una zona delimitada en los elementos constitutivos o complementarios del espacio público (se incluye el bien de uso público)⁴.
- **SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL ESPACIO PÚBLICO:** Es la capacidad de mantener las condiciones óptimas del espacio público, atendiendo a las necesidades actuales y futuras, garantizando el equilibrio entre desarrollo económico, cuidado del ambiente y bienestar

⁴ Definición extraída del Decreto Municipal 202304000623 del 22/11/2023

social, permitiendo su accesibilidad, goce, disfrute y aprovechamiento económico⁵.

ARTÍCULO 5. La gestión y regulación de la Plaza de Mercado Pública del Municipio de Bello se fundamenta en los siguientes principios:

1. Función social del bien público: Reconocimiento del carácter público de las Plazas de Mercado, cuyo uso debe orientarse al interés general, el acceso equitativo y el abastecimiento alimentario.
2. Aprovechamiento sostenible: Promoción del uso racional y responsable del espacio público, garantizando su conservación, mantenimiento y sostenibilidad financiera y ambiental. Ello implica que no se podrán otorgar subsidios a los comerciantes pues parte de un modelo económico y financiero viable y sostenible.
3. Participación comunitaria: Fomento de la participación de las organizaciones de comerciantes y usuarios en los procesos de planeación, veeduría y mejoramiento continuo del servicio.
4. Formalización económica: Apoyo a los procesos de formalización de comerciantes, emprendedores y productores locales, en el marco de la economía popular y solidaria.
5. Equidad territorial: Distribución equilibrada de los espacios, servicios y beneficios de las Plazas de Mercado en todo el territorio municipal, favoreciendo zonas con menor acceso a infraestructura de abastecimiento.
6. Contratación estatal sostenible: contratación incluyente y socialmente responsable, que reconoce la dimensión social de la contratación estatal como vector de transformación de la comunidad.
7. Sostenibilidad financiera: Es la capacidad de la plaza de mercado para generar ingresos que cubran los costos y gastos para asegurar su sostenibilidad en el largo plazo. Implica equilibrar a rentabilidad económica con la responsabilidad social.

TÍTULO II.
DE LA ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN, CONSERVACIÓN Y
APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE
MERCADO

⁵ Definición extraída del Decreto Municipal 202304000623 del 22/11/2023



20260415133654123223140
Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



establecidos en el pliego de condiciones o términos de referencia que regule la convocatoria.

- Los convenios deberán celebrarse conforme a los procedimientos establecidos en la Ley 9 de 1989 modificada por la Ley 388 de 1997, Ley 489 de 1998, la Ley 2079 de 2021, y sus decretos reglamentarios, observando en todo caso, los principios establecidos en la Ley 80 de 1993.

En todo caso el convenio marco con el operador deberá celebrarse conforme a los procedimientos establecidos en la Ley 2079 de 2021 en el artículo 40. Según dicha disposición *“Así mismo, podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998”*. Dicho operador podrá celebrar contratos de aprovechamiento económico de espacio público con particulares o comerciantes.

- El convenio de administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del bien de uso público con particulares podrá celebrarse sobre la totalidad de la plaza de mercado, o sobre fracciones específicas de ellas, de acuerdo con el modelo operativo definido por la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o aquella que haga sus veces.
- El término de duración del convenio de administración, mantenimiento y aprovechamiento económico con particulares será hasta de cinco (5) años, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 2079 de 2021 en concordancia con el artículo 111 de la Ley 489 de 1998.
- Se establecerá una remuneración a favor del operador o gestor conforme al reglamento que se expida sobre el procedimiento de selección del operador, conforme a lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998. Igualmente se podrán establecer porcentajes mínimos de recaudo y fórmulas de ajuste a fin de cumplir con el principio de sostenibilidad económica y financiera de la plaza.
- El convenio de colaboración de aprovechamiento económico del bien de uso público contendrá las cláusulas excepciones contempladas en el estatuto general de contratación, conforme a lo dispuesto en la Ley 489 de 1998. Lo anterior sin perjuicio de la facultad de revocar la autorización de otorgamiento de funciones administrativas a particulares, de acuerdo con lo prescrito en el inciso 4 del artículo 110 de la Ley 489 de 1998.
- Se incorporarán en el convenio de administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del bien de uso público suscrito con el particular/operador la aplicación de cláusulas sancionatorias y resarcitorias que faculden al Municipio de Bello para adoptar medidas en caso de incumplimiento por parte de la persona natural o jurídica, a quien se le autoriza la administración, uso o la ocupación, especialmente respecto de la ejecución de inversiones, la observancia de criterios de selección y el pago de la contraprestación correspondiente.



Decreto
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



SC-CER140658



10. El operador deberá celebrar los actos y contratos individuales de aprovechamiento económico con comerciantes o terceros y, cuando a ello hubiere lugar, subcontratar las actividades estrictamente necesarias para el cumplimiento del objeto contractual. En todo caso, dichos contratos deberán ajustarse al régimen jurídico que le sea aplicable, no implicarán cesión del contrato principal ni sustitución del operador y se realizarán bajo su exclusiva responsabilidad, sin que se genere vínculo jurídico alguno entre el Municipio y los subcontratistas o terceros.

11. Será obligación contractual esencial de la persona natural o jurídica, a quien se le autoriza la operación o administración y aprovechamiento económico de la plaza de mercado, entre otras, garantizar el mantenimiento, la protección y la promoción de los usos tradicionales y comunitarios de la plaza de mercado, con el fin de preservar su función social, contribuir a su valorización y fortalecer de manera continua la adecuada prestación del servicio público de abastecimiento alimentario, de conformidad con los principios de interés general, sostenibilidad y participación comunitaria.

12. La Administración Municipal de Bello, en virtud del convenio marco celebrado, no podrá suscribir contratos individuales de aprovechamiento económico sobre locales, espacios, puestos o bodegas que se encuentren comprendidos dentro de las áreas entregadas mediante el convenio global de administración y aprovechamiento económico, conforme a lo previsto en el presente capítulo.

No obstante, la Administración municipal se reserva el derecho de usar, ocupar y disponer de aquellas áreas del espacio público que no estén comprendidas dentro del objeto del convenio celebrado, o que sean excluidas expresamente.

13. La Administración Municipal de Bello, a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o dependencia competente podrá expedir un protocolo para la gestión operacional de la plaza.

PARÁGRAFO 1. Para la determinación de las condiciones económicas aplicables a los contratos de aprovechamiento previstos en este artículo, la Administración Municipal de Bello, a través de la Secretaría de Hacienda, definirá la fórmula financiera y sus componentes para calcular las diferentes contraprestaciones económicas que deberá reconocer el operador. Para tal efecto se expedirá el decreto respectivo.

Asimismo, los recursos que se recauden por concepto de contraprestaciones o retribuciones económicas derivadas de los actos y/o contratos de aprovechamiento económico, así como sus rendimientos financieros, se administrarán conforme las instrucciones y lineamientos expedidos por la Secretaría de Hacienda o la dependencia que haga sus veces.

En los contratos de aprovechamiento económico, que se suscriban se informará a los comerciantes las obligaciones que se deriven del fallo judicial en los casos que aplique y los demás actos administrativos derivados de este.

PARÁGRAFO 2. Los contratos de aprovechamiento del bien de uso público Plaza de Mercado deberán consultar la tipología del espacio como locales, bodegas, puestos, espacios, etc. según la arquitectura de la Plaza.

PARÁGRAFO 3. Para dar cumplimiento a lo prescrito en el artículo 110 y 111 de la Ley 489 de 1998, la Administración Municipal elaborará los pliegos o términos de referencia, con la finalidad de precisar las reglas y procedimientos de selección objetiva del operador o gestor de la plaza de mercado.

CAPÍTULO 2

DE LAS OBLIGACIONES, DEBERES, DERECHOS Y PROHIBICIONES

ARTÍCULO 7. Son obligaciones del operador con relación al convenio de Administración y Aprovechamiento Económico de la Plaza de Mercado Pública, además de otras que se establezcan contractualmente entre el Municipio de Bello y el particular, las siguientes:

1. Operar y administrar la Plaza de Mercado y gestionar la infraestructura que las compone en los términos del convenio y sus anexos.

2. Celebrar los contratos derivados del convenio marco con los terceros o comerciantes.

3. Aplicar los criterios y lineamientos definidos por la Administración Municipal para la selección de los comerciantes que ocuparán los espacios en la Plaza de Mercado, teniendo en cuenta los fallos judiciales precedentes a la construcción de la plaza, celebrando los respectivos contratos de aprovechamiento económico, sin que dicha selección implique la definición, modificación o interpretación autónoma de los criterios por parte del operador.

4. Elaborar los planes y programas en el marco de sus obligaciones, así como sus costos, presupuesto y fuentes de financiación.

5. Proponer o recomendar al Comité de Plaza, la cantidad y ubicación de negocios ancla, para su aprobación.

6. Promover estrategias que aseguren una oferta amplia y diversa de productos, garantizando el contenido mínimo que caracteriza la Plaza de Mercado

7. Promover los usos tradicionales y comunitarios de la Plaza de Mercado objeto del contrato, asegurando su función social, su valorización y el mejoramiento continuo del servicio público de abastecimiento.



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



8. Recibir la infraestructura a título de operador o gestor para aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado Pública.
9. Asegurar y efectuar el pago oportuno de los servicios públicos domiciliarios (acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, gas, ente otros) que se consuman en la infraestructura, salvo cuando dichos servicios estén a cargo directo de un comerciante por suscripción propia.
10. Cubrir o pagar directamente los costos de servicios públicos domiciliarios de las áreas comunes o infraestructura bajo su administración, salvo aquellos individualizados por contrato de los comerciantes.
11. Apoyar la supervisión contractual o convencional que designe el Municipio de Bello y las autoridades competentes, así como promover programas de capacitación para comerciantes, agricultores y artesanos, conforme a lo establecido en el Plan de Desarrollo Municipal.
12. Pagar los derechos causados por derechos de autor y demás que correspondan, excluyendo aquellos a cargo individual de los comerciantes.
13. Asegurar el acceso a las unidades sanitarias por parte de comerciantes, trabajadores y usuarios, permitiendo el cobro por su uso cuando sea operado por un tercero.
14. Verificar el cumplimiento de requisitos legales en locales destinados a restaurantes y/o cafeterías.
15. Asegurar el correcto funcionamiento de parqueaderos y unidades sanitarias, directa o indirectamente, cumpliendo las normas legales y contractuales vigentes.
16. Cumplir con las obligaciones establecidas en los capítulos IX y X del presente reglamento asociados a: cumplimiento de normas de seguridad y contratación de vigilancia, responsabilidad sobre la seguridad y conservación, coordinación con autoridades de policía, mantenimiento y conservación de las instalaciones, aseo y limpieza de las plazas de mercado, equipos y elementos de prevención y atención de emergencias, gestión ambiental y normas higiénico-sanitarias.
17. Velar por los derechos y deberes de comerciantes y usuarios.
18. Garantizar el cumplimiento de las políticas y normas en materia de seguridad industrial, seguridad social, gestión ambiental, higiene y salud, la prevención y reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos, en los términos previstos en el contrato, en este decreto y en las normas vigentes.
19. Recibir y atender las inspecciones que adelanten las entidades públicas competentes en relación con temas ambientales, de higiene y salud, seguridad, servicios públicos y bomberos y velar por cumplimiento de la normativa aplicable.



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



Dar cumplimiento de las órdenes que se impartan y en todo caso responder y pagar a su costo y por su cuenta, cualquier multa o sanción que estas autoridades apliquen por causas relacionadas por el estado o funcionamiento con la infraestructura durante la vigencia del contrato, e incluso con posterioridad a él, si las multas o sanciones son producto de conductas realizadas durante la vigencia del contrato.

Si la responsabilidad se deriva del titular de un local, modulo u otros, deberá asignarse esta responsabilidad a estos titulares y no al operador de la Plaza de Mercado.

20. Proteger la seguridad de las zonas de almacenamiento, equipos, usuarios y demás personas que accedan a la infraestructura.
21. Implementar y hacer cumplir el plan de sectorización, regularización y manejo de la infraestructura, y mantener actualizados los registros de la Plaza de Mercado.
22. Abstenerse de modificar el uso de las áreas establecidas sin autorización previa del Municipio de Bello, conforme al plan de sectorización aprobado.
23. Asegurar que las áreas comunes sean utilizadas en condiciones seguras para todos los usuarios.
24. Mantener indemne al Municipio de Bello ante cualquier reclamación judicial o extrajudicial derivada de su gestión u operación.
25. Abstenerse de modificar el uso que se les asigna a las instalaciones de la Plaza de Mercado, en el plan de sectorización, regularización y manejo de la infraestructura, a las áreas destinadas a espacios comerciales, espacios no comerciales, restaurantes y/o cafeterías, baños y demás; de manera eventual se podrá autorizar, previa revisión por parte del Municipio, del proyecto de modificación
26. Solicitar autorización previa, expresa y escrita al Municipio de Bello para cualquier intervención o mejora en la infraestructura, entregando soporte técnico y jurídico, incluyendo garantías y pólizas correspondientes.
27. Restituir la infraestructura y sus mejoras al Municipio de Bello al finalizar el convenio en caso de terminación anticipada, o revocatoria de la autorización, sin derecho a compensación o indemnización.

ARTÍCULO 8. Obligaciones del operador o gestor en relación con los contratos de aprovechamiento económico para espacios, locales, bodegas y puestos comerciales con terceros, es decir, que se establezcan contractualmente entre el operador y los comerciantes y/o terceros:

1. Revisar y verificar la documentación y elaborar los contratos con terceros de aprovechamiento económico de uso de locales comerciales, restaurantes, zonas de almacenamiento y baños y demás áreas, acorde con las tarifas establecidas por el municipio de Bello.
2. Realizar seguimiento y supervisión de la ejecución de los contratos con comerciantes.
3. Asegurar el pago oportuno de los servicios públicos domiciliarios (acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, gas, etc.) que se consuman y estén a cargo directo del comerciante por suscripción propia.
4. Asegurar el pago proveniente de la tasa de seguridad en Antioquia, que se cobra a través de la factura de energía.

Dicha tasa se calcula según el consumo de energía (kWh) y el tipo de usuario (residencial, comercial o industrial). Donde se aplica una tarifa específica por kWh, multiplicada por la Unidad de Valor Tributario (UVT).

5. Recaudar las contraprestaciones económicas por uso de espacios conforme a los contratos vigentes, y consignar los dineros al tesoro municipal en las oficinas autorizadas para el recaudo.
6. Cumplir con las obligaciones propias del régimen jurídico aplicable al contrato celebrado con los comerciantes, así como al presente reglamento.

PARÁGRAFO: Entre el Municipio de Bello y el operador se establecerá una relación convencional, sujeta al régimen jurídico aplicable a este tipo de bienes públicos. Entre el operador y el comerciante o tercero se establecerá una relación contractual.

Los asuntos derivados del contrato estarán regulados por el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana (Ley 1801 de 2016), los acuerdos municipales, decretos reglamentarios, normas técnicas ambientales, sanitarias, y demás disposiciones locales que regulen el uso de bienes públicos, espacio público, el funcionamiento de la Plaza de Mercado y los lineamientos emitidos por la Secretaría competente del Municipio de Bello.

ARTÍCULO 9. Son derechos de los comerciantes o terceros en Plaza de Mercado Pública, además de los contenidos en el contrato respectivo, los siguientes:

1. Hacer uso del puesto, local o bodega, según la destinación permitida, mientras cumpla con las ubicaciones asignadas y en especial el pago de la contraprestación establecida.
2. Disponer o contar con los servicios públicos, siempre y cuando efectúe el pago respectivo.

3. Realizar mejoras y adecuaciones necesarias al interior del puesto, local o bodega, siempre que cuente con el concepto favorable y autorización del operador, siempre que no se afecte la estructura portante de la edificación, la estética y la seguridad de las personas y/o cosas, no se altere la destinación y uso normal del puesto, local o bodega, así como la no afectación en áreas de uso común.

Para tales efectos, el operador deberá llevar el control y registro de las mejoras realizadas e informar de éstas y su valor a la Secretaría General. En todo caso, se seguirá lo establecido en los artículos 679, 682 y 860 del Código Civil.

4. Ser tratado con respeto y dignidad, así como respetar el buen nombre.
5. Gozar de iguales condiciones con los demás comerciantes en plaza de mercado.
6. Respeto a su buen nombre.
7. Hacer solicitudes, peticiones y recomendaciones respetuosas, a través de los medios destinados para este fin.
8. Acceder a la información que requiera para la logística o abastecimiento de su local.
9. Los demás consagradas en la Constitución Política de Colombia y la Ley.

ARTÍCULO 10. Son deberes de los comerciantes, aprovechadores del espacio o terceros en plaza de mercado pública de Bello, los que adelante se señalan con base en los artículos 87, 92, 93, 94, 110 y 111 de la Ley 1801 de 2016 y las normas que lo modifiquen o complementen, los siguientes:

1. Pagar la retribución económica correspondiente en la periodicidad acordada, por el uso del local, puesto o bodega, de acuerdo con lo previsto en el respectivo contrato.
2. Pagar los servicios públicos correspondientes.
3. Solicitar autorización previa y mediante escrito al operador o gestor de la plaza de mercado para realizar cualquier mejora al interior del local, puesto o bodega.

Una vez recibida la solicitud, el operador decidirá si se aprueban o no las mejoras a realizar. Hasta tanto el comerciante no cuente con la aprobación, no podrá adelantar obras. A las mejoras se les dará el tratamiento dispuesto en los artículos 658 y 660 del Código Civil Colombiano.



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



SC-CER-14086

Las mejoras realizadas por los comerciantes no generarán erogación alguna para el propietario o administrador del inmueble, ni reconocimiento de suma alguna al comerciante por las mismas.

4. Mantener vigentes las certificaciones, conforme a los requerimientos de la autoridad sanitaria competente y las constancias de capacitación en manejo adecuado de alimentos en los casos que aplique, tanto del asignatario como de sus dependientes.
5. Apoyar y acatar las medidas higiénico-sanitarias y ambientales que se adoptan en este reglamento y las que se expidan para el efecto.
6. Acatar las disposiciones sobre el adecuado funcionamiento de las zonas de cargue y descargue de la plaza de mercado, incluyendo horarios y condiciones higiénico-sanitarias.
7. Cumplir con las actividades derivadas del Plan de Saneamiento Básico PSB- que incluye los programas de limpieza y desinfección, manejo adecuado de residuos, control de plagas y manejo adecuado del agua potable atribuidos al puesto, local o bodega y coadyuvar en la implementación del PSB de la Plaza de Mercado.
8. Mantener los equipos de patrón de medición sujeto a reglamento técnico o norma metrológica acordes a los estándares establecidos, así como permitir que se realicen los respectivos controles periódicos o aleatorios por parte de las autoridades competentes sobre los equipos que usa o mantiene.
9. Comercializar en el local artículos de buena calidad, con registro sanitarios y fechas de vencimiento vigentes en los productos que aplican.
10. Acatar las medidas y protocolos establecidos por la Secretaría de Innovación y Desarrollo económico o quien haga sus veces, para la atención de emergencias sanitarias, ambientales o de cualquier tipo de necesidades en la Plaza de Mercado.
11. Adoptar en los espacios, puestos, locales o bodegas, los protocolos de imagen corporativa determinados por el Municipio de Bello o el operador y los específicos de la plaza de mercado.
12. Darle cumplimiento a lo establecido en la Resolución No. 1956 de 2008 del Ministerio de la Protección Social y Ley 1335 de 2009 modificada por la Ley 1801 de 2016.
13. Respetar las áreas destinadas para libre movilización de los comerciantes, usuarios y vehículos.

PARÁGRAFO. A través de las Secretarías de Salud y la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, se podrán crear programas, beneficios e incentivos, cuando ello sea necesario, para el mejoramiento gradual de las condiciones de calidad en la prestación del servicio y de los bienes ofrecidos, en particular lo relativo a la manipulación de alimentos, condiciones higiénico-sanitarias, certificaciones, manejo de residuos y vertimientos.

ARTÍCULO 11. Son prohibiciones para los comerciantes o terceros o contratistas en Plaza de Mercado Pública, las contempladas en los artículos 92, 93, 94, 110 y 111 de la Ley 1801 de 2016, y las normas posteriores que lo modifiquen o complementen, así como los siguientes:

1. Pregonar directamente o por intermedio de otras personas de viva voz o con la utilización de equipos de perifoneo la comercialización de productos.
2. Ceder, arrendar, subarrendar, o realizar cualquier otro acto de disposición que implique la entrega, permiso, autorización y demás acciones para que un tercero haga aprovechamiento económico sobre el local puesto o bodega.
3. Comercializar en el establecimiento artículos de mala calidad, caducados o adulterados que puedan constituir peligro para la salud pública.
4. Comercializar, facilitar, almacenar, prestar, empeñar, guardar, tener o poseer elementos, sustancias o bienes de procedencia ilícita, drogas o sustancias prohibidas por la normativa vigente o las autoridades competentes.
5. La instalación de redes y servicios eléctricos, hidráulicos, sanitarios o gasoductos a las redes comunitarias de la plaza o a otros espacios, puestos, locales o bodegas.

El trámite e instalación de servicios públicos en puestos, locales o bodegas por cuenta del comerciante se deben realizar con autorización del operador previo estudio del caso.

6. Adulterar, dañar o modificar los medidores que instalen las empresas de servicios públicos para cada uno de los puestos, locales o bodegas y/o los comunes de la plaza, o incurrir en defraudación de fluidos.
7. Abandonar el puesto, local y bodega por más de quince (15) días calendario sin que medie justa causa, o sin que exista autorización alguna por parte del operador.
8. Arrojar residuos sólidos y escombros en sitios de uso público, no acordados ni autorizados por autoridad competente o disponer los residuos en horarios no autorizados o en sitios diferentes y/o usar inadecuadamente los recipientes o demás elementos dispuestos para depositar los residuos.

9. Arrojar en lavaplatos, sifones, sumideros y redes de alcantarillado, acueducto y de aguas lluvias, cualquier objeto, aceites vegetales usados, grasas, sustancias, residuos, escombros, lodos, residuos y vertimientos sin proceso de control, generados por el manejo de productos cárnicos, combustibles y lubricantes, que alteren, contaminen u obstruyan el normal funcionamiento del sistema.
10. Realizar actividades relacionadas con el mantenimiento de vehículos en las áreas de descargue o parqueadero, donde se pueden generar el derrame de residuos peligrosos y/o especiales provenientes de lubricantes, corrosivos, entre otros.
11. Realizar actividades comerciales o venta de productos en las áreas o muelles de descargue y/o parqueaderos.
12. Comercializar, almacenar, poseer o tener especies de flora o fauna que ofrezcan peligro para la integridad y la salud.
13. Mantener, comercializar, traficar o realizar actos de tenencia ilegal de animales vivos pertenecientes a la fauna silvestre o fauna doméstica.

PARÁGRAFO: Los deberes y prohibiciones a los comerciantes en la Plaza de Mercado Pública establecidos en el presente capítulo, son igualmente extensivos a los dependientes de los comerciantes y demás personas que tengan relación directa o indirecta con las actividades propias de la Plaza de Mercado Pública.

CAPÍTULO 3

DE LA SELECCIÓN DE TERCEROS COMERCIANTES O TERCEROS PARA LA OCUPACIÓN DE LOCALES Y ESPACIOS EN LA PLAZA DE MERCADO PÚBLICA MEDIANTE CONTRATO DE APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE ESPACIO PÚBLICO

ARTÍCULO 12. La Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del Municipio de Bello, será la dependencia encargada de la administración de la Plaza de Mercado Pública de propiedad municipal. Estas actividades de gestión podrán realizarse mediante la celebración de convenios y/o contratos con terceros.

En el marco de estas funciones, la asignación preferencial de locales, puestos, bodegas etc. comerciales para su aprovechamiento económico, mediante contrato, se hará bajo el siguiente orden de priorización:

- 1) Comerciantes reconocidos en la Resolución municipal Nro. 202100002029 y demás normas complementarias, con derecho a retornar en la Plaza de Mercado del municipio.

- 2) Productores agrícolas del municipio de Bello, que acrediten tal calidad ante la Dirección de Desarrollo Rural o la Dirección de Seguridad Alimentaria y Nutricional.
- 3) Productores agrícolas del municipio de Bello vinculados a programas o proyectos desarrollados por organizaciones internacionales o por entidades del orden nacional, departamental o municipal, que manifiesten su intención de participar en la comercialización dentro de dicha plaza.
- 4) Productores agrícolas o de alimentos procesados, orgánicos o provenientes de agricultura, que participen en iniciativas promovidas por la Administración Municipal de Bello.
- 5) Comerciantes que hayan culminado y aprobado capacitaciones ofrecidas por las dependencias municipales, orientadas al desarrollo de proyectos económicos.
- 6) Comerciantes habilitados para contratar en nombre de establecimientos o locales Ancla, caracterizados por ser operados por empresas de amplia trayectoria, con solidez financiera, reconocimiento público y alto tráfico de usuarios.

PARÁGRAFO 1: Los interesados que no se encuentren dentro de los grupos de prioridad anteriormente señalados o que no resulten seleccionados en alguno de los seis (6) niveles, podrán presentar su solicitud para la asignación individual de locales comerciales con fines económicos, conforme a lo previsto en el presente decreto.

PARÁGRAFO 2: Con el objetivo de garantizar la autosostenibilidad económica y financiera de la Plaza de Mercado, el Comité de Plazas de Mercado definirá la cantidad de locales ancla y su ubicación, previa recomendación del administrador del municipio de Bello.

ARTÍCULO 13. Con el fin de asignar los espacios, puestos, locales y bodegas en las Plazas de Mercado, los interesados en obtener un contrato para el aprovechamiento económico de un puesto, local, bodega o espacio dentro de las Plazas de Mercado del Municipio de Bello deberán presentar su postulación ante la oficina del operador, adjuntando la documentación exigida para tal fin, conforme la reglamentación expedida o los términos de referencia para la selección de las propuestas.

ARTÍCULO 14. El operador o gestor autorizado de la Plaza de Mercado, siguiendo el procedimiento establecido en el manual o procedimiento establecido que regule dicho proceso, será el responsable de revisar, validar, calificar y evaluar cada solicitud recibida para el aprovechamiento económico del espacio dentro de la plaza de mercado.

ARTÍCULO 15. Cuando una solicitud resulte aprobada, se conformará un expediente precontractual que incluirá toda la información y documentos requeridos para la elaboración y posterior firma del contrato respectivo.

Para la entrega del puesto, local o bodega asignado, el operador levantará un acta detallada de entrega.

ARTÍCULO 16. La radicación y trámite de las solicitudes para la asignación de puestos, locales o bodegas en la Plaza de Mercado del Municipio de Bello serán totalmente gratuitos y no requerirán intermediarios.

CAPÍTULO 4.
TERMINACIÓN DEL CONVENIO Y DE LOS ACTOS Y CONTRATOS
DERIVADOS CON TERCEROS

ARTÍCULO 17. El convenio y/o contratos celebrados para la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello finalizará, de manera ordinaria, al cumplirse el plazo pactado, momento en el que debe efectuarse la devolución de la infraestructura del inmueble. Lo anterior, sin perjuicio de las causales de terminación anticipada que se establezcan en el respectivo contrato, convenio o en la ley.

Adicionalmente, en el marco del inciso 4 del artículo 110 de la Ley 489 de 1998, el municipio de Bello, por motivos de interés público o social y en cualquier tiempo, podrá revocar o dar por terminada la autorización que ha atribuido a los particulares para el ejercicio de las funciones administrativas.

En todo caso la revocación o terminación del convenio y la avocación de funciones es independiente de las cláusulas excepcionales que se pacten en el convenio respectivo con el particular, conforme a lo dispuestos en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998. En todo caso no serán excluyentes.

PARÁGRAFO: La revocatoria o terminación de la autorización, es una facultad especial y discrecional, porque la autoridad municipal deberá valorar la razonabilidad, oportunidad y conveniencia revocar o para retomar el ejercicio de la función respectiva, ponderando las circunstancias o motivos de interés público o social.

La Administración Municipal de Bello, en su calidad de propietaria del bien inmueble, podrá adelantar proyectos de inversión previstos en el Plan de Desarrollo Municipal que impliquen reformas, remodelaciones, modernizaciones o intervenciones integrales —parciales o totales— en la Plaza de Mercado.

En tales casos, la ejecución del contrato y/o convenio podrá ser suspendida o dada por terminada durante el tiempo que dure la intervención de la infraestructura.

PARÁGRAFO. En los eventos en que se trate de un convenio global de administración y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado, los contratos

derivados o accesorios que se suscriban con comerciantes o terceros quedarán sujetos a la misma terminación o suspensión del contrato principal.

ARTÍCULO 18. Tanto el convenio con el operador como los contratos celebrados para la administración y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello, deberán contener la cláusula de reversión de que trata la Ley 80 de 1993 y normativa aplicable, mediante la cual, al extinguirse el plazo o en caso de terminación anticipada, el operador o comerciante deberá restituir a la administración municipal la Plaza de Mercado con todas sus mejoras, sin que por ello se genere obligación de compensación económica a cargo del Municipio.

Una vez concluido el plazo del del convenio, el operador deberá realizar la devolución del inmueble, junto con todos los activos y elementos vinculados a la operación de la Plaza de Mercado Pública.

La entrega se efectuará garantizando que la infraestructura se encuentre en condiciones adecuadas de funcionamiento, libre de ocupaciones o afectaciones, y con la documentación soporte que respalde el estado en que se devuelve el bien.

Para formalizar dicha restitución, el operador o gestor autorizado estará obligado a presentar:

- 1. Relación detallada de bienes:** Documento con la descripción completa de la infraestructura y de las intervenciones, adecuaciones o mejoras realizadas durante la ejecución del contrato.
- 2. Informe técnico de mantenimientos:** Reporte avalado por el supervisor del contrato donde se especifiquen los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo ejecutados.
- 3. Acta de estado final:** Documento aprobado por el supervisor, que describa de manera precisa las condiciones físicas y funcionales del inmueble y de los activos que lo integran.
- 4. Certificación de no vigencia de contratos:** Constancia expedida por el operador y validada por el supervisor, en la que se acredite que, al momento de la entrega, no existen contratos o convenios vigentes con terceros relacionados con la operación de la Plaza de Mercado.
- 5. Archivo administrativo actualizado:** Entrega de los registros, libros y demás documentos que den cuenta de la gestión adelantada durante la vigencia del contrato.

ARTÍCULO 19. Además de las causales establecidas en la ley, en el respectivo contrato, convenio o reglamento, para la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público dentro de la Plaza de Mercado



20260415133654123223140

Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



ISO 9001
SC-CER140682



Pública del Municipio de Bello, podrán darse por terminados sin derecho a indemnización en los siguientes casos:

1. Cumplimiento del plazo pactado.
2. Terminación anticipada por mutuo acuerdo entre las partes.
3. Fallecimiento del comerciante titular del contrato.
4. Destrucción total o parcial de la Plaza de Mercado causada por desastres naturales o eventos antrópicos que impidan su operación.
5. Incumplimiento de los deberes contractuales o realización de actos prohibidos en este reglamento o en la normativa vigente, respetando en todo caso el debido proceso.
6. Actos de disposición, cesión o uso indebido de los espacios asignados sin autorización expresa del Municipio.
7. Ejecución de planes o programas de regularización, reorganización o manejo integral de la Plaza de Mercado que requieran la reubicación o terminación de contratos, previa oferta de alternativas que garanticen la continuidad de la actividad comercial.
8. Obstrucción o negativa a permitir visitas de verificación, inspecciones o revisiones de control, así como la falta de entrega de documentos o elementos requeridos para la supervisión del contrato, situación que será registrada en acta.
9. Incurrir en comportamientos contrarios a la convivencia, descritos y tipificados en la Ley 1801 de 2016, y en conductas tipificadas como delitos.
10. Desarrollo de proyectos de inversión por parte del Municipio de Bello, incluidos en el Plan de Desarrollo Municipal, que impliquen remodelaciones, modernizaciones, reformas o intervenciones integrales de la Plaza de Mercado y que exijan suspender o finalizar el contrato durante la ejecución de dichas obras.
11. Por sentencia judicial

ARTÍCULO 20. La terminación del convenio y/o contratos celebrados para el uso de puestos, espacios, locales, o bodegas dentro de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello podrá darse por mutuo acuerdo entre las partes, la ley o por las causales señaladas en el artículo 19 del presente reglamento.

El procedimiento aplicable será el siguiente:

1. Terminación del convenio por mutuo acuerdo del convenio

Cuando el operador decida, por voluntad propia y sin importar la causa, finalizar el convenio de administración y aprovechamiento económico, deberá notificarlo por escrito a la Administración Municipal. Una vez recibida la solicitud, se evaluará el cumplimiento de las obligaciones contractuales y la situación financiera derivada del convenio.

2. Terminación por mutuo acuerdo del contrato de aprovechamiento económico suscrito con el comerciante

Cuando el comerciante decida, por voluntad propia y sin importar la causa, finalizar el contrato de aprovechamiento económico, deberá notificarlo por escrito al operador de la Plaza de Mercado.

Una vez recibida la solicitud, se evaluará el cumplimiento de las obligaciones contractuales y la situación financiera derivada del contrato.

Si se determina viable la terminación, se procederá a recibir el puesto, local o bodega mediante la elaboración de un acta en la que se deje constancia del estado físico del espacio, sus accesorios, mobiliario, estado de pago de los servicios públicos y liquidación de las obligaciones económicas pendientes. Posteriormente, se suscribirá la minuta de terminación anticipada del contrato o convenio.

3. Terminación por incumplimiento del contrato de aprovechamiento económico suscrito con el comerciante

Cuando exista incumplimiento de los deberes y obligaciones por parte del comerciante o aprovechador del espacio público, previstos en el presente reglamento o en el respectivo contrato o convenio, se aplicará el procedimiento prescrito en la ley.

En caso de que el comerciante no realice la restitución voluntaria del puesto, local o bodega, el operador adelantará las gestiones prejudiciales y judiciales necesarias para obtener la recuperación del inmueble.

4. Por orden judicial

**CAPÍTULO 5
PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES**

ARTÍCULO 21. En el marco de la Ley 489 de 1998 artículo 110 la regulación, el control, la vigilancia y la orientación administrativa corresponderán en todo momento, dentro del marco legal a la entidad territorial, y, en consecuencia, deberá impartir las instrucciones y directrices necesarias para su ejercicio.



20260415133654123223140
Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



La verificación del cumplimiento de las disposiciones contenidas en este reglamento será responsabilidad de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del Municipio de Bello, quien tendrá las funciones de inspección, vigilancia y control.

PARÁGARFO. Conforme a Ley 1150 de 2007 artículo 21, los jefes y representantes legales, en ningún caso quedarán exonerados del deber de control y vigilancia de los contratos en todas sus etapas.

ARTÍCULO 22. Las conductas u omisiones que vulneren las disposiciones de este reglamento, los deberes contractuales o las prohibiciones aquí establecidas generarán la aplicación de medidas contractuales tales como sanciones, multas o demás acciones previstas frente al incumplimiento de obligaciones.

Adicionalmente, podrán imponerse medidas correctivas de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1801 de 2016 (Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana) y en otras normas especiales que regulen las actividades económicas desarrolladas en las Plazas de Mercado.

En todo caso, el operador estará facultado para requerir al comerciante la inmediata cesación del comportamiento contrario a la normativa, sin perjuicio de la aplicación de sanciones o medidas adicionales que resulten procedentes.

TÍTULO III. DE LOS COMITÉS, CONTROVERSIAS, SEGURIDAD, GESTIÓN AMBIENTAL Y PLANES

CAPÍTULO 1 COMITÉ DE PLAZAS DE MERCADO Y SUS FUNCIONES

ARTÍCULO 23. Con el objetivo de promover la participación de los diferentes actores en la gestión de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello, se Crea El Comité de Plazas de Mercado. Este comité tendrá la función de apoyar a la administración de la plaza en la solución de problemáticas operativas, la mejora de la convivencia, el fortalecimiento de la identidad cultural y tradicional, y la formulación de estrategias de promoción y mercadeo, y en general el crecimiento y desarrollo de la Plaza.

ARTÍCULO 24. El Comité estará integrado por los siguientes servidores públicos, cuya participación es indelegable.

1. El Secretario (a) de Innovación y Desarrollo Económico, cuya participación será indelegable.
2. El Secretario (a) de Seguridad y Convivencia Ciudadana.

- 3. El Secretario (a) de Hacienda.
- 4. El Director (a) Técnico (a) de Desarrollo Rural y Agropecuario, adscrito a la Secretaría de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural.
- 5. El Representante Legal del operador.
- 6. Dos representantes elegidos por los comerciantes de la Plaza de Mercado, quienes tendrán sus respectivos suplentes.

Podrán participar en calidad de invitados:

- 1. El Secretario (a) de Inclusión Social, Familia y Participación Ciudadana
- 2. El Secretario (a) General
- 3. El Secretario (a) de Salud
- 4. El Director (a) Técnico (a) de Seguridad Alimentaria y Nutricional, adscrita al Despacho Alcalde.
- 5. El Secretario (a) de Medio Ambiente.

El operador o gestor autorizado de la Plaza, o la persona que este designe, ejercerá las funciones de Secretaría Técnica del Comité, elaborará las actas de cada reunión y llevará su archivo en orden consecutivo.

ARTÍCULO 25. El Comité tendrá las siguientes funciones:

- 1. Hacer recomendaciones para la buena administración de la plaza.
- 2. Recomendar soluciones a conflictos relacionados con convivencia, seguridad, bioseguridad, higiene y mantenimiento.
- 3. Definir, previa recomendación del operador, la cantidad de locales ancla y su ubicación.
- 4. Sugerir mecanismos alternativos de solución de conflictos.
- 5. Servir de canal de comunicación entre el Municipio, el supervisor del contrato, el operador y los comerciantes.
- 6. Proponer al operador la realización de actividades culturales, turísticas, gastronómicas y recreativas para fortalecer la identidad de la plaza.
- 7. Fomentar la participación en programas de capacitación y formación empresarial.

8. Impulsar estrategias de asociatividad entre comerciantes y promover compras colectivas.
9. Promover ruedas de negocios con los comerciantes de la plaza.
10. Recomendar al operador la realización de actividades tendientes a incentivar la compra directa a campesinos del Municipio, reduciendo intermediarios y logrando mejores precios para los consumidores.
11. Fomentar el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la gestión comercial.
12. Apoyar la implementación de políticas de sostenibilidad de la Alcaldía.
13. Cumplir y colaborar en la implementación de este reglamento.
14. Articular acciones con las políticas públicas de seguridad alimentaria y sistemas agroalimentarios.
15. Elaborar su propio reglamento interno, acorde con las atribuciones de este reglamento.

PARÁGRAFO. Las decisiones del Comité se procurarán adoptar por consenso; en caso de desacuerdo, se definirá por mayoría simple de votos.

ARTÍCULO 26. La elección de los representantes de los comerciantes se realizará mediante convocatoria pública adelantada por la Administración Municipal a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, de conformidad con los principios de participación, transparencia, igualdad y debido proceso.

La elección será por votación de los comerciantes debidamente habilitados, resultandos elegidos quienes obtengan el mayor número de votos (mayoría simple).

En caso de empate, la designación se resolverá mediante sorteo público, utilizando el sistema de balotas o mecanismo equivalente, del cual se dejará constancia en acta.

El período de los representantes será de dos (2) años, contados a partir de la fecha de su elección, y podrán ser reelegidos por un (1) período adicional, siempre que mantengan el cumplimiento de los requisitos exigidos.

ARTÍCULO 27. Podrán postularse como representantes de los comerciantes únicamente quienes, al momento de la postulación y durante el ejercicio de la representación, cumplan con los siguientes requisitos:

1. Ser asignatarios vigentes de un puesto, local o bodega en la respectiva plaza de mercado.

- 2. Contar con contrato de aprovechamiento económico vigente.
- 3. Estar al día en el cumplimiento de las obligaciones económicas derivadas del contrato.
- 4. No registrar sanciones disciplinarias o contractuales vigentes.

ARTÍCULO 28. Los representantes de los comerciantes tendrán las siguientes atribuciones, sin que en ningún caso impliquen ejercicio de funciones públicas, ni sustitución de las competencias de la Administración Municipal:

- 1. Actuar como canal de comunicación entre los comerciantes y la Administración Municipal o el operador con convenio de administración y aprovechamiento económico.
- 2. Presentar de manera organizada y documentada las inquietudes, propuestas y solicitudes de las comerciantes relacionadas con la operación y funcionamiento de la plaza de mercado.
- 3. Participar en espacios de diálogo, mesas de trabajo o comités que se convoquen en relación con la gestión de la plaza, cuando sean invitados por la Administración Municipal o el operador.
- 4. Promover el cumplimiento de las normas internas, contractuales y de convivencia aplicables a la plaza de mercado.
- 5. Apoyar las acciones orientadas a la preservación de los usos tradicionales y la función social de la plaza de mercado.
- 6. Informar oportunamente a los comerciantes sobre las decisiones, lineamientos o medidas adoptadas por la Administración Municipal o el operador que afecten el funcionamiento de la plaza.

ARTÍCULO 29. Los representantes de los comerciantes perderán su calidad de tales cuando se configure cualquiera de las siguientes causales, las cuales deberán ser verificadas y declaradas por la Administración Municipal mediante el procedimiento correspondiente:

- a) Terminación, suspensión o vencimiento del contrato de aprovechamiento económico
- b) Pérdida de la calidad de asignatario del puesto, local o bodega.
- c) Incumplimiento de las obligaciones económicas derivadas del contrato.
- d) Imposición de sanción disciplinaria o contractual en firme.

- e) Uso indebido de la calidad de representante para obtener beneficios particulares o para afectar los derechos de otros comerciantes.
- f) Inasistencia injustificada a tres (3) reuniones consecutivas o cinco (5) alternadas a las que haya sido formalmente convocado.
- g) Renuncia expresa presentada por escrito.
- h) Fallecimiento.

PARÁGRAFO. Configurada cualquiera de las causales anteriores, se procederá a la designación del suplente para el tiempo restante del período, o a la convocatoria de un nuevo proceso de elección, según corresponda.

ARTÍCULO 30. El Comité de la Plaza de Mercado se reunirá de manera ordinaria al menos dos (2) veces al año y, de forma extraordinaria, cuando las circunstancias lo exijan o así lo solicite la Administración Municipal.

Las convocatorias serán realizadas por el operador del contrato de aprovechamiento económico, con una antelación mínima de setenta y dos (72) horas, mediante comunicación personal, correo electrónico o cualquier otro medio idóneo que garantice la notificación efectiva, en la cual se deberá indicar de manera clara el objeto de la reunión, el lugar, la fecha y la hora de su realización.

ARTÍCULO 31. El Comité de la Plaza de Mercado tendrá carácter consultivo, participativo y de articulación, y en ningún caso ejercerá funciones administrativas, decisorias, contractuales o de autoridad.

Las recomendaciones, conceptos o propuestas que formule no serán vinculantes y no sustituirán las competencias propias de la Administración Municipal ni del operador del contrato de aprovechamiento económico.

ARTÍCULO 32. El Comité de la Plaza de Mercado sesionará válidamente con la asistencia de la mayoría simple de sus integrantes.

Las decisiones, recomendaciones o conclusiones del Comité se adoptarán por mayoría simple de los asistentes y se consignarán en actas suscritas por quienes participen en la respectiva sesión.

En caso de empate, el asunto se dejará como recomendación no consensuada, sin que ello impida a la Administración Municipal o al operador adoptar las decisiones que correspondan dentro de sus competencias.

PARÁGRAFO. La inasistencia de alguno de los integrantes debidamente convocados no afectará la validez de las sesiones ni de las recomendaciones adoptadas, siempre que se cumpla el quórum establecido.

CAPÍTULO 2

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS Y MEDIDAS DE PREVENCIÓN

ARTÍCULO 33. Cuando surjan diferencias o disputas entre los comerciantes o entre estos y otros actores que intervienen en la operación de la Plaza de Mercado, y estas no puedan resolverse de manera directa, cualquiera de las partes podrá solicitar la convocatoria del Comité de Plazas de Mercado. Dicho Comité tendrá la función de servir como espacio de mediación y concertación para buscar soluciones conjuntas.

Si, pese a la intervención del Comité, no se logra un acuerdo o solución definitiva, la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o operador de la Plaza podrán acudir a las instancias de policía, administrativas o judiciales competentes para resolver el conflicto conforme a la ley.

ARTÍCULO 34. La Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o el operador, dentro del marco de sus competencias (legales o convencionales)., podrá adoptar medidas preventivas con el fin de garantizar la seguridad, la convivencia pacífica y la continuidad de la actividad económica dentro de la Plaza de Mercado.

Entre las causales que pueden motivar estas medidas se encuentran:

a) Abandono de espacio asignado

Se considerará que un puesto, local o bodega ha sido abandonado cuando el comerciante interrumpe sus actividades comerciales por un período de quince días calendario sin justificación escrita ni aviso previo. La inactividad o el incumplimiento del horario de atención también se considerarán abandono.

Dentro de los primeros quince días calendario, se enviará una comunicación o notificación escrita por correo certificado solicitando la reactivación de la actividad comercial, pudiendo designarse un dependiente.

Si en los cinco días hábiles siguientes no se obtiene respuesta, se remitirá un segundo y último requerimiento por escrito.

Persistiendo la inactividad, se declarará el abandono del espacio y se programará la apertura del local para inventariar los objetos encontrados, almacenar productos no perecederos, disponer de los productos descompuestos y notificar al comerciante sobre la diligencia realizada.

La firma del contrato de aprovechamiento económico implicará la aceptación expresa de la cláusula de abandono, que autoriza a la administración a realizar la apertura preventiva del espacio.

b) Almacenamiento de productos no perecederos

En los casos en que la diligencia de apertura derive en el almacenamiento de productos no perecederos:

Se enviará comunicación escrita al comerciante dentro del mes siguiente, indicándole que cuenta con un plazo máximo de dos meses para retirar los productos.

La notificación se enviará por correo certificado a la dirección registrada en el contrato o recibos de prestación del servicio y a cualquier otra dirección conocida.

Vencido el plazo sin retiro de los productos, se declarará el abandono de estos.

En ausencia de elementos almacenados, el puesto, local o bodega será clasificado como disponible y se abrirá el proceso de postulación para una nueva asignación.

CAPÍTULO 3
SEGURIDAD Y CONSERVACIÓN DE LAS PLAZAS DE MERCADO

ARTÍCULO 35. Cuando la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de una Plaza de Mercado sea delegada a un tercero mediante un convenio el particular o tercero, asumirá la obligación de proteger y garantizar la adecuada conservación de todas las áreas, instalaciones, bienes y equipamientos que integran la plaza.

Para el cumplimiento de esta obligación, el operador deberá:

- a) Coordinar acciones conjuntas con las autoridades locales de seguridad y convivencia, organismos de gestión del riesgo, autoridades sanitarias y demás entidades competentes.
- b) Implementar planes de prevención de incidentes, control de emergencias y protocolos de seguridad integral dentro de la Plaza de Mercado.
- c) Involucrar de manera activa a los comerciantes, trabajadores y comunidad aledaña en la construcción y ejecución de dichas estrategias.
- d) La obligación de desarrollar y mantener estas actividades deberá consignarse expresamente en el contrato o convenio de administración y aprovechamiento económico suscrito con el Municipio de Bello.

ARTÍCULO 36. Cuando la administración, operación, conservación y aprovechamiento económico de una Plaza de Mercado sea entregada a un tercero mediante convenio, el operador deberá garantizar condiciones adecuadas de seguridad para el normal funcionamiento del establecimiento.

Para tal efecto, será obligatorio contratar los servicios de una empresa de seguridad y vigilancia privada que se encuentre debidamente autorizada y certificada por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, lo cual deberá estipularse expresamente en el convenio de administración y aprovechamiento económico.

El servicio de vigilancia contratado tendrá la función principal de salvaguardar la seguridad general de las instalaciones físicas de la Plaza de Mercado. En consecuencia, ni la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico de Bello, ni el operador ni la empresa de seguridad serán responsables por la custodia de títulos valores, dinero en efectivo u otros bienes de carácter personal o particular que permanezcan en los puestos, locales o bodegas.

Esta disposición deberá quedar incluida en los contratos que se suscriban con la empresa prestadora del servicio de vigilancia, con el fin de delimitar claramente el alcance de la seguridad ofrecida en la Plaza de Mercado.

ARTÍCULO 37. En los casos en que la seguridad interna o externa de la Plaza de Mercado lo requiera, y tratándose de bienes protegidos conforme al artículo 139 de la Ley 1801 de 2016 – Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana –, el operador deberá coordinar con las autoridades de policía las acciones necesarias para garantizar el orden y la protección de las instalaciones.

Dichas acciones se llevarán a cabo bajo los lineamientos del Comité Operativo de Seguridad de la Secretaría de Seguridad y Convivencia del Municipio de Bello, asegurando la intervención oportuna y conjunta en situaciones que representen riesgos para la integridad de los comerciantes, usuarios o de los bienes públicos de la plaza.

ARTÍCULO 38. El operador responsable de la administración, operación, conservación y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado estará obligado a velar permanentemente por el buen estado de la infraestructura física, equipos y demás bienes destinados a la prestación del servicio.

Deberá, asimismo, mantener visible y en correcto estado la señalización de todas las áreas, de conformidad con la normativa vigente en materia de seguridad industrial y sanitaria, con el fin de prevenir accidentes, proteger la salud de comerciantes y usuarios y evitar la contaminación de los alimentos y demás productos comercializados.

Estas obligaciones deberán consignarse expresamente en el convenio de administración y aprovechamiento económico.

ARTÍCULO 39. Cuando la gestión de la Plaza de Mercado sea entregada a un tercero particular mediante convenio de colaboración para la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico, el gestor u operador estará en la obligación de garantizar la limpieza, desinfección y adecuado mantenimiento de

CAPÍTULO 4
GESTIÓN AMBIENTAL Y NORMAS HIGIÉNICO-SANITARIAS

ARTÍCULO 41. La administración de la plaza de mercado del municipio de Bello será ejercida directamente por la administración municipal o delegada mediante convenio a un tercero, conforme a lo dispuesto en la Ley 489 de 1998.

El operador o gestor de la plaza de mercado, deberá implementar y ejecutar un plan de acción alineado con las directrices ambientales y sanitarias emitidas por las autoridades competentes. Dicho plan comprenderá, entre otros aspectos, el suministro de agua potable, el manejo y tratamiento de aguas residuales, la gestión integral de residuos sólidos ordinarios y peligrosos, la reducción de desperdicios alimentarios, la prevención de vectores y plagas, la manipulación higiénica de alimentos, la preservación de la infraestructura, la prevención de la contaminación visual, la salud y seguridad en el trabajo y el uso eficiente y racional de los recursos naturales.

ARTÍCULO 42. La Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del Municipio de Bello, o operador según corresponda, deberá garantizar la existencia de áreas destinadas a la recolección y disposición diferenciada de residuos. Estas deberán contar con rutas selectivas (eco rutas) conforme a la tipología de los residuos generados y de acuerdo con el Plan de Sectorización y Manejo de Infraestructura definido para la Plaza de Mercado, cumpliendo con la normativa ambiental vigente.

ARTÍCULO 43. La separación en la fuente, el manejo de pérdidas y desperdicios de alimentos y la disposición final de residuos se regirán por las disposiciones establecidas en la Ley 142 de 1994, Ley 1801 de 2016, Decreto 1076 de 2015 y demás normas aplicables en el Municipio de Bello.

El Plan de Manejo Integral de Residuos Sólidos específico para las Plazas de Mercado del Municipio será de obligatorio cumplimiento para operadores y comerciantes.

ARTÍCULO 44. La Plaza de Mercado deberá contar con un área especialmente destinada al almacenamiento temporal de residuos sólidos, diseñada para permitir la adecuada segregación y posterior disposición o aprovechamiento, conforme a la normatividad ambiental y sanitaria del Municipio de Bello y al Plan de Regularización de Infraestructura de la Plaza de Mercado.

ARTÍCULO 45. La administración municipal, a través de la Secretaría de Medio Ambiente y la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, en coordinación con el operador, deberá desarrollar programas de formación y sensibilización dirigidos a los comerciantes de las Plazas, con el fin de promover prácticas sostenibles en la gestión de residuos y el uso racional de recursos naturales.

ARTÍCULO 46. El operador establecerá rutas y horarios internos para la recolección de residuos, pérdidas y desperdicios alimentarios. Los comerciantes deberán cumplir, como mínimo, las siguientes obligaciones:

- Contar con recipientes adecuados para separar residuos ordinarios, orgánicos y reciclables, manteniéndolos limpios y en buen estado.
- Usar recipientes herméticos y diseñados para evitar filtraciones, acceso de plagas y derrames.
- Utilizar bolsas de colores oficiales: blanco (aprovechables), verde (orgánicos) y negro (no aprovechables).
- Entregar residuos peligrosos únicamente a gestores autorizados por las autoridades ambientales competentes.
- Cumplir estrictamente los horarios y procedimientos establecidos por la administración para la recolección interna.

ARTÍCULO 47. El operador será responsable de asegurar que la Plaza de Mercado cumplan con la legislación ambiental vigente, aplicando medidas de prevención y mitigación de impactos ambientales negativos derivados de su operación.

ARTÍCULO 48. Todo comerciante, o tercero aprovechador, deberá cumplir con los horarios y planes de recolección de residuos, participar en jornadas de aseo, control de vectores y planes de saneamiento básico, así como colaborar en la ejecución del Plan Integral de Gestión Ambiental definido para la Plaza.

ARTÍCULO 49. Los residuos de productos cárnicos deberán ser gestionados separadamente, cumpliendo con las normas sanitarias y ambientales aplicables en el Municipio de Bello. Los comerciantes asumirán los costos asociados al aprovechamiento o disposición final de estos residuos, de conformidad con la Resolución 754 de 2014 y las regulaciones municipales pertinentes.

PARÁGRAFO 1. Será obligatorio contar con los permisos, certificaciones y autorizaciones requeridas para la manipulación de alimentos, las cuales serán verificadas por las autoridades sanitarias municipales.

PARÁGRAFO 2. Los vertimientos deberán contar con permiso expedido por la autoridad ambiental competente. Cualquier adecuación locativa deberá contar con autorización previa de la administración y deberá incluir sistemas de tratamiento adecuados.

PARÁGRAFO 3. Se prohíbe el vertimiento de aguas residuales con restos animales en la red pública de alcantarillado.

PARÁGRAFO 4. Queda prohibida la práctica de desposte en las Plazas de Mercado sin el cumplimiento estricto de los requisitos sanitarios y ambientales exigidos.

ARTÍCULO 50. Cada comerciante será responsable de la limpieza y desinfección del espacio que tenga asignado y deberá contribuir al mantenimiento de la limpieza en las áreas comunes, evitando el depósito de residuos en lugares no autorizados.

ARTÍCULO 51. Los comerciantes deberán cumplir con las disposiciones ambientales y de salud pública aplicables en el Municipio de Bello, manteniendo prácticas de higiene que garanticen la salubridad de la Plaza, conforme a lo dispuesto en la Ley 1801 de 2016 y normas locales relacionadas con la convivencia y la salud pública.

ARTÍCULO 52. La Plaza de Mercado deberán observar las disposiciones establecidas en la Ley 9 de 1979, sus reglamentos complementarios y las normas sanitarias municipales vigentes que regulen la actividad comercial de alimentos y productos.

ARTÍCULO 53. Bajo ningún caso se autoriza la venta de animales dentro de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello.

CAPÍTULO 5
ELABORACIÓN DE PLANES

ARTÍCULO 54. En los convenios celebrados para la administración, operación, conservación y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello, el operador estará obligado a diseñar e implementar instrumentos documentales que definan de manera detallada la distribución y organización de los espacios físicos de cada plaza, para lo cual se obtendrá concepto previo de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico.

Dichos instrumentos deberán contemplar, entre otros aspectos: la delimitación y numeración de locales, puestos y bodegas; la ubicación de áreas de servicio; la sectorización de acuerdo con la tipología comercial; las condiciones sanitarias y ambientales exigibles; así como los estándares de seguridad industrial y salud en el trabajo. Todo ello deberá orientarse al correcto funcionamiento de las plazas y a la adecuada prestación del servicio público de abastecimiento de alimentos.

PARÁGRAFO. La numeración de puestos, locales y bodegas, así como la señalización de las áreas comunes, se realizará de forma consecutiva y bajo los lineamientos definidos en el plan de sectorización. Cualquier modificación posterior deberá ajustarse al mismo plan y contar con la aprobación del Municipio de Bello o del operador autorizado.

ARTÍCULO 55. El operador de la Plaza de Mercado elaborará e implementará un plan de acción específico que incorpore los lineamientos ambientales y sanitarios

establecidos por las autoridades competentes. Este plan deberá abordar, como mínimo:

- a) El suministro de agua potable y el vertimiento adecuado de aguas residuales.
- b) El manejo integral de residuos sólidos ordinarios y peligrosos.
- c) La prevención y control de vectores.
- d) La correcta manipulación de alimentos.
- e) La reducción de la contaminación visual.
- f) Las medidas de seguridad y salud en el trabajo.
- g) Estrategias para el ahorro y uso eficiente de los recursos.

ARTÍCULO 56. En coordinación con el Comité de Plazas de Mercado y las autoridades de seguridad del Municipio de Bello, el operador deberá formular un plan de prevención del delito y de conductas que afecten la convivencia ciudadana. Este plan deberá contemplar medidas de vigilancia, estrategias de disuasión y campañas de sensibilización para fortalecer la seguridad dentro y en los alrededores de las plazas.

ARTÍCULO 57. El operador o gestor será responsable de la elaboración, gestión e implementación de un plan integral de emergencias y contingencias para la Plaza de Mercado, con fundamento en la normatividad vigente sobre gestión del riesgo.

El plan deberá identificar amenazas, evaluar vulnerabilidades, definir protocolos de respuesta y mitigación de riesgos, e incluir:

- a) Procedimientos de evacuación.
- b) Señalización de rutas de escape y zonas seguras.
- c) Capacitación periódica a comerciantes y trabajadores.
- d) Coordinación con la Secretaría de Gestión del Riesgo de Desastres

ARTÍCULO 58. Todos los planes elaborados por el operador deberán articularse e integrarse de manera coherente, incluyendo:

- Plan de sectorización, regularización y manejo de infraestructura.
- Plan integral de gestión ambiental y de residuos sólidos.
- Plan de acción ambiental y sanitario.

- Plan de emergencias y contingencias.
- Programas de salud, seguridad industrial y en el trabajo (SST).
- Planes de prevención del delito y conductas contrarias a la convivencia.
- Plan de mantenimiento que incluya costos, presupuesto y fuentes de los recursos.

La Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del Municipio de Bello supervisará la correcta formulación, actualización y ejecución de estos planes, garantizando su alineación con la normativa municipal y nacional aplicable.

CAPÍTULO 6
DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 59. A partir de la entrada en vigor del presente reglamento, todas las disposiciones aquí establecidas, y los decretos reglamentarios posteriores que se expidan para reglamentar el funcionamiento de la plaza, así como lo dispuesto en la ley, serán la fuente normativa para la celebración de de los convenios y contratos de aprovechamiento económico que celebre el operador con terceros.

Igualmente aplica a los convenios y contratos que celebre la Alcaldía de Bello, a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico o la dependencia que haga sus veces, con los comerciantes y operadores de las Plazas de Mercado.

ARTÍCULO 60. La Alcaldía de Bello promoverá la articulación de políticas públicas y programas municipales, departamentales y nacionales orientados al fortalecimiento de las Plazas de Mercado y a la mejora de las condiciones de los comerciantes y sus familias.

Las dependencias municipales, en el marco de sus atribuciones y competencias, diseñarán estrategias para:

- a) Fortalecer la atención integral a la población comerciante.
- b) Brindar apoyo jurídico, psicosocial y capacitación técnica y empresarial.
- c) Facilitar el acceso a programas de financiamiento y microcréditos.
- d) Generar redes comerciales que amplíen el acceso a mercados locales, regionales y nacionales.
- e) Promover el emprendimiento y el desarrollo sostenible de los negocios de plaza.

La Secretaría de Seguridad y Convivencia Ciudadana, Secretaría de Inclusión Social, Familia y Participación Ciudadana, Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, la Secretaría de Salud y demás dependencias involucradas acompañarán al OPERADOR en la implementación de procesos de formación en buenas prácticas de manipulación de alimentos, gestión ambiental, normatividad

sanitaria, obtención de certificaciones y demás acciones necesarias para la adecuada operación de la Plaza de Mercado.

ARTÍCULO 61. Se adoptarán los manuales de procedimiento, formatos, minutas, instructivos, modelos y demás documentos específicos para dar cumplimiento al presente decreto.

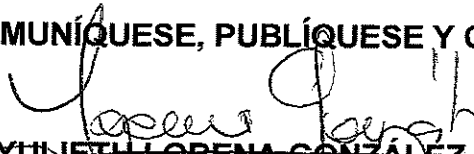
ARTÍCULO 62. Articulación de Políticas y transversalización entre dependencias del Municipio de Bello. Se llevarán a cabo acciones pertinentes para la articulación con planes, programas o proyectos de orden municipal, distrital, departamental o nacional que busquen centralizar la atención a la infraestructura de las Plazas de Mercado, la población comerciante de la Plazas de Mercado y sus familias hacia la oferta institucional orientada al cumplimiento de las normas técnicas y de salubridad, cuidado, protección y mejoramiento de su calidad de vida y de la actividad económica desempeñada, brindando acompañamiento a los comerciantes y sus grupos familiares.

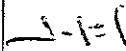
Así mismo, la Secretarías de Innovación, Inclusión Social y Desarrollo Económico, de Salud, Dirección de Desarrollo Rural y demás dependencias apoyarán al operador, en beneficio de la Plaza de Mercado y de los comerciantes, en la formulación y diseño de actividades de capacitación y formación en aspectos tales como: manejo y manipulación de alimentos, manejo de residuos y desechos, estándares de calidad para la obtención de autorizaciones, permisos y certificaciones, entre otros que sean necesarios para la adecuada prestación del servicio. Igualmente, acompañarán, en el marco de sus competencias, el diseño e implementación de los Planes definidos en este Reglamento.

ARTÍCULO 63. Con la expedición del presente reglamento, quedarán sin efecto los manuales, instructivos o reglamentos internos anteriores que regulaban aspectos de aprovechamiento y otras materias conexas a la plaza de mercado del municipio de Bello.

ARTÍCULO 64. El presente reglamento regirá a partir de la fecha de su publicación en los medios oficiales del Municipio de Bello y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNIQUESE, PUBLIQUESE Y CÚMPLASE


YULIETH LORENA GONZÁLEZ OSPINA
Alcaldesa Municipal

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Juan Félix Restrepo contratista Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico		13/04/2026



Decretos
Abril 15, 2026 13:36
Radicado 202604000140



3400000000

Proyectó:	Tatiana Sepulveda Loaiza- Técnica operativa, Subsecretaría de Gobernabilidad, Secretaría de Seguridad Y Convivencia Ciudadana		13/04/2026
Proyectó:	Carlos Eduardo Londoño Garces- Contratista Secretaría Jurídica		13/04/2026
Revisó:	Manuela Gaviria Montoya, profesional Especializada en Encargo Secretaría Jurídica		13/04/2026
Revisó	Francisco Javier Echaverri- Secretario de Hacienda		13/04/2026
Revisó:	Sigifredo Chavarriaga Sierra-Abogado contratista		13/04/2026
Revisó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		13/04/2026
Revisó:	Yamile Andrea Márquez Torres profesional Especializada Secretaria de Innovación y Desarrollo Económico		13/04/2026
Aprobó:	William Dario Montoya Cuartas- Secretario de Innovación y Desarrollo Económico		13/04/2026
Aprobó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		13/04/2026
Aprobó:	Claudia Alejandra Romero Gil- Secretaria de Seguridad y Convivencia Ciudadana		13/04/2026

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma



CERTIFICADO



1020 - Secretaría Jurídica

Bello, 15 de abril de 2026

LA SECRETARÍA DE INNOVACION Y DESARROLLO ECONOMICO

CERTIFICA:

Que una vez publicado el proyecto del Decreto "“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE BELLO Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA SU USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE ESTE ESPACIO PÚBLICO” en la página web, se evidencia que no se realizaron comentarios por parte de la ciudadanía, se adjunta pantallazo de <https://www.bello.gov.co/proyectos-de-actos-administrativos/por-medio-del-cual-se-establece-un-modelo-de-gestion>

Este certificado se expide para continuar el trámite de formalización del Decreto.

WILLIAM DARIO MONTOYA CUARTAS
Secretario

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Carlos Eduardo Londoño Garces		15/04/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

1020 - Secretaría Jurídica

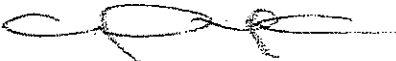
Bello, 15 de abril de 2026

LA SECRETARÍA DE INNOVACION Y DESARROLLO ECONOMICO

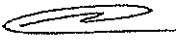
CERTIFICA:

Que una vez publicado el proyecto del Decreto "“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE BELLO Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA SU USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE ESTE ESPACIO PÚBLICO” en la página web, se evidencia que no se realizaron comentarios por parte de la ciudadanía, se adjunta pantallazo de <https://www.bello.gov.co/proyectos-de-actos-administrativos/por-medio-del-cual-se-establece-un-modelo-de-gestion>

Este certificado se expide para continuar el trámite de formalización del Decreto.



WILLIAM DARIO MONTOYA CUARTAS
Secretario

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Carlos Eduardo Londoño Garces		15/04/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

Fw: Comentarios proyecto de Decreto

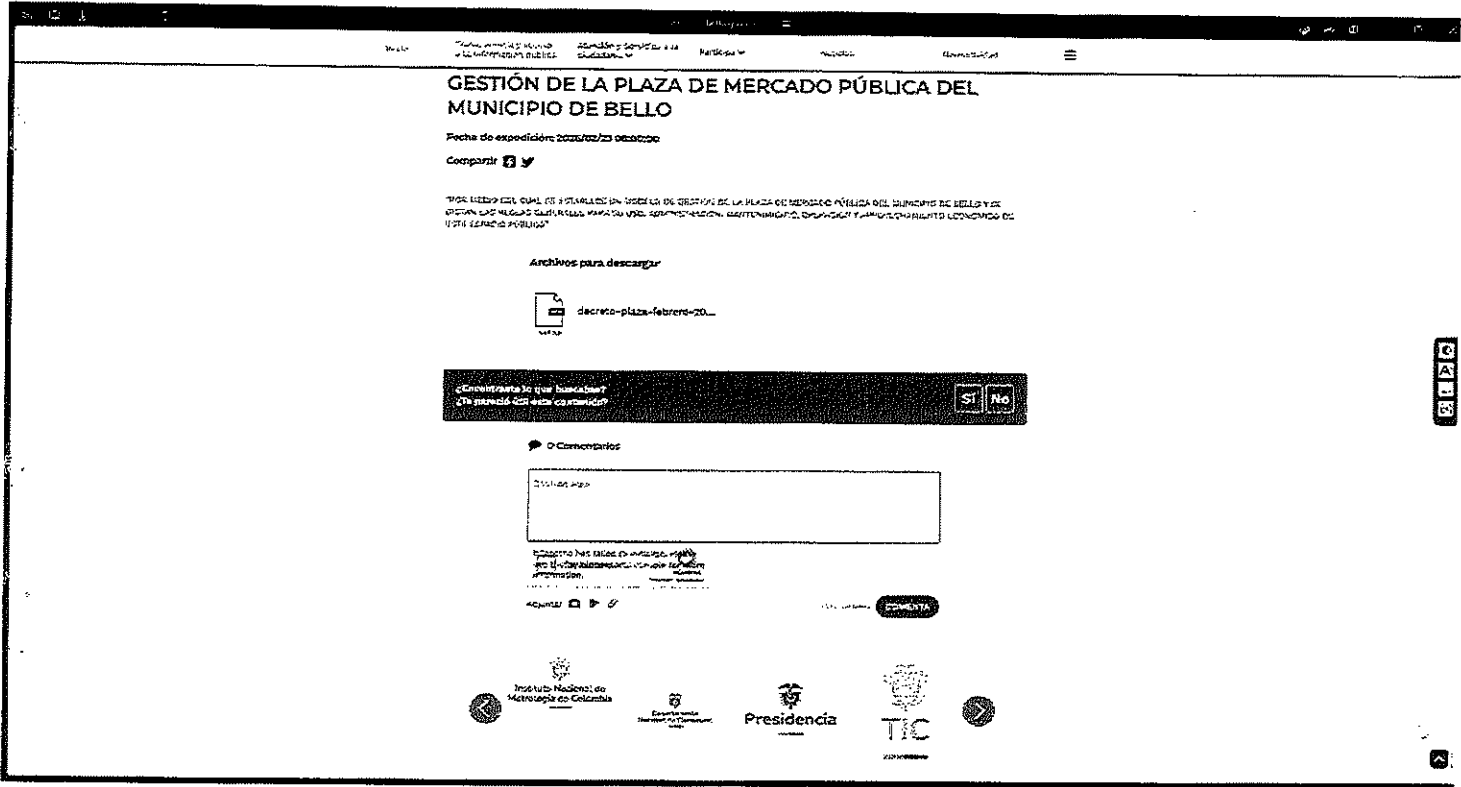
Desde Manuela Gaviria Montoya <manuela.gaviria@bello.gov.co>
Fecha Mié 08/04/2026 16:31
Para Carolina Angarita Chacon <carolina.angarita@bello.gov.co>

Obtener Outlook para iOS

De: Hernán Daniel Marín Marín <hernan.marin@bello.gov.co>
Enviado: Tuesday, March 24, 2026 2:30:46 PM
Para: Manuela Gaviria Montoya <manuela.gaviria@bello.gov.co>
Asunto: Comentarios proyecto de Decreto

Manuela, buenas tardes.

Adjunto pantallazo donde se evidencia que no se hicieron comentarios al proyecto de decreto "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE BELLO"



Cordialmente,



MEMORIA JUSTIFICATIVA



“POR MEDIO DE LA CUAL SE JUSTIFICA ACTO ADMINISTRATIVO DE CARÁCTER GENERAL

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA EL USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO”

EN LOS TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 3, 35 Y 44 DE LA LEY 1437 DE 2011, ARTÍCULOS 8 Y 45 DE LA LEY 489 DE 1998”.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BELLO

Participación Ciudadana.

Observaciones o Comentarios SI __, NO X.

(Recolección de propuestas, observaciones, comentarios, incluir una breve descripción y sus resultados.) **NO SE RECIBIERON OBSERVACIONES**

Fecha de publicación del acto : 23 de febrero del año 2026

Vencimiento del término de cinco (5) días: 28 de febrero 2026

1. Introducción.

El presente estudio tiene por objeto reglamentar el modelo de gestión del inmueble destinado a la Plaza de Mercado Pública de propiedad del Municipio de Bello, estableciendo las reglas generales para su administración, mantenimiento, operación y aprovechamiento económico como bien público, con el fin de garantizar su adecuado funcionamiento desde los puntos de vista sanitario, ambiental, económico y social, en concordancia con el Plan de Ordenamiento Territorial, el Plan de Desarrollo Municipal vigente y las competencias constitucionales y legales de la Administración Municipal.

Este instrumento busca garantizar el uso eficiente, equitativo y sostenible de los espacios comerciales de propiedad del municipio, así como contribuir al mantenimiento y adecuada administración de la infraestructura pública destinada al abastecimiento alimentario.

2. Justificación Legal



MEMORIA JUSTIFICATIVA



SC-CER143066

1. Que el artículo 63 de la Constitución Política, determina que los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables.
2. Que el artículo 209 de la Constitución Política establece que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla, con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad e imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, delegación y desconcentración de funciones.
3. Que conforme al artículo 315 de la Constitución Política de Colombia, corresponde a los alcaldes ejercer la autoridad política, administrativa y legal dentro de su jurisdicción territorial. Igualmente, confiere al alcalde la función de reglamentar mediante decretos los asuntos del municipio y velar por la adecuada administración de los bienes públicos.
4. Que el artículo 674 del Código Civil, establece que son bienes de uso público aquellos cuyo "uso" pertenece a todos los habitantes de un territorio, como el de calles, plazas, puentes y caminos. En concordancia con ello, el artículo 5 de la Ley 9 de 1989 y artículo 2.2.3.1.3 del Decreto 1077 de 2015 "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio" señalan que los bienes destinados a plazas de mercado son bienes de uso público y, por tanto, integran el espacio público municipal, conforme el artículo 2.2.3.1.5 del Decreto 1077 de 2015.
5. Que el artículo 5 de la Ley 9 de 1989 y el artículo 2.2.3.1.3 numeral 1 del Decreto 1077 de 2015 señalan que los bienes de uso público e integran el espacio público municipal.
6. Que el artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, establece las funciones de alcaldes municipales, respecto a las Plazas de Mercado:

17. plazas de mercado públicas: las administraciones municipales deberán fomentar e incentivar la inversión pública y privada, la asociación de usuarios y/o cualquier otra modalidad que permita el adecuado funcionamiento y prestación del servicio de abastecimiento de alimentos a la población que ofrecen las plazas de mercado públicas. lo anterior para el óptimo desarrollo desde el punto de vista sanitario, ambiental, económico y social de las mismas." (negritas y cursiva).
7. Que el artículo 139 de la Ley 1801 de 2016 define el espacio público en estos términos:

"Artículo 139. Definición del espacio público. Es el conjunto de muebles e inmuebles públicos, bienes de uso público, bienes fiscales, áreas protegidas y de especial importancia ecológica y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de todas las personas en el territorio nacional.

(...)
8. Que, según el ordenamiento jurídico vigente, y la jurisprudencia de las altas cortes, entre ellas la Sentencia T 238 de 1993 de la Corte Constitucional y radicado 50001-23-31000-2005-00055-01 (AP) del Consejo de Estado, se ha calificado las Plazas de Mercado como un servicio público de orden municipal, y por lo tanto, dichos bienes son de uso público e integran el espacio público, conforme a lo establecido en el artículo 2.2.3.1.3 del Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015.
9. Que el numeral 4º del artículo 2 de la Ley 2079 de 2021 "Por medio de la cual se dictan disposiciones en materia de vivienda y hábitat" determina dentro de su objeto: "Promover la adopción de esquemas de aprovechamiento económico del espacio público por parte de las entidades territoriales que garanticen su recuperación y sostenibilidad económica."
10. Que la Ley 2079 de 2021, la cual modificó el artículo 7º de la Ley 9ª de 1989, establece en el artículo 40 inciso 3 lo siguiente:



MEMORIA JUSTIFICATIVA



"Los alcaldes municipales y distritales mediante decreto reglamentarán lo concerniente a la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público. Así mismo, podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998". Igualmente podrán expedir actos administrativos que permitan la ocupación temporal de dichos bienes, considerando en ambos casos lo dispuesto por el artículo 63 de la Constitución. (cursiva y subraya propia)

11. Que en dicha ley se establece que la competencia de los alcaldes, de reglamentar y entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998. Ello en concordancia con los artículos 2.2.3.3.3 y 2.2.3.3.4 del Decreto 1077 de 2015.

12. Que el Decreto Nacional 1504 de 1998 "Por el cual se reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial", prescribe

***Artículo 18.** Los municipios y distritos podrán contratar con entidades privadas la administración, mantenimiento y el aprovechamiento económico para el municipio o distrito del espacio público, sin que impida a la ciudadanía de su uso, goce, disfrute visual y libre tránsito.*

***Artículo 19.** En el caso de áreas públicas de uso activo o pasivo, en especial parques, plazas y plazoletas, los municipios y distritos podrán autorizar su uso por parte de entidades privadas para usos compatibles con la condición del espacio mediante contratos. En ningún caso estos contratos generarán derechos reales para las entidades privadas y deberán dar estricto cumplimiento a la prevalencia del interés general sobre el particular.*

13. Que el artículo 40 de la Ley 80 de 1993 establece que:

En los contratos que celebren las entidades estatales podrán incluirse las modalidades, condiciones y, en general, las cláusulas o estipulaciones que las partes consideren necesarias y convenientes, siempre que no sean contrarias a la Constitución, la ley, el orden público y a los principios y finalidades de esta Ley y a los de la buena administración.

14. Que la Corte Constitucional en Sentencia C-866/99 sostuvo en torno al plazo máximo de ejecución de este tipo de convenios:

"En lo concerniente a la frase cuyo plazo de ejecución será de cinco (5) años, la cual subsiste en el ordenamiento jurídico con posterioridad a la mencionada Sentencia C-702 de 1999, la Corte debe precisar que una vez retirada del ordenamiento jurídico la expresión prorrogables, la norma señala actualmente como término legal de cualquier convenio de atribución de funciones a particulares el de cinco años; sin embargo, la recta interpretación de esta norma, según la naturaleza de las cosas y el principio hermenéutico del efecto útil de las disposiciones, lleva a concluir que este es un plazo máximo de duración del respectivo convenio, pues otra cosa haría imposible la celebración del mismo en aquellos casos en los cuales la naturaleza de la función implica su realización en un plazo menor".

15. Que la Sentencia de Unificación del Consejo de Estado – Radicado 05001-33-31-003-2009-00157-01 (AP) SU del 14 de agosto de 2018; posibilita que los bienes de uso público puedan entregarse para su aprovechamiento, utilizando formulas unilaterales o contractuales distintas al arrendamiento, como lo son la expedición de licencias o permisos o inclusive los contratos de concesión.

16. Que el Acuerdo 033 de 2009, por el cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial - POT del Municipio de Bello, reconoce las plazas de mercado como equipamientos del sistema urbano, de carácter dotacional y funcionalidad colectiva, esenciales para el abastecimiento, el empleo y la dinamización económica.



MEMORIA JUSTIFICATIVA



17. Que el artículo 225 del POT del Municipio de Bello, señala las Zonas Dotacionales e Institucionales (ZDI) como aquellas que albergan equipamientos públicos y privados de servicios colectivos, entre los que se encuentran las plazas de mercado.
18. Que el artículo 54 del mismo acuerdo reconoce los equipamientos de bienestar social como espacios destinados a satisfacer necesidades básicas de la comunidad, como el abastecimiento alimentario.

En virtud de lo anterior, se hace necesario expedir un decreto con el fin de reglamentar el uso, administración, conservación y aprovechamiento de la Plaza de Mercado Pública, como bienes de uso público, a través de convenios y contratos.

3. Fundamentación Técnica y Social

El presente acto administrativo tiene como finalidad regular de manera clara el funcionamiento, operatividad, administración y demás del o los inmuebles de propiedad del Municipio de Bello, con actividad de plaza de mercado, atendiendo a las siguientes necesidades identificadas en el ámbito municipal:

- La Municipalidad requiere de espacios modernos, útiles y que no desvirtúen las condiciones comerciales y en especial el abastecimiento alimenticio en el territorio.
- La operatividad, administración, custodia y demás, de la plaza de mercado, requiere un estamento público y/o privado con amplias capacidades de gestión y administración.
- La diversificación comercial y el reconocimiento a los comerciantes que ocuparon antes un espacio para ejercer sus actividades.
- La formalización de unas actividades comerciales.

La implementación del presente acto administrativo contribuirá a:

- mejorar la administración y organización de la plaza de mercado del municipio;
- fortalecer el control institucional sobre el uso de los espacios comerciales;
- garantizar condiciones de equidad entre los comerciantes en relación con el área ocupada;
- contribuir al mantenimiento y sostenibilidad de la infraestructura pública destinada al abastecimiento alimentario.
- Creación de un entorno locativo y sectorial del área de influencia de la plaza.

4. Objetivos del Acto Administrativo

El presente acto administrativo tiene como objetivos:



MEMORIA JUSTIFICATIVA



1. Regular de manera clara y ordenada el uso y aprovechamiento de los locales, módulos y puestos ubicados en las plazas de mercado del Municipio de Bello y del inmueble o inmuebles destinados para plazas de mercado en el Municipio..
2. Fortalecer los mecanismos de control y supervisión por parte de la administración municipal sobre la ocupación de los espacios en las plazas de mercado.
3. Promover la organización y formalización de las actividades comerciales desarrolladas en estos equipamientos públicos.
4. Garantizar el uso adecuado de los bienes públicos o fiscales destinados al abastecimiento alimentario y al desarrollo de la economía popular.

5. Impacto Esperado

Con la entrada en vigor del presente acto administrativo se espera:

- mejorar la organización y administración de la plaza de mercado del municipio;
- fortalecer la sostenibilidad operativa, financiera y demás de la plaza de mercado mediante controles permanentes que aseguren la naturaleza económica y social de la plaza de mercado.
- promover la formalización de las actividades económicas y sociales desarrolladas en estos equipamientos públicos.

A mediano y largo plazo, se espera que la implementación de este modelo contribuya a:

- mejorar las condiciones de funcionamiento de la plaza de mercado;
- fortalecer el abastecimiento alimentario del municipio;
- garantizar un uso ordenado y eficiente de los espacios destinados a la actividad comercial.

Como indicadores de evaluación podrán considerarse, entre otros:

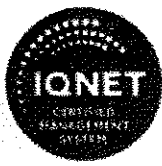
- número de espacios formalmente asignados;
- calificación sectorial de los espacios asignados por categorías.
- mejoras en el mantenimiento y operación de la plaza de mercado.
- Oferta institucional en el inmueble.

Conclusión

Por todo lo expuesto, se considera plenamente justificada la expedición del presente acto administrativo mediante el cual se reglamenta el modelo de gestión del inmueble destinado a la Plaza de Mercado Pública de propiedad del Municipio de Bello, estableciendo las reglas generales para su administración, mantenimiento, operación y aprovechamiento económico



MEMORIA JUSTIFICATIVA



como bien público, con el fin de garantizar su adecuado funcionamiento desde los puntos de vista sanitario, ambiental, económico y social, en concordancia con el Plan de Ordenamiento Territorial, el Plan de Desarrollo Municipal vigente y las competencias constitucionales y legales de la Administración Municipal.

Lo anterior, responde a criterios de legalidad, necesidad, eficiencia administrativa y sostenibilidad de la infraestructura pública, en beneficio de la comunidad y de los comerciantes que desarrollan sus actividades en dichos equipamientos.

WILLIAM MONTOYA CUARTAS
Secretario de Innovación y Desarrollo Económico

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	CARLOS EDUARDO LONDOÑO GARCES Abogado Contratista, Sec Jurídica .		
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

1000 - Despacho del Alcalde

**“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS TARIFAS DE RETRIBUCIÓN
ECONÓMICA POR EL USO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS EN LA
PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO”**

LA ALCALDESA DEL MUNICIPIO DE BELLO (ANTIOQUIA), según Acta de Posesión No. 010 del 30 de diciembre de 2023 de la Notaría Primera de Bello, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 315, numerales 1 y 3 de la Constitución Política, el artículo 7, inciso 3 de la Ley 9 de 1989, el artículo 40 de la Ley 2079 de 2021, los artículos 3 y 91 de la Ley 136 de 1994, modificada por la Ley 1551 de 2012, los artículos 395 al 398 del Acuerdo 033 de 2009, los artículos 190 al 192 del Decreto Municipal 193 de 2011; Decreto Nro. 202604000140 del 15 de abril de 2026 demás normas concordantes; y

CONSIDERANDO:

1. Que la Constitución Política de Colombia, en su artículo 82, establece el deber del Estado de velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular, disponiendo además que corresponde a las autoridades públicas regular su utilización en defensa del interés colectivo.

“Artículo 82: Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común...”

2. Que la Ley 9 de 1989 y la Ley 388 de 1997 definen el espacio público como el conjunto de inmuebles públicos y elementos arquitectónicos y naturales destinados a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los intereses individuales de los habitantes, comprendiendo las áreas requeridas para la circulación peatonal y vehicular, recreación pública, seguridad y tranquilidad ciudadana, así como aquellas destinadas al desarrollo de actividades de interés general.

(...)

“Conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses, individuales de los habitantes. Así, constituyen el espacio público de la ciudad las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, para la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, los necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales,

los terrenos de bajamar, así como de sus elementos vegetativos, arenas y corales y, en general, por todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo".
(...)

3. Que la Ley 388 de 1997, en su artículo 1 numeral 3, establece dentro de los objetivos del ordenamiento territorial garantizar que la utilización del suelo por parte de sus propietarios se ajuste a la función social de la propiedad, así como velar por la creación, defensa y adecuada administración del espacio público.

"...Garantizar que la utilización del suelo por parte de sus propietarios se ajuste a la función social de la propiedad y permita hacer efectivos los derechos constitucionales a la vivienda y a los servicios públicos domiciliarios, y velar por la creación y la defensa del espacio público, así como por la protección del medio ambiente y la prevención de desastres..."

4. Que el Decreto Nacional 1077 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio, en sus disposiciones relacionadas con el espacio público, desarrolla aspectos relativos a su definición, administración, sostenimiento y aprovechamiento económico, reiterando el deber de las entidades territoriales de adoptar medidas para su adecuada gestión y protección.
5. Que la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-927 de 2006, al referirse a los denominados precios públicos, señaló que estos corresponden a ingresos no tributarios del Estado que surgen como una erogación pecuniaria de contrapartida directa, personal y conmutativa a cargo de los beneficiarios, cuya causa jurídica se encuentra, entre otros eventos, en la autorización para acceder al uso temporal de bienes o servicios de propiedad estatal.

"...se predicán de los ingresos no tributarios del Estado que surgen como erogación pecuniaria de contrapartida directa, personal y conmutativa a cargo de los beneficiarios, cuya causa jurídica es (...) la autorización para acceder al uso temporal de bienes y servicios de propiedad estatal..."

6. Que la Ley 1801 de 2016, Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana, establece en su artículo 198 numeral 3 que los alcaldes municipales ejercen funciones de autoridad de policía y, en tal calidad, deben adoptar las medidas necesarias para garantizar el uso adecuado del espacio público por parte de los ciudadanos.
7. Que la Ley 136 de 1994, modificada por la Ley 1551 de 2012, establece normas orientadas a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios y señala que corresponde al alcalde ejercer funciones administrativas para la adecuada gestión de los bienes, recursos y servicios a cargo del ente territorial.
8. Que la plaza de mercado municipales constituye un equipamiento público destinado a garantizar el abastecimiento alimentario de la población, facilitar la comercialización de productos y fortalecer la economía local, cumpliendo una función social y económica de interés general.
9. Que los locales, módulos, puestos y demás espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello corresponden a bienes de propiedad del ente territorial cuya administración, regulación y aprovechamiento corresponde a la Administración Municipal.

10. Que el uso y aprovechamiento económico de dichos espacios debe realizarse bajo criterios de equidad, eficiencia, sostenibilidad administrativa y racionalidad económica, garantizando condiciones de acceso ordenado, transparente y equitativo para quienes desarrollan actividades comerciales en estos equipamientos.
11. Que el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bello, adoptado mediante Acuerdo 033 de 2009, en sus artículos 395 al 398, incorporó el instrumento de Aprovechamiento Económico del Espacio Público, estableciendo que la administración municipal podrá otorgar autorizaciones para su utilización, generándose una contraprestación económica a favor del municipio, orientada a la generación, mantenimiento, recuperación y sostenibilidad del espacio público.
12. Que la Administración Municipal debe garantizar un uso ordenado, equitativo y eficiente de los espacios en la plaza de mercado, estableciendo mecanismos objetivos que permitan regular su ocupación y asegurar la sostenibilidad administrativa, operativa y financiera de estos equipamientos públicos.
13. Que el artículo 40 de la Ley 2079 de 2021 establece que los alcaldes municipales y distritales podrán reglamentar mediante decreto lo relacionado con la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público, incluyendo la expedición de los actos administrativos necesarios para autorizar su ocupación temporal.
14. Que el artículo 313 de la Ley 2294 de 2023, mediante la cual se expidió el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026, dispuso que las tarifas o cobros derivados del aprovechamiento económico del espacio público deberán ser calculados con base en su equivalencia en Unidades de Valor Básico (UVB).
15. Que el Municipio de Bello, en ejercicio de su autonomía administrativa y fiscal, puede establecer mecanismos de retribución económica por el uso y aprovechamiento de bienes de su propiedad, con el fin de asegurar su adecuada administración, mantenimiento y funcionamiento.
16. Que la determinación del modelo para establecer la retribución económica, contraprestación o precio público por el uso y aprovechamiento económico de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello se realizó teniendo en cuenta criterios técnicos asociados al valor del espacio, el área ocupada, el tipo de actividad económica desarrollada y las condiciones de uso de los locales o módulos.
17. Que para la estructuración del modelo tarifario se analizaron variables relacionadas con el metraje de los espacios, la clasificación de los locales según sus condiciones sanitarias y operativas, así como los costos asociados a la administración, mantenimiento y funcionamiento de la plaza de mercado.
18. Que adicionalmente se establecieron factores diferenciales asociados al tipo de actividad económica desarrollada en los espacios y al rango de metros cuadrados ocupados, con el fin de garantizar criterios de equidad en la determinación de la retribución económica.
19. Que dichos factores fueron integrados mediante una fórmula técnica de liquidación, la cual permite calcular de manera objetiva el valor de la retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios, tomando como base el área ocupada y una tarifa expresada en Unidades de Valor Básico (UVB) por metro cuadrado, permitiendo su adaptación a los diferentes periodos de liquidación.

20. Que para validar la aplicabilidad del modelo tarifario se realizaron simulaciones de liquidación sobre los diferentes espacios existentes en la plaza de mercado del municipio, con el fin de verificar la coherencia de los valores resultantes frente a las condiciones económicas de los comerciantes y los costos de administración de dichos equipamientos públicos.
21. Que como resultado de este proceso se obtuvo un modelo tarifario ajustado y técnicamente validado, el cual permite determinar la retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios en la plaza de mercado, garantizando criterios de equidad, sostenibilidad financiera y adecuada administración del patrimonio público municipal.
22. Que, con la finalidad de cumplir con el deber de información al público previsto en el numeral 8 del artículo 8 de la Ley 1437 de 2011, el proyecto del presente decreto fue publicado en la página web institucional del Municipio de Bello entre los días 09 al 15 de abril de 2026, con el objeto de recibir opiniones, sugerencias o propuestas alternativas por parte de la ciudadanía.
23. Que durante el término de publicación no se recibieron observaciones, por lo cual la Administración Municipal deja constancia de dicha circunstancia en cumplimiento del principio de responsabilidad institucional y del deber de motivación de los actos administrativos previsto en el artículo 3 de la Ley 1437 de 2011.

DECRETA:

CAPÍTULO I.

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO PRIMERO. OBJETO. El presente decreto tiene por objeto adoptar el modelo tarifario y establecer las tarifas de retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello, con el fin de garantizar su adecuada administración, mantenimiento, sostenibilidad y uso eficiente, de conformidad con las competencias legales de la administración municipal.

ARTÍCULO SEGUNDO. OBJETIVOS. Son objetivos de la presente reglamentación:

- a) Establecer los lineamientos para la determinación de la retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello.
- b) Definir los criterios técnicos para el cálculo de las tarifas aplicables al aprovechamiento económico de los locales, módulos o puestos en la plaza de mercado municipales.
- c) Establecer los elementos necesarios para la liquidación de la retribución económica derivada del uso y aprovechamiento de dichos espacios.
- d) Garantizar la sostenibilidad administrativa y financiera de la plaza de mercado mediante la implementación de un modelo tarifario objetivo y transparente.

ARTÍCULO TERCERO. ÁMBITO DE APLICACIÓN. Las disposiciones contenidas en el presente decreto se aplicarán a todas las personas naturales o jurídicas que ocupen, utilicen o aprovechen

económicamente locales, módulos, puestos o cualquier otro espacio ubicado en la plaza de mercado de propiedad o administración del Municipio de Bello, respecto del pago de la retribución económica correspondiente por dicho uso o aprovechamiento.

ARTÍCULO CUARTO. DEFINICIONES. Para efectos de la aplicación del presente decreto, se adoptan las siguientes definiciones:

- **Aprovechamiento económico:** Uso u ocupación de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello que permite el desarrollo de actividades comerciales o de servicios por parte de particulares, generando una retribución económica a favor del municipio.
- **Retribución económica:** Contraprestación que deben pagar las personas naturales o jurídicas autorizadas para usar u ocupar locales, módulos, puestos o espacios dentro de la plaza de mercado del Municipio de Bello.
- **Área del espacio:** Superficie del local, módulo o puesto ocupado dentro de la plaza de mercado, medida en metros cuadrados (m²), que constituye la base para el cálculo de la retribución económica.
- **Unidad de Valor Básico (UVB):** Unidad de medida definida por la normativa nacional utilizada como referencia para la determinación y actualización de valores económicos en actos administrativos.
- **Tarifa:** Valor establecido en UVB por metro cuadrado (UVB/m²) que se aplica para determinar la retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios en la plaza de mercado.
- **Categorías de uso o zonas:** Clasificación de los espacios dentro de la plaza de mercado según el tipo de actividad económica desarrollada, utilizada para efectos de la determinación de la tarifa de aprovechamiento económico.
- Para efectos del presente decreto, se establecen las siguientes categorías:
 - a) **Zona seca:** Espacios destinados a actividades comerciales que no requieren manejo sanitario especial ni uso permanente de agua.
 - b) **Zona semi húmeda:** Espacios destinados a actividades que requieren condiciones intermedias de manipulación de alimentos o limpieza frecuente.
 - c) **Zona húmeda:** Espacios destinados a actividades que requieren manejo sanitario intensivo y uso frecuente de agua, tales como carnicerías, pescaderías, lácteos, quesos y charcutería.
 - d) **Zona de alimentos preparados:** Espacios destinados a la preparación y comercialización de alimentos para consumo inmediato, como restaurantes y cafeterías.
 - e) **Zona de productos agrícolas:** Espacios destinados a la comercialización de frutas, verduras y otros productos agrícolas.
 - f) **Zona de mercado mayorista:** Espacios destinados a la comercialización al por mayor de productos alimenticios o agrícolas.

- g) Zona de servicios y comercio complementario: Espacios destinados a actividades como entidades financieras, papelerías, tiendas especializadas, alimentos para mascotas u otros servicios de apoyo.

ARTÍCULO QUINTO. NATURALEZA. El aprovechamiento económico de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello constituye un ingreso no tributario, originado en la autorización para el uso y aprovechamiento económico de bienes de propiedad o administración del municipio.

Este ingreso corresponde a una retribución económica o contraprestación a favor del Municipio de Bello, derivada del uso u ocupación de los locales, módulos, puestos o demás espacios dentro de la plaza de mercado municipales.

PARÁGRAFO. Los recursos que se recauden por concepto de aprovechamiento económico deberán respetar la destinación específica establecida en el artículo 395 del Acuerdo 033 de 2009, por medio del cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bello, o la norma que lo modifique o sustituya.

ARTÍCULO SEXTO. ELEMENTOS DEL INGRESO. Son elementos del ingreso derivado del aprovechamiento económico de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello, los siguientes:

AUTORIZACIÓN LEGAL: El artículo 82 de la Constitución Política; el artículo 5 de la Ley 9 de 1989, adicionado por el artículo 138 de la Ley 388 de 1997; el artículo 1 numeral 3 de la Ley 388 de 1997; los artículos 2.2.3.1.1 al 2.2.3.4.3.2 del Decreto Nacional 1077 de 2015; el artículo 40 de la Ley 2079 de 2021; los artículos 395 al 398 del Acuerdo 033 de 2009; y las demás normas que las adicionen, modifiquen o complementen.

DEFINICIÓN DEL INGRESO: Es la retribución o contraprestación económica pagada a favor del Municipio de Bello, originada en el uso y aprovechamiento económico de los locales, módulos, puestos o espacios ubicados en la plaza de mercado de propiedad o administración del municipio.

HECHO GENERADOR: La autorización para el uso u ocupación de locales, módulos, puestos o cualquier otro espacio dentro de la plaza de mercado del Municipio de Bello para el desarrollo de actividades económicas o comerciales.

CAUSACIÓN: El aprovechamiento económico de los espacios en la plaza de mercado se causa con la autorización, asignación o uso efectivo del espacio, independientemente de la modalidad mediante la cual se otorgue el derecho de ocupación.

DEPENDENCIA GESTORA: La dependencia encargada de la administración de la plaza de mercado del Municipio de Bello, o quien haga sus veces, será la responsable de realizar la liquidación, recaudo, seguimiento y control del ingreso derivado del aprovechamiento económico de los espacios, de conformidad con la estructura administrativa vigente del Municipio de Bello.

CAPÍTULO II

RETRIBUCIÓN ECONÓMICA POR EL USO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS EN LA PLAZA DE MERCADO

ARTÍCULO SÉPTIMO. La retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios en la plaza de mercado del Municipio de Bello se determinará con base en tarifas expresadas en Unidades de Valor Básico (UVB) por metro cuadrado, según la categoría o zona del espacio y se establece de la siguiente manera:

$$VREP = \frac{(VMT2 \times FM \times FMT2 \times FI \times \# MZ \times FU)}{30} \times D30$$

PARÁGRAFO PRIMERO. La fórmula para la liquidación del ingreso se encuentra compuesta de la siguiente manera:

VREP = Valor Retribución económica uso Plaza.

VMT2 = Valor metro cuadrado.

FM = Factor modalidad.

FMT2 = Factor metro cuadrado.

FI = Factor de impacto.

M = Metros cuadrados a ocupar del bien de uso público.

FU= Factor de Ubicación dentro de la plaza.

- a) **VREP:** es el resultado de la liquidación expresado en pesos, convertidos a Unidad de Valor Básico vigente al momento de ser realizada la liquidación, para dar cumplimiento a lo dispuesto en las normas nacionales de unificación tarifaria.
- b) **VMT2:** Corresponde al valor promedio por metro cuadrado resultante de la media entre el avalúo comercial y el avalúo catastral máximo de la zona geoeconómica asociada al barrio donde se ubica la plaza de mercado, vigente al momento de realizar la liquidación y suministrado por el gestor catastral.
- c) **FM:** Es el coeficiente técnico de liquidación diferencial adoptado por la Administración Municipal, mediante el cual se determina el valor de la retribución económica, derivado del uso y aprovechamiento económico de los espacios ubicados en la plaza de mercado del municipio.

El Factor de Modalidad (FM) se establece en función de la naturaleza de la actividad comercial desarrollada y de las condiciones físicas, sanitarias y operativas del área o zona en la cual se ubique el respectivo módulo o local, considerando aspectos tales como el nivel de transformación de los productos, la intensidad de uso del espacio, la generación de residuos, los requerimientos de infraestructura y el impacto en la operación general de la plaza de mercado.

En todo caso, el FM se aplicará de manera diferenciada conforme a la clasificación de zonas y modalidades comerciales definidas en el presente acto administrativo,

garantizando criterios de equidad, proporcionalidad, razonabilidad y sostenibilidad en la administración del espacio público.

Modalidad / Actividad	Zona aplicable	Definición jurídica	FM
Actividades en seco (abarrotes, misceláneas, productos no perecederos)	Zona seca	Corresponde a actividades comerciales que no requieren condiciones especiales de humedad, refrigeración o manejo sanitario intensivo, caracterizadas por baja generación de residuos orgánicos y menor exigencia operativa del espacio.	0.90
Actividades semihúmedas (productos con manipulación intermedia)	Zona semihúmeda	Comprende actividades que implican condiciones intermedias de conservación o manipulación de productos, con requerimientos básicos de higiene y rotación, sin llegar a condiciones estrictas de cadena de frío.	0.95
Cárnicos, pescadería, lácteos, pollos procesados, charcutería	Zona húmeda	Incluye actividades que requieren condiciones especiales de humedad, refrigeración y control sanitario, con alta generación de residuos orgánicos y exigencias técnicas en infraestructura y manejo.	1.00
Restaurantes, cafeterías y expendio de alimentos preparados	Zona de alimentos preparados	Corresponde a actividades de elaboración, transformación y venta de alimentos para consumo inmediato, que implican uso intensivo de servicios públicos, generación de residuos y control sanitario permanente.	0.95
Frutas, verduras, productos agrícolas y viveros	Zona de productos agrícolas	Comprende la comercialización de productos agrícolas en estado natural, con bajo nivel de transformación, alta rotación y condiciones básicas de manipulación.	0.95
Mercado mayorista (comercio a gran escala)	Zona de mercado mayorista	Incluye actividades de comercialización de productos en grandes volúmenes, con alta rotación, impacto logístico significativo y uso intensivo del espacio para cargue, descargue y distribución.	1.00
Servicios financieros, administrativos, papelerías, ludotecas, servicios complementarios	Zona de servicios y comercio complementario	Comprende actividades de apoyo, servicios institucionales o comerciales no directamente relacionados con el abastecimiento alimentario, con bajo impacto operativo sobre la dinámica de la plaza.	0.70

d) **FMT2:** Es el coeficiente técnico de liquidación diferencial adoptado por la Administración Municipal para la determinación del valor de la retribución económica, contraprestación o precio público derivado del uso y aprovechamiento económico de

los espacios ubicados en la plaza de mercado del municipio, en función del área ocupada medida en metros cuadrados (m²).

El Factor de Área (FA) tiene como finalidad reconocer la incidencia que el tamaño del espacio asignado genera sobre el aprovechamiento económico del mismo, incorporando criterios de proporcionalidad, equidad y eficiencia en la distribución y uso del espacio público. En tal sentido, a mayor área ocupada, mayor será el factor aplicable, en atención al impacto generado sobre la infraestructura, los servicios y la dinámica operativa de la plaza de mercado.

El FA se aplicará de manera escalonada, conforme a los rangos de área ocupada que se establecen a continuación:

Área (m²)	Desde	Hasta	FA
Rango 1	0	10	0.90
Rango 2	11	30	0.95
Rango 3	31	En adelante	1.00

PARÁGRAFO PRIMERO: Para efectos de la aplicación del Factor de Área (FA), se tendrá en cuenta el área total efectivamente ocupada y autorizada del módulo o local. En aquellos casos en que existan ampliaciones, ocupaciones adicionales o modificaciones no autorizadas, la Administración Municipal podrá reliquidar el valor correspondiente, sin perjuicio de las actuaciones administrativas y sancionatorias a que haya lugar.

Así mismo, la Administración Municipal podrá actualizar los rangos y factores aquí establecidos mediante acto administrativo motivado, atendiendo a las condiciones de uso, disponibilidad y sostenibilidad del espacio público en la plaza de mercado.

e) **FI** = Corresponde al factor de ajuste aplicado para determinar el valor de la retribución económica, en función del nivel de impacto generado por la actividad desarrollada en el espacio objeto de aprovechamiento. Este factor se establece conforme a la siguiente clasificación:

Nivel de Impacto	Factor
Bajo	90%
Medio	95%
Alto	100%

- f) **M2**: Corresponde a la cuantificación del área del módulo, local o espacio asignado dentro de la plaza de mercado, expresada en metros cuadrados (m²), objeto de uso y aprovechamiento económico.
- g) **D30**: Hace referencia al período durante el cual se autoriza el uso y aprovechamiento económico del módulo, local o espacio dentro de la plaza de mercado, conforme a la periodicidad establecida para la liquidación de la retribución económica.
- h) **FU**: Es el coeficiente técnico de ponderación adoptado por la Administración Municipal para la determinación del valor de la retribución económica, contraprestación o precio público derivado del uso y aprovechamiento económico de los espacios ubicados en la

plaza de mercado del municipio, el cual se asigna a cada módulo, local, puesto o espacio en función de sus condiciones de localización al interior de la infraestructura.

El Factor de Ubicación (FU) se determina con base en criterios objetivos tales como la accesibilidad, visibilidad, flujo peatonal, cercanía a accesos principales, zonas de alto tránsito, áreas de circulación estratégica y demás elementos que incidan en el potencial de aprovechamiento económico del espacio.

En tal sentido, el FU incorpora criterios de equidad, proporcionalidad y eficiencia, permitiendo reconocer las ventajas comparativas derivadas de la ubicación del espacio dentro de la plaza de mercado, y será aplicado conforme a la siguiente clasificación:

Ubicación	Definición jurídica	FU
Principales piso 1	Espacios ubicados en el primer nivel en zonas de acceso principal, con alto flujo peatonal, máxima visibilidad y mayor dinámica comercial.	1.50
Principales piso 2	Espacios ubicados en el segundo nivel en zonas de circulación principal, con alto flujo peatonal y condiciones favorables de visibilidad y acceso.	1.30
Principales piso 3	Espacios ubicados en el tercer nivel en zonas de circulación principal, con flujo peatonal medio y condiciones estándar de acceso.	1.00
Principales piso 4	Espacios ubicados en niveles superiores con destinación estratégica o especializada, que presentan condiciones particulares de aprovechamiento económico.	1.50
Secundarios piso 2	Espacios ubicados en zonas de circulación secundaria, con menor visibilidad y flujo peatonal reducido respecto de las zonas principales.	0.80
Secundarios piso 3	Espacios ubicados en zonas de baja circulación y menor accesibilidad, con limitado impacto comercial.	0.70

La clasificación de la ubicación se realizará con base en la localización efectiva del módulo o local dentro de la plaza de mercado, conforme a la zonificación interna definida por la Administración Municipal.

En aquellos casos en que existan condiciones atípicas o combinadas de ubicación, la autoridad competente podrá asignar el Factor de Ubicación (FU) atendiendo a criterios técnicos de predominancia, flujo peatonal real y condiciones de accesibilidad, mediante acto administrativo motivado.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Las tarifas establecidas en el presente artículo permanecerán vigentes hasta tanto sean modificadas, actualizadas o sustituidas mediante acto administrativo expedido por la autoridad competente.

PARÁGRAFO TERCERO. El pago de la retribución económica, deberá efectuarse de manera anticipada, de conformidad con la causación establecida en el artículo 6 del presente Decreto. Para tal efecto, la dependencia encargada de la administración de la plaza de mercado informará los mecanismos habilitados para realizar el correspondiente recaudo.

PARÁGRAFO CUARTO. Los valores resultantes de la aplicación de las tarifas y factores establecidos en el presente artículo se aproximarán al múltiplo de cien más cercano.

PARÁGRAFO QUINTO. REAJUSTES. Los valores expresados en UVB se actualizarán en cada vigencia fiscal, con base la Resolución que anualmente el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, de conformidad con lo establecido en el artículo 313 inciso 2 de la ley 2294 de 2023.

PARÁGRAFO SEXTO. El valor de la retribución económica, para el uso u ocupación de las sedes administrativas o de servicios, para la realización de eventos institucionales del Municipio de Bello o de sus entidades descentralizadas, así como para la realización de jornadas cívicas, de salud o actividades en beneficio de la comunidad en general, será de cero (0) UVB.

ARTICULO OCTAVO. LIQUIDACIÓN POR USO TEMPORAL U OCASIONAL DE ESPACIOS (FERIAS, EVENTOS Y ACTIVIDADES TRANSITORIAS). La Administración Municipal podrá autorizar el uso y aprovechamiento económico temporal u ocasional de espacios ubicados en la plaza de mercado del municipio, para el desarrollo de ferias, eventos, muestras comerciales, actividades culturales, emprendimientos u otras actividades análogas de carácter transitorio.

Para estos efectos, la retribución económica, contraprestación o precio público se liquidará de manera proporcional al tiempo de ocupación del espacio, medido en horas, y al área efectivamente utilizada, aplicando los factores establecidos en el presente acto administrativo, según corresponda.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para actividades de corta duración, la Administración Municipal podrá establecer tarifas diferenciales simplificadas o valores fijos por hora, día o evento, mediante acto administrativo motivado, atendiendo a la naturaleza de la actividad, el impacto generado, la promoción económica y el interés público.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La autorización para el uso temporal del espacio será previa, expresa y escrita, y estará sujeta al cumplimiento de las condiciones técnicas, sanitarias, de seguridad y de organización establecidas por la Administración Municipal.
El uso no autorizado dará lugar a la imposición de las medidas correctivas y sancionatorias a que haya lugar, así como a la liquidación retroactiva del valor correspondiente.

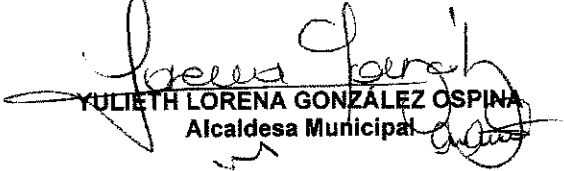
ARTÍCULO NOVENO. REQUISITO DE PAZ Y SALVO PARA SOLICITAR LIQUIDACIÓN DE RETRIBUCIÓN. Para efectos de solicitar la liquidación de la retribución económica por el aprovechamiento de los espacios en la plaza de mercado del municipio, el interesado deberá encontrarse a paz y salvo por todo concepto con la administración municipal.

Lo anterior incluye, sin limitarse, al cumplimiento de obligaciones tributarias, tasas, contribuciones, retribuciones económicas, así como el pago de sanciones administrativas o pecuniarias que se hayan impuesto en el marco de las competencias municipales.

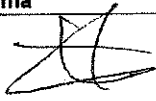
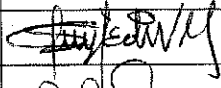
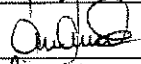
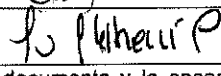
La verificación de este requisito será realizada por la autoridad competente previo al trámite de liquidación, y su incumplimiento dará lugar a la no procedencia de la solicitud.

ARTÍCULO DÉCIMO. El presente reglamento regirá a partir de la fecha de su publicación en los medios oficiales del Municipio de Bello y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE



YULIETH LORENA GONZALEZ OSPINA
Alcaldesa Municipal

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Tatiana Sepulveda Loaiza- Técnica operativa, Subsecretaría de Gobernabilidad, Secretaría de Seguridad Y Convivencia Ciudadana		16/04/2026
Revisó:	Sigifredo Chavarriaga Sierra-Abogado contratista		16/04/2026
Aprobó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		16/04/2026
Aprobó:	Francisco Javier Echaverri- Secretario de Hacienda		16/04/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

“POR MEDIO DE LA CUAL SE JUSTIFICA ACTO ADMINISTRATIVO DE CARÁCTER GENERAL:

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS TARIFAS DE RETRIBUCIÓN ECONÓMICA POR EL USO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS EN LA PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO”

EN LOS TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 40 DE LA LEY 2079 de 2021, 3 Y 44 DE LA LEY 1437 DE 2011, ARTÍCULOS 110 S.S LEY 489 DE 1998”.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BELLO

Participación Ciudadana.

Observaciones o Comentarios SI ☐ NO ☒.

(Recolección de propuestas, observaciones, comentarios, incluir una breve descripción y sus resultados.)

Fecha de publicación del acto 09 de abril de 2026

Vencimiento del término de cinco (5) días 15 de abril de 2026

1. Introducción.

El presente estudio tiene como finalidad establecer los criterios técnicos y económicos para determinar el valor de la retribución económica que deberán pagar los comerciantes por el uso y aprovechamiento de los espacios ubicados en las plazas de mercado del Municipio de Bello.

Este instrumento busca garantizar el uso eficiente, equitativo y sostenible de los espacios comerciales de propiedad del municipio, así como contribuir al mantenimiento y adecuada administración de la infraestructura pública destinada al abastecimiento alimentario.

2. Justificación Legal

El establecimiento de una retribución económica por el uso de espacios en plazas de mercado se fundamenta en las competencias constitucionales y legales otorgadas a las entidades territoriales para la administración de sus bienes.

En particular, se sustenta en:

- Constitución Política de Colombia de 1991, artículo 82, que establece la obligación del Estado de velar por la protección e integridad del espacio público y su destinación al uso común.
- Ley 136 de 1994, que otorga a los municipios la facultad de administrar sus bienes y regular su uso.
- Ley 1551 de 2012, que fortalece la autonomía administrativa de los municipios para la gestión de su patrimonio.
- Ley 2079 de 2021, en su artículo 40, establece que *“Los alcaldes municipales y distritales mediante decreto reglamentarán lo concerniente a la administración,*

mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público. Así mismo, podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el MECANISMO contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998. Igualmente podrán expedir actos administrativos que permitan la ocupación temporal de dichos bienes, considerando en ambos casos lo dispuesto por el artículo 63 de la Constitución".

- Ley 489 de 1998 artículo 111. Requisitos y procedimientos de los actos administrativos y convenios para conferir funciones administrativas a particulares. Artículo 112. Régimen jurídico de los actos y contratos. Artículo 114. Control sobre las funciones

De conformidad con este marco jurídico, los municipios pueden autorizar el aprovechamiento económico de bienes públicos mediante actos administrativos, convenios y/o contratos, estableciendo una contraprestación económica por dicho uso.

Sobre este punto el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 dispone:

ARTICULO 111. REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS DE LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS Y CONVENIOS PARA CONFERIR FUNCIONES ADMINISTRATIVAS A PARTICULARES. Las entidades o autoridades administrativas podrán conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares, bajo las condiciones de que trata el artículo anterior, cumpliendo los requisitos y observando el procedimiento que se describe a continuación:

1. **Expedición de acto administrativo**, decreto ejecutivo, en el caso de ministerios o departamentos administrativos o de acto de la junta o consejo directivo, en el caso de las entidades descentralizadas, que será sometido a la aprobación del Presidente de la República, o por delegación del mismo, de los ministros o directores de departamento administrativo, (...), mediante el cual determine:

a) **<Literal CONDICIONALMENTE EXEQUIBLE>** Las **funciones** específicas que encomendará a los particulares; Sentencia C-866-99

- b) Las calidades y requisitos que deben reunir las entidades o personas privadas;
- c) Las condiciones del ejercicio de las funciones;
- d) La forma de remuneración, si fuera el caso;
- e) La duración del encargo y las garantías que deben prestar los particulares con el fin de asegurar la observancia y la aplicación de los principios que conforme a la Constitución Política y a la ley gobiernan el ejercicio de las funciones administrativas.

2. **<Apartes tachados declarados INEXEQUIBLES- Sentencia C-866-99** La celebración de convenio, **si fuere el caso**, cuyo plazo de ejecución será de cinco (5) años **prorrogables** y para cuya celebración la entidad o autoridad deberá:

Elaborar un **pliego o términos de referencia**, con fundamento en el acto administrativo expedido y formular convocatoria pública para el efecto teniendo en cuenta los **principios** establecidos en la Ley 80 de 1993 para la contratación por parte de entidades estatales.

Pactar en el convenio las **cláusulas excepcionales** previstas en la Ley 80 de 1993 y normas complementarias, una vez seleccionado el particular al cual se conferirá el ejercicio de las funciones administrativas.

La retribución económica (forma de remuneración) por el uso de los espacios en las plazas de mercado no constituye un impuesto ni una tasa, sino una contraprestación derivada del aprovechamiento económico de un bien público administrado por el municipio.

Por lo tanto, su finalidad es compensar parcialmente los costos de administración, mantenimiento y operación de las plazas de mercado, garantizando su sostenibilidad y adecuado funcionamiento.

3. Fundamentación Técnica y Social

La justificación del presente acto administrativo tiene como finalidad regular de manera clara y técnica el aprovechamiento económico de los espacios ubicados en el bien público PLAZA DE MERCADO del Municipio de Bello, atendiendo a las siguientes necesidades identificadas en el ámbito municipal:

- La necesidad de establecer reglas claras para la asignación y uso de los locales, puestos y módulos en las plazas de mercado del municipio.
- La inexistencia de un mecanismo uniforme para la determinación de la retribución económica por el uso de estos espacios, lo que genera desigualdad en los cobros y dificultades administrativas en su liquidación.
- La necesidad de garantizar la sostenibilidad financiera de las plazas de mercado, mediante la implementación de un esquema de retribución proporcional al área ocupada por cada comerciante.
- La importancia de fortalecer la organización y formalización de las actividades comerciales desarrolladas en estos equipamientos públicos, promoviendo condiciones de equidad y transparencia para los comerciantes.
- Las condiciones del ejercicio de las funciones administrativas del gestor de la plaza, así como la definición del marco general del pliego o términos de referencia, con fundamento en el acto administrativo expedido para formular convocatoria pública dando cumplimiento a los principios establecidos en la Ley 80 de 1993.

La implementación del presente acto administrativo contribuirá a:

- Definir el modelo económico y financiero de la remuneración por el uso de los espacios;
- Mejorar la administración y organización de la Plaza de Mercado del municipio;
- Fortalecer el control institucional sobre el uso de los espacios comerciales;
- Garantizar condiciones de equidad entre los comerciantes en relación con el área ocupada;
- Contribuir al mantenimiento y sostenibilidad de la infraestructura pública destinada al abastecimiento alimentario.
- Establecer los criterios económicos y financieros de aprovechamiento de los locales, módulos y puestos ubicados en las plazas de mercado del Municipio de Bello

4. Objetivos del Acto Administrativo

El presente acto administrativo tiene como objetivos:

- Establecer los lineamientos para la determinación de la retribución económica por el uso y aprovechamiento de los espacios ubicados en la plaza de mercado del Municipio de Bello.
- Definir los criterios técnicos para el cálculo de las tarifas aplicables al aprovechamiento económico de los locales, módulos o puestos en la plaza de mercado municipales.
- Establecer los elementos necesarios para la liquidación de la retribución económica derivada del uso y aprovechamiento de dichos espacios.
- Garantizar la sostenibilidad administrativa y financiera de la plaza de mercado mediante la implementación de un modelo tarifario objetivo y transparente.

5. Impacto Esperado

Con la entrada en vigor del presente acto administrativo se espera:

- Mejorar la organización y administración de la plaza de mercado del municipio;
- Establecer un sistema transparente, técnico y equitativo para la determinación de la retribución económica por el uso de los espacios comerciales;
- Implementar un modelo de sostenibilidad financiera de la plaza de mercado mediante la contribución de los comerciantes al mantenimiento de la infraestructura, como bien público;
- Promover la formalización de las actividades económicas desarrolladas en estos equipamientos públicos.

A mediano y largo plazo, se espera que la implementación de este modelo contribuya a:

- Mejorar las condiciones de funcionamiento de la plaza de mercado;
- Fortalecer el abastecimiento alimentario del municipio;
- Garantizar un uso ordenado y eficiente de los espacios destinados a la actividad comercial.
- Mejorar la actividad comercial del municipio de Bello y los socios estratégicos.

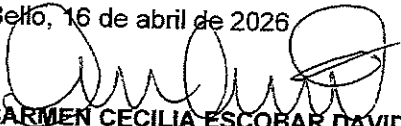
Como indicadores de evaluación podrán considerarse, entre otros:

- Número de espacios formalmente asignados;
- Porcentaje de recaudo por concepto de aprovechamiento económico;
- Mejoras en el mantenimiento y operación de la plaza de mercado.

Conclusión

Por todo lo expuesto, se considera plenamente justificada la expedición del presente acto administrativo "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS TARIFAS DE RETRIBUCIÓN ECONÓMICA POR EL USO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS EN LA PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO", en tanto responde a criterios de legalidad, necesidad, eficiencia administrativa y sostenibilidad financiera de la infraestructura pública, en beneficio de la comunidad y de los comerciantes que desarrollan sus actividades en dichos equipamientos.

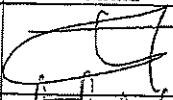
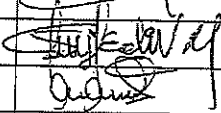
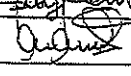
Bello, 16 de abril de 2026



CARMEN CECILIA ESCOBAR DAVID
SECRETARIA JURÍDICA



FRANCISCO JAVIER ECHAVERRI
SECRETARIO DE HACIENDA

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Tatiana Sepulveda Loaiza- Técnica operativa, Subsecretaría de Gobernabilidad, Secretaría de Seguridad Y Convivencia Ciudadana		16/04/2026
Revisó:	Sigifredo Chavarriaga Sierra-Abogado contratista		16/04/2026
Revisó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		16/04/2026
Aprobó	Francisco Javier Echaverrí- Secretario de Hacienda		16/04/2026

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma

Fw: Decreto aprovechamiento económico de la plaza

Desde Manuela Gaviria Montoya <manuela.gaviria@bello.gov.co>
Fecha Lun 20/04/2026 8:25
Para Carolina Angarita Chacon <carolina.angarita@bello.gov.co>

Obtener Outlook para iOS

De: Notificaciones TIC Bello <notificacionestic@bello.gov.co>
Enviado: Thursday, April 16, 2026 11:07:39 AM
Para: Manuela Gaviria Montoya <manuela.gaviria@bello.gov.co>
Asunto: Decreto aprovechamiento económico de la plaza

Manuela, buenos días.

Envío la imagen solicitada donde se evidencian los comentarios hechos por la ciudadanía (0)

[illegible]

	CERTIFICADO	 SC-CER143588 
---	-------------	---

1020 - Secretaría Jurídica
1060 - Secretaría de Hacienda

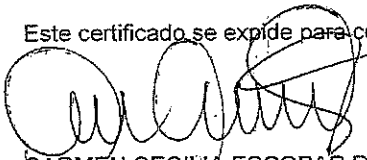
Bello, 17 de abril de 2026

LA SECRETARÍA JURÍDICA Y LA SECRETARÍA DE HACIENDA

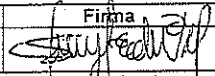
CERTIFICA:

Que una vez publicado el proyecto del Decreto "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS TARIFAS DE RETRIBUCIÓN ECONÓMICA POR EL USO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS EN LA PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO" en la página web, se evidencia que no se realizaron comentarios por parte de la ciudadanía, se adjunta pantallazo de <https://www.bello.gov.co/normatividad/decreto-aprovechamiento-economico-de-la-plaza>

Este certificado se expide para continuar el trámite de formalización del Decreto.


CARMEN CECILIA ESCOBAR D
Secretaría Jurídica


FRANCISCO JAVIER ECHEVERRI C
Secretario de Hacienda

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Sigifredo Chavarriaga – Abogado Contratista		17/04/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

1000 - Despacho del Alcalde

“POR MEDIO DEL CUAL REGLAMENTA EL PROCEDIMIENTO Y LOS REQUISITOS PARA LA ENTREGA A PARTICULARES LA ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE LA PLAZA DE MERCADO EN EL MARCO DE LA LEY 2079 DE 2021 Y EL CAPÍTULO XVI DE LA LEY 489 DE 1998”

LA ALCALDESA DEL MUNICIPIO DE BELLO, ANTIOQUIA, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 315 de la Constitución Política, la Ley 136 de 1994, modificada por la Ley 1551 de 2012, la Ley 388 de 1997, la Ley 489 de 1998, la Ley 9 de 1989, la Ley 2079 de 2021, el Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015, en armonía con el Acuerdo Municipal 033 de 2009, el Acuerdo 004 de 2025 y demás normas concordantes, y

CONSIDERANDO:

- 1. Que el artículo 210 de la Constitución Política establece que los particulares pueden cumplir funciones administrativas en las condiciones y requisitos que señale la Ley.
- 2. Que el artículo 5 de la Ley 9 de 1989 y el artículo 2.2.3.1.3 del Decreto 1077 de 2015 prescribe que el espacio público comprende, entre otros, los siguientes aspectos: *“1. Los bienes de uso público, es decir aquellos inmuebles de dominio público cuyo uso pertenece a todos los habitantes del territorio nacional, destinados al uso o disfrute colectivo”*.
- 3. Que el artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, reglamenta las funciones de los alcaldes municipales, en relación con las plazas de mercado públicas:

17. plazas de mercado públicas: las administraciones municipales deberán fomentar e incentivar la inversión pública y privada, la asociación de usuarios y/o cualquier otra modalidad que permita el adecuado funcionamiento y prestación del servicio de abastecimiento de alimentos a la población que ofrecen las plazas de mercado públicas. lo anterior para el óptimo desarrollo desde el punto de vista sanitario, ambiental, económico y social de las mismas.”.

- 4. Que el artículo 2.2.3.3.3 del Decreto 1077 de 2015 prescribe:

“Administración, mantenimiento y el aprovechamiento económico del espacio público. Los municipios y distritos podrán contratar con entidades privadas la administración, mantenimiento y el aprovechamiento económico para el municipio o distrito del espacio público, sin que impida a la ciudadanía de su uso, goce, disfrute visual y libre tránsito”. (Decreto 1504 de 1998, artículo 18)

- 5. Que el numeral 4º del artículo 2 de la Ley 2079 de 2021, *“Por medio de la cual se dictan disposiciones en materia de vivienda y hábitat”*, establece como uno de sus objetivos promover la adopción de esquemas de aprovechamiento económico del espacio público por parte de las entidades territoriales, garantizando su recuperación y sostenibilidad económica.

6. Que la citada ley, al modificar el artículo 7° de la Ley 9ª de 1989 mediante su artículo 40, dispuso que *"Modifíquese el artículo 7° de la Ley 9ª de 1989, el cual quedará así: "ARTÍCULO 7. Los Concejos Municipales y Distritales podrán, de acuerdo con sus competencias, crear entidades responsables de administrar, defender, desarrollar, mantener y apoyar financieramente el espacio público, el patrimonio inmobiliario y las áreas de cesión".*
7. Que, en el mismo artículo 40, se estableció que los alcaldes municipales y distritales deberán reglamentar, mediante decreto, lo relativo a la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público, y que podrán igualmente entregar a particulares dichas actividades respecto de bienes de uso público, mediante la utilización del mecanismo previsto en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998, relativo a la atribución de funciones administrativas a particulares.
8. Que en el párrafo 1 del artículo en mención, se indicó *"PARÁGRAFO 1. Se presume de derecho que en los actos y contratos que se expidan y suscriban para el aprovechamiento económico del espacio público, se encuentra contenida la cláusula de reversión contenida en el Artículo 14, Numeral 2 y 19 de la Ley 80 de 1993 y Artículo 29 de la Ley 1150 de 2007, la cual operará una vez se extinga el plazo dispuesto en los actos y contratos".*
9. Que el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 regula los requisitos y procedimiento para la asignación del ejercicio de funciones administrativas a particulares, así como el contenido de los actos administrativos y convenios mediante los cuales se materializa dicha habilitación. En este sentido, dispone que las entidades o autoridades administrativas podrán conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares siempre que se cumplan las condiciones y el procedimiento allí establecido, los cuales se describen a continuación:
- a) **Expedición de acto administrativo.** Este debe contener. a. Las funciones específicas que encomendará a los particulares; b. Las calidades y requisitos que deben reunir las entidades o personas privadas; c. Las condiciones del ejercicio de las funciones; d. La forma de remuneración, si fuera el caso; e. La duración del encargo y las garantías que deben prestar los particulares, y f. Las cláusulas excepcionales.
 - b) **La celebración de convenio.** a. Plazo menor a 5 años; b. Elaborar un pliego o términos de referencia, con fundamento en el acto administrativo expedido y formular convocatoria pública para el efecto teniendo en cuenta los principios establecidos en la Ley 80 de 1993 para la contratación por parte de entidades estatales. c. Incluir cláusulas excepcionales. d. Incluir cláusula de revocatoria de la autorización para ejercer función administrativa. e. Incluir cláusulas excepcionales.
10. Que la Corte Constitucional en sentencia C-233/02, con respecto a la atribución de funciones administrativas a particulares señaló que:

En el mismo sentido la Corte ha señalado que constitucionalmente es posible encauzar la atribución de funciones administrativas a particulares a través de varios supuestos, entre los que pueden enunciarse¹:

b) La previsión legal, por vía general de autorización a las entidades o autoridades públicas titulares de las funciones administrativas para atribuir a particulares (personas Jurídicas o personas naturales) **mediante convenio, precedido de acto administrativo el directo ejercicio de aquellas**; debe tenerse en cuenta como lo ha señalado la Corte que la mencionada atribución tiene como límite "la imposibilidad de vaciar de contenido la competencia de la autoridad que las otorga"². Este supuesto aparece regulado, primordialmente, por la Ley 489 de 1998, artículos 110 a 114 tal como ellos rigen hoy luego del correspondiente examen de constitucionalidad por la Corte³. SNFT. (...)

Cabe diferenciar, sin embargo, en este sentido el caso de las personas a quienes se les asigna el cumplimiento de una función pública en los términos señalados – Ley, acto administrativo, convención –, de quienes prestan un servicio público, sometido en cuanto tal a un régimen legal especial pero que en sí mismo no implica necesariamente el ejercicio de una función pública.

11. Que el artículo 110 de la Ley 489 de 1998 prescribe que "Por motivos de interés público o social y en cualquier tiempo, la entidad o autoridad que ha atribuido a los particulares el ejercicio de las funciones administrativas puede dar por terminada la autorización."
12. Que conforme a lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 es menester expedir un acto administrativo en el cual se determinen las condiciones para conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares.
13. Que el Acuerdo 033 de 2009, por el cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial - POT del Municipio de Bello, reconoce las plazas de mercado como equipamientos del sistema urbano, de carácter dotacional y funcionalidad colectiva, esenciales para el abastecimiento, el empleo y la dinamización económica.
14. Que con el propósito de fijar reglas claras y justas orientadas a dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 relativo al contenido de los pliegos o términos de referencia, es pertinente establecer directrices y reglas para la celebración del convenio marco con el operador privado, así como de los contratos que se celebren entre el operador y los comerciantes.
15. Que el presente decreto contiene aspectos no regulados en el decreto municipal marco de gestión No. 202604000140 "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA EL USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE MERCADO PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE BELLO".

¹ Ver Sentencia C- 543/2001 M.P. Alvaro Tafur Galvis

² Sentencia C-866 de 1999. M.P. Vladimiro Naranjo Mesa.

³ Sentencias C- 702 de 1999 M.P. Fabio Morón Díaz y C-866 de 1999 M.P. Vladimiro Naranjo Mesa.

16. Que resulta indispensable adoptar un reglamento aplicable al convenio marco y los contratos de aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado, teniendo en cuenta los principios enunciados establecidos en la Ley 80 de 1993⁴ para la contratación por parte de entidades estatales, lo cual implica (1) definir su contenido mínimo de los pliegos o términos de referencia, (2) precisar los mecanismos convencionales y/o contractuales que vinculan al Municipio con el operador, y (3) establecer directrices que orienten todas las etapas de la selección del particular mediante convenio.
17. Que para dar cumplimiento al proceso de asignar el ejercicio de funciones administrativas a particulares, con el fin otorgar la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de la plaza de mercado del municipio de Bello, es menester expedir una reglamentación sobre aspectos como: el procedimiento de selección, la forma de remuneración al operador, plazos y formas de pago, los términos del convenio con el operador, la duración de los contratos con los comerciantes, la cláusula de reversión o devolución del bien inmueble, los mecanismos de revisión periódica sobre el uso del bien y demás aspectos conexos, entre otros.
18. Que la Corte Constitucional en sentencia C-702/99 sostuvo que no era viable la prórroga de los convenios en el marco del artículo 111 de la Ley 489/98 al sostener que *"la posibilidad de que los convenios que las entidades o autoridades administrativas suscriban para conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares, puedan ser "prorrogables" en forma indefinida, que es una de las posibles interpretaciones que podría tener el numeral 2º. del artículo 111 al no haber previsto un límite máximo al número de prórrogas, contraría el artículo 123 de la Carta, pues da pie para que se convierta en permanente dicha asignación de función pública y su ejercicio por el particular contratado, a través de prórrogas sucesivas de 5 años, lo cual constituye una forma soterrada de burlar el carácter excepcional y el consiguiente límite temporal a que supeditó el Constituyente de 1991 el ejercicio de las funciones públicas por particulares. En ese orden de ideas, juzga la Corte que la Ley que regule su ejercicio, en observancia del artículo 123 de la Carta, debe hacer que el período de ejercicio de la función pública por el particular sea determinado y determinable en el tiempo. Así las cosas, esta expresión será declarada inexequible."*
19. Que el artículo 8 numeral 8 de la Ley 1437 de 2011 dispone que *"Las autoridades deberán mantener a disposición de toda persona información completa y actualizada, en el sitio de atención y en la página electrónica, y suministrarla a través de los medios impresos y electrónicos de que disponga, y por medio telefónico o por correo, sobre los siguientes aspectos: 8. Los proyectos específicos de regulación y la información en que se fundamenten, con el objeto de recibir opiniones, sugerencias o propuestas alternativas. (...)"*

⁴ ARTÍCULO 23.- De Los Principios de las Actuaciones Contractuales de las Entidades Estatales. Las actuaciones de quienes intervengan en la contratación estatal se desarrollarán con arreglo a los principios de **transparencia, economía y responsabilidad** y de conformidad con los postulados que rigen la función administrativa. Igualmente, se aplicarán en las mismas las normas que regulan la conducta de los servidores públicos, las reglas de interpretación de la contratación, los principios generales del derecho y los particulares del derecho administrativo.

20. Que el presente proyecto fue sometido a consulta ciudadana entre los días 14 al 21 de abril de 2026, mediante convocatoria realizada a través de la página web de la entidad, sin que se recibieran observaciones por parte de la comunidad, según reporte de la Dirección Técnica de TIC y Soporte Tecnológico.
21. Que, una vez cerrado el período de publicación y participación ciudadana, la Administración Municipal de Bello, conforme lo establece el artículo 3 de la Ley 1437 de 2011:

DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto. El presente Decreto tiene por objeto conferir o entregar el ejercicio de unas funciones administrativas a un particular conforme a la autorización legal contenida en el artículo 40 de la Ley 2079 de 2021 y lo dispuesto en el capítulo XVI de la Ley 489 de 1998.

PARÁGRAFO. Carácter del acto. El presente acto administrativo es de carácter general y por medio de él se decide entregar unas funciones a un particular, No obstante, su ejecución requiere la suscripción de un instrumento de carácter particular y concreto, consistente en un convenio bilateral, mediante el cual se definan las condiciones específicas de la asignación.

Artículo 2. Definiciones: Para la cabal interpretación y aplicación de este decreto, adóptese las siguientes definiciones.

Administrador: Conforme a lo dispuesto en el artículo 3 del Decreto 202604000140 de 2026, corresponde al Secretario (a) de Innovación y Desarrollo Económico la suscripción o celebración del convenio con el operador y todos los demás actos administrativos que de acuerdo con el marco jurídico aplicable sean necesarios expedir para el cabal cumplimiento del objeto del convenio, relacionados con la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de la plaza de mercado, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998.

Podrá además suscribir los demás convenios y/o contratos que determine en el marco de la operación o administración directa de la plaza de mercado, por razones de necesidad, oportunidad o conveniencia.

Convenio: Acto bilateral o acuerdo de voluntades mediante el cual el municipio de Bello, entrega a un tercero u operador, previa convocatoria pública, la administración, operación y mantenimiento de la plaza de mercado. El convenio se formalizará mediante acto administrativo expedido por el área competente. El artículo 110 de la Ley 489/98 establece que *“La atribución de las funciones administrativas deberá estar precedida de acto administrativo y acompañada de convenios”*

Operador. Es el gestor, tercero o la entidad que, en virtud del convenio celebrado con el municipio de Bello, tiene a cargo la operación de la plaza de mercado, y por

ende la celebración de los contratos con los particulares, comerciantes o demandantes de locales, bodegas o espacios públicos.

Permiso o autorización. Es el acto mediante el cual se autoriza la realización de actividades para el aprovechamiento del espacio público en la plaza de mercado.

Selección: La selección del particular se realizará a través de una convocatoria pública que atienda los lineamientos de la Ley 489 de 1998 en el artículo 111, la cual remite a los principios de establecidos en la Ley 80 de 1993.

Plazo: Término máximo de duración del convenio en los términos del artículo 111 de la Ley 489 de 1998. Dicho plazo no podrá exceder de cinco (5) años.

Retribución: Pago o contraprestación económica derivada del uso o aprovechamiento temporal del espacio público.

Revocatoria o terminación. La revocatoria o terminación de la autorización, es una facultad especial y discrecional, porque la autoridad municipal deberá valorar la razonabilidad, oportunidad y conveniencia revocar para retomar el ejercicio de la función respectiva, ponderando las circunstancias o motivos de interés público o social.

Selección objetiva: Es un principio fundamental en la contratación pública colombiana (Ley 1150 de 2007, Ley 80 de 1993) que obliga a las entidades estatales a escoger la propuesta más favorable técnica y económicamente. Elimina la subjetividad, basándose en criterios claros, objetivos y preestablecidos en los pliegos de condiciones o términos de referencia para garantizar igualdad y transparencia.

Artículo 3. Ejercicio de funciones administrativas. Las personas naturales y jurídicas privadas, así como otras formas asociativas autorizadas por la Ley, podrán ejercer funciones administrativas, para efectos de administrar u operar la Plaza de Mercado de Bello, bajo las condiciones descritas en el presente decreto.

En todo caso la regulación, el control, la vigilancia y la orientación de la función administrativa conferida al particular mediante convenio administrativo de cooperación, corresponderá en todo momento, dentro del marco legal, al municipio de Bello, por ser titular de la función y, en consecuencia, deberá impartir las instrucciones, lineamientos y directrices necesarias para su ejercicio, a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico.

Artículo 4. Control. Conforme al artículo 114 de la Ley 489 de 1998, el municipio de Bello a través de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, o aquella que haga sus veces, ejercerá directamente el control sobre el cumplimiento de las finalidades, objetivos, políticas y programas que deban ser observados por el particular. Para tal efecto podrá solicitar los documentos, información o informes que estime pertinente para el ejercicio de esta función.

Artículo 5. Revocatoria de la autorización. En el marco del inciso 4 del artículo 110 de la Ley 489 de 1998, el municipio de Bello, por motivos de interés público o social y en cualquier tiempo, podrá revocar o dar por terminada la autorización que ha atribuido a los particulares para el ejercicio de las funciones administrativas.

En todo caso la revocación o terminación del convenio y la avocación de funciones es independiente de las cláusulas excepcionales que se pacten en el convenio respectivo con el particular, conforme a lo dispuestos en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998. En todo caso no serán excluyentes.

Artículo 6. Conforme a lo prescrito en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 y lo señalado por la Corte Constitucional en la sentencia C-866 de 1999, la atribución de funciones administrativas concedidas al tercero, se hará bajo el entendido que no es pertinente vaciar de contenido la competencia de la autoridad que las otorga, y por tanto la atribución conferida al particular mediante el convenio no puede llegar al extremo de que éste reemplace totalmente la autoridad pública en el ejercicio de las funciones que le son propias.

Artículo 7. Delimitación de funciones. La atribución de funciones administrativas al particular quedará delimitada expresamente conforme a lo establecido en los capítulos siguientes.

PARÁGRAFO Funciones atribuidas al particular. Las funciones atribuidas se hacen bajo criterios materiales, espaciales, temporales, circunstanciales, procedimentales que resulten útiles para precisar el campo de acción del particular, en forma tal que no se llegue a una invasión o usurpación de funciones no concedidas, o un vaciamiento del contenido de la competencia de la autoridad atribuyente. (Sentencia C-866/99)

CAPÍTULO II

FUNCIONES ESPECÍFICAS ENTREGADAS

Artículo 8. Origen y alcance. Las funciones específicas que se entregarán al particular son las señaladas en el decreto marco de gestión municipal No. 202604000140 *"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA EL USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO"* y en especial las siguientes:

- 1. El operador o gestor deberá cumplir con las obligaciones relacionadas con la administración, operación, mantenimiento y aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado del Municipio de Bello.
- 2. Administrar la Plaza de Mercado del Municipio de Bello y operar la infraestructura que la compone, de conformidad con las condiciones establecidas en el convenio, el Pliego de Condiciones o términos de referencia y sus anexos.
- 3. Recibir la infraestructura de la Plaza de Mercado de Bello a título de gestión, operación, administración y aprovechamiento económico, conforme a las condiciones establecidas en el contrato.
- 4. Asegurar el pago oportuno de los servicios públicos domiciliarios que se consuman en la infraestructura, tales como acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, gas y demás que se requieran para su funcionamiento, salvo aquellos que se encuentren a cargo directo de los comerciantes mediante contratos individuales.
- 5. Cubrir los costos de los servicios públicos correspondientes a las áreas comunes o infraestructura bajo su administración, cuando estos no se encuentren individualizados a cargo de los comerciantes.
- 6. Aplicar los criterios y lineamientos definidos por la Administración Municipal para la selección de los comerciantes que ocuparán los espacios de la plaza de mercado, celebrando los respectivos contratos de aprovechamiento económico, sin que dicha

selección implique la modificación o interpretación autónoma de dichos criterios por parte del operador.

- 7. Cumplir con las disposiciones relacionadas con seguridad, mantenimiento, conservación de la infraestructura, aseo y limpieza, gestión ambiental, prevención de emergencias y normas higiénico-sanitarias aplicables a la operación de la plaza de mercado.
- 8. Garantizar el cumplimiento de las normas en materia de seguridad industrial, seguridad social, salud ocupacional, gestión ambiental, higiene y manipulación de alimentos, así como las relacionadas con la prevención de pérdidas y desperdicio de alimentos.
- 9. Responder por las sanciones o multas que se generen por causas atribuibles a su gestión durante la vigencia del convenio, sin perjuicio de que dichas responsabilidades puedan ser trasladadas a los titulares de los locales cuando la causa sea atribuible directamente a ellos.
- 10. Mantener indemne al Municipio de Bello frente a cualquier reclamación derivada de la gestión del contratista en la administración y operación de la plaza de mercado.
- 11. Solicitar autorización previa, expresa y escrita al Municipio de Bello o al Comité de la Plaza para realizar cualquier intervención o modificación en la infraestructura, presentando los soportes técnicos y jurídicos correspondientes. Igualmente, en caso de presentarse un déficit entre ingresos y gastos, el municipio no reconocerá los mismos si son superiores al recaudo, salvo autorización expresa del Comité.
- 12. Restituir al Municipio de Bello la infraestructura y las mejoras realizadas al finalizar el contrato o en caso de terminación anticipada del mismo, sin derecho a compensación alguna, salvo lo que expresamente se establezca en el contrato.
- 13. Las demás prescritas en la Ley y que sean aplicables al presente proceso de selección de operador privado.

CAPÍTULO III

LAS CALIDADES Y REQUISITOS QUE DEBE REUNIR EL OPERADOR

Artículo 9. Participantes y habilitación. Podrán participar en la convocatoria pública las personas privadas, naturales o jurídicas, con o sin ánimo de lucro, nacionales o extranjeras, así como otras formas asociativas autorizadas en la Ley, siempre y que tengan capacidad para obligarse, y reúnan los requisitos específicos indicados en el Pliego de Condiciones o términos de referencia.

Artículo 10. Calidades y requisitos. Conforme a lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998, las calidades y requisitos que deben reunir las personas privadas o entidades que eventualmente resulten seleccionadas para el ejercicio de funciones administrativas, además de las señaladas en el decreto marco de gestión municipal No. 202604000140, serán las siguientes:

- 1. Se tendrán como habilitadas las propuestas que hayan sido presentadas dentro de los plazos establecidos en el cronograma del proceso y que cumplan con los requisitos habilitantes establecidos en el Pliego de Condiciones o términos de referencia y que no estén incurso en una causal de rechazo.
- 2. El oferente tiene la carga de presentar su oferta en forma íntegra, esto es, respondiendo todos los puntos del Pliego de Condiciones o términos de referencia y adjuntando todos los documentos de soporte o prueba de las condiciones que pretenda hacer valer en el proceso dentro del término establecido por la Entidad, entendiéndose esto como de obligatorio cumplimiento para los oferentes so pena de rechazo de sus propuestas. Los documentos exigidos para acreditar los factores de desempate

tampoco podrán ser subsanados, por lo que deberán ser presentados desde el momento de la presentación de la oferta.

3.
- La evaluación y selección se realizará mediante puntajes o fórmulas previamente definidas, teniendo en cuenta los principios establecidos en la Ley 80 de 1993 para la contratación por parte de entidades estatales.

CAPÍTULO IV

FORMA DE REMUNERACIÓN

Artículo 11. Bases para la remuneración. La base de la remuneración se hará teniendo en cuenta el estudio del sector donde se analicen las perspectivas, legal, comercial, técnica, financiera, económica, y de riegos, con el fin de hacer una remuneración razonable, justa y proporcional a las obligaciones asumidas por el particular.

Artículo 12. Estructura y Sostenibilidad Financiera. El modelo financiero del convenio se fundamentará en el principio de sostenibilidad económica de la plaza.

La operación de la Plaza de Mercado de Bello deberá garantizar que los flujos de caja generados por el aprovechamiento económico cubran, como mínimo, los costos de administración, operación y mantenimiento (AOM), asegurando la eficiencia, en el uso de los recursos públicos y privados.

Por tanto, el flujo de caja deberá ser considerado en los pliegos o términos de referencia para efecto de evaluación de las propuestas.

PARÁGRAFO 1: Umbral de reconocimiento de costos y gastos. Con el fin de mantener la sostenibilidad financiera de la Plaza, así como su vocación de servicio en el largo plazo para la comunidad, dada su finalidad social, el municipio no reconocerá gastos y costos siempre que sean superiores al recaudo efectivo, salvo autorización expresa y escrita del Comité de la Plaza.

Por tanto, los responsables de la gestión administrativa de la plaza procurarán que esta arroje siempre un superávit producto de una gestión eficiente de sus recursos, lo cual implica costos y gastos eficientes, y una facturación con base en tasas o tarifas razonables, respecto de los precios de mercado, para garantizar la viabilidad económica y financiera a futuro de la plaza.

PARÁGRAFO 2: Ajustes. Con base en lo dispuesto en el artículo 12, de presentarse un déficit o se advierta que los gastos son inferiores a los recaudos efectivos, se deberán tomar las medidas administrativas, convencionales, contractuales, financieras, legales etc. a que haya lugar, para normalizar la situación y lograr el equilibrio económico y financiero de la plaza, en aras de su sostenibilidad y permanencia.

Lo anterior teniendo en cuenta que los ingresos facturados y los correspondientes recaudos efectivos, menos los gastos totales, menos la remuneración al operador debe generar un excedente a favor del municipio, y no un déficit.

Artículo 13. Régimen de Contraprestación y Remuneración del Operador. La remuneración al operador se determinará con base en estudios de mercado y análisis de riesgos previos.

Se establecen las siguientes variables de remuneración o pago:

N°	VARIABLE	DESCRIPCIÓN
A	Fijación del Porcentaje de Remuneración	El valor de la remuneración para el operador se establece hasta el veinte por ciento (20%) del recaudo efectivo proveniente de los contratos de aprovechamiento económico. Para dicho reconocimiento el operador deberá presentar los documentos soporte, conforme a las obligaciones estipuladas en los pliegos de condiciones y el convenio suscrito.
B	Base de Cálculo	La retribución se calculará exclusivamente sobre el recaudo neto realizado, incentivando así la eficiencia en la gestión de cobro del Operador.
C	Factores de Ponderación	Para ajustes futuros o modalidades alternativas, se podrán considerar porcentajes sobre los costos totales de la plaza o valores fijos por administración, siempre que no se comprometa la solvencia del modelo.

PARÁGRAFO. Ajustes. Las partes del convenio podrán ajustar el porcentaje (%) de remuneración pactado, como el umbral de eficiencia, previa justificación técnica, económica, financiera, legal o de conveniencia. En todo caso el plazo continúa vigente.

Artículo 14. Obligación de Recaudo Mínimo y Garantía de Ingresos. Con el fin de proteger el patrimonio público y los principios de gestión fiscal, se establecen las siguientes reglas de desempeño:

A. Umbral de Eficiencia: El operador debe garantizar un recaudo mínimo del 70% para el primer año y del 80% para los años subsiguientes de los ingresos facturados por concepto de aprovechamiento económico del espacio público.

B. Responsabilidad por Déficit en logro de la meta de recaudo: Si el recaudo efectivo no alcanza los umbrales o metas señalados en este artículo, la diferencia será reconocida y pagada directamente por el Operador con cargo a sus propios recursos, teniendo en cuenta los siguientes escenarios:

- 1) Cuando el recaudo es igual al 100% de la facturación, el operador recibirá hasta el porcentaje pactado de dicho recaudo neto. No se presentan cuentas por cobrar a comerciantes.
- 2) Cuando el recaudo en el primer año está entre el 70 y 100% de la facturación, el operador recibirá hasta el porcentaje pactado de dicho recaudo neto. Se presentan cuentas por cobrar a los comerciantes a favor del municipio cuya gestión la debe hacer

el operador. No hay penalización al operador. (En este caso el municipio recibe mínimo del 70%)

- 3) Cuando el recaudo para los años siguientes es inferior al 80%, el operador tendrá derecho recibirá hasta el porcentaje pactado del recaudo neto, menos el porcentaje (%) que falte para alcanzar el umbral o meta de recaudo. Hay penalización al operador. Se presentan cuentas por cobrar a favor del operador. (En este caso el municipio recibe mínimo del 80%)
- 4) En el evento en que el valor de los honorarios a favor del operador, resulten con saldo negativo por efecto de la penalización, se constituirán cuentas por cobrar del municipio de Bello a cargo de dicho gestor de la plaza. En los pliegos se fijarán reglas sobre saldos negativos, que ir hasta la revocatoria de la autorización concedida al operador.

Para la aplicación de este artículo se tendrán en cuenta los documentos, soportes y valores registrados en la contabilidad de las partes y de los comerciantes.

C. Conciliación Contable: La verificación de estas cifras se realizará mediante el cruce de los estados financieros y la contabilidad de ambas partes, o de terceros.

Artículo 15. Requisitos para el pago. Con el fin de contar con los soportes legales, contables, técnicos y financieros, para el pago del porcentaje (%) acordado, el operador deberá acreditar mensualmente el nivel de recaudo mínimo o umbral sobre la facturación proyectada del período. Este mecanismo asegura que la remuneración esté alineada con la eficiencia en la gestión de cartera y la sostenibilidad financiera del recinto.

El soporte de pago principal será un estado de cuenta certificado por el operador y validado por la supervisión, donde se demuestre el cumplimiento del umbral de recaudo de que trata el artículo siguiente, y la base bruta sobre la cual se liquida la comisión.

Para la justificación de este rubro, el operador debe presentar un informe de actividades que desglose la ejecución operativa, entendiendo que el porcentaje (%) cubre la gestión administrativa y de mantenimiento, mientras que los costos de servicios públicos se gestionan de manera independiente. El soporte de pago deberá enumerar y documentar las acciones realizadas en:

- a) **Gestión de Cartera y Recaudo:** Reportes de facturación bruta y gestión de cobro para alcanzar el umbral mínimo exigido.
- b) **Mantenimiento de Infraestructura:** Registro de intervenciones preventivas y correctivas en las áreas comunes.
- c) **Sanidad y Aseo:** Certificaciones de disposición de residuos y jornadas de limpieza profunda.
- d) **Seguridad:** Bitácoras de vigilancia y control de accesos.
- e) **Gestión Administrativa y Seguridad social en el trabajo-SST:** Supervisión del cumplimiento de normas de seguridad y salud en el trabajo por parte de los vivanderos.

Artículo 16. Control de Gastos Operativos y Servicios Públicos. Es responsabilidad exclusiva del Operador el aseguramiento del pago oportuno de los servicios públicos (acueducto, energía, gas, aseo) de las áreas comunes y la infraestructura bajo su mando.

El incumplimiento en estos pagos se considerará una falta grave al convenio y podrá dar lugar a la declaratoria de caducidad.

Artículo 17. Fórmulas de pago y desempeño financiero. Para el cálculo y control de las obligaciones económicas, se aplicarán las siguientes fórmulas:

- **Cálculo de la Remuneración Mensual (R_m):**

$$R_m = RE \times \%P_{adj}$$

Donde:

- RE : Recaudo Efectivo del mes (ingresos reales percibidos en cuenta bancaria).
- $\%P_{adj}$: Porcentaje adjudicado en el proceso de selección (máximo 20%).

- **Indicador de Eficiencia de Recaudo (IER):**

$$IER = \frac{\text{Recaudo Efectivo}}{\text{Ingresos Facturados}} \times 100$$

Criterio: Si $IER < 80\%$, el operador debe cubrir la diferencia resultante para alcanzar el umbral del 80% con cargo a su remuneración o patrimonio.

Artículo 18. Cuenta bancaria para recaudo. Con el fin de proteger el patrimonio público, los principios de la gestión fiscal y función administrativa y en especial el principio de sostenibilidad financiera, el gestor y/o operador de la plaza seleccionado, deberá manejar los recaudos provenientes del aprovechamiento económico en una cuenta bancaria independiente o fiducia pública creada para tal fin.

PARÁGRAFO: Inclusión en los pliegos. En los pliegos o términos de referencia, se incluirá todo lo necesario para claridad y precisión en la remuneración y obligaciones financieras y administrativas del operador.

CAPÍTULO V

TÉRMINO DE DURACIÓN DEL ENCARGO Y GARANTÍAS

Artículo 19. Término de duración. El término de duración del convenio será hasta de cinco (5) años, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 2079 de 2021. En los Pliegos o términos de referencia se determinará o fijará su duración.

Artículo 20. Cláusulas excepcionales y revocatoria. En la minuta del convenio se consignarán las cláusulas excepcionales de modificación, terminación e interpretación unilaterales, reversión y caducidad en los términos previstos en la Ley de contratación y demás normativa aplicable, en los términos y condiciones indicados en la Ley 80 de 1993.

El Municipio de Bello, podrá declarar la caducidad del contrato en los eventos previstos en los artículos 14, 18 de la Ley 80 de 1993, 25 de la Ley 40 de 1993 y en el artículo 1º de la Ley 828 de 2003 y demás normas concordantes.

Igualmente se incluirá en los pliegos o términos de referencia, la cláusula de revocatoria de la autorización de que trata el inciso 4 del artículo 110 de la Ley 489 de 1998.

PRÁGRAFO. Cláusula de reversión. Conforme a lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley 2079 de 2021, se presume de derecho que en los actos y contratos que se expidan y suscriban para el aprovechamiento económico del espacio público, se encuentra contenida la cláusula de reversión contenida en el artículo 14, Numeral 2 y 19 de la Ley 80 de 1993 y artículo 29 de la Ley 1150 de 2007, la cual operará una vez se extinga el plazo dispuesto en los actos y contratos.

Artículo 21. Garantías. En el Pliego de Condiciones o términos de referencia se dispondrá lo relativo a las garantías que deben prestar los particulares conforme a lo dispuesto en las Leyes 80 de 1983, 489 de 1998 y el Decreto 1082 de 2015.

Artículo 22. Mitigación de Riesgos. En los pliegos de condiciones o términos de referencia, se dispondrá lo relativo a la distribución de riesgos, conforme a lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley 1150 de 2007.

CAPÍTULO VI

REGLAS GENERALES DE PARTICIPACIÓN Y SELECCIÓN

Artículo 23. Capacidad. Estarán habilitadas para participar en el presente proceso de selección las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, debidamente autorizadas para contratar, de manera individual o bajo las modalidades de Consorcio o Unión Temporal, o promesa de sociedad futura, siempre que cuenten con capacidad legal para obligarse conforme a la normatividad vigente y no se encuentren incurso en causales de inhabilidad o incompatibilidad previstas en la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, sus decretos reglamentarios y demás normas concordantes.

En todo caso se deben consultar requisitos contenidos en los Pliegos o términos de referencia.

Artículo 24. Verificación de los requisitos habilitantes y evaluación de propuestas. El Municipio de Bello, con el fin de dar cumplimiento al principio de selección objetiva, de conformidad con lo previsto en el artículo 5 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 5 de la Ley 1882 de 2018, realizará la verificación de los requisitos habilitantes de carácter jurídico, financiero y técnico, así como la evaluación técnica y económica de las propuestas presentadas, dentro del término establecido en el cronograma del proceso de selección, y conforme a los criterios previamente definidos en el Pliego de Condiciones o términos de referencia.

Durante este término la entidad podrá solicitar a los proponentes las aclaraciones, explicaciones o documentos necesarios para subsanar aspectos de sus ofertas que no afecten la asignación de puntaje.

Artículo 25. Evaluación de las propuestas por el Comité Evaluador. Para la evaluación de las propuestas, el Comité Evaluador realizará la revisión y verificación integral de la información y documentos exigidos en el Pliego de Condiciones o términos de referencia.

La evaluación considerará los criterios que permitan ponderar la mejor oferta según los siguientes factores de evaluación: (1) experiencia específica, (2) aspectos técnicos, (3) SG-SST, (4) aspectos económicos, y (5) incentivos legales. En el Pliego de Condiciones o términos de referencia se precisarán estos aspectos y su puntaje.

Artículo 26. Causales de rechazo de las propuestas. Serán causales de rechazo las establecidas en la Ley, y en todo caso a modo enunciativo las siguientes:

1. Cuando la propuesta se presente de manera extemporánea o por un medio diferente al establecido en el Pliego de Condiciones o términos de referencia.
2. Cuando se compruebe que la información suministrada es contradictoria, no corresponde a la realidad o resulte artificiosamente incompleta, sin perjuicio del traslado a las autoridades competentes.
3. Cuando no se presenten los documentos necesarios para la comparación Cuando la propuesta se presente subordinada al cumplimiento de cualquier condición o modalidad que altere las condiciones del proceso de selección.
4. Cuando el particular no suministre la información o documentación solicitada por la Entidad Estatal dentro del término de traslado del informe de evaluación, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente sobre subsanabilidad.
5. Cuando el valor de la propuesta sea considerado artificialmente bajo y el proponente no presente dentro del plazo establecido la justificación correspondiente.
6. Cuando el particular se encuentre incurso en alguna de las inhabilidades o incompatibilidades para contratar establecidas en la Constitución, la Ley 80 de 1993 y demás normas aplicables.
7. Cuando la propuesta sea presentada por personas naturales o jurídicas que hayan participado directa o indirectamente en la elaboración de los estudios previos o de los pliegos de condiciones, o cuando alguno de los miembros del equipo de trabajo haya tenido dicha participación.
8. Cuando no se presente la propuesta conforme a los formatos o documentos establecidos en el Pliego de Condiciones o términos de referencia.
9. Cuando el proponente no entregue junto con la propuesta las garantías que exija el municipio.
10. Cuando el proponente no cumpla con los requisitos mínimos establecidos en el Pliego de Condiciones o términos de referencia y no subsane correctamente dentro del término fijado para ello.
11. Cuando el proponente se encuentre incurso en alguna causal de tipo legal que le impida continuar con la ejecución del convenio.
12. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 1882 de 2018, los proponentes no podrán acreditar circunstancias ocurridas con posterioridad al cierre del proceso.

Artículo 27. Empates. En caso de presentarse empate entre dos o más propuestas que hayan obtenido el mayor puntaje total en el proceso de evaluación, el Municipio de Bello aplicará los criterios definidos en la Ley.

Artículo 28. Declaratoria desierta. El Municipio de Bello podrá declarar desierto el proceso de otorgamiento de funciones al particular dentro del plazo previsto para la adjudicación, cuando no sea posible realizar una selección conforme a la Ley.

Artículo 29. Verificación de los requisitos habilitantes. El Comité Evaluador realizará la verificación de los requisitos habilitantes de capacidad jurídica, capacidad financiera, capacidad de organización y capacidad técnica/experiencia, de conformidad con las

Artículo 30. Disponibilidad de talento humano. El proponente deberá acreditar la disponibilidad de un equipo humano mínimo que garantice la adecuada administración, operación técnica, social y logística de la Plaza de Mercado de Bello durante la ejecución del convenio.

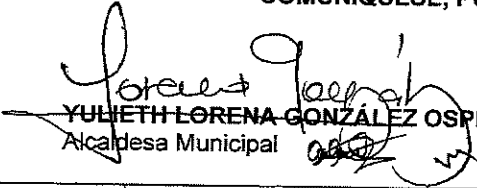
Artículo 31. Debida diligencia. Conforme a lo dispuesto en los artículos 12 y 31 la Ley 2195 de 2022, el operador deberá presentar declaración juramentada donde se compromete a la aplicación de normas para la prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo. Para acreditar este requisito el proponente deberá diligenciar el anexo respectivo publicado junto con los documentos respectivos.

Artículo 32. Prórroga. En ningún caso podrá pactarse o autorizarse prórrogas del convenio, sin perjuicio de que pueda participar en un nuevo proceso de selección, conforme a lo decidido por la Corte Constitucional en sentencia C-702/99.

Artículo 33. Vigencia. Este decreto rige a partir de su publicación.

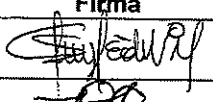
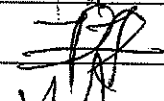
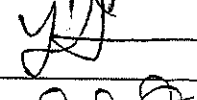
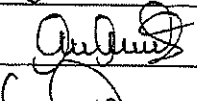
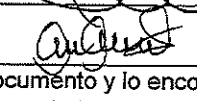
Artículo 34. Publicidad. El presente decreto regirá a partir de la fecha de su publicación en los medios oficiales del Municipio de Bello y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE



YULIETH LORENA GONZÁLEZ OSPINA

Alcalde(a Municipal

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Sigifredo Chavarriaga Sierra-Abogado Contratista		5/05/2026
Proyectó:	Oscar Acevedo-Contratista Sec. Innovación y Desarrollo		5/05/2026
Revisó:	Yamile Andrea Márquez Torres- Profesional Especializada Secretaria de Innovación y Desarrollo Económico		5/05/2026
Revisó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		5/05/2026
Aprobó:	William Darío Montoya Cuartas- Secretario de Innovación y Desarrollo Económico		5/05/2026
Aprobó:	Carmen Cecilia Escobar David- Secretaria Jurídica		5/05/2026

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma

	CERTIFICADO	 
---	--------------------	---

1020 - Secretaría Jurídica
Bello, 06 de mayo de 2026

LA SECRETARIA JURÍDICA

CERTIFICA:

Que una vez publicado el proyecto del Decreto “POR MEDIO DEL CUAL REGLAMENTA EL PROCEDIMIENTO Y LOS REQUISITOS PARA LA ENTREGA A PARTICULARES LA ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE LA PLAZA DE MERCADO EN EL MARCO DE LA LEY 2079 DE 2021 Y EL CAPÍTULO XVI DE LA LEY 489 DE 1998” en la página web, se evidencia que no se realizaron comentarios por parte de la ciudadanía, según información remitida por la Dirección Técnica de TIC y Soporte Tecnológico, el cual estuvo disponible en el siguiente link: <https://www.bello.gov.co/proyectos-de-actos-administrativos/por-medio-del-cual-se-confiere-el-ejercicio-de-unas> del 14 al 21 de abril de 2026

Este certificado se expide para continuar el trámite de formalización del Decreto.

Código: F-GDO-10	Versión: 10 Fecha de aprobación: 2026 / 01 / 01	Página 1 de 2
------------------	--	---------------

modificación 0026/04/14 F-GDO-10 - Caudado: 2026/04/01 14:24:43

"POR MEDIO DEL CUAL SE CONFIERE EL EJERCICIO DE UNAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS A PARTICULARES, EN EL MARCO DE LA LEY 489 DE 1998".

Fecha de expedición: 2026/04/14 08:00:00

Compartir  

"POR MEDIO DEL CUAL SE CONFIERE EL EJERCICIO DE UNAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS A PARTICULARES, EN EL MARCO DE LA LEY 489 DE 1998".

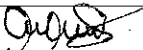
Archivos para descargar

 18-decreto-confiere-func...

¿Encontraste lo que buscabas?
¿Te pareció útil este contenido?

0 Comentarios


CARMEN CECILIA ESCOBAR DAVID
Secretaría Jurídica

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	MANUELA GAVIRIA – profesional especializada E		06/05/2026
Revisó:	CARMEN CECILIA ESCOBAR DAVID Secretaría Jurídica		06/05/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

Le informo que ya se encuentra programado y publicado como ha sido indicado, lo puede observar en el siguiente link <https://www.bello.gov.co/proyectos-de-actos-administrativos/por-medio-del-cual-se-confiere-el-ejercicio-de-unas>

"POR MEDIO DEL CUAL SE CONFIERE EL EJERCICIO DE UNAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS A PARTICULARES, EN EL MARCO DE LA LEY 489 DE 1998".

Compartir

Archivos para descargar



13 - detzeto - canhere - func...

¿Encontraste lo que buscabas?
¿Te pareció útil esta conversación?

5

No

 Cementitious

Report No.

SECURITY INFORMATION

CONSENTA




Instituto Nacional de
Metrología de Colombia



Departamento
Nacional de Aduanas



Presidencia



“POR MEDIO DE LA CUAL SE JUSTIFICA ACTO ADMINISTRATIVO DE CARÁCTER GENERAL EN LOS TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 3, 35 Y 44 DE LA LEY 1437 DE 2011, ARTÍCULOS 8 Y 45 DE LA LEY 489 DE 1998”.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BELLO

Participación Ciudadana.
Observaciones o Comentarios SI ☐, NO ☒.
(Recolección de propuestas, observaciones, comentarios, incluir una breve descripción y sus resultados.)
Fecha de publicación del acto 14/04/2026
Vencimiento del término de cinco (5) días 21/04/2026

1. Introducción.

La presente memoria justificativa tiene por objeto fundamentar la necesidad, conveniencia y legalidad del acto administrativo de carácter general titulado **"POR MEDIO DEL CUAL REGLAMENTA EL PROCEDIMIENTO Y LOS REQUISITOS PARA LA ENTREGA A PARTICULARES LA ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE LA PLAZA DE MERCADO EN EL MARCO DE LA LEY 2079 DE 2021 Y EL CAPÍTULO XVI DE LA LEY 489 DE 1998"**, expedido por la Alcaldía Municipal de Bello, en ejercicio de las competencias que le otorgan la Constitución, las leyes y ordenamientos locales.

Este acto se inscribe en el marco del cumplimiento de los fines esenciales del gobierno municipal, orientados a la regulación para conferir o entregar el ejercicio de unas funciones administrativas a un particular conforme a la autorización legal contenida en el artículo 40 de la ley 2079 de 2021 y lo dispuesto en el capítulo XVI de la Ley 489 de 1998.

2. Justificación Legal

El acto administrativo se dicta en ejercicio de las facultades conferidas por:

- **La Constitución política**, en sus artículos 6, 121, 122, 123, 209, que establece tanto los principios generales de la función pública como las competencias de las autoridades para expedir actos administrativos.
- **Ley 136 de 1994, artículo 91 modificado por el artículo 29 de la Ley 1551 de 2012**, el cual reglamenta las funciones de los alcaldes municipales, en relación con las plazas de mercado pública.
- **Ley 489 de 1998 artículo 111** establece los requisitos y procedimientos para la asignación de funciones administrativas por parte de los particulares, así como el contenido de los actos administrativos y convenios, así mismo prescribe que las entidades o autoridades administrativas podrán conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares cumpliendo los requisitos y observando el procedimiento que se describe a continuación.
- **Ley 2079 de 2021 artículo 40** establece que “Los alcaldes municipales y distritales mediante decreto reglamentarán lo concerniente a la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico del espacio público. Así mismo, podrán entregar a particulares la administración, mantenimiento y aprovechamiento económico de los bienes de uso público, utilizando el mecanismo contenido en el Capítulo XVI de la Ley 489 de 1998”. (...).

3. Fundamentación Técnica y Social

El acto tiene como finalidad atender a las siguientes necesidades detectadas en el ámbito municipal:

Conforme a lo dispuesto en el artículo 110 de la Ley 489 de 1998, algunas de las condiciones para la asignación de funciones administrativas a particulares, consiste en la proyección de un acto administrativo y la posterior celebración del convenio respectivo, bajo los demás requisitos que contempla el artículo ibidem y, cumplimiento el procedimiento que se describe a en el artículo 111 de la misma ley, el cual establece:

ARTÍCULO 111.- Requisitos y procedimientos de los actos administrativos y convenios para conferir funciones administrativas a particulares. Las entidades o autoridades administrativas podrán conferir el ejercicio de funciones administrativas a particulares, bajo las condiciones de que trata el artículo

anterior, cumpliendo los requisitos y observando el procedimiento que se describe a continuación:

1. Expedición de acto administrativo, decreto ejecutivo, en el caso de ministerios o departamentos administrativos o de acto de la junta o consejo directivo, en el caso de las entidades descentralizadas, que será sometido a la aprobación del presidente de la República, o por delegación del mismo, de los ministros o directores de departamento administrativo, de los gobernadores y de los alcaldes, según el orden a que pertenezca la entidad u organismo, mediante el cual determine:

(...)

a. Las funciones específicas que encomendara a los particulares;

Nota: (El literal a) fue declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-866 de 1999, de conformidad con la consideración 7.5 de la parte motiva de la misma.)

b. Las calidades y requisitos que deben reunir las entidades o personas privadas;

c. Las condiciones del ejercicio de las funciones;

d. La forma de remuneración, si fuera el caso;

e. La duración del encargo y las garantías que deben prestar los particulares con el fin de asegurar la observancia y la aplicación de los principios que conforme a la Constitución Política y a la ley gobiernan el ejercicio de las funciones administrativas.

2. La celebración de convenio, si fuere el caso, cuyo plazo de ejecución será de cinco (5) años prorrogables y para cuya celebración la entidad o autoridad deberá:

Elaborar un pliego o términos de referencia, con fundamento en el acto administrativo expedido y formular convocatoria pública para el efecto teniendo en cuenta los principios establecidos en la Ley 80 de 1993 para la contratación por parte de entidades estatales.

Pactar en el convenio las cláusulas excepcionales previstas en la Ley 80 de 1993 y normas complementarias, una vez seleccionado el particular al cuál se conferirá el ejercicio de las funciones administrativas. (Ver Sentencia de julio 29 de 2015, Rad. 2004-05517, Consejo de Estado.)

Con base en lo anterior, se impone la necesidad de reglamentar mediante acto administrativo las condiciones para el otorgamiento de estas, así como aquellos aspectos a considerar en la celebración del respectivo convenio.

El Acuerdo 033 de 2009, por el cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial - POT del Municipio de Bello, reconoce las plazas de mercado como equipamientos del sistema urbano, de carácter dotacional y funcionalidad colectiva, esenciales para el abastecimiento, el empleo y la dinamización económica, es por esto que, con el propósito de fijar reglas claras y justas orientadas a dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 111 de la Ley 489 de 1998 relativo al contenido de los pliegos o términos de referencia, es pertinente establecer directrices y reglas para la celebración del convenio marco con el operador privado, así como de los contratos que se celebren entre el operador y los comerciantes.

Resulta indispensable, en este sentido, adoptar un reglamento aplicable al convenio marco y los contratos de aprovechamiento económico de la Plaza de Mercado, teniendo en cuenta los principios enunciados establecidos en la Ley 80 de 1993 para la contratación por parte de entidades estatales, lo cual implica (1) definir su contenido mínimo de los pliegos o términos de referencia, (2) precisar los mecanismos convencionales y/o contractuales que vinculan al Municipio con el operador, y (3) establecer directrices que orienten todas las etapas de la selección del particular mediante convenio.

Para dar cumplimiento a un ordenado proceso de asignar el ejercicio de funciones administrativas a particulares, con el fin de la explotación de la plaza de mercado del municipio de Bello, es menester expedir una reglamentación sobre aspectos como: el procedimiento de selección, la forma de remuneración al operador, plazos y formas de pago, los términos del convenio con el operador, la duración de los contratos con los comerciantes, la cláusula de reversión o devolución del bien inmueble, los mecanismos de revisión periódica sobre el uso del bien y demás aspectos conexos, entre otros.

La presente regulación se desarrolla con base en lo dispuesto en el Decreto Municipal Nro. 202604000140 del 15 de abril de 2026 *"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE UN MODELO DE GESTIÓN Y SE DICTAN LAS REGLAS GENERALES PARA EL USO, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, OPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DEL BIEN DE USO PÚBLICO PLAZA DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE BELLO"* el cual reglamentó el modelo de gestión del inmueble destinado a la Plaza de Mercado Pública de propiedad del Municipio de Bello, estableciendo las reglas generales para su administración, mantenimiento, operación y aprovechamiento económico como bien público, con el fin de garantizar su adecuado funcionamiento desde los puntos de vista sanitario, ambiental, económico y social, en concordancia con el Plan de Ordenamiento Territorial, el Plan de Desarrollo Municipal vigente y las competencias constitucionales y legales de la Administración Municipal

La implementación del presente acto contribuirá a:

- Permite mejorar la eficiencia en la gestión del servicio, en la medida en que el particular puede aportar capacidad operativa, experiencia técnica y flexibilidad administrativa para la administración cotidiana del bien público, lo cual suele traducirse en mejores condiciones de mantenimiento, organización y prestación del servicio a los usuarios.
- Facilita la optimización de recursos públicos, al trasladar al particular la ejecución de actividades operativas y ciertos costos asociados a la administración, sin que ello implique la pérdida del control estatal. La entidad conserva las funciones de dirección, regulación, inspección, vigilancia y control, lo que garantiza la sujeción al interés general.
- Contribuye a la sostenibilidad financiera del bien público, mediante esquemas de recaudo, aprovechamiento económico y administración más eficientes,

siempre que se establezcan reglas claras sobre tarifas, destinación de recursos y reinversión.

- Se delimita con claridad y precisión las funciones conferidas, el alcance de la asignación, el valor, costo y forma de remuneración, los umbrales de recaudo, penalidades, los mecanismos de supervisión, las responsabilidades del particular y las causales de terminación, a fin de evitar desviaciones en el ejercicio de la función administrativa.
- Se formaliza y delimita con claridad el modelo económico de evaluación de alternativas para para la selección del operador, como es el valor presente neto y la tasa interna de retorno, a partir de los flujos de caja proyectados.

4. Objetivos del Acto Administrativo

El acto persigue los siguientes objetivos:

- Conferir o entregar el ejercicio de unas funciones administrativas a un particular conforme a la autorización legal contenida en el artículo 40 de la ley 2079 de 2021 y lo dispuesto en el capítulo XVI de la Ley 489 de 1998.
- Precisar las funciones conferidas, el alcance de la asignación, el valor, costo y forma de remuneración, los umbrales de recaudo, los mecanismos de supervisión, las responsabilidades del particular y las causales de terminación, a fin de evitar desviaciones en el ejercicio de la función administrativa.
- Establecer mecanismos de control y supervisión a fin de evitar desviaciones en el ejercicio de la función administrativa.

5. Impacto Esperado

Con la entrada en vigor del presente acto administrativo, se espera:

- Mejorar la eficiencia operativa de la plaza y lograr impactos financieros positivos
- Ingresos regulares para el municipio con bases financieras soportadas, derivado del aprovechamiento económico del bien de uso público.
- Un particular idóneo tiende a optimizar la gestión administrativa del bien, mejorar recaudos (aprovechamientos económicos) y reducir ineficiencias administrativas.

- Mejorar la productividad del sector agropecuario, el bienestar de la comunidad, la sostenibilidad de la plaza y la economía de la ciudad.

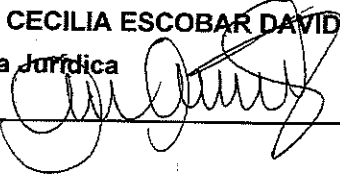
Conclusión

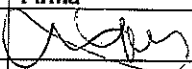
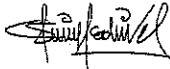
Por todo lo expuesto, se considera plenamente justificada la emisión del acto administrativo de carácter general titulado "POR MEDIO DEL CUAL REGLAMENTA EL PROCEDIMIENTO Y LOS REQUISITOS PARA LA ENTREGA A PARTICULARES LA ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y APROVECHAMIENTO ECONÓMICO DE LA PLAZA DE MERCADO EN EL MARCO DE LA LEY 2079 DE 2021 Y EL CAPÍTULO XVI DE LA LEY 489 DE 1998", en tanto responde a criterios de legalidad, necesidad, eficacia y participación, en beneficio de la comunidad del Municipio de Bello.

Municipio de Bello, 05 de mayo de 2026

CARMEN CECILIA ESCOBAR DAVID

Secretaria Jurídica

Firma 

	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó:	Manuela Gaviria Montoya, profesional Especializada Secretaría Jurídica.		05/05/2026
Revisó:	Sigifredo Chavarriga, Abogado Contratista Secretaría Jurídica		05/05/2026
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma			

