

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL ‘MERCADOS SALUDABLES DIGITALIZADOS’ DE LA MUNICIPALIDAD DE PUEBLO LIBRE, DIRIGIDO A LOS COMERCIANTES DE MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Publicidad

Autor:

Diego Alonso Ponte Palomino

Asesor:

Dr. Alfieri Díaz Arias

<https://orcid.org/0000-0002-5140-7658>

Lima - Perú

INFORME DE SIMILITUD

Plataforma Mercados Saludables (Pueblo Libre)

ORIGINALITY REPORT

15%	15%	1%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	tesis.pucp.edu.pe Internet Source	5%
2	magdalenacuellarsasieta.blogspot.com Internet Source	4%
3	hdl.handle.net Internet Source	1%
4	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	1%
5	mpesije.jne.gob.pe Internet Source	1%
6	repositorio.upn.edu.pe Internet Source	1%
7	jalayo.blogspot.com Internet Source	<1%
8	repositorio.uigv.edu.pe Internet Source	<1%
9	repositorio.utp.edu.pe Internet Source	<1%

DEDICATORIA

A mis padres y hermano por su amor
y apoyo incondicional

— Diego

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis padres por creer en mí, por ser el soporte
y aliento en todo momento.

Gracias a mi hermano, por compartir esas ganas de
salir adelante y ser inspiración.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INFORME DE SIMILITUD	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
EXECUTIVE SUMMARY.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	16
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	21
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	32
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Organigrama.....	11
Tabla 2 Cuadro gráfico - Primera Pregunta.....	28
Tabla 4 Cuadro gráfico - Segunda Pregunta	28
Tabla 5 Cuadro gráfico - Tercera Pregunta	29
Tabla 6 Cuadro resumen de resultados del taller	34
Tabla 7 Cuadro gráfico primera pregunta encuesta de satisfacción	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Portadas de los manuales de los sistemas de la municipalidad.....	22
Figura 2 Capturas de la presentación de Mesa de Partes Digital (Nivel usuario).....	23
Figura 3 Capturas de la intranet de la municipalidad	24
Figura 4 Piezas gráficas promocionales	25
Figura 5 Formato de Encuesta a través de Google Forms	27
Figura 6 Logotipo de la plataforma.....	32
Figura 7 Logos de los mercados aprobados por los comerciantes	32
Figura 8 Pantalla principal de la plataforma	37
Figura 9 Formulario de registro.....	38
Figura 10 Pestaña “Mercados”	39
Figura 11 Pestaña “Ofertas”	39
Figura 12 Pestaña “Nosotros”	40
Figura 13 Grupo de Facebook del proyecto.....	40
Figura 14 Posteo de comerciantes en el grupo (10 de mayo de 2022).....	41
Figura 15 Posteo de comerciantes en el grupo (29 de abril de 2022).....	41
Figura 16 Página de ayuda en la web institucional	42
Figura 17 Productos publicados con datos de contacto y métodos de pago.....	43
Figura 18 Pieza promocional (publicada el 28 de abril de 2022)	44
Figura 19 Formato de Encuesta de satisfacción a través de Google Forms.....	45
Figura 20 Posteo del reconocimiento por parte de la entidad organizadora (22 de agosto de 2022).....	47
Figura 21 Diploma de reconocimiento otorgado a la municipalidad	47

RESUMEN EJECUTIVO

La Municipalidad Distrital de Pueblo Libre de Lima, representado por sus diversas gerencias, brinda servicios públicos oportunos y de calidad con el fin de garantizar el desarrollo y bienestar de su comunidad.

De esta manera, la Gerencia de Desarrollo Humano, Familia y Demuna propone, en coordinación con la Gerencia de Tecnología de la Información, el proyecto 'Mercados Saludables Digitalizados', desarrollado a través de una plataforma web que expone la actividad comercial de los miembros de los mercados para otorgarles competitividad y desarrollo empresarial y digital dentro del distrito.

El presente trabajo de suficiencia profesional expone mi trabajo como diseñador web en el proyecto 'Mercados Saludables Digitalizados' de la municipalidad distrital de Pueblo Libre para impulsar la digitalización del comercio en los mercados de abastos del distrito en mención.

Palabras clave: Diseño web | Digitalización

EXECUTIVE SUMMARY

The District Municipality of Pueblo Libre of Lima, represented by its various departments, provides timely and quality public services in order to guarantee the development and well-being of its community.

In this way, the Human Development, Family and Demuna Management proposes, in coordination with the Information Technology Management, the project 'Digitalized Healthy Markets', developed through a web platform that exposes the commercial activity of the members of the markets to grant them competitiveness and business and digital development within the district.

The present work of professional sufficiency exposes my work as a web designer in the project 'Digitalized Healthy Markets' of the district municipality of Pueblo Libre to promote the digitalization of commerce in the food markets of the district in question.

Keywords: Web design | Digitization

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Distrito de Pueblo Libre

Pueblo Libre es un distrito con valor histórico, patrimonial y turístico. Sus calles, huacas, plazas, cuarteles y casonas fueron testigos de importantes acontecimientos en la historia del Perú. A lo largo del tiempo se le ha conocido como la Villa de los Libertadores, La Capital del Bicentenario o el Pueblo de los Libres.

El distrito tiene raíces en la cultura Lima (200 – 600 d.C.). Durante ese periodo floreció la cultura Maranga, cuyas edificaciones hoy conocemos como Huaca San Marcos, Mateo Salado, Tres Palos y Huaca Julio C. Tello. En esos tiempos estas tierras pertenecían al cacique Gonzalo Taulichusco, quien, con motivo de su conversión al cristianismo, donó sus tierras a la orden franciscana. Nació así la doctrina de la Bendita Magdalena, encargada de evangelizar a los indios durante 200 años.

Con la llegada de los ejércitos libertadores y en retribución a la presencia de sus más ilustres vecinos a Pueblo Libre se le llamó también 'Villa de Los Libertadores'. Pueblo Libre ha sido morada de Don José de San Martín y Simón Bolívar, grandes gestores de la Independencia del Perú y América; también acogió a sus generales: Sucre, Córdova, La Mar, y otros cuyos nombres llevan las calles del distrito.

Veinte días antes de proclamar la Independencia del Perú, el 8 de julio de 1821, el libertador don José de San Martín bautiza a la Magdalena Vieja como el “Pueblo de los Libres” o “Pueblo Libre” en gratitud a la hospitalidad y el patriotismo de su gente en plena lucha por la emancipación. Un decreto supremo, ordenado por el Gral. José Bernardo de Tagle, ratifica el cambio del nombre un 10 de abril de 1822.

En 1857 el distrito se registra legalmente con el nombre de “Magdalena Vieja”. Durante la Guerra del Pacífico, tras la ocupación de Lima por el ejército de Chile, Pueblo Libre se convirtió en la sede del Gobierno del Perú que presidió Francisco García Calderón Landa. Posteriormente, por decreto del 10 de mayo de 1920, se determinó que se dividiera en San Miguel, Magdalena del Mar y Magdalena Vieja. Y veinte años después, un 5 de septiembre, durante el gobierno de Manuel Prado y Ugarteche, por la Ley 9162, Magdalena Vieja volvió a llamarse Pueblo Libre.

El distrito se convirtió en sede de grandes decisiones políticas y militares, figurando en la Gaceta de Gobierno, cartas, partes y decretos. Por eso, desde su creación política hasta la actualidad, sus vecinos han forjado una identidad de coraje y tradición comparable con la capital del Perú.

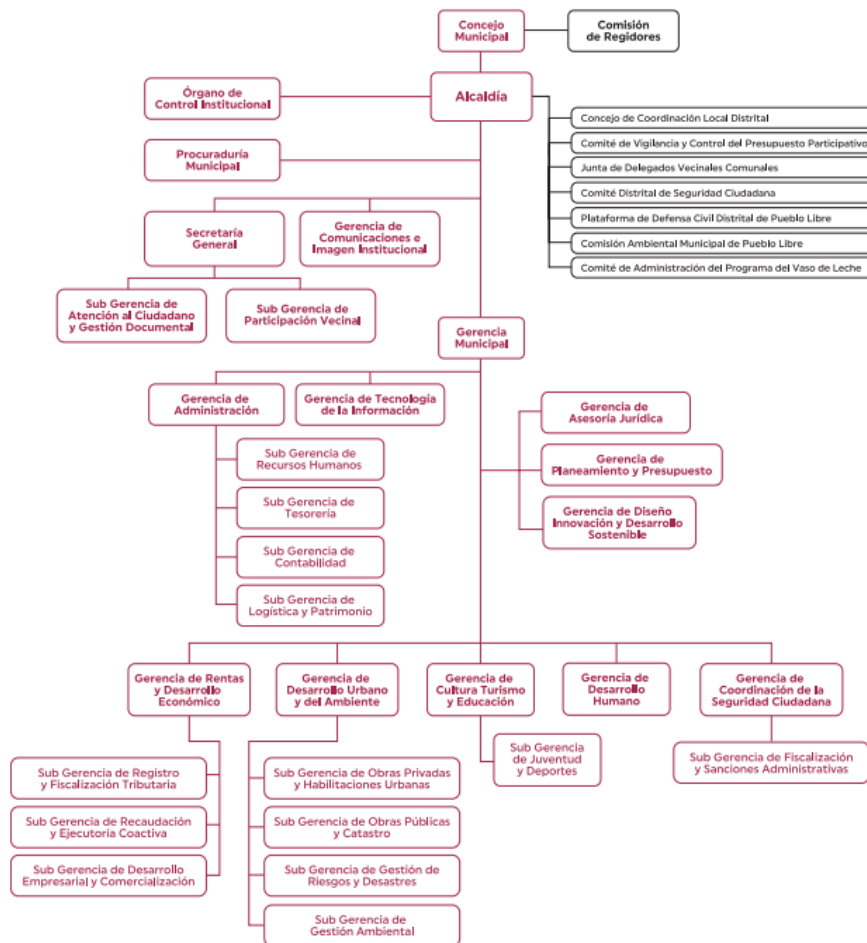
1.2. Gestión municipal

La Municipalidad Distrital de Pueblo Libre es una institución del gobierno encargada de brindar a los vecinos y vecinas servicios públicos efectivos y de calidad que garanticen

su desarrollo social, la seguridad ciudadana, una participación democrática en la gestión y el desarrollo económico.

Para garantizar el desarrollo local, la Municipalidad Distrital de Pueblo Libre ha distribuido su gestión en una estructura orgánica que cuenta con órganos de asesoramiento, apoyo y línea encargados de conducir los diversos procesos; los cuales se detallan a continuación, según el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) aprobado con Ordenanza N° 527-MPL.

TABLA 1
Organigrama Estructural de la Municipalidad Distrital de Pueblo Libre



Todas las gerencias y subgerencias requieren trabajo profesional para cumplir con las expectativas y objetivos trazados. Mi función como diseñador gráfico y *webmaster* en la Gerencia de Tecnología de la Información se enfocó en atender necesidades internas y externas de la institución; desde mi trabajo he contribuido con la optimización de muchos procesos de las diferentes unidades orgánicas.

1.3. El comunicador en un área de tecnología

Es poco usual contar con un comunicador en un área llena de ingenieros y técnicos en sistemas, pero, como en cualquier espacio, debe ser de suma importancia contar con su visión y sensibilidad para el desarrollo de proyectos.

La Municipalidad cuenta con un área de Comunicaciones e Imagen Institucional, pero está dedicada a atender la comunicación externa exclusivamente. Por ello, algunas gerencias como la mía solicitan los servicios de un comunicador para desarrollar algunas actividades.

Mi trabajo como comunicador ha destacado entre mis pares dentro del área gracias a mi formación y experiencia. Sin embargo, más que resaltar, el objeto es contribuir y de esta manera hemos logrado implementar aplicaciones móviles y web de pago en línea, mesa de partes, formularios, *landings* y sitios web para los vecinos y vecinas de Pueblo Libre. Todos los proyectos han sido bien recibidos y hasta reconocidos como buenas prácticas en gestión pública.

Bajo la premisa inicial y con la llegada de las nuevas tecnologías, se considera relevante que las organizaciones cuenten con comunicadores y/o diseñadores de experiencia debido al nuevo papel del usuario, quien requiere mayor empatía al obtener un servicio o producto nuevo. Por su naturaleza y versatilidad, los comunicadores pueden cumplir este papel en cualquier proyecto u organización. Y es así como desde mi profesión he cumplido con las actividades encomendadas en distintos campos como diseño gráfico, diseño web, investigación y diseño de experiencia del usuario.

El proyecto más enriquecedor, profesional y personalmente, fue el que postulo en este trabajo de suficiencia, llamado “Mercados Saludables Digitalizados” y que es parte de una campaña impulsada por la Gerencia de Desarrollo Humano, Familia y Demuna que tenía como objetivo garantizar la salubridad de los mercados de abastos del distrito de Pueblo Libre durante el Estado de Emergencia Sanitaria causada por la propagación de la Covid-19.

1.4. ‘Mercados Saludables’

A raíz de la pandemia por la Covid-19, los mercados de abastos fueron denominados como los principales espacios de contagio y esto obligó a las entidades del Estado a formular medidas sanitarias y protocolos de bioseguridad para este espacio público. Por disposición del gobierno central, las municipalidades distritales tuvieron que asumir e implementar como parte de la Meta 6: “Regulación del funcionamiento de los mercados de abastos para la prevención y contención del Covid-19”, todas las medidas necesarias frente a este problema.

Para atender esta problemática, la Municipalidad de Pueblo Libre llevó a cabo la campaña 'Mercados Saludables' en sus once mercados de abastos registrados, logrando un cambio de comportamiento en el cumplimiento medidas sanitarias y prácticas saludables por parte de las y los comerciantes y personal de apoyo que labora en los establecimientos,

Encontrándonos en una situación de distanciamiento social obligatorio y con aforos reducidos en espacios cerrados, las personas comenzaron a utilizar con mayor frecuencia plataformas digitales para adquirir productos de primera necesidad con el servicio de delivery incluido. Esto redujo considerablemente la afluencia en los centros de abastos. Por ello, y con el fin de reducir la brecha digital y mejorar la competitividad de los y las comerciantes de estos mercados, se desarrolló la plataforma 'Mercados Saludables Digitalizados'.

La plataforma web 'Mercados Saludables Digitalizados' registraba a los y las comerciantes del distrito para que exhiban sus productos y tengan la posibilidad de contactarse directamente con los compradores. Cabe resaltar que no funcionaba como comercio electrónico sino como una vitrina virtual totalmente gratis para los y las comerciantes de los mercados de abastos del distrito.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente trabajo de suficiencia profesional, es relevante tener en claro las definiciones de los conceptos claves desarrollados en el presente documento.

2.1. Plataformas virtuales

V. Giraldo (2019), redactora y líder de marketing en Rock Content, manifiesta que las plataformas digitales son soluciones en línea que facilitan la ejecución de una serie de tareas en un mismo lugar a través de internet.

Las plataformas virtuales han logrado posicionarse en los diversos rubros y con mayor rapidez durante la pandemia por Covid-19. La digitalización se ha democratizado en todo el mundo y resulta posible tener acceso a ella desde cualquier rincón del planeta. Por el confinamiento, muchas de las cosas que conocíamos se han trasladado a la virtualidad: la educación, el trabajo, el comercio y un sinnúmero de cosas más.

Un ejemplo claro son las plataformas virtuales dedicadas al comercio electrónico; el *e-commerce* crece exponencialmente cada año y que son parte de la transformación digital. Según el Reporte Oficial de la Industria Ecommerce en Perú, elaborado por la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE), antes de la pandemia Covid-19 sólo 18.6 % de peruanos (seis millones aproximadamente) hacían compras

por internet. Con el impacto de la pandemia esto se aceleró y alcanza a casi catorce millones de compradores.

2.1.1. Transformación Digital

Morante (2020), indica en su trabajo de investigación *Transformación Digital: Conceptos Claves y Casos de Éxito en el Perú*, que la transformación digital consiste en una transformación sustancial en la modalidad del negocio afectando a todas las personas involucradas en los procesos de la misma. Asimismo, lo define como un conjunto de decisiones estratégicas tomadas por las empresas o comercios como consecuencia de los nuevos ingresos innovadores en tecnología.

2.1.2. E-commerce

Según Gálvez, M (2021), el *e-commerce* o comercio electrónico ha llegado para quedarse y los negocios tradicionales deben adaptarse a esta nueva modalidad de venta y contacto con el consumidor para evitar su desaparición en el medio de esta digitalización.

Pero, ¿cómo definimos al *e-commerce*? La traducción más sencilla proviene de su traducción al español: “Comercio electrónico”. Una definición más amplia, según Higuerey (2019), sería la actividad económica que permite el comercio de compra y venta de productos y servicios a través de medios digitales como sitios web, aplicaciones móviles o, incluso, por medio de las redes sociales. páginas web o aplicaciones móviles.

La implementación del comercio electrónico es muy favorable. La plataforma Doofinder (2016) menciona que las ventajas del *e-commerce* se desarrollan en los siguientes puntos claves: Más clientes, disponibilidad, accesibilidad, menores costos y escalabilidad.

Más clientes. Ninguna empresa con tiendas o sedes innumerables puede competir con el alcance de un *e-commerce*. La oportunidad de comprar o vender y vender desde cualquier punto del mundo es inmejorable y permite conseguir más clientes.

Disponibilidad. El comercio electrónico siempre puede estar disponible las 24 horas del día y se puede acceder desde cualquier parte del mundo con conexión a internet.

Accesibilidad. Gran número de dispositivos cuentan con acceso a internet y a un navegador donde pueden explorar las virtudes de estas plataformas.

Menores costos. Al ser totalmente digital no se necesita un establecimiento físico. Esto reduce los costos por el espacio que tendría un negocio tradicional. Además, si la plataforma solo genera el contacto entre comprador y proveedor, el costo es menor ya que no hay producción.

Escalabilidad. Las plataformas pueden hacer transacciones con uno o miles al mismo tiempo. Ventaja clara en comparación a los límites de capacidad que posee un negocio físico.

2.1.3. Diseño web

De acuerdo con el blog de HubSpot (2022), define el diseño web como una actividad creativa centrada en diseñar interfaces de plataformas digitales

como un sitio web o una aplicación móvil. El diseño web configura y crea una experiencia funcional para los usuarios bajo lineamientos gráficos previamente establecidos.

2.2. Gestión municipal

La gestión municipal, desde todos sus servicios y programas, busca brindar a los vecinos y vecinas desarrollo social y económico. Según el Artículo 36 de la Ley Orgánica de Municipales, publicada en el diario El Peruano, indica claramente que los gobiernos locales promueven el desarrollo económico en su territorio correspondiente.

¿Quiénes son los encargados de garantizar este desarrollo económico? Aguilar y Zorrilla (2020), infieren que el municipio es la organización básica en la comunidad encargada del desarrollo de la misma. El municipio tiene la tarea de manejar adecuadamente los recursos para cumplir con esta responsabilidad otorgada por las personas al alcalde o alcaldesa, elegido(a) a través de elecciones.

De acuerdo con Toscano y Salazar (2020) para el cumplimiento de los objetivos institucionales y de la comunidad es sumamente importante e imprescindible el desarrollo de un proceso de planeación local integral, permanente y participativo, que articule la relación con los vecinos y vecinas. Para cumplir con las metas, la entidad edil se vale de instrumentos de gestión

que no son más que documentos que detallan todas las actividades de fortalecimiento y desarrollo de la institución.

Dávila H (2016) comenta que las principales herramientas de Gestión utilizadas por una Municipalidad están soportadas por los siguientes documentos: Reglamento Interno del Consejo Municipal, El Organigrama, Reglamento de Organización y Funciones (ROF), El Manual de Organización y Funciones (MOF), El Cuadro de Asignación de Personal (CAP), El Presupuesto Analítico de Personal (PAP), El Presupuesto Nominativo de Personal (PNP), El Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), El Plan Operativo Institucional (POI), El Plan Estratégico Institucional (PEI), EL Reglamento Interno de Control y Permanencia de Personal. Todos estos documentos deben estar publicados en el Portal de Transparencia Estándar con el fin de mantener a la población informada y, al mismo tiempo, cumplir con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Para concluir, como en todo proyecto existen dificultades, más aún si se tratan de impactar desde una entidad del Estado. De acuerdo con Hurtado y Gonzales (2016) una gestión municipal alcanza resultados en base a su planificación, utilizando racionalmente sus recursos y presupuestos. Además, es importante la participación ciudadana en una especie de trabajo co-creación o trabajo en equipo para enfrentar y/o atender los problemas de la comuna.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1. Experiencia laboral previa

El autor del presente informe de suficiencia profesional es bachiller en Comunicaciones y Publicidad, con más de cinco años de experiencia en Diseño gráfico, Diseño web y contenidos publicitarios digitales. He dirigido mi carrera hacia el mundo digital. A mi formación como comunicador, le he sumado el manejo de herramientas y habilidades en programación como lenguaje HTML5 y CSS3, un diplomado en Diseño de Productos Digitales Experiencia de Usuario (UX+IXD+UI) y cursos complementarios al anterior.

3.1.1. Practicas Preprofesionales. Mi carrera profesional empezó con las prácticas que exige la malla curricular. Unos meses en una agencia de marketing digital fueron suficientes para saber que podría conducir mi carrera por el diseño y sus tantas especialidades. Mercadeo Corporativo, una agencia pequeña en recursos, pero con mucha capacidad. Desarrollé trabajos para varias cuentas (clientes) conocidas como Plaza Veá, Prima AFP, Baterías Récord, La Tinka, Financiera Oh, entre otras. En poco tiempo, adquirí mucho conocimiento por la misma carga laboral. Mi función no estaba determinada en alguna de las áreas. Gracias a la flexibilidad que me proporcionaban, pude intercambiar roles y labores con la finalidad de aprender los procesos que llevaba la agencia.

3.1.2. Editorial Nivel: Calidad y Negocios. Diseñador y editor web desde septiembre de 2019 a enero 2020. La editorial produce ejemplares de la revista llamada *Calidad y*

Negocios que se distribuye internamente en algunas empresas del país. Yo me encargué de la diagramación de la revista y, al mismo tiempo, subir contenido a la web de la revista con contenidos noticiosos referentes al rubro de los negocios, emprendimientos, startups, etc. Aquí consolidé mis conocimientos en edición y diseño web.

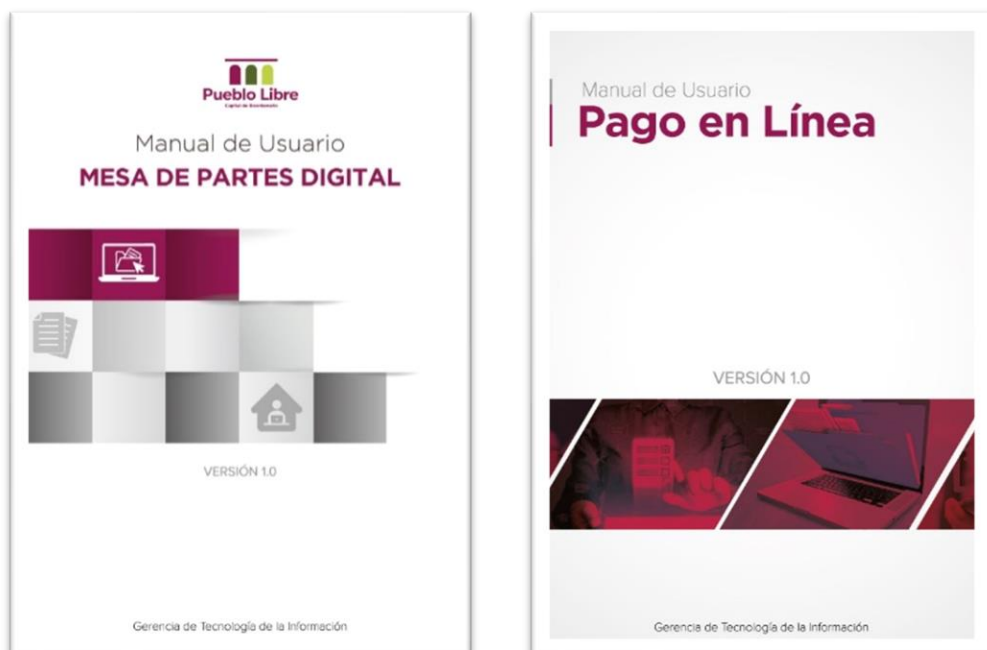
3.1.3. Salog: Salud y Logística. Diseñador de productos digitales desde diciembre de 2019 hasta enero de 2023. Salog es una Asociación Público-Privada que brinda servicios de Logística de medicamentos al Seguro Social de Salud del Perú (EsSalud); dentro de estos servicios tiene encargado el manejo de dos programas importantes: Farmacia Vecina y Padomi Delivery. Ambos servicios colaboran con la entrega oportuna de medicamentos a los asegurados del Perú y para su atención tiene diversos canales. Mi función inició diseñando piezas gráficas para las redes sociales y para la comunicación interna de la empresa. Luego, me encargué de diseñar e implementar el sitio web de la empresa y del programa 'Farmacia Vecina'. Sumado a estas labores, Salog producía sus propios sistemas y me tocó también diseñar las interfaces de los sistemas para las farmacias, las aplicaciones que revisan la analítica de los procesos y algunas aplicaciones web para procesos internos.

3.2. Experiencia laboral en la Municipalidad de Pueblo Libre

Diseñador gráfico y webmaster desde enero de 2020 a enero de 2023. Como comunicador ingresé al área de Tecnología de la Información, labor poco usual debido a que los puestos de trabajo en este tipo de gerencias son ocupados por ingenieros de sistema. Todas los aplicativos, sistemas y productos digitales que había implementado la gerencia carecían de diseño y no seguían lineamientos gráficos establecidos por el área de Imagen Institucional. Mi primer requerimiento fue como diseñador gráfico del área. Me encargaron diseñar manuales, tutoriales, interfaces y presentaciones para el área. Como sucede en algunas entidades del Estado, sobre todo en municipalidades, había muchas cosas sin actualizar, en formatos antiguos o muchos de ellos sin digitalizar. Desde mi función como comunicador y publicista, recopilé toda la información necesaria de parte de los encargados o gestores de estos documentos, reformulé los contenidos y procedí a diseñar cada manual o documentación del área.

FIGURA 1

Portadas de los manuales de los sistemas de la municipalidad

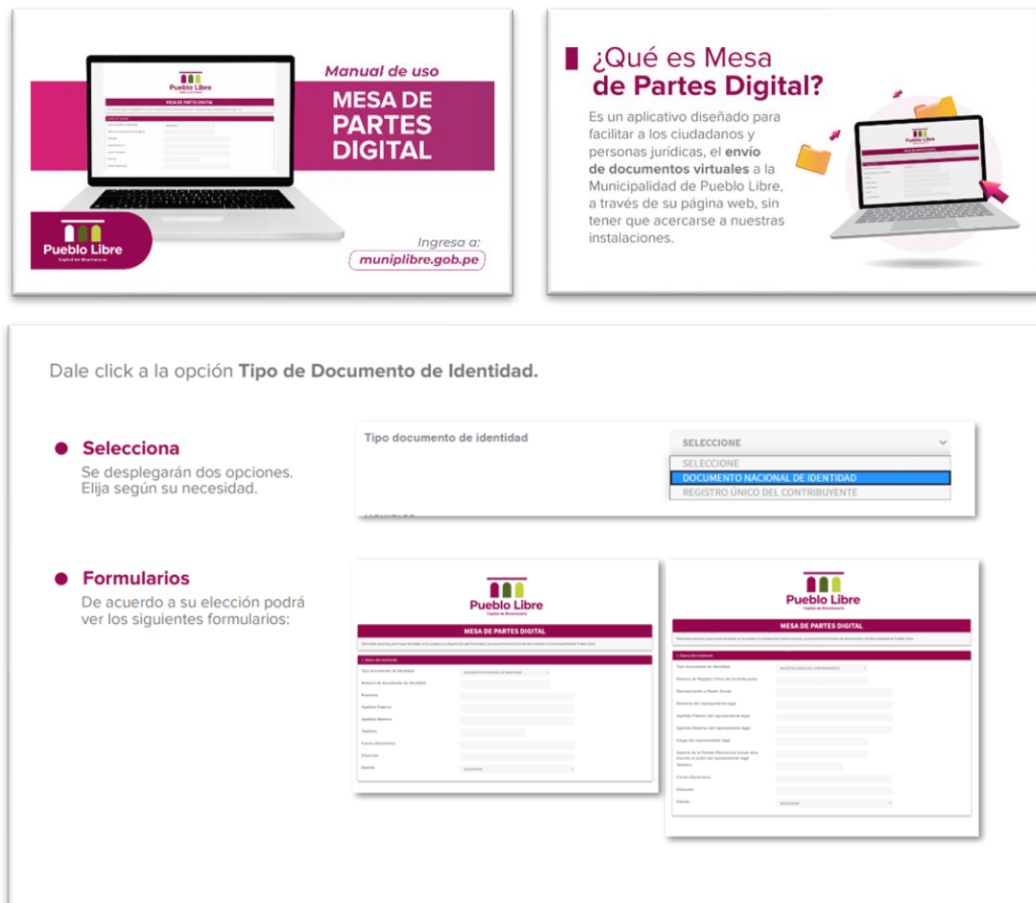


Así mismo, era necesario elaborar tutoriales o presentaciones de los sistemas producidos por la Gerencia de Tecnología de la Información para el adecuado uso por

parte de las áreas usuarias. Es mi responsabilidad que estas presentaciones, los tutoriales o los manuales sean gráficamente entendibles y amigable porque están dirigidos para público interno y/o externo. Los sistemas también tienen intervención gráfica desde mis funciones, es decir, de acuerdo al manual de identidad, propuse un *mockup (maqueta)* para poder ajustar gráficamente las plataformas con la ayuda de los programadores del área.

FIGURA 2

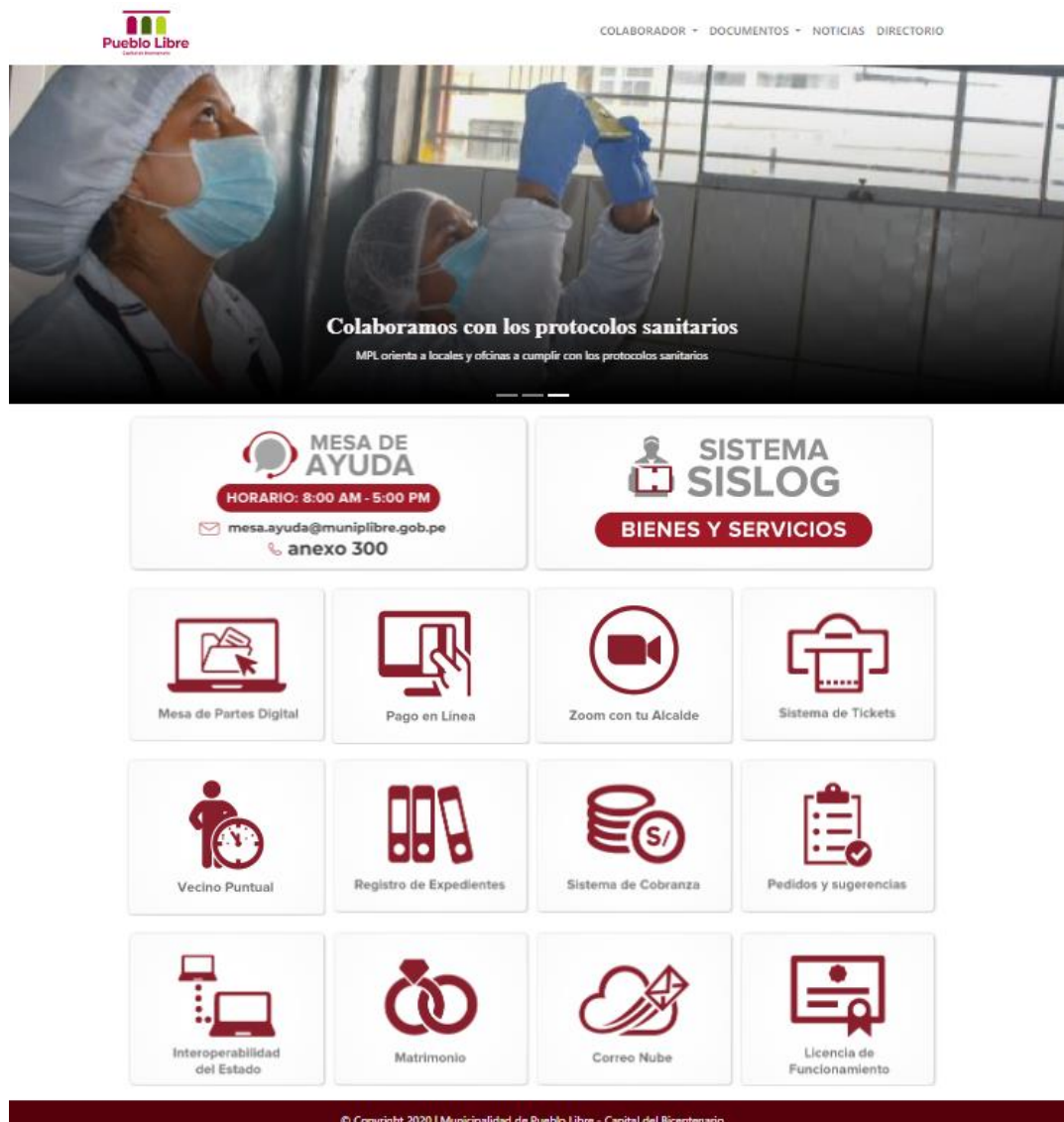
Capturas de la presentación de Mesa de Partes Digital (Nivel usuario)



En algunas ocasiones he tenido que sumarles a mis funciones la programación en lenguaje HTML y CSS. Tuve que diseñar la maqueta de la intranet de la municipalidad y por falta de personal, me tocó darle vida a la propuesta. Actividad que desempeñé

basada en los conocimientos adquiridos en la universidad. La malla curricular que seguíamos era muy versátil y permite desarrollarnos en muchos rubros con ese valor diferencial: la sensibilidad del comunicador.

FIGURA 3
Capturas de la intranet de la municipalidad



Respecto a mis otros entregables, mis funciones también responden a la publicidad o promoción de estos sistemas. Por ello, desde el área de Tecnología de la Información no solo se producía plataformas web o aplicativos, también propuestas de

publicaciones en redes sociales, cualquier diseño perteneciente a la plataforma como pop-ups (mensajes emergentes) o tutoriales animados. Todas estas tareas totalmente realizables para un comunicador, pero extrañamente para un ingeniero de sistemas tradicional.

FIGURA 4
Piezas gráficas promocionales



Finalmente, el trabajo de suficiencia que postulo se desarrolla dentro de mis actividades como diseñador gráfico de contenidos para web y redes sociales. En

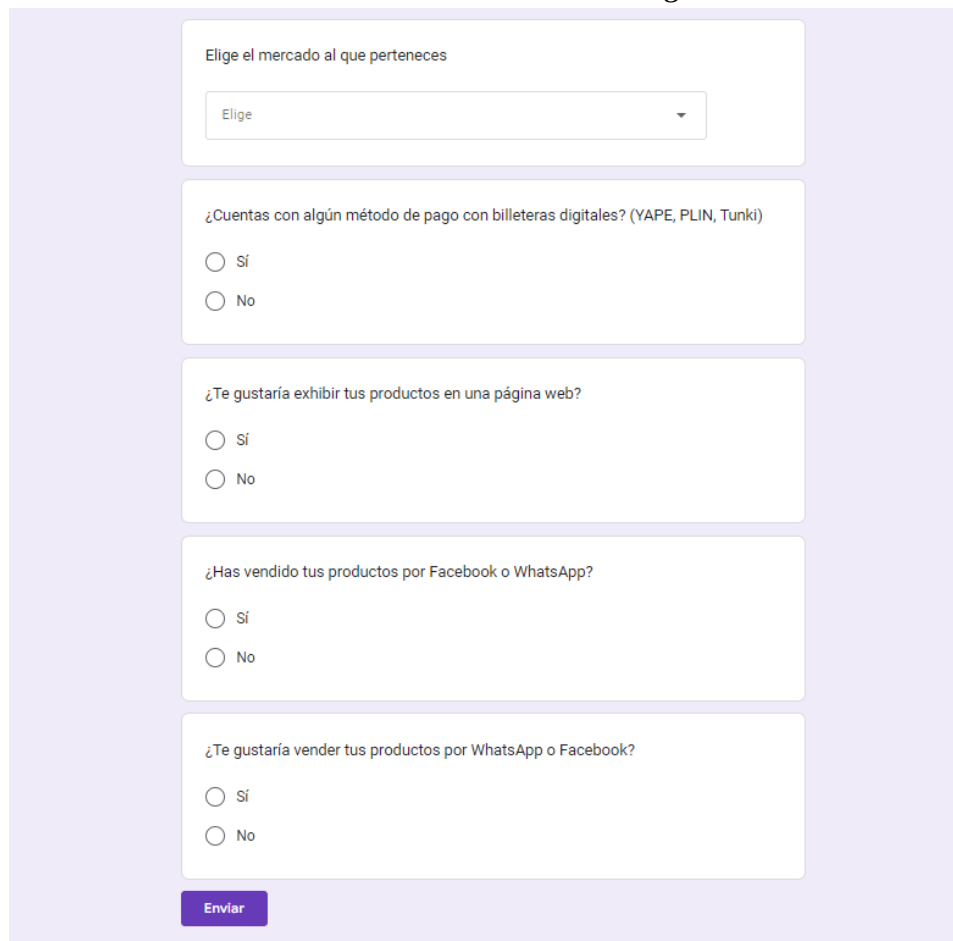
coordinación con otras áreas o gerencias de la municipalidad también se producían e implementaban aplicativos para los vecinos y vecinas del distrito.

En este marco de trabajo en conjunto, se crea el proyecto 'Mercados Saludables' de la Gerencia de Desarrollo Humano, Familia y Demuna. Inicialmente, desde nuestra gerencia se le apoyó con la creación y diseño de formularios digitales para empadronar a los comerciantes de los distintos mercados de abastos de Pueblo Libre y que habían sido parte del programa Mercados Saludables, programa reconocido como Buena Práctica en Gestión Pública en el año 2021.

La gerencia de Desarrollo Humano, Familia y Demuna encargó una breve encuesta para los comerciantes de los mercados de Pueblo Libre con las siguientes preguntas y dos opciones (sí y no) para que los interesados respondan: X. Elige el mercado al que perteneces (pregunta abierta) 1. ¿Cuentas con algún método de pago con billeteras digitales (Yape, Plin, Tunki)? 2. ¿Te gustaría exhibir tus productos en una página web? 3. ¿Has vendido tus productos por Facebook o WhatsApp? 4. ¿Te gustaría vender tus productos por WhatsApp o Facebook?

FIGURA 5

Formato de Encuesta a través de Google Forms



Elige el mercado al que perteneces

Elige

¿Cuentas con algún método de pago con billeteras digitales? (YAPE, PLIN, Tunki)

Sí

No

¿Te gustaría exhibir tus productos en una página web?

Sí

No

¿Has vendido tus productos por Facebook o WhatsApp?

Sí

No

¿Te gustaría vender tus productos por WhatsApp o Facebook?

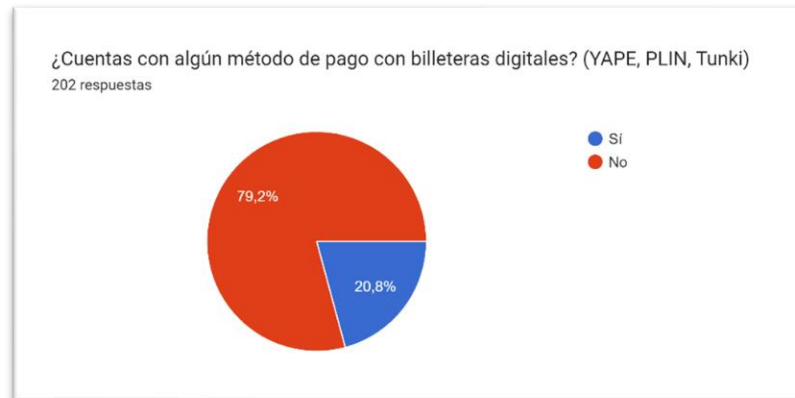
Sí

No

Enviar

La encuesta fue respondida por más de 200 comerciantes y arrojó resultados importantes para nosotros y nos indicó que podíamos hacer crecer el programa de 'Mercados Saludables' a una etapa más digital. Más de 79 % de los comerciantes encuestados no contaban con métodos de pago digitales como el tan popular Yape o Plin. El único medio aceptado por ellos era dinero en efectivo.

TABLA 2
Cuadro gráfico - Primera Pregunta



Con las siguientes preguntas concluimos que los negocios en los mercados, en su mayoría, no llegaba a la virtualidad por falta de interés, el problema era el desconocimiento. Necesitaban soporte tecnológico y capacitaciones para poder crecer con la tecnología y sus nuevas herramientas. Encontramos a más del 80 % de encuestados con el deseo de ver sus negocios en internet.

TABLA 3
Cuadro gráfico - Segunda Pregunta



El equipo de trabajo había especulado sobre las respuestas y con esa perspectiva se planteó algunas alternativas para el proyecto. La idea no pasaba por vender los productos en línea específicamente, pero sí exhibirlos y generar el contacto con los

vecinos y vecinas que serían los compradores. Por ello, se consultó sobre la posibilidad de usar las aplicaciones como Facebook o WhatsApp para este contacto con los clientes. Debíamos saber si ya lo hacían antes y si estaban dispuestos a usar esos canales.

TABLA 4
Cuadro gráfico - Tercera Pregunta



TABLA 5
Cuadro gráfico - Cuarta Pregunta



Con la participación y reconocimiento del proyecto Mercados Saludables en el concurso de 'Buenas Prácticas 2021', el cumplimiento de metas de gestión y, sobre todo, los resultados arrojados en la encuesta, se decidió de manera conjunta cocrear el proyecto 'Mercados Saludables Digitalizados', plataforma web que expondría los negocios de los comerciantes del distrito y colaboraría con sus conocimientos digitales. El proyecto también participó en el concurso de 'Buenas Prácticas en Gestión Pública 2022', realizado por la organización 'Ciudadanos al Día'.

'Mercados Saludables Digitalizados' requería presencia en Facebook y una plataforma virtual. Como comunicador y publicista me sumé al equipo de Comunicaciones y se coordinó la elaboración de una comunidad en Facebook por ser la red social con mayor acceso y el diseño de una página web que albergara a cada comerciante con sus respectivos productos y que permita interactuar con los compradores. Por su lado, la Gerencia de Desarrollo Humano brindaría capacitaciones presenciales y atendería a los comerciantes personalmente para que se familiaricen con las nuevas herramientas que obtendrían. El diseño de publicaciones en redes sociales sería trabajado en conjunto con el área de Comunicaciones y ellos crearían la comunidad en Facebook. Yo, desde mi gerencia, enviaría las piezas gráficas y tutoriales animados para ser validados por las otras gerencias. Para finalizar, dentro de mi labor en el proyecto debía diseñar el *mockup* de la plataforma web para que fuese desarrollada por los programadores.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Como resultados del presente trabajo de suficiencia profesional se mostrará el desarrollo del proyecto 'Mercados Saludables Digitalizados' y los logros y alcances obtenidos con su implementación.

Es importante resaltar que antes y después del diseño y la implementación se desarrollaron dos capacitaciones importantes.

a. Antes: Ejecución del taller 'Construyendo la identidad corporativa del mercado', donde se definió la misión, visión y valores con los que cada uno de los mercados de abastos del distrito se identifican. A esto se le sumo la creación de un logotipo por mercado para potenciar su identidad y presencia en las plataformas.

b. Después: Revisión del Manual para el uso de la plataforma web y comunidad en Facebook 'Mercados saludables digitalizados'. Participó el equipo de trabajo con los comerciantes de los mercados de abastos inscritos. Se les mostró la plataforma y enseñó a usarla.

El desarrollo de todo el proyecto se desarrolló de la siguiente forma: Generación de contenidos, diseño de la plataforma e implementación. Al finalizar con la implementación se incluyó encuesta de satisfacción.

4.1. Desarrollo de la identidad de la plataforma y de los mercados

El primer paso para el desarrollo de la plataforma web 'Mercados Saludables Digitalizados' fue la creación de la logomarca de la misma y de los mercados

participantes. Además, resultó muy valioso contar con la información de los mercados porque serán utilizados para el diseño de 'Mercados Saludables Digitalizados'.

FIGURA 6

Logomarca de la plataforma



La logomarca está compuesta por la tipografía y los colores institucionales propuestos para la plataforma. La tipografía propuesta es Uniform en su versión Bold; pertenece al grupo de Sans Serif y por sus características representan modernidad y organización. Los colores institucionales son el verde y guinda. El guinda con código hexadecimal #be2154 y el verde #6ab32e son los colores principales en el logotipo. A su vez, el logo incorpora elementos como una cesta, una persona y un cursor que suelen representar a un *e-commerce*.

FIGURA 7

Logos de los mercados aprobados por los comerciantes



De esta forma se desarrolló la primera fase. Con la colaboración de las áreas involucradas en el proyecto, logramos definir junto a los comerciantes su identidad, valores, misión y visión. Se resumió estos resultados en el siguiente cuadro.

TABLA 6

Cuadro resumen de resultados del taller

N°	Mercado de abastos			Misión	Visión	Valores
	Razón social	Nombre para el logo	Nombre corto			
1	ASOCIACION DE COMERCIANTE MINORISTAS DEL PERU MERCADO PACHACUTEC DE PUEBLO LIBRE	MERCADO PACHACUTEC DE PUEBLO LIBRE	PACHACUTEC	Ofrecer productos de calidad con precios justos, además de un buen trato y una atención personalizada.	Ser un mercado líder en ventas, mejorar la estructura y con ello continuar con la modernización de nuestro sistema de ventas.	Honradez: "Peso exacto y precios justos" Puntualidad: "Tu pedido será entregado en la hora exacta" Cordialidad: "Buen trato y atención mejorada" Humildad: "Empatía hacia los clientes"
2	ASOCIACION DE PROPIETARIOS DEL MERCADO LA MARINA	MERCADO LA MARINA	LA MARINA	Brindar productos y servicios de calidad con atención rápida y personalizada.	Ser un mercado que camina de la mano con la modernidad al servicio del cliente.	Respeto: Ofrecer buen trato al cliente siempre. Confianza: Dar buenos productos y con garantía Limpieza: Cumplir con los protocolos de bioseguridad para mantener limpieza dentro y fuera del mercado Honradez: Cumplir con el peso y precio exacto en beneficio del cliente
3	JUNTA GENERAL DE PROPIETARIOS DEL JR. CUEVA N° 737	MERCADO MICROMERCADO CUEVA	CUEVA	Ofrecer al cliente productos frescos y servicios de garantía, cumpliendo los estándares de bioseguridad.	Ser el mercado #1 de Pueblo Libre, cumpliendo todas las necesidades de nuestros consumidores dándoles un excelente trato.	Amabilidad, Respeto, Honestidad, Honradez, Empatía
4	COOPERATIVA DE SERVICIOS ESPECIALES MARÍA PARADO DE BELLIDO LTDA	MERCADO COOPERATIVA MARÍA PARADO DE BELLIDO	BELLIDO	Promover un ambiente seguro donde se brinde una excelente experiencia de compra de productos de calidad y buen servicio para nuestros clientes.	Ser un mercado líder y moderno que aporta en la mejora de la calidad de sus productos.	Respeto: Con los clientes y compañeros Solidaridad con sus compañeros Puntualidad en los delivery Confianza: Buena atención Honradez: Precios justos
5	SIVORI DE SANCHEZ HAYDEE	MERCADO COMERCIAL SIVORI	SIVORI	Compromiso con los clientes al ofrecer productos de buena calidad y garantía a un precio accesible.	Buscamos el reconocimiento para llegar a ser el mercado N°1 del distrito de Pueblo Libre, con unión respeto y empatía	Honestidad, Respeto, Amabilidad, Dedicación, Confianza, Sociable, Organización, Trabajo en equipo

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL 'MERCADOS SALUDABLES DIGITALIZADOS' DE LA MUNICIPALIDAD DE PUEBLO LIBRE, DIRIGIDO A LOS COMERCIANTES DE MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE

6	ASOCIACION DE PROPIETARIOS DEL MERCADO SIMÓN BOLÍVAR DE PUEBLO LIBRE	MERCADO SIMÓN BOLÍVAR	BOLÍVAR CHICO	Brindar a nuestros vecinos de Pueblo Libre variedad de productos de garantía con precios justos mediante una atención cordial y amable, teniendo siempre en cuenta su salud y seguridad.	Se reconocidos como uno de los mercados más saludables y confiables del distrito. Cuidando la calidad de nuestros productos, mejorando la infraestructura y ofreciendo un servicio delivery seguro y totalmente gratuito .	Honradez, Respeto, Integridad, Organización, Cordialidad Empatía
7	ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MERCADO POPULAR AMAZONAS	MERCADO AMAZONAS	AMAZONAS	Ofrecer una atención directa al cliente con productos de calidad y precios competitivos.	Ser un mercado amplio y reconocido a nivel del distrito	Amabilidad: Buen trato al cliente Honestidad: Ofrecer productos con el peso y precio justo Orden: Mantener los espacios limpios libres para el adecuado transito Limpieza: Cumplir con los protocolos sanitarios
8	ASOCIACION DE PROPIETARIOS DEL MERCADO BOLÍVAR 1962	MERCADO ASOCIACION DE PROPIETARIOS DEL MERCADO BOLÍVAR	BOLÍVAR GRANDE	Satisfacer la necesidad de nuestros vecinos con excelentes productos, atención personalizada y amable y brindando precios justos.	Ser reconocidos como Mercado Modelo a nivel del distrito de Pueblo Libre en ofrecer productos y servicios de calidad contribuyendo al bienestar de nuestra comunidad	Institucionalidad Compromiso con el bienestar Comunicación Integridad
9	HEREDIA BARRAZA MIGUEL ÁNGEL	MERCADO MINIMARKET 2000	MINIMARKET 2000	Mercado con una buena publicidad dando un servicio de calidad, mejorando el entorno físico del mercado.	Ser un mercado modelo y competitivo, con servicios variados y de calidad.	Honradez Tranquilidad Limpieza
10	MERCADO ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DEL MERCADO DE PUEBLO LIBRE	ASINMEPL	ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES PUEBLO LIBRE	Contribuir con los hogares, brindando productos de calidad a los vecinos pueblolibrenses.	Ser un mercado ejemplo y de calidad	Honradez Integridad

Con la información de los mercados (logo y definiciones), se procedió a realizar el diseño de “Mercados Saludables Digitalizados”

4.2. Implementación de la plataforma

La implementación de la plataforma comprende o necesita de tres procesos: diseño del prototipo, validación y producción. Los dos primeros responden a mis actividades como diseñador de la gerencia y del proyecto. El tercero es la parte final, se concreta con el desarrollo de toda la plataforma con el flujo de interacción en ella y con el adecuado funcionamiento de sus herramientas, es decir, finaliza con la entrega de la página web funcionando correctamente en el internet.

De acuerdo a lo coordinado con el equipo de Comunicaciones y Desarrollo Humano, realicé el prototipo de Mercados Saludables Digitalizados. Todo el prototipo tuvo aprobación por parte del área de Comunicaciones, esto significó rapidez en la implementación. El diseño tenía la propuesta de las pantallas más importantes.

4.2.1. Página principal

La página o pantalla principal cuenta con una cabecera, un menú y el cuerpo.

La cabecera cuenta con un buscador y un filtro de búsqueda por categoría de productos. Al lado dos botones principales en la parte superior derecha para iniciar sesión o registrarse en la plataforma; botones exclusivos para los comerciantes.

El menú cuenta con cinco botones: Mercados, Ofertas, Nosotros, Comunidad de Facebook y Ayuda. Cada es una página que compone la plataforma.

FIGURA 8

Pantalla principal de la plataforma



4.2.2. Formulario de registro

Los comerciantes debían registrarse para poder ser parte de la plataforma y exhibir sus productos en línea. Es aquí donde nacen los primeros logros. El primer logro surge con el llenado de datos y tener la intención de virtualizar las ventas. Se logró que 9 mercados tengan un espacio virtual y más de 200 comerciantes participen en el proyecto. El segundo logro está sujeto al registro exitoso del formulario; los datos solicitados sugieren formalidad, exigen datos como número RUC, Licencia de Funcionamiento y certificado Defensa Civil. Esto se traduce como una oportunidad para los comerciantes y la municipalidad de contar con comercio formal y debidamente registrado en el distrito.

FIGURA 9
Formulario de registro



Formulario De Solicitud De Inscripción Al Mercado De Pueblo Libre

Tiene carácter de Declaración Jurada

Nombre Comercial/Razón social (*)	Nombre (*)	Apellidos (*)
DNI / CE (*)	Sexo	N° RUC/ RUS (*)
Nro. de Licencia de Funcionamiento (*)	Nro. de ITSE (*)	Teléfono Fijo
Departamento (*)	Provincia (*)	Distrito (*)

Dirección

Mercado Puesto

Resumen de tu negocio

Link Red Social Emprendimiento (Ejemplo: facebook.com/muniplibre)

Correo Electrónico (*) Contraseña (*)

REGISTRARME

4.2.3. Pestaña ‘Mercados’

La pestaña o página de ‘Mercados’ agrupaba a los mercados participantes del proyecto. Al seleccionar algún mercado de la lista se abre una página donde se muestra datos del establecimiento como descripción, misión, visión y valores antes trabajados.

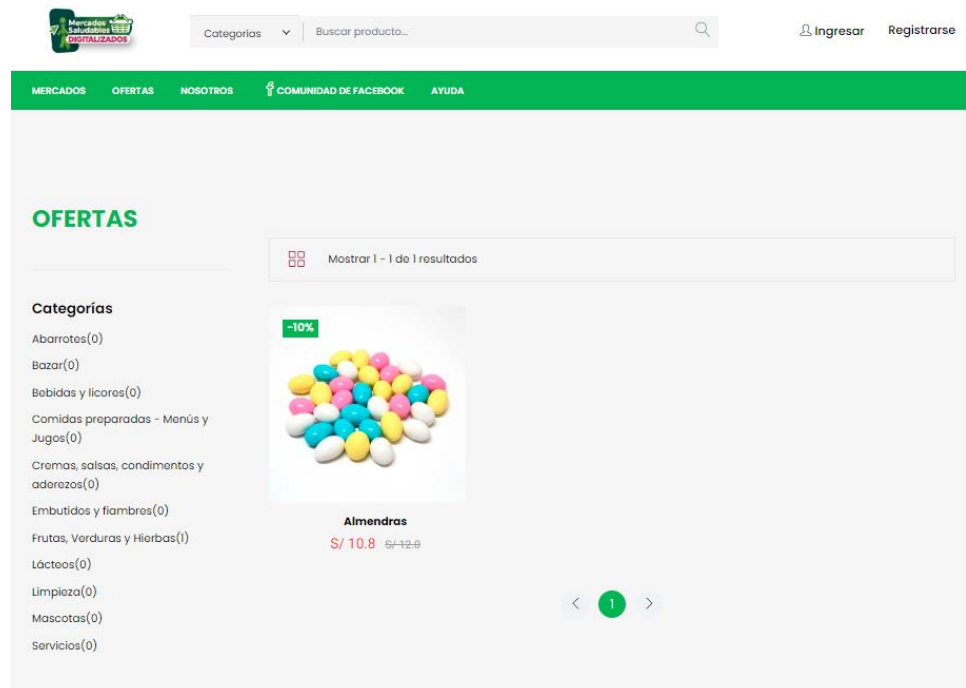
FIGURA 10
Pestaña 'Mercados'



4.2.4. Pestaña 'Ofertas'

La pestaña o página de 'Ofertas' agrupaba los productos marcados como ofertas por los comerciantes.

FIGURA 11
Pestaña 'Ofertas'



4.2.5. Pestaña 'Nosotros'

En esta página se describe brevemente en qué consiste el proyecto.

FIGURA 12
Pestaña 'Nosotros'



4.2.6. Pestaña 'Comunidad de Facebook'

Esta pestaña redirecciona al grupo de Facebook que lleva el nombre de la plataforma. Allí pueden compartir e interactuar vendedores y compradores.

FIGURA 13
Grupo de Facebook del proyecto



FIGURA 14

Posteo de comerciantes en el grupo (10 de mayo de 2022)

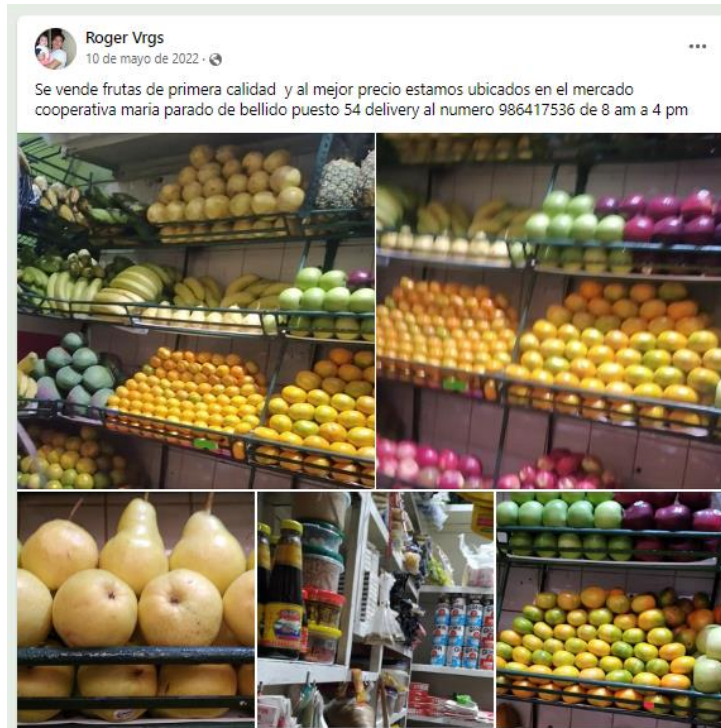
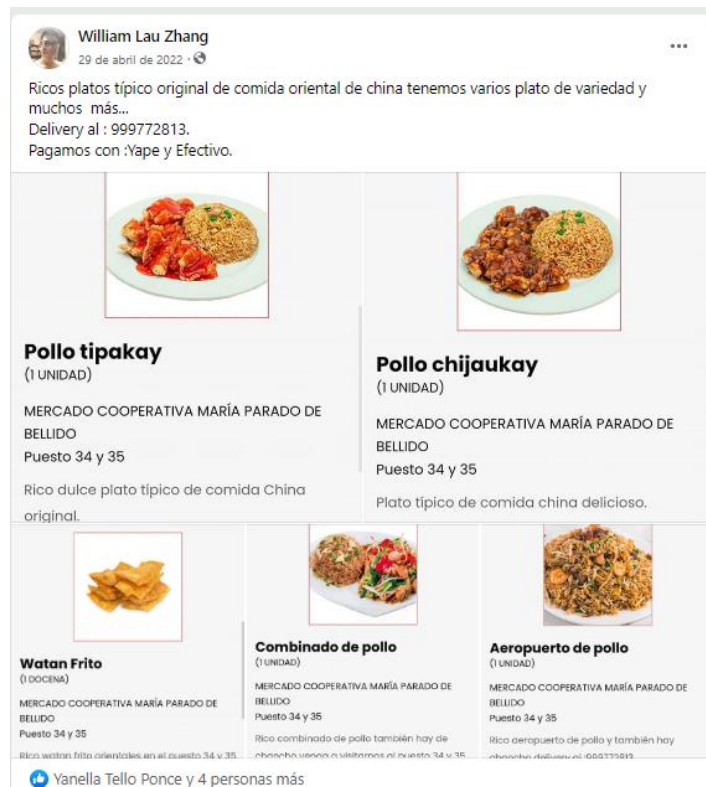


FIGURA 15

Posteo de comerciantes en el grupo (29 de abril de 2022)



4.2.7. Pestaña 'Ayuda'

La pestaña final del menú redirige a una página con videos tutoriales que sirven de soporte para los comerciantes. Como parte del proyecto y comunicador en el área fui designado para realizar estos tres videos animados y subirlos al canal de YouTube de la Municipalidad de Pueblo Libre. El primero estaba dirigido a las personas que querían pertenecer a la plataforma y los otros dos para quienes ya eran parte y necesitaban ese soporte.

FIGURA 16

Página de ayuda en la web institucional



Enlace de página:

<https://portal.muniplibre.gob.pe/mercados-saludables-digitalizados-ayuda/?fbclid=IwAR0Zg5fXHq-F3Q2C0JamROj6dQLddJ2l94ns977YnTuDjx3-DM-H7e2tM7s>

Enlaces de videos tutoriales:

Video 1: ¿Cómo me inscribo?

<https://www.youtube.com/watch?v=fChBiP-ibqA>

Video 2: ¿Cómo subo mis productos o servicios?

<https://www.youtube.com/watch?v=HotHFy3xSFI&t>

Video 3: ¿Cómo edito mi perfil?

<https://www.youtube.com/watch?v=fT9G42oTIME>

Cuando los comerciantes ya contaban con usuario y empezaban a subir sus productos, debían colocar un enlace a su cuenta de Facebook y/o su número de WhatsApp para ser contactados. Esto se traduce como un logro para el proyecto, todos los comerciantes inscritos lograron crearse un perfil en Facebook o transformar su WhatsApp personal en uno dedicado a sus ventas.

Así mismo, los usuarios se fueron sumando a la comunidad de Facebook y compartían capturas de sus productos en la red social. Para esto, los comerciantes añadieron métodos de pago nuevos como Yape, Plin o transferencias. Según los resultados postulados al concurso de Buenas Prácticas en Gestión Pública, ha incrementado en 54,54 % la disposición de alguna billetera electrónica y en 196,55 % el uso de medios de pago digitales.

FIGURA 17

Productos publicados con datos de contacto y métodos de pago

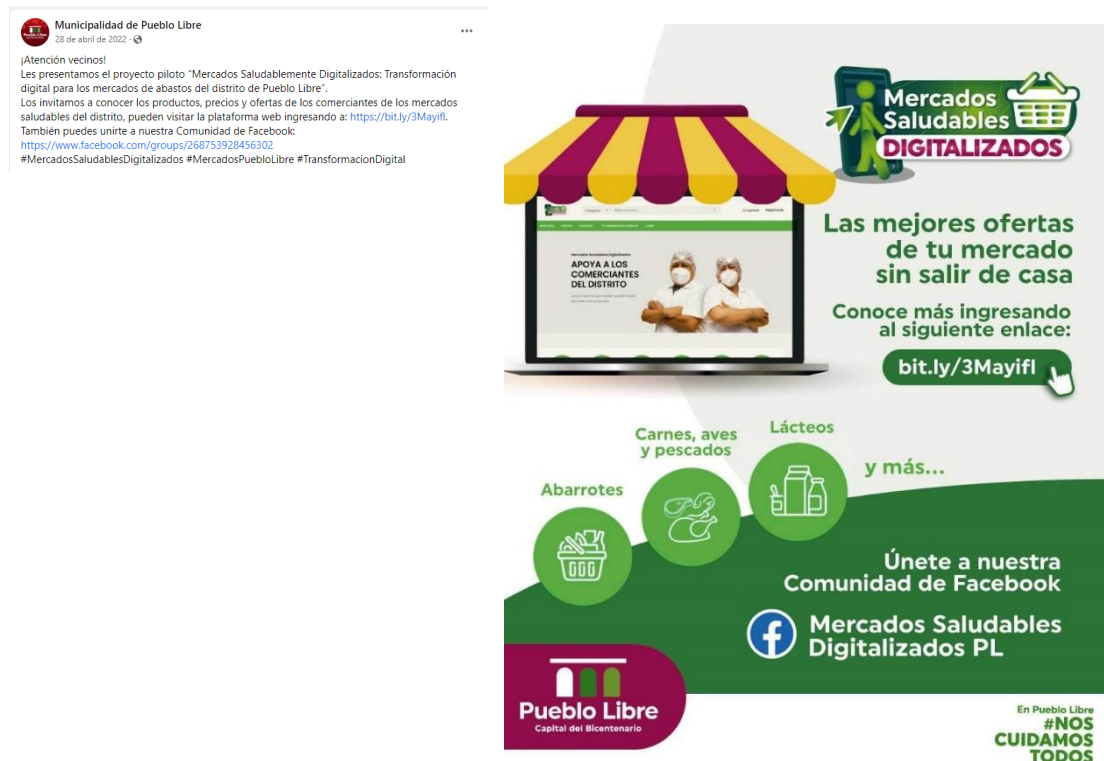


4.3. Diseño de pieza gráfica promocional

Una actividad adicional a mi función principal dentro del proyecto fue diseñar las piezas gráficas promocionales para Mercados Saludables Digitalizados. Algunas publicadas en la página de Facebook de la Municipalidad, otras en el grupo y con la misma forma en volantes o flyers.

FIGURA 18

Pieza promocional (publicada el 28 de abril de 2022)



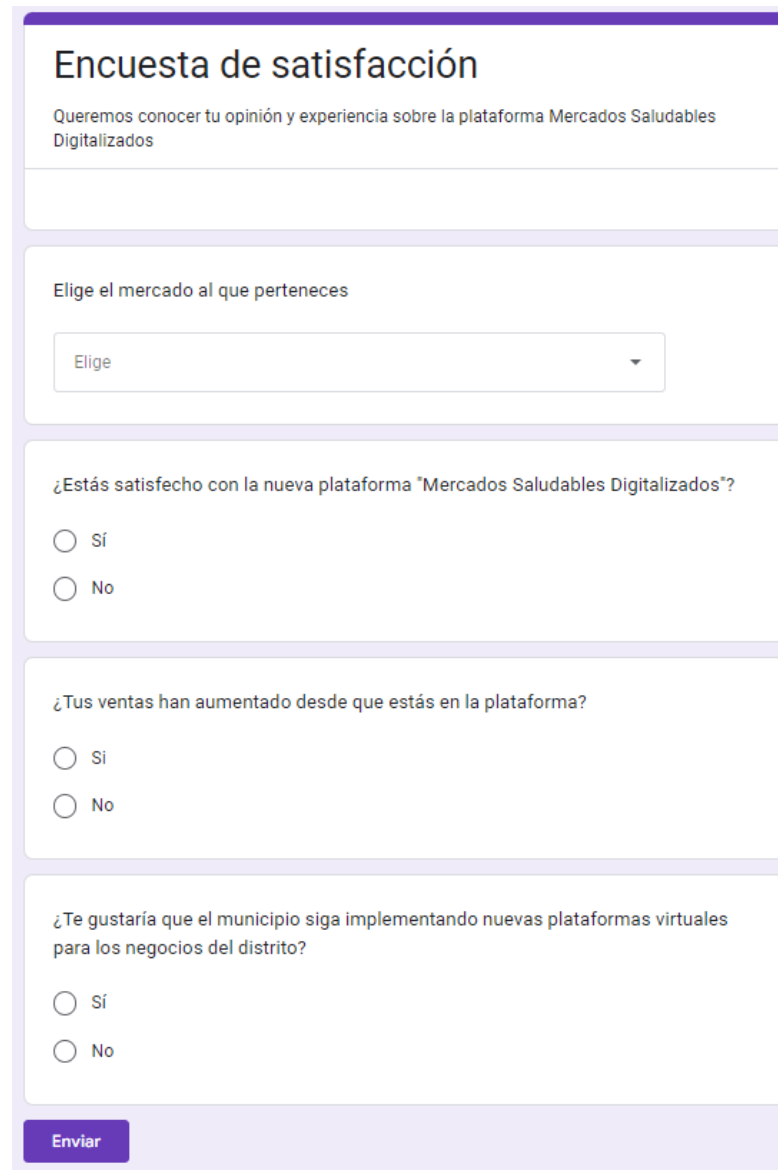
Enlace: <https://web.facebook.com/munilibre/photos/a.770727099687819/5290976590996158/>

4.4. Encuesta de satisfacción

Para medir mejor los resultados y la satisfacción del proyecto, se realizó una breve encuesta dirigida los comerciantes participantes y constaba con las siguientes preguntas.

FIGURA 19

Formato de Encuesta de satisfacción a través de Google Forms



Encuesta de satisfacción

Queremos conocer tu opinión y experiencia sobre la plataforma Mercados Saludables Digitalizados

Elige el mercado al que perteneces

Elige

¿Estás satisfecho con la nueva plataforma "Mercados Saludables Digitalizados"?

Sí

No

¿Tus ventas han aumentado desde que estás en la plataforma?

Sí

No

¿Te gustaría que el municipio siga implementando nuevas plataformas virtuales para los negocios del distrito?

Sí

No

Enviar

La encuesta fue respondida por más de cien comerciantes participantes y arrojó resultados importantes para nosotros porque hemos logrado dar un paso importante en la digitalización del comercio en los mercados del distrito. Más de 92 % de satisfacción alcanzó el proyecto. Con estos resultados, el equipo decidió postular todo el proyecto al concurso 'Buenas Prácticas en Gestión Pública 2022'.

TABLA 7

Cuadro gráfico primera pregunta encuesta de satisfacción



4.5. Reconocimiento del proyecto

‘Mercados Saludables Digitalizados’ alcanzó el reconocimiento como buena práctica en Gestión Pública en la categoría ‘Inclusión Social Urbano’.

FIGURA 20

Posteo del reconocimiento por parte de la entidad organizadora (22 de agosto de 2022)

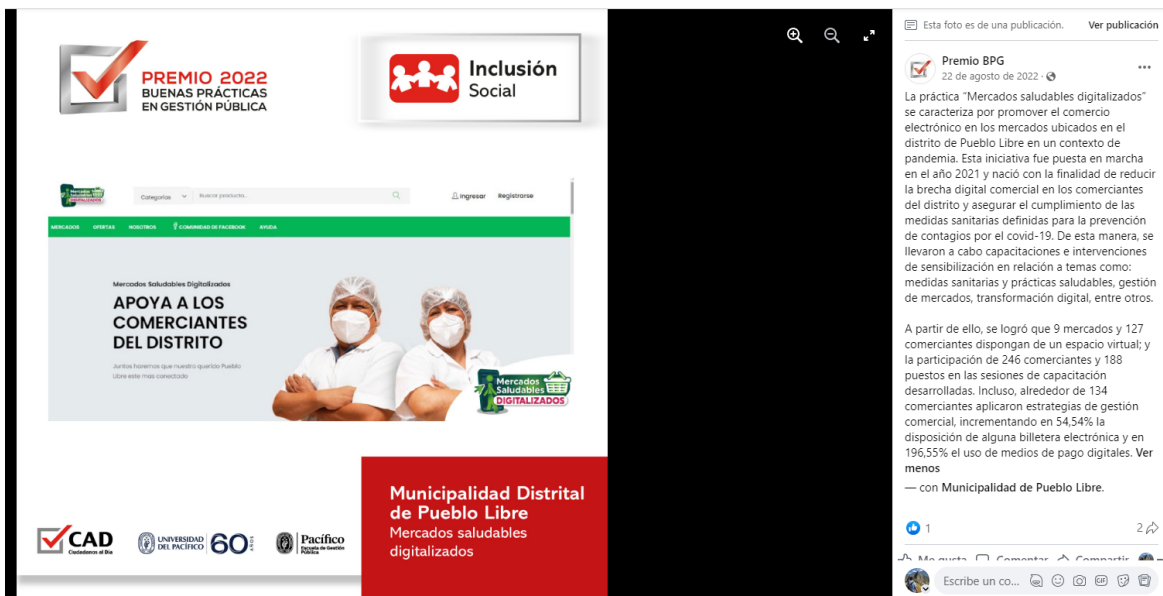
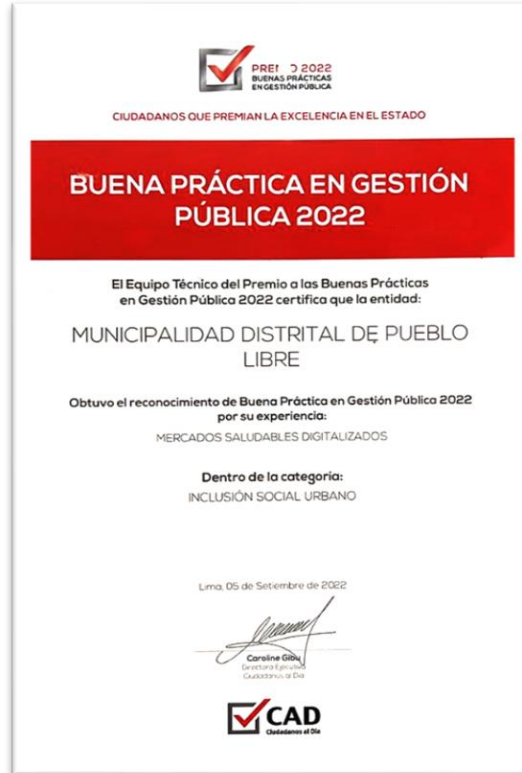


FIGURA 21

Diploma de reconocimiento otorgado a la municipalidad



CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El proyecto postulado en este trabajo de suficiencia profesional fue muy enriquecedor personal y profesionalmente. A pesar de conocer, desde nuestra perspectiva de compradores, la realidad en los mercados de abastos de Pueblo Libre y de muchos otros distritos, nos sorprendió el poco conocimiento de las nuevas herramientas digitales que tenían y, de la misma forma, la disposición y las ganas de aprender sobre ellas.

Respecto a la implementación de la plataforma 'Mercados Saludables Digitalizados', logramos impactar en un público, muchas veces desatendido hasta la llegada de la pandemia por Covid-19 que aceleró de una manera insospechada el proceso de digitalización en el Perú. Antes de la emergencia sanitaria, los mercados de abastos eran concurridos por las personas encargadas de preparar los alimentos en casa, pero durante la pandemia se volvió una misión para cada miembro de la familia. Los comerciantes de los diferentes mercados de abastos del distrito se prepararon para atender a su público con las medidas necesarias, pero aún no daban el paso a lo digital para atender a las personas que preferían no acudir a los centros de abastos.

Los mercados deben ser considerados socios estratégicos para los gobiernos locales; ellos abastecen los hogares, pueden ofrecer empleo, realizan trámites, pagan sus impuestos y así colaboran con el desarrollo de la comunidad.

En referencia a la digitalización del comercio realizada con los mercados, nos ha revelado las dificultades que afrontan los negocios y/o emprendimientos para poder sobresalir en estos tiempos cada vez más virtuales. Como comunicador, y desde mi función como diseñador, he logrado observar el comportamiento, identificar las habilidades y preferencias de nuestro público para crear una propuesta totalmente transformadora. Las herramientas y estrategias de comunicación usadas en el proyecto son producto del conocimiento adquirido previamente como estudiante y como profesional.

Respecto a la implementación de la plataforma y las capacitaciones brindadas a los comerciantes, hemos logrado formalizar los negocios con su debida documentación y así determinar una muestra o idea más clara de lo que puede estar sucediendo con los otros rubros comerciales del distrito.

En referencia a la implementación de nuevos métodos de pago en los puestos de los mercados como las billeteras digitales Yape, Plin o transferencias bancarias, hemos concluido en que la educación financiera o la capacitación sobre nuevas herramientas comerciales pueden impulsar positivamente en los negocios.

En relación a la migración digital de los puestos de venta de los mercados al internet, podemos estar seguros que el mundo y todo lo está en él viene evolucionando y es necesario ser parte de esta transformación para no desaparecer en el tiempo.

Respecto a la implementación de plataformas digitales como 'Mercados Saludables Digitalizados', hemos logrado obtener un importante porcentaje de aceptación y satisfacción de parte de los usuarios y nos invita a seguir creando oportunidades de mejora para ellos y toda la comunidad.

En relación a mi trabajo profesional como comunicador y publicista, concluyo en que algunas áreas de trabajo encargadas de gestionar proyectos, necesitan del rol de un comunicador. La labor del comunicador es especial y posee la sensibilidad que otras profesiones no suelen tener. En este como en otros proyectos he puesto toda mi experticia y conocimientos como profesional de comunicaciones y publicidad, y puedo asegurar que los grupos de trabajo integrados por profesionales idóneos pueden lograr importantes cosas.

Finalmente, en relación con los reconocimientos obtenidos por el buen trabajo y resultados del proyecto, se puede concluir que estos resultan ser el ejemplo y modelo a seguir de otras instituciones o grupos de trabajo para imitar las buenas gestiones y logros. Son también una invitación a sumarse a estas iniciativas de cambio y progreso para la comunidad.

5.2. Recomendaciones

Considerar la presencia y el trabajo de un profesional en comunicaciones en las áreas responsables de crear productos físicos y/o digitales dentro de la municipalidad para la comunidad o para sus usuarios internos. El desarrollo de programas, campañas y capacitaciones también están incluidos

Contar con una plataforma de comercio electrónico para todos los negocios y emprendimientos para impulsar la economía del distrito. La presencia de ellos en una plataforma que exija formalidad es una oportunidad única para ambas caras de la moneda. Por un lado, los negocios regularizan su actividad comercial y, al mismo tiempo, generan ingresos a la municipalidad con sus tributos. Por el otro, los vecinos se ven beneficiados por la garantía que ofrece un negocio formal y así evitar todo tipo de problemas relacionados a estafas.

Continuar capacitando a los mercados del distrito para que mejoren su actividad comercial e impulsen su negocio al mundo digital. Asimismo, deben sumar a estas capacitaciones dueños de tiendas, de emprendimientos y demás negocios locales.

Crear alianzas con entidades bancarias para que los emprendedores y demás comerciantes puedan recibir soporte y beneficios para sus negocios. Los bancos ofrecen capacitaciones gratuitas a cambio de afiliaciones en sus plataformas. También crean campañas especiales para todo tipo de negocio o empresa.

Crear un padrón completo de todo el comercio local y segmentarlo adecuadamente para que las gerencias de la municipalidad atenderlas y puedan crear nuevas oportunidades para cada uno de los negocios. El área encargada de la tecnología e informática debe ser el soporte para esta actividad. Realizar un padrón con la facilidad que ofrece el internet o las herramientas tecnológicas le da sostenibilidad y accesibilidad.

Participar todos los años en concursos como 'Premios en Gestión Pública' para promover la gestión y sus resultados. Los logros alcanzados y reconocidos sirven como ejemplo a seguir por otras entidades. Esto significaría seguir trabajando por esta comunidad y abrirles paso a otras.

REFERENCIAS

- Aguilar y Zorrilla (2020), “GESTIÓN MUNICIPAL Y DESARROLLO LOCAL EN EL DISTRITO DE CALLERÍA DE LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO, Recuperado de:
http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4522/UNU_ECONOMIA_2020_TESIS_BELLA-AGUILAR_HENRY-ZORRILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cámara de Peruana de Comercio Electrónico. “REPORTE OFICIAL DE LA INDUSTRIA ECOMMERCE EN PERÚ” Recuperado:
https://drive.google.com/file/d/1Hn9IZdQergOvp-kAI5l_kzAVKEyRTy2/view
- Dávila, J (2016). “EFECTIVIDAD DE LAS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA MEJORAR EL SERVICIO AL USUARIO EN EL ÁREA DE LA SUB GERENCIA DE OBRAS PÚBLICAS Y CONVENIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO”. Recuperado de:
https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3083/Davila_Bravo_Jes_Hern_n.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Doofinder (2016). “Qué es un e-commerce, diferencias con otros conceptos y primeros pasos a dar si quieres lanzar tu comercio electrónico”. Recuperado de:
<https://www.doofinder.com/es/blog/que-es-e-commerce>
- Gálvez, M (2021), “El comercio electrónico: Evolución durante una pandemia” Recuperado de:
https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12347/4/TFMUEX_2021_Galvez_Alonso.pdf
- Giraldo, V (2019), “Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?” Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Higuerey, R (2019). “Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y cuáles son sus ventajas” Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>
- HubSpot (2022), “¿Qué es el diseño web? Definición, características e importancia” Recuperado: <https://blog.hubspot.es/website/diseno-web>
- Hurtado y Gonzales (2016) “La gestión y planificación municipal en el Perú” Recuperado de:
<http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/407/286>

- Ley Orgánica de Municipales, Artículo 36. Recuperado de:
<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-organica-de-municipalidades-1.pdf>
- Morante, L (2020), CONCEPTOS CLAVES Y CASOS DE ÉXITO EN EL PERÚ. Recuperado de:
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17069/MORANTE_TAVARA_LEANDRO_TRANSFORMACION_DIGITAL_CONCEPTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Toscano y Salazar (2020). La gestión en la municipalidad y el desarrollo local en el distrito de Yanacancha, Provincia de Pasco en el periodo 2018-2019. Recuperado de:
http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/2189/1/T026_72952947_T.pdf

ANEXOS

ANEXO 1

Posteo de fotos sobre apoyo del personal de la municipalidad en los mercados (25 de mayo de 2022)



ANEXO 2

Certificado de reconocimiento del proyecto inicial 'Mercados Saludables como Buena Práctica en Gestión Pública 2021'



CIUDADANOS QUE PREMIAN LA EXCELENCIA EN EL ESTADO

BUENA PRÁCTICA EN GESTIÓN PÚBLICA 2021

El Equipo Técnico del Premio a las Buenas Prácticas en Gestión Pública 2021 certifica que la entidad:

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUEBLO LIBRE

Obtuvo el reconocimiento de Buena Práctica en Gestión Pública 2021 por su experiencia:

"MERCADOS SALUDABLES": IMPULSANDO ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN, PROMOCIÓN Y SUPERVISIÓN A LAS MEDIDAS SANITARIAS Y PRÁCTICAS SALUDABLES PARA LA REDUCCIÓN Y PREVENCIÓN DE LA TRANSMISIÓN DEL COVID-19 EN LOS MERCADOS DE ABASTO DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE

Dentro de la categoría:

CONSULTA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Lima, 20 de Julio de 2021



Caroline Gibu
Directora Ejecutiva
Ciudadanos al Día



ANEXO 3

Listado de proyectos reconocidos como 'Buenas Prácticas en Gestión Pública 2022'

LISTADO DE BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN PÚBLICA 2022

VOLVER AL ÍNDICE

Reconociendo la excelencia por servir a las personas



Categoría Inclusión Social

N°	ENTIDAD	TÍTULO DE LA PRÁCTICA
1	Banco de la Nación	Cuenta DNI, 100% digital
2	Biblioteca Nacional del Perú (BNP)	Aló BNP: servicio de lectura por teléfono
3	Federación Deportiva Peruana de Bádminton	El parabádminton, herramienta de inclusión social
4	Gobierno Regional de Loreto, Loreto	"Emprende Loretana" - Loreto wayna yupuni
5	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	Marca de Certificación "Empresa Segura, Libre de Violencia y Discriminación contra la Mujer"
6	Ministerio del Ambiente	Conservación y recuperación de la agrobiodiversidad como garante para la inclusión social y la seguridad alimentaria - Muhu Kutichiy "el retorno de las semillas"
7	Municipalidad Distrital de Pueblo Libre	Mercados saludables digitalizados
8	Municipalidad Distrital de Puente Piedra	"Ollas Comunes": la activación de una forma organizativa extraordinaria de apoyo alimentario y seguridad nutricional para familias de escasos recursos en el distrito de Puente Piedra durante la pandemia y otras emergencias, con enfoque sostenible
9	Municipalidad Distrital de San Borja	San Borja al 100%
10	Municipalidad Metropolitana de Lima	Programa Municipal Volver a Casa
11	Municipalidad Provincial de Mariscal Nieto, Moquegua	Programa: mujeres trabajando por Moquegua
12	Newmont Yanacocha	Inclusión financiera para la reactivación económica de comunidades rurales en Cajamarca - Experiencia UNICA

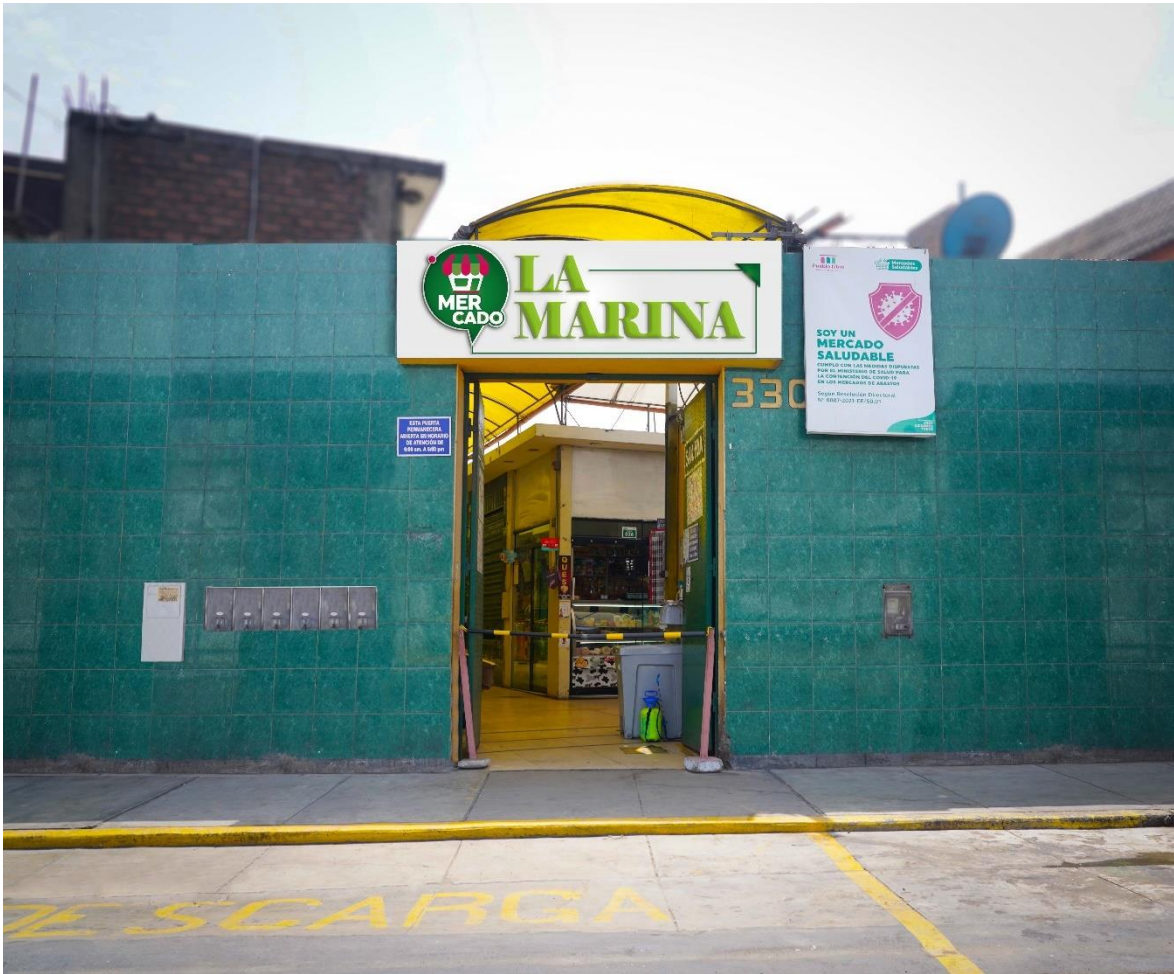
ANEXO 4

Montaje de letreros con los nombres de los mercados













ANEXO 5

Trabajo de campo en mercados



