



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

**INFORME Y ANALISIS ENCUESTA DE SATISFACCION
BENEFICIARIOS ALTERNATIVAS
2015**



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

**INSTITUTO PARA LA ECONOMIA SOCIAL
IPES**

Contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 4 |
| Objetivos | 4 |
| Objetivo general | 4 |
| Objetivos específicos | 4 |
| Metodología | 5 |
| Resultados por proyecto | 6 |
| Proyecto de Inversión asociado al proceso 725: Desarrollo de iniciativas productivas para el fortalecimiento de la economía popular | 6 |
| Aspectos socio demográficos de la población encuestada | 6 |
| Resultados en el área de administración e infraestructura | 8 |
| Resultados en el área comercial e ingresos | 11 |
| Resultados de atención al beneficiario y percepción general | 12 |
| Resultados de medios virtuales | 13 |
| Proyecto de Inversión asociado al proceso 604: Formación, capacitación e intermediación para el trabajo | 14 |
| Formación y capacitación | 14 |
| Aspectos socio demográficos de la población encuestada | 14 |
| Resultados en el área de servicios | 15 |
| Intermediación laboral | 17 |
| Aspectos socio demográficos de la población encuestada | 17 |
| Resultados en el área de servicios | 17 |
| Proyecto de Inversión asociado al proceso 431: Fortalecimiento del sistema distrital de plazas de mercado | 18 |
| Aspectos socio demográficos de la población encuestada | 19 |
| Resultados en el área de administración e infraestructura | 21 |
| Resultados en el área comercial e ingresos | 23 |
| Resultados de atención al beneficiario y percepción general | 24 |
| Resultados de medios virtuales | 26 |
| Resultados Programa de Emprendimiento | 26 |
| Aspectos socio demográficos de la población encuestada | 26 |
| Resultados aspectos unidad productiva | 27 |
| Resultados formación y capacitación | 28 |
| Resultados aspectos comercialización | 29 |



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

| | |
|---|----|
| Resultados Emprendimiento Alternativas Víctimas del Conflicto armado..... | 29 |
| Resultados aspectos unidad productiva | 29 |
| Resultados formación y capacitación | 30 |
| Resultados aspectos comercialización..... | 31 |
| Resultados atención trámites e información | 31 |
| Consolidado..... | 33 |
| Conclusiones..... | 34 |

Introducción

El siguiente informe muestra los resultados más destacados de la encuesta aplicada a las diferentes alternativas del Instituto, con el fin de determinar la percepción que tienen los beneficiarios sobre los servicios recibidos. La misma fue realizada por el Área de Servicio al Usuario con el apoyo de la Subdirección de Diseño Análisis Estratégico, como parte de las acciones derivadas del Sistema Integrado de Gestión - SIG, el cual se encuentra establecido bajo los parámetros de la norma NTCGP 1000:2009, el Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2005 y Norma Técnica Distrital del Sistema Integrado de Gestión NTD SIG-001:2011.

La aplicación de esta Encuesta estuvo a cargo del Grupo de Caracterización del Instituto, a los beneficiarios de las diferentes alternativas y servicios del IPES.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la percepción de satisfacción general de los beneficiarios de las diferentes alternativas y servicios que ofrece el Instituto para la Economía Social, con el fin de obtener información y realizar la retroalimentación para el mejoramiento continuo del desempeño de los procesos de la entidad.

Objetivos específicos

- Identificar aspectos críticos en la atención al beneficiario de las ofertas del IPES.
- Generar estrategias de mejoramiento de los aspectos críticos identificados.
- Potenciar las acciones y estrategias que tienen un buen nivel de percepción.

Metodología

MUESTREO ESTRATIFICADO

Con base en la necesidad de conocer el nivel de satisfacción de la población sujeto de atención del IPES, y dada las restricciones presupuestales que no permitiría conocer la opinión de todos los usuarios, para ello utilizamos las técnicas de la estadística inferencial, a través de las técnicas de muestreo.

Dado que el IPES tiene diferentes alternativas para atender a sus diversas poblaciones; la técnica de muestreo a utilizar es la de muestreo estratificado que básicamente en el caso particular toma como estrato a cada una de las alternativas del IPES.

A continuación se muestra la fórmula y el ejercicio realizado para la encuesta de satisfacción 2015

N= Tamaño de la Población

e= Error de estimación

D= Ajuste del error de estimación

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Npq}{(N - 1)D + pq}$$



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

| | N | P | Q | N,P,Q | | | |
|------------------------|---------------|--------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
| Alternativa | Cantidad | % | Muestra | Probabilidad | Estimacion | RESULTADO APROX | RESULTADO TOTAL |
| Mecato Positivo | 72 | 0,62% | 0,99381124 | 0,442832859 | 0,885665718 | 3,493260935 | 3 |
| Plazas de Mercado | 3.020 | 25,96% | 0,74041602 | 580,4444118 | 1160,888824 | 146,5228892 | 147 |
| Emprendimiento | 261 | 2,24% | 0,97756576 | 5,72397723 | 11,44795545 | 12,66307089 | 13 |
| Quioscos | 38 | 0,33% | 0,99673371 | 0,123713553 | 0,247427107 | 1,843665493 | 2 |
| Puntos de Encuentro | 28 | 0,24% | 0,99759326 | 0,067226501 | 0,134453003 | 1,358490364 | 1 |
| Puntos Comerciales | 1.983 | 17,04% | 0,82955132 | 280,3881306 | 560,7762612 | 96,21022825 | 96 |
| Zonas de transicion | 380 | 3,27% | 0,96733712 | 12,00648783 | 24,01297567 | 18,43665493 | 18 |
| Capacitacion | 3.000 | 25,79% | 0,74213512 | 574,1117492 | 1148,223498 | 145,552539 | 146 |
| Intermediacion Laboral | 1.982 | 17,04% | 0,82963727 | 280,1344335 | 560,268867 | 96,16171074 | 96 |
| Poblacion Especial | 720 | 6,19% | 0,93811243 | 41,80139963 | 83,60279925 | 34,93260935 | 35 |
| Ferias Institucionales | 150 | 1,29% | 0,98710676 | 1,90905123 | 3,81810246 | 7,277626948 | 7 |
| Total | 11.634 | | | 1777,153414 | 3554,306829 | 564,4527461 | 564 |

*error de Estimacion del 4%

Resultados por proyecto

Proyecto de Inversión asociado al proceso 725: Desarrollo de iniciativas productivas para el fortalecimiento de la economía popular.

De acuerdo con el objetivo del proyecto de asesorar y acompañar las unidades e iniciativas productivas de la economía popular a través de la formulación de planes de negocio, fortalecimiento empresarial, el apalancamiento financiero y brindando alternativas económicas transitorias reguladas en el espacio público y fuera de él, con el fin de mejorar su productividad y calidad de vida de los beneficiarios, durante el año 2015 dentro del proyecto 725, el IPES ofertó las siguientes alternativas:

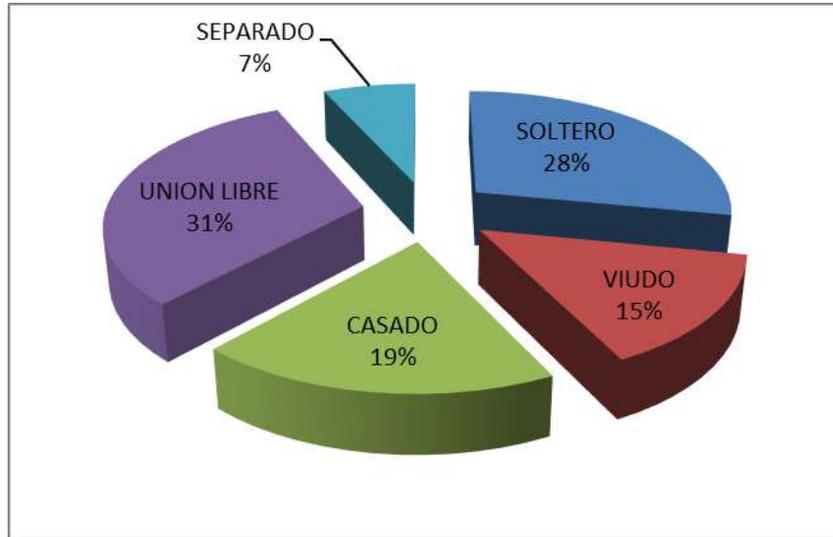
- Puntos Comerciales
- Ferias institucionales
- Módulos de la REDEP
- Mecato Social

En concordancia con las alternativas del proyecto, a continuación mostramos aspectos socio demográficos generales de la población encuestada.

Aspectos socio demográficos de la población encuestada

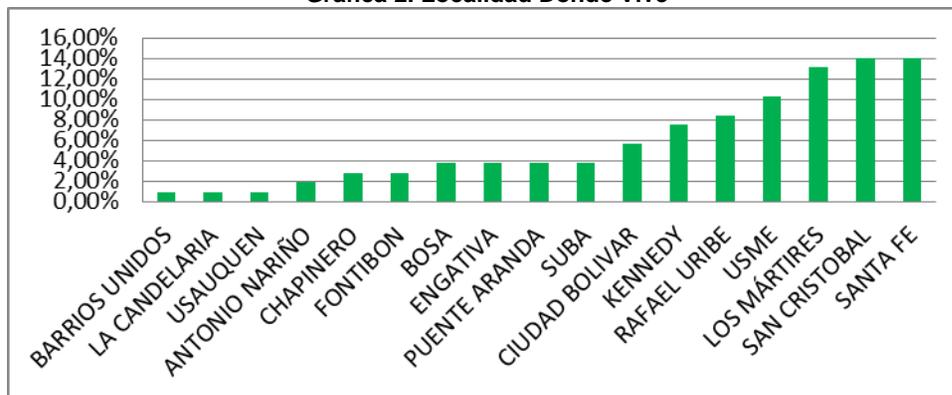
Del total de la población encuestada a beneficiarios de las alternativas de este proyecto, el 52% corresponde a hombres y el 48% a mujeres. De acuerdo con el estado civil de los beneficiarios encuestados, el 50% están actualmente en unión libre o casados, mientras el otro 50% se encuentran separados, viudos o solteros.

Gráfica 1. Estado Civil de los encuestados



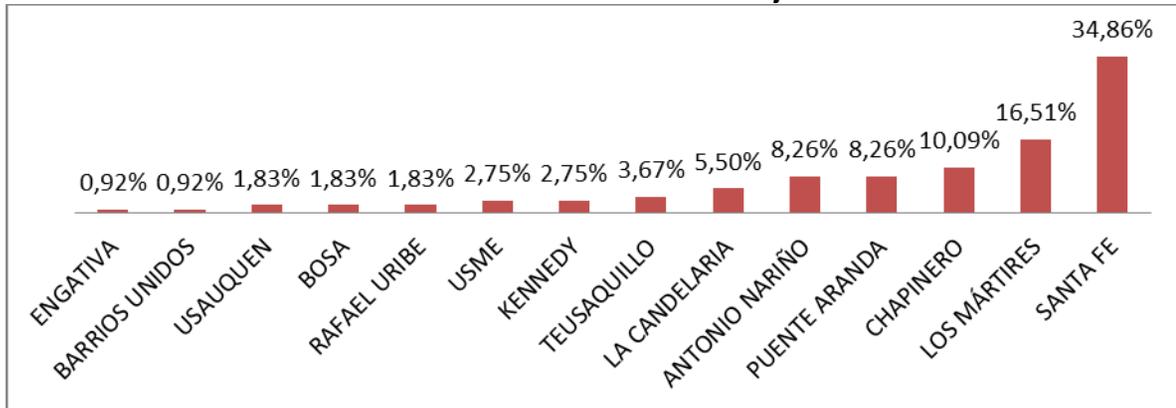
De los beneficiarios encuestados, más del 40% viven en localidades del centro y centro oriente de la ciudad como lo son Santa Fe (15%), San Cristóbal (15%) y Mártires (14). Otras localidades que se destacan son Usme (11%), Rafael Uribe Uribe (9%) y Kennedy (8%).

Gráfica 2. Localidad Donde Vive



Más de la tercera parte de la población encuestada trabaja en las alternativas comerciales de la localidad de Santa Fe. Se destaca el porcentaje de beneficiarios encuestados que realizan sus actividades económicas en el centro y nororiente de la ciudad.

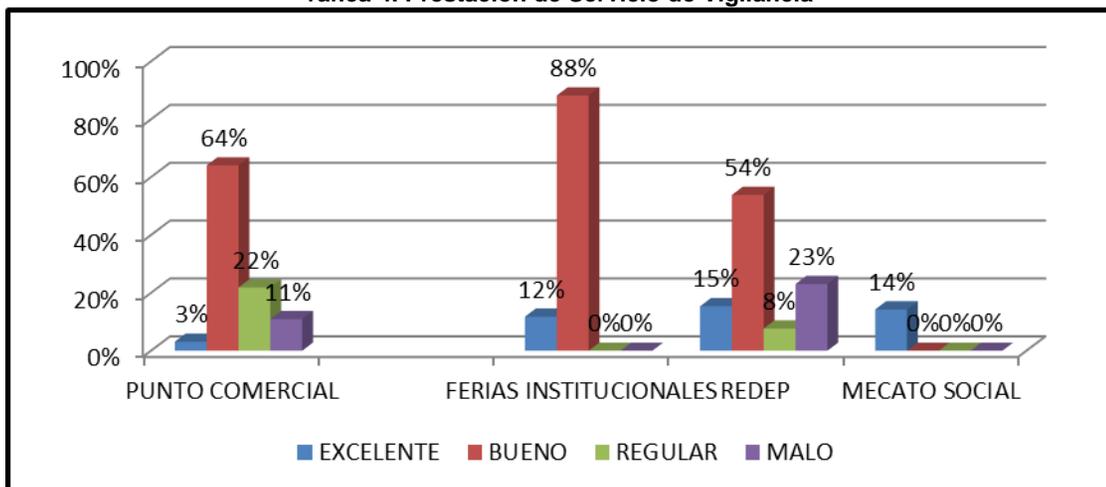
Gráfica 3. Localidad Donde Trabaja



Resultados en el área de administración e infraestructura

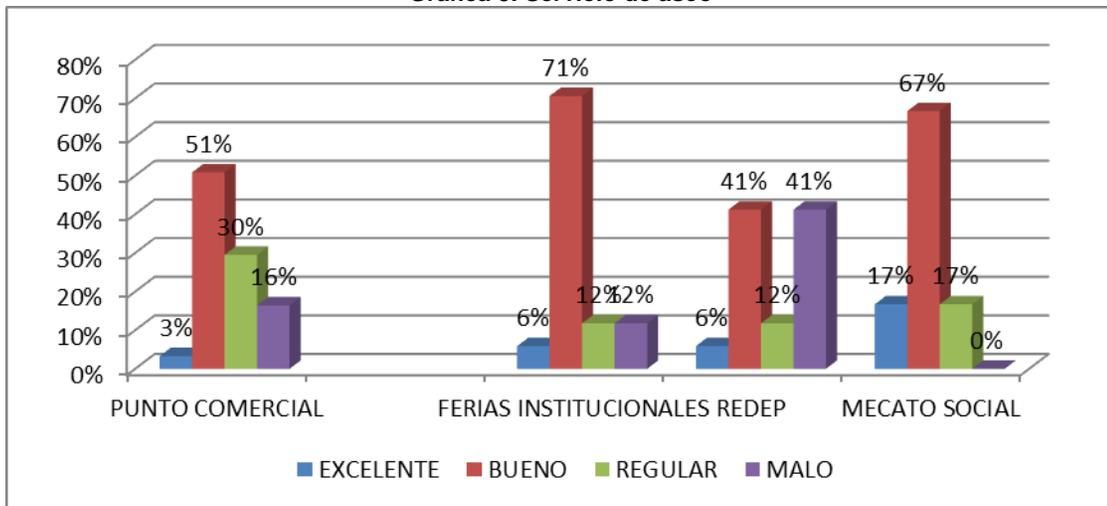
De acuerdo con la percepción de seguridad, los resultados en el servicio de vigilancia por alternativa comercial, su calificación en general es buena. Cabe destacar que en las ferias institucionales, que generalmente son en el espacio público, el porcentaje de calificación del servicio es el más alto con un 100% entre excelente y bueno, seguido de Puntos comerciales con un 64%.

Gráfica 4. Prestación de Servicio de Vigilancia



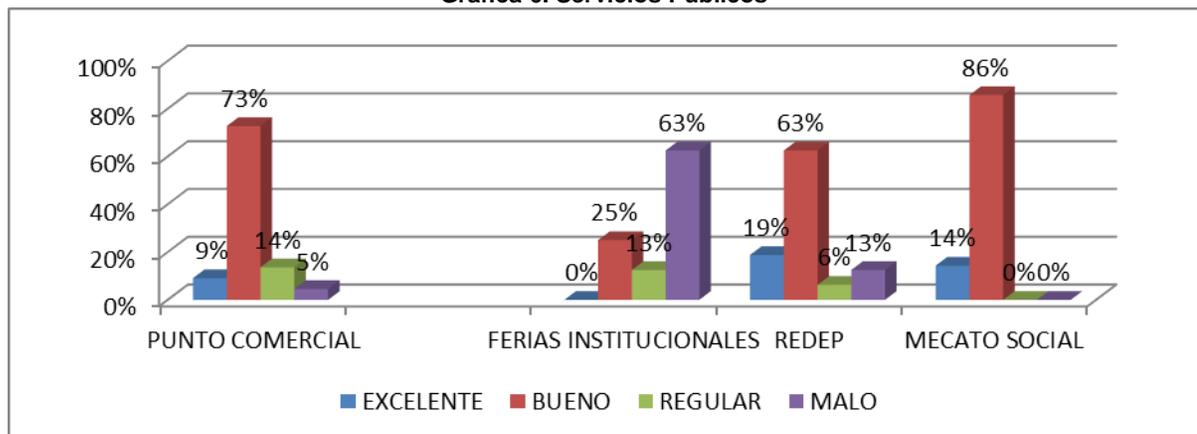
En servicio de aseo, se observa que en las alternativas de REDEP (Quioscos y Puntos de Encuentro) tienen una baja calificación, explicado principalmente por la ubicación y distribución de los quioscos en el espacio público. En general en servicio de aseo, tienen una calificación positiva del servicio brindado en cada una de las alternativas ofertadas.

Gráfica 5. Servicio de aseo



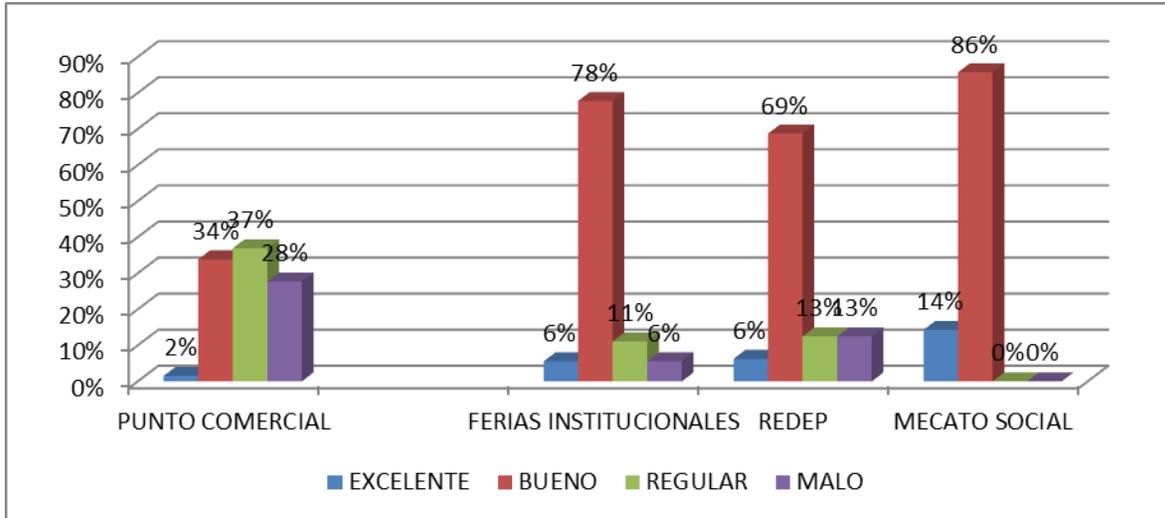
En materia de servicios públicos, las alternativas de Puntos Comerciales, REDEP y Mecato Social tienen una alta aprobación, sin embargo en Ferias Institucionales más del 60% califican el servicio de Malo.

Gráfica 6. Servicios Públicos



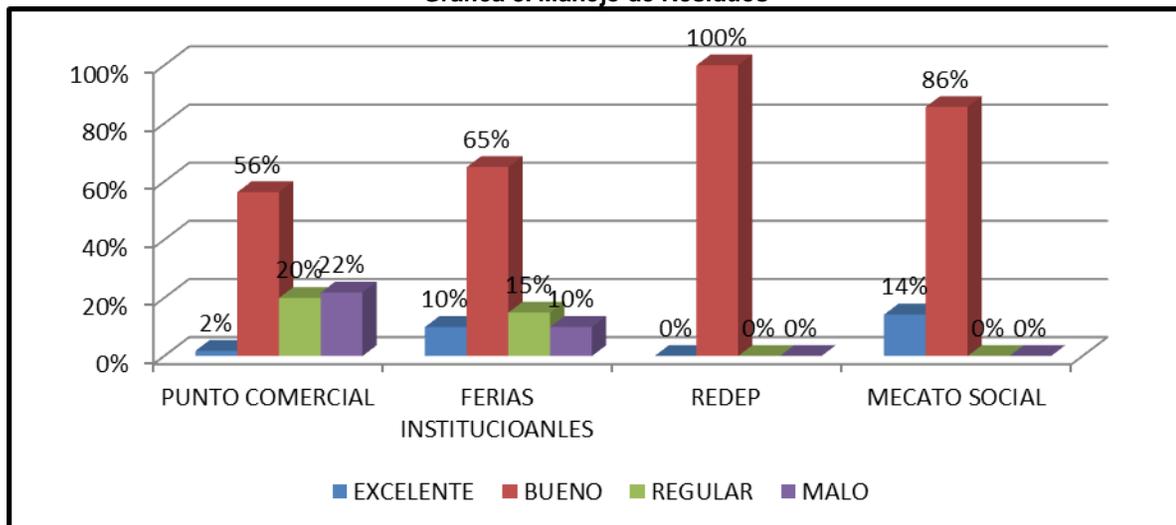
El 78% de los beneficiarios encuestados califica de bueno el estado de la infraestructura de los módulos en Ferias Institucionales, Mecato y REDEP, sin embargo en Puntos Comerciales el 65% considera el estado general de la infraestructura como regular o malo.

Gráfica 7. Estado General de Infraestructura



En manejo de residuos sólidos, existe una alta calificación en las alternativas asociado a aspectos como la capacitación en separación en la fuente y la articulación con entidades como Basura Cero y UAESP.

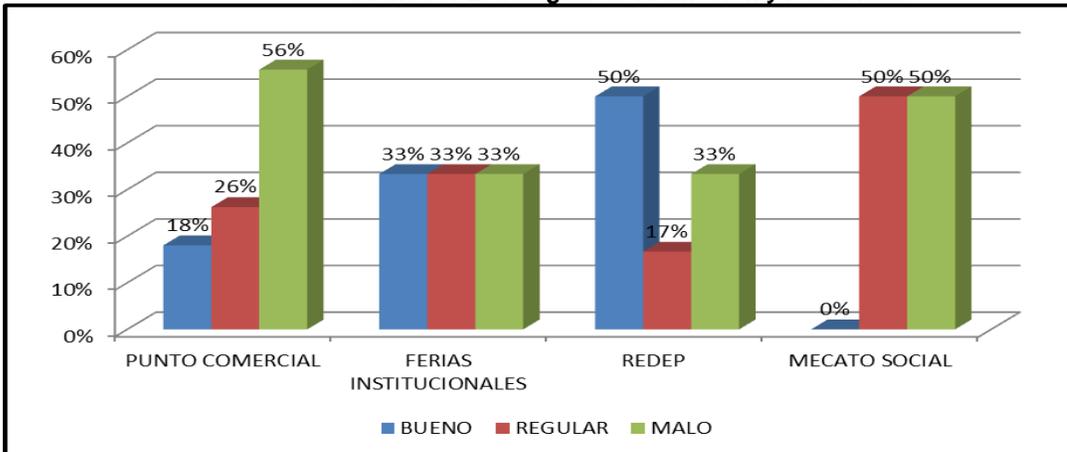
Gráfica 8. Manejo de Residuos



Resultados en el área comercial e ingresos

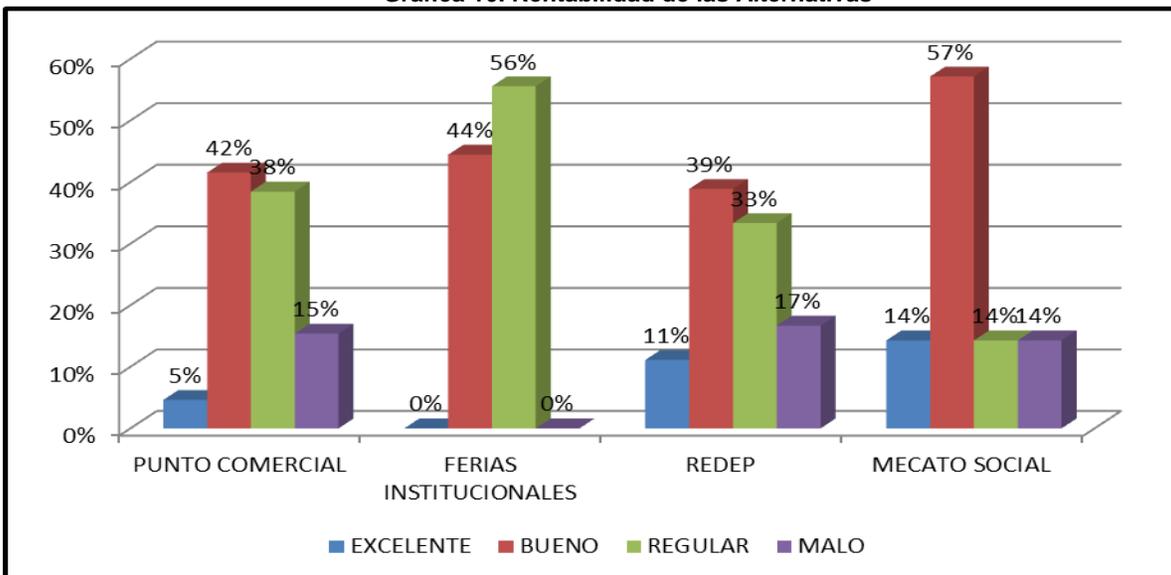
En materia de estrategias comerciales, los encuestados califican la gestión realizada en promoción y publicidad como mala en la mayoría de alternativas comerciales. Se rescata la calificación en los módulos de la REDEP, donde uno de cada dos beneficiarios califica como buena la gestión realizada en estrategias comerciales.

Gráfica 9. Estrategias de Promoción y Publicidad



En rentabilidad de la alternativa, la calificación en general muestra como buena un porcentaje cercano al 50%, entre tanto entre regular y malo un porcentaje del 56%. Por alternativa la de mayor calificación es Mecato Social, seguido de REDEP y Puntos Comerciales.

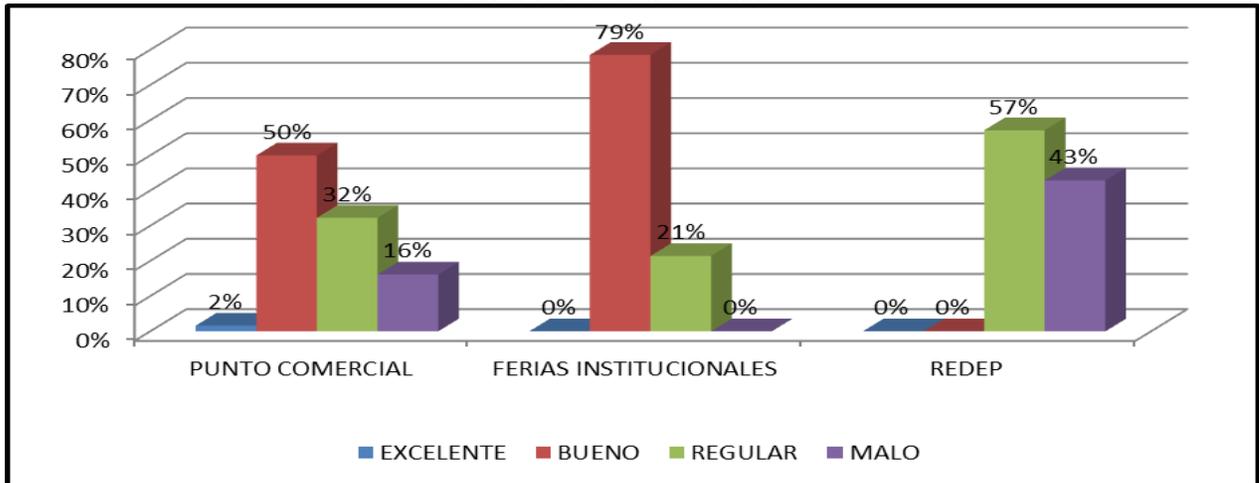
Gráfica 10. Rentabilidad de las Alternativas



Resultados de atención al beneficiario y percepción general

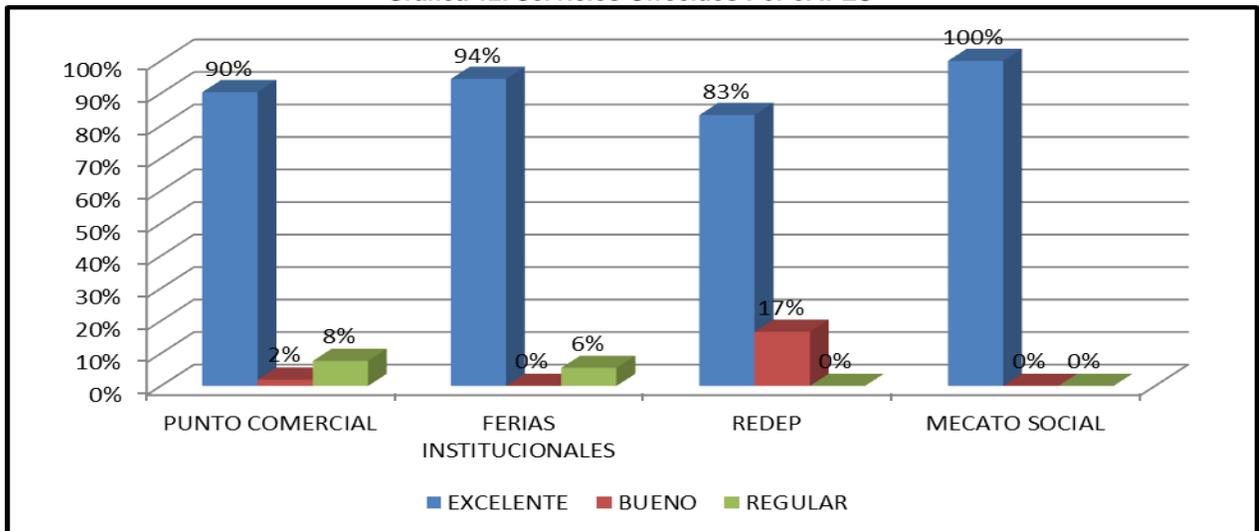
En cuanto a la gestión de conflictos entre comerciantes, se evidencia que en las Ferias Institucionales, existe una buena gestión por parte del IPES en la solución de conflictos, mientras en REDEP la calificación es baja, teniendo en cuenta que los conflictos entre beneficiarios y vendedores informales del entorno al módulo son frecuentes.

Gráfica 11. Gestión de Conflictos



La percepción general de los servicios ofrecidos por el IPES, tiene como calificación excelente en un 90%, destacando la aprobación en alternativas como Mecato y Ferias Institucionales.

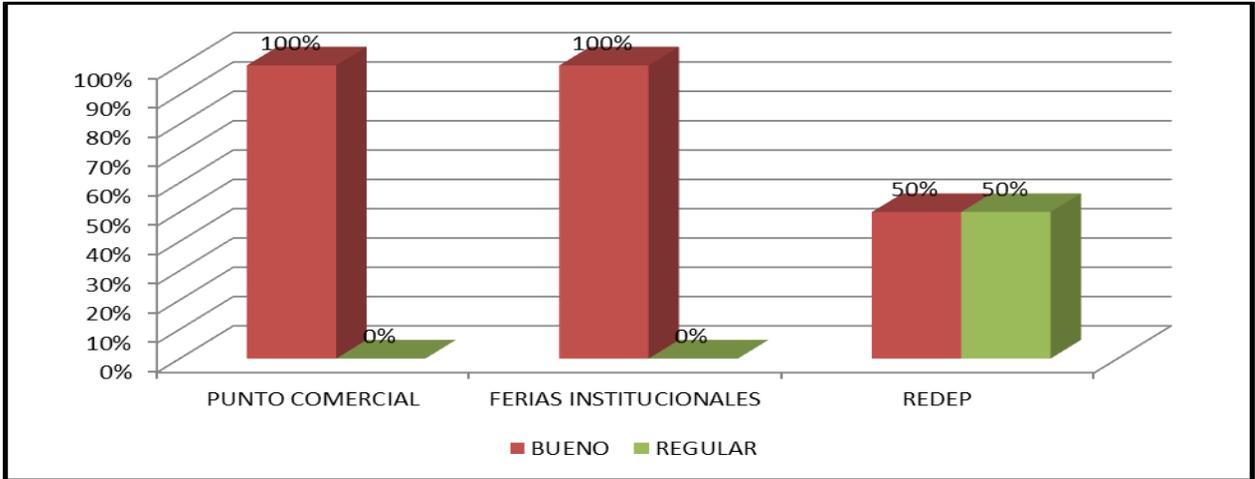
Gráfica 12. Servicios Ofrecidos Por el IPES



Resultados de medios virtuales

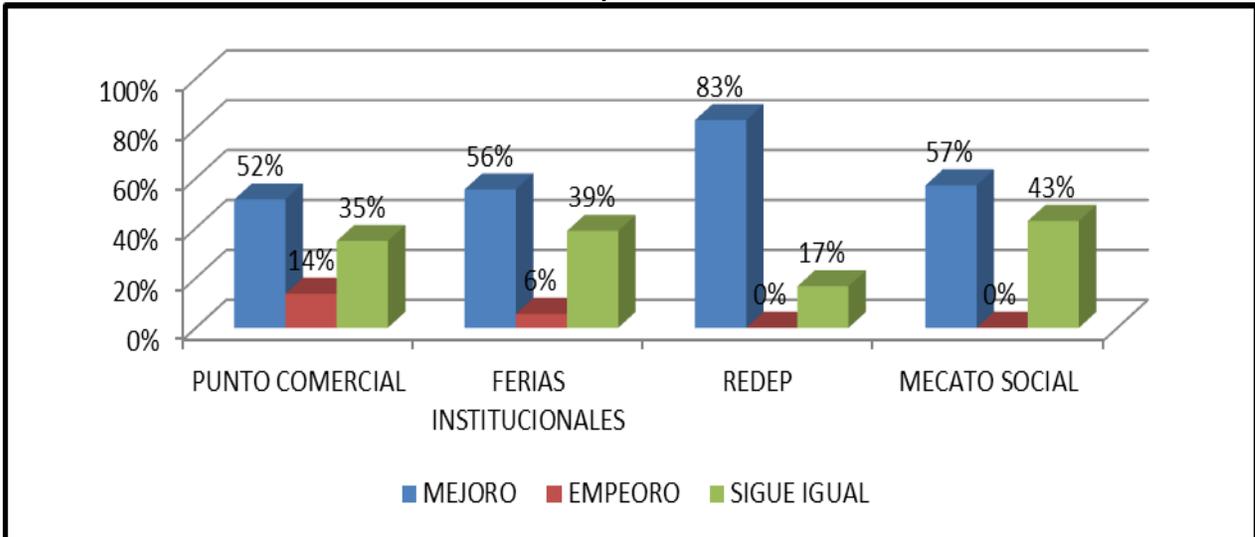
Según los beneficiarios, es muy fácil acceder a la página web y encontrar información de Ferias Institucionales y Puntos Comerciales, mientras en REDEP la facilidad disminuye en un 50% según la opinión de los beneficiarios.

Gráfica 13. Acceso a Pagina WEB Institucional



Ante la pregunta: ¿Durante el tiempo de permanencia en la alternativa del IPES su calidad de vida: mejoró, empeoró o sigue igual?, las respuestas por alternativa comercial mostraron que más del 58% considera que la calidad de vida mejoró, un 34% considera que sigue igual y un 6% que empeoró.

Gráfica 14. Percepción Calidad de Vida



Proyecto de Inversión asociado al proceso 604: Formación, capacitación e intermediación para el trabajo.

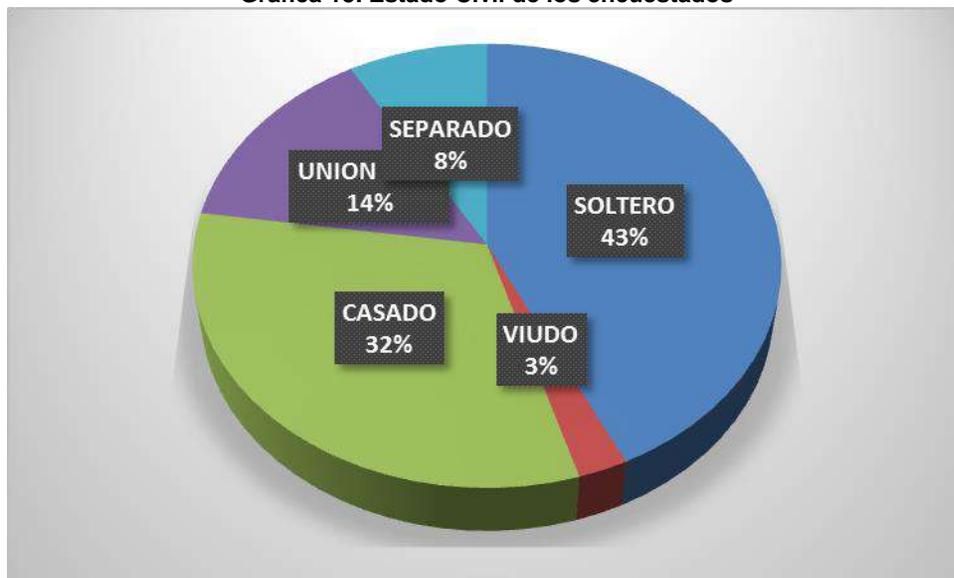
De acuerdo con el objetivo del proyecto de establecer la metodología para acceder a los programas de formación y capacitación que brinda el Instituto para la Economía Social a su población sujeto de atención, con el objeto de mejorar las competencias y habilidades de las personas y apoyar su inserción activa al sistema productivo de la ciudad.

Formación y capacitación

Aspectos socio demográficos de la población encuestada

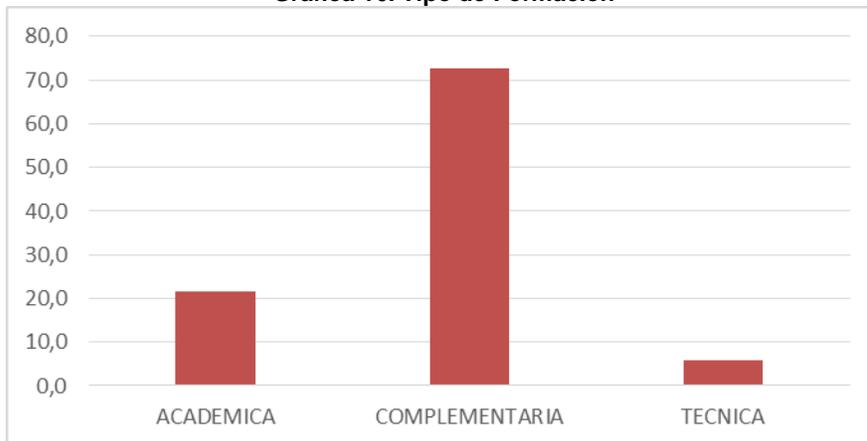
De la población encuestada, el 60% son mujeres y el 40% hombres, donde el 43% son personas solteras y un 32% son casados.

Gráfica 15. Estado Civil de los encuestados



El grueso de la población encuestada dentro del proyecto 604 en lo que corresponde a formación, son personas que han recibido algún tipo de formación complementaria (73%) seguido de académica y por último técnica.

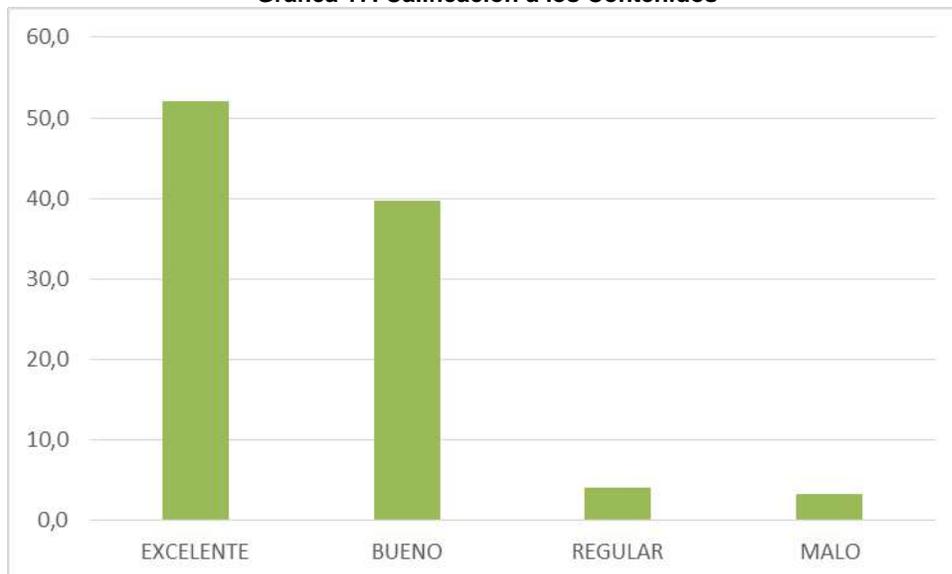
Gráfica 16. Tipo de Formación



Resultados en el área de servicios

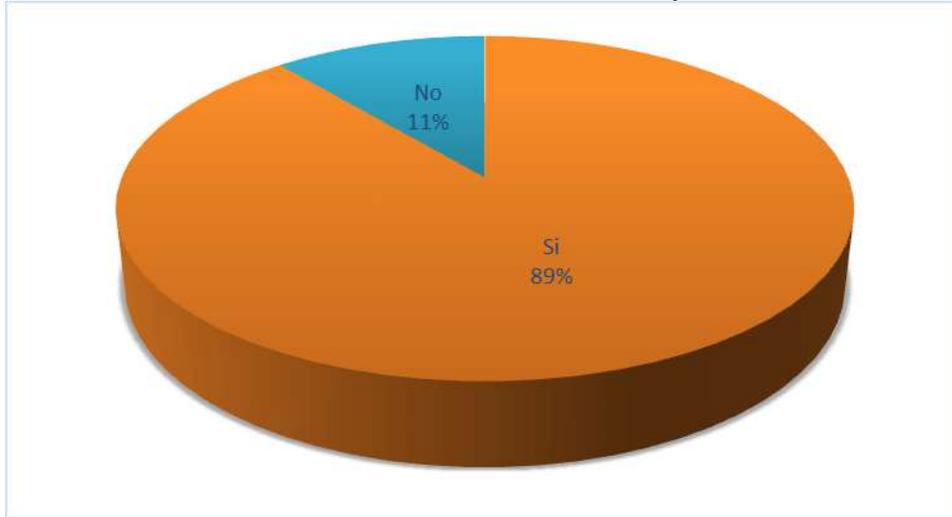
De la población encuestada, aproximadamente el 90% considera como bueno o excelente los contenidos de los procesos formativos, mientras solo un 2% los califica como malos.

Gráfica 17. Calificación a los Contenidos



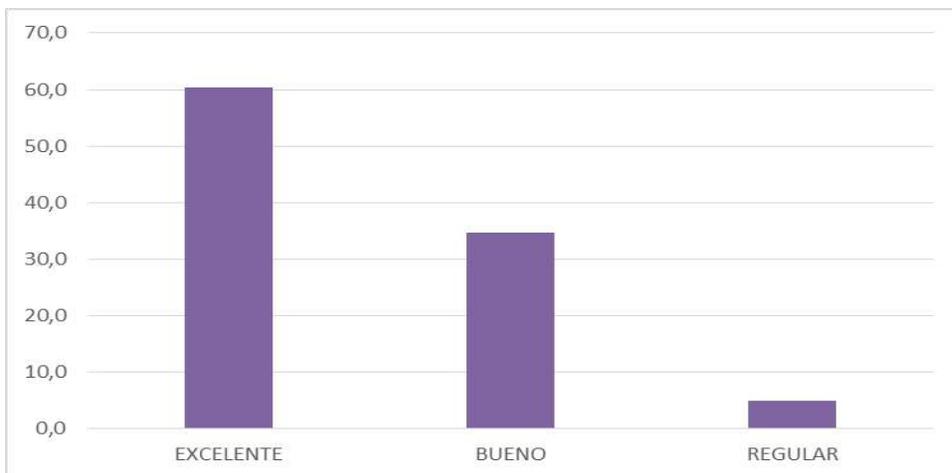
El 89% de los encuestados considera que los conocimientos obtenidos en el proceso de formación son aplicables a su Unidad Productiva.

Gráfica 18. Los Contenidos de los Procesos son Aplicables a su UP



El 60% de los encuestados califican como excelente el acompañamiento de los instructores en el proceso de formación mientras un 35% lo consideran bueno.

Gráfica 19. Acompañamiento en el Proceso

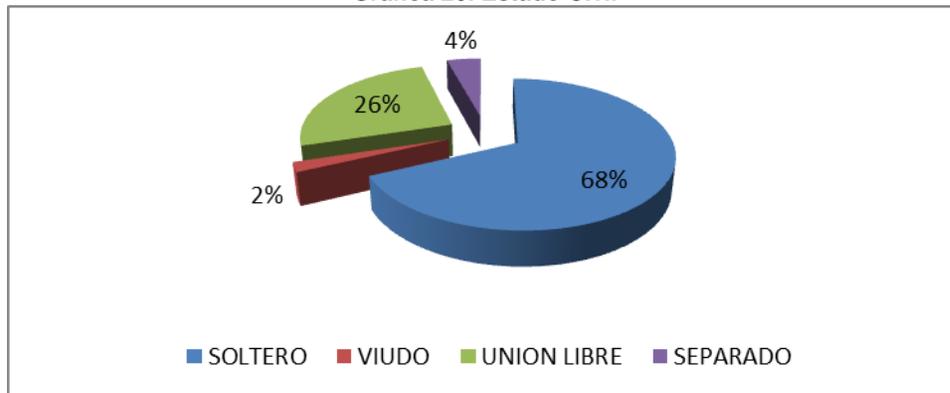


Intermediación laboral

Aspectos socio demográficos de la población encuestada

De la población encuestada que ha accedido a los programas de vinculación laboral, el 68% viven solteros y un 26% en unión libre.

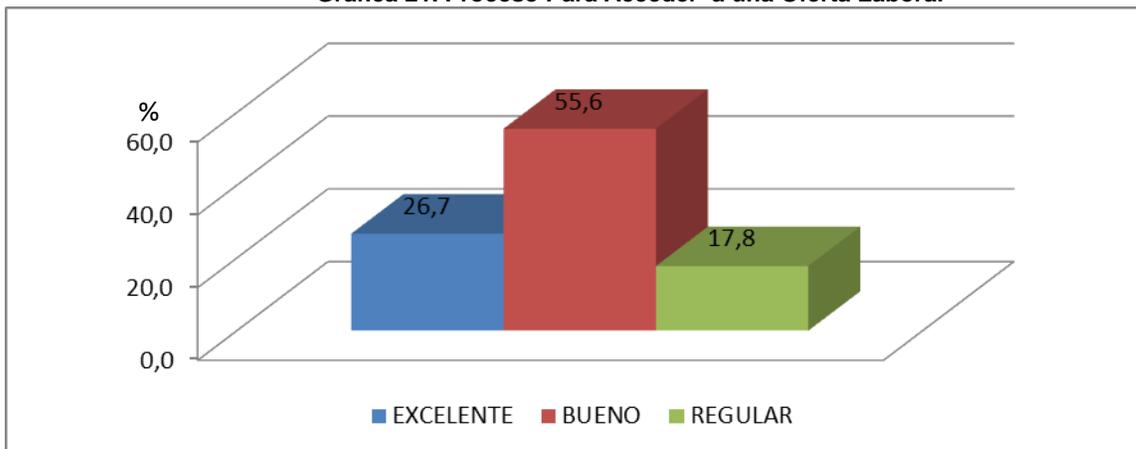
Gráfica 20. Estado Civil



Resultados en el área de servicios

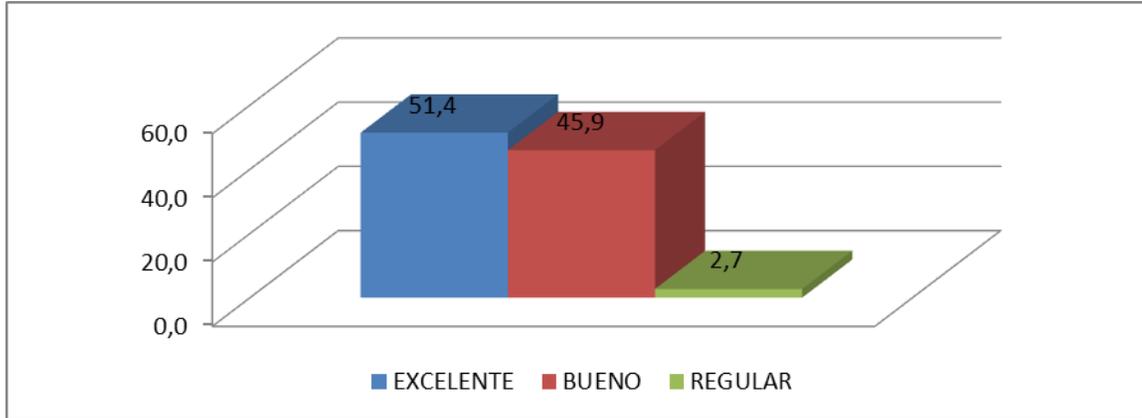
Según los encuestados un 55,6% considera como bueno los procesos para acceder a una oferta laboral y un 26,7% como excelente.

Gráfica 21. Proceso Para Acceder a una Oferta Laboral



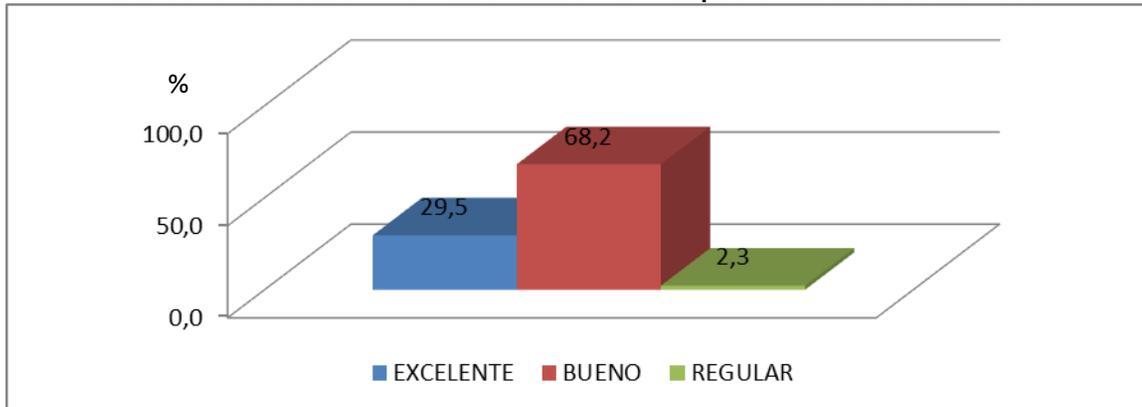
La información recibida en los talleres, según los encuestados un 51,4% considera excelente la misma, y el 46% buena.

Gráfica 22. Utilidad de la Información en los Talleres



Así mismo, al preguntar a los encuestados sobre la claridad de la información recibida, el 68% indica que es buena y un 30% que es excelente.

Gráfica 23. Claridad en Información Sobre Trámites para el Acceso a los Servicios



Proyecto de Inversión asociado al proceso 431: Fortalecimiento del sistema distrital de plazas de mercado.

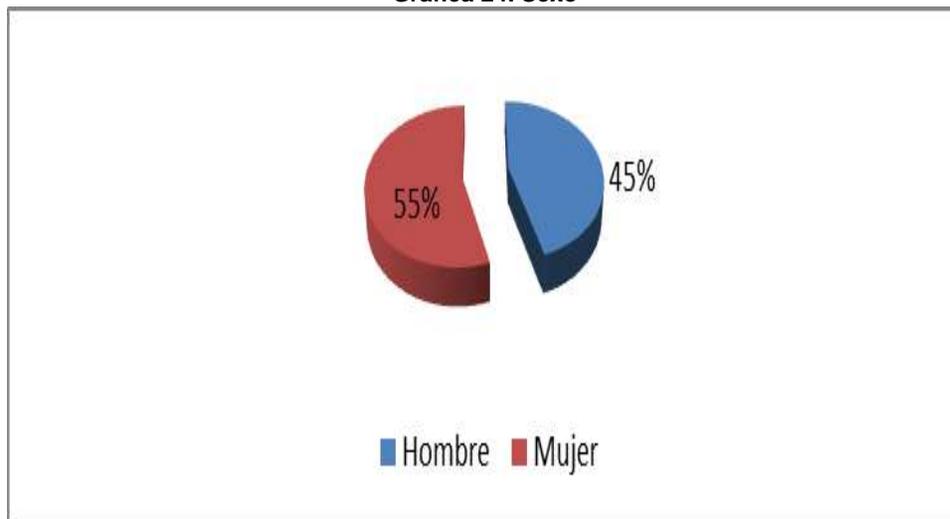
De acuerdo con el objetivo del proyecto de desarrollar en las Plazas de Mercado Distritales la función social de ofrecer productos de la canasta básica a la comunidad, con garantía de la libre competencia, en condiciones óptimas de calidad, precios, oportunidad, confianza y con criterio

nutricional, con el fin de articularlas a los circuitos económicos urbanos y rurales en el marco de la política pública de soberanía y seguridad alimentaria.

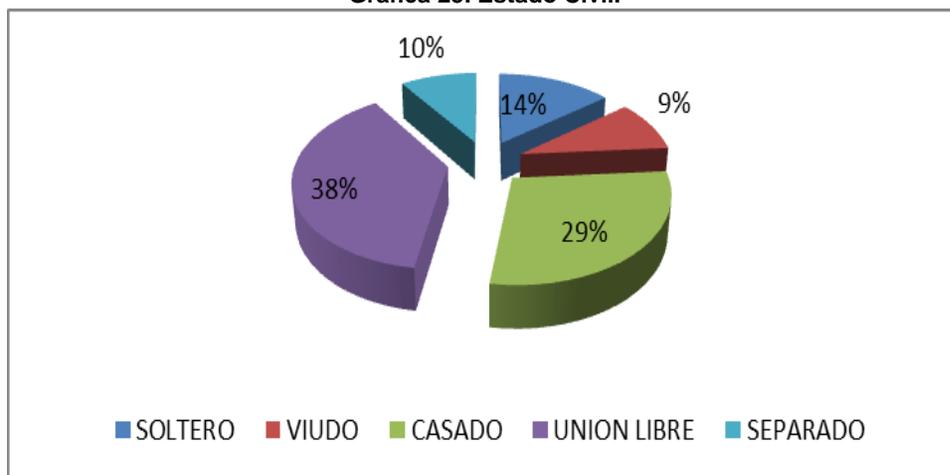
Aspectos socio demográficos de la población encuestada

De la población encuestada a beneficiarios de las Plazas de Mercado, el 55% corresponde a hombres y el 45% a mujeres. Teniendo en cuenta el estado civil de los beneficiarios encuestados, el 67% actualmente se encuentran en unión libre o casados, mientras el otro 33% se encuentran separados, viudos o solteros.

Gráfica 24. Sexo

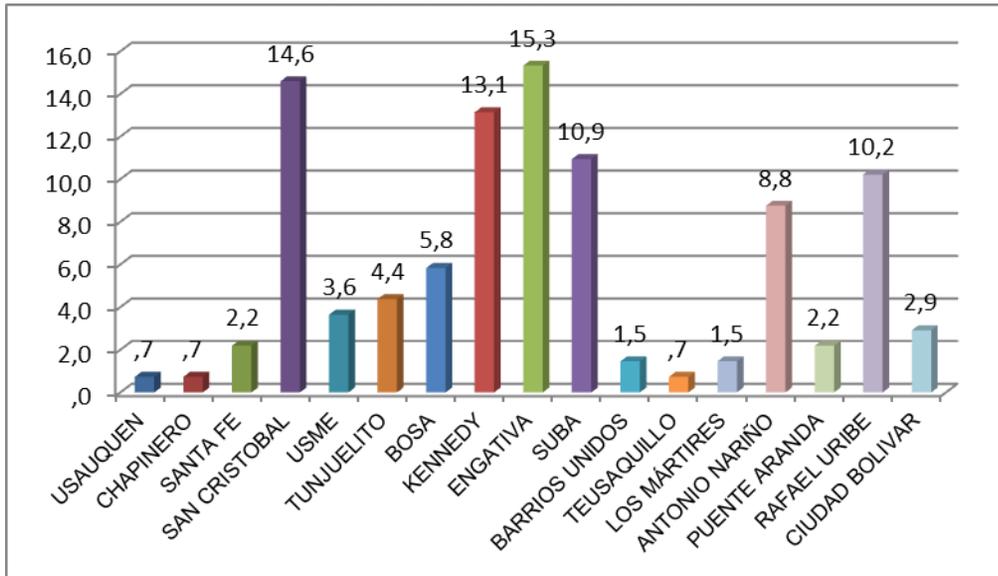


Gráfica 25. Estado Civil.



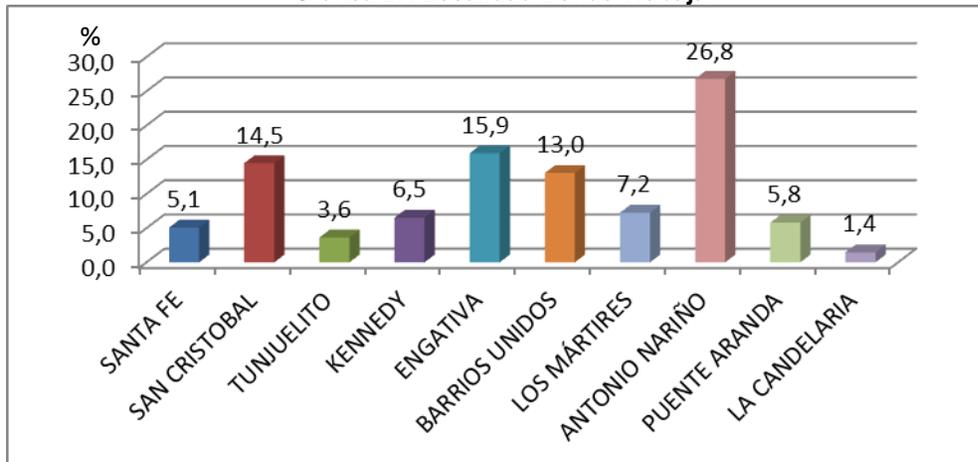
Sobre su sitio de vivienda de los beneficiarios encuestados, más del 43% viven en localidades distribuidas en sur oriente, occidente y noroccidente de la ciudad como son San Cristóbal (15%), Engativá (15%) y Kennedy (13%), así como otras localidades que se destacan Suba (11%), Rafael Uribe Uribe (9%) y Antonio Nariño (10%)

Gráfica 26. Localidad Donde Vive



Más del 27% de la población encuestada trabaja en las Plazas ubicadas en la localidad de Antonio Nariño. Se destaca el porcentaje de beneficiarios encuestados que realizan sus actividades económicas en noroccidente y suroriente de la ciudad.

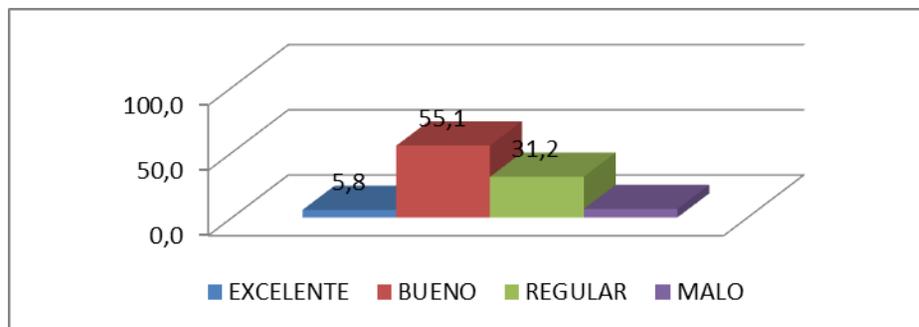
Gráfica 27. Localidad Donde Trabaja



Resultados en el área de administración e infraestructura

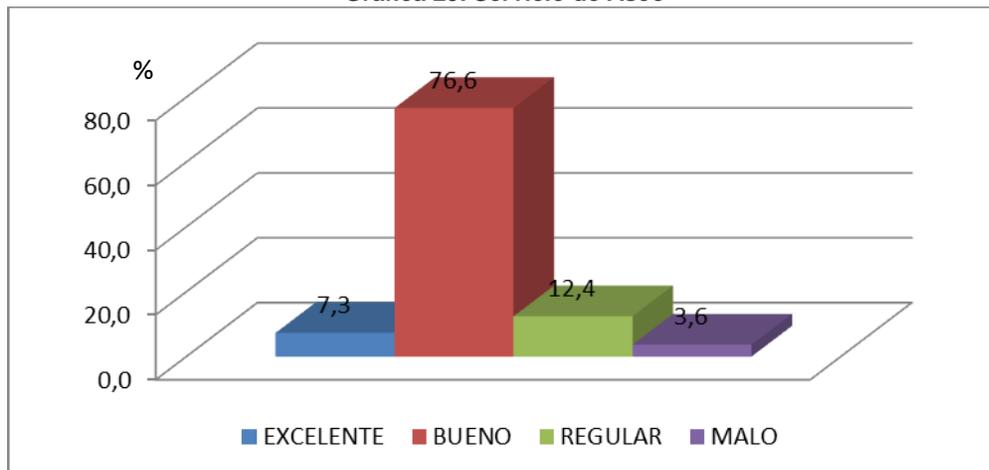
Con respecto a la percepción de seguridad, los resultados en el servicio de vigilancia en las Plazas de Mercado la calificación en general es buena, ya que más del 55% de los encuestados consideraron entre excelente y bueno este servicio.

Gráfica 28. Prestación servicio de Vigilancia



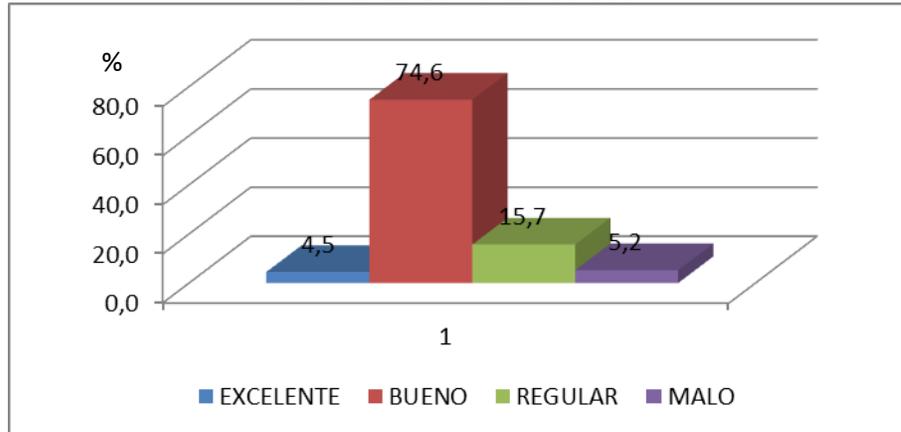
El servicio de aseo brindado, en general tiene una calificación positiva, toda vez que más del 75% de los encuestados consideraron que es bueno.

Gráfica 29. Servicio de Aseo



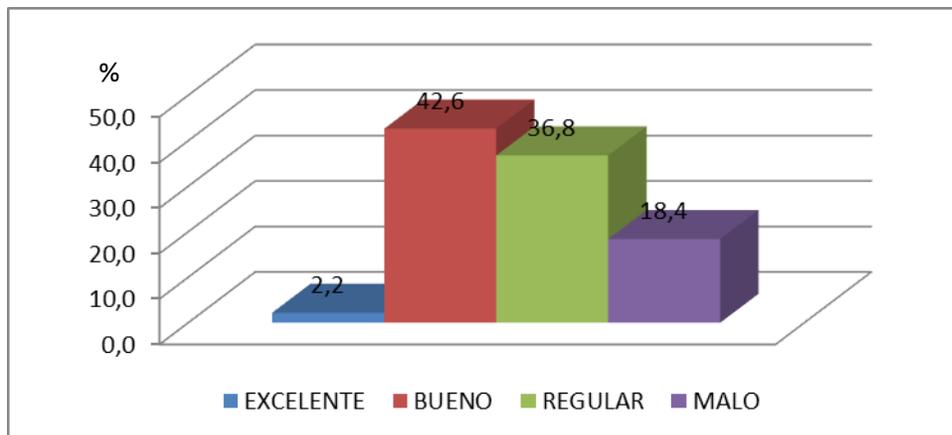
En materia de servicios públicos, esta alternativa tienen una alta aprobación, (75%)

Gráfica 30. Servicios Públicos



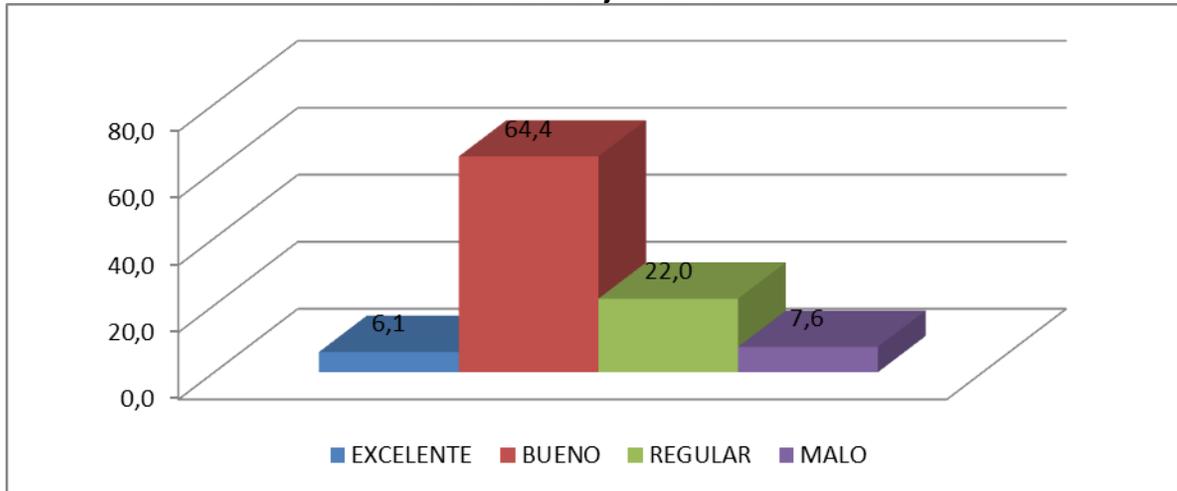
Más del 79% de los beneficiarios encuestados considera el estado general de la infraestructura como bueno o regular, sin embargo el 18% solicita que se hagan adecuaciones sobre las áreas que se encuentran ya muy deterioradas.

Gráfica 31. Estado Infraestructura



Se presenta una alta calificación en el manejo de residuos sólidos, asociado a aspectos como la capacitación en separación en la fuente y la implementación en la mayoría de Plazas de Mercado, de este programa.

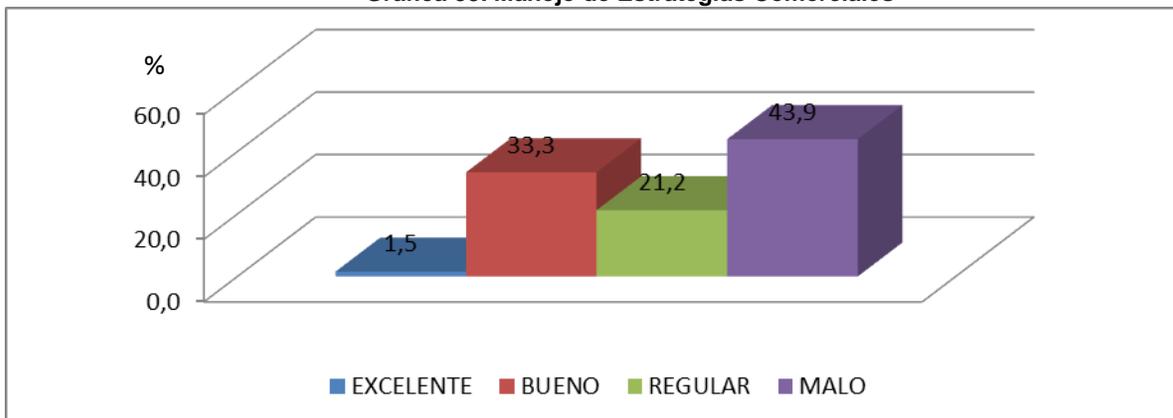
Gráfica 32. Manejo de Residuos



Resultados en el área comercial e ingresos

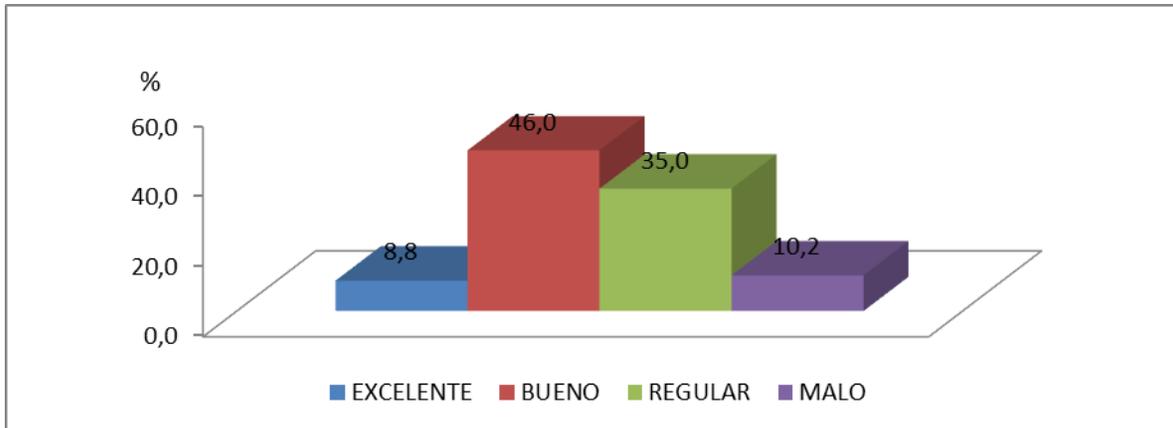
En materia de estrategias comerciales, los encuestados califican la gestión realizada en promoción y publicidad como mala en esta alternativa comercial, en más del 43% de los encuestados teniendo en cuenta que solicitan promoción y publicidad para incrementar sus ventas. Sin embargo, existe un 33% aproximadamente que consideran que es buena.

Gráfica 33. Manejo de Estrategias Comerciales



En rentabilidad de la alternativa, existe un porcentaje del 46% de los encuestados la califican en general como buena, entre tanto entre regular y malo un porcentaje del 45% aproximadamente

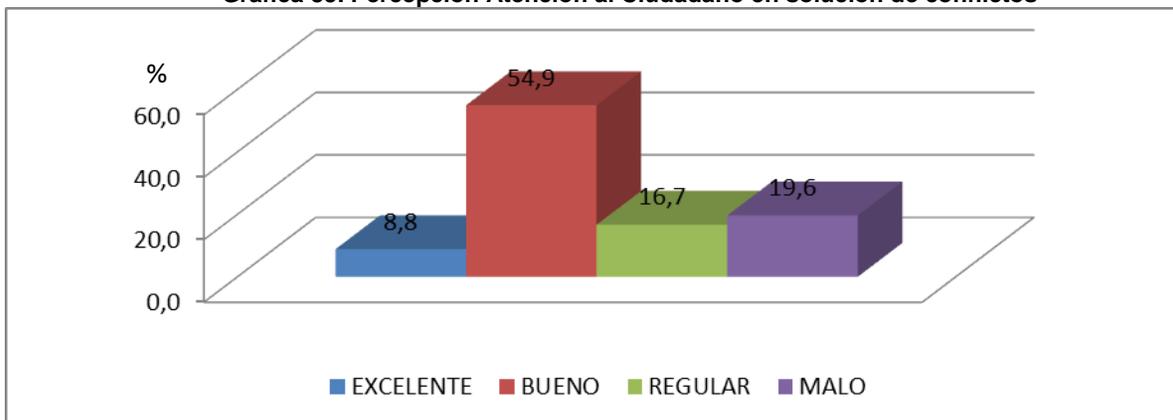
Gráfica 34. Rentabilidad de la Alternativa



Resultados de atención al beneficiario y percepción general

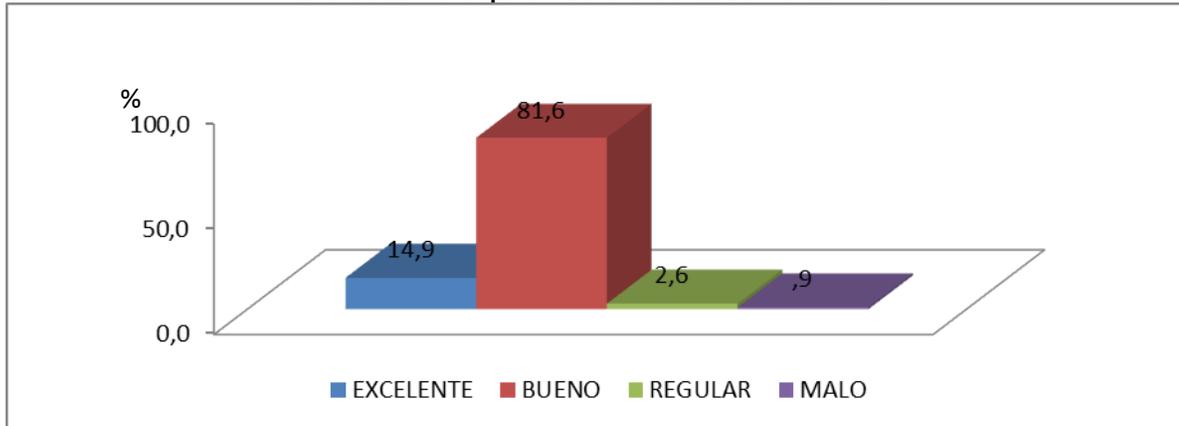
En cuanto a la gestión de conflictos entre comerciantes, se evidencia que existe una buena gestión por parte del IPES en la solución de conflictos.

Gráfica 35. Percepción Atención al Ciudadano en solución de conflictos



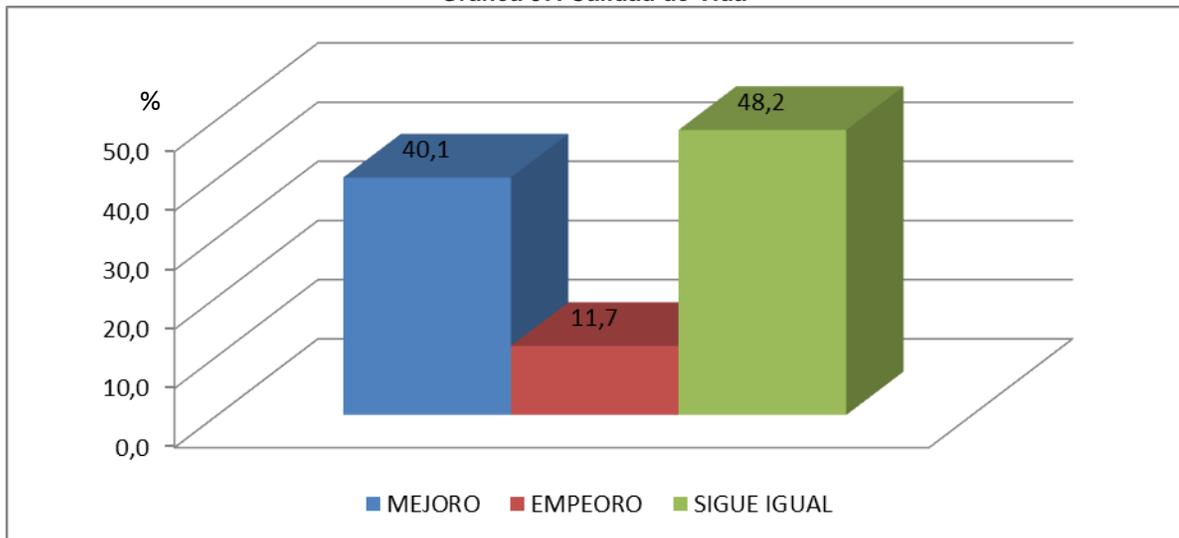
La percepción general de los servicios ofrecidos por el IPES, es calificada como buena por los beneficiarios.

Gráfica 36. Percepción General de los Servicios IPES



Ante la pregunta: ¿Durante el tiempo de permanencia en la alternativa del IPES su calidad de vida: mejoró, empeoró o sigue igual?, el 48% de los encuestados considera que sigue igual, sin embargo existe un 40% que considera que mejoró y más del 11% que empeoró.

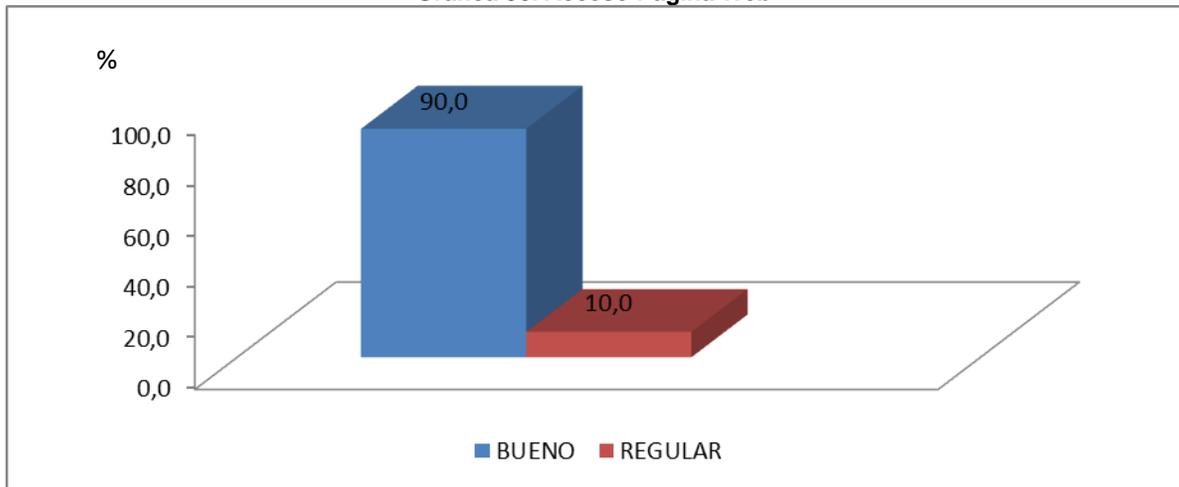
Gráfica 37. Calidad de Vida



Resultados de medios virtuales

De acuerdo con los beneficiarios encuestados, es muy fácil acceder a la página web y encontrar información de las Plazas de Mercado.

Gráfica 38. Acceso Pagina Web

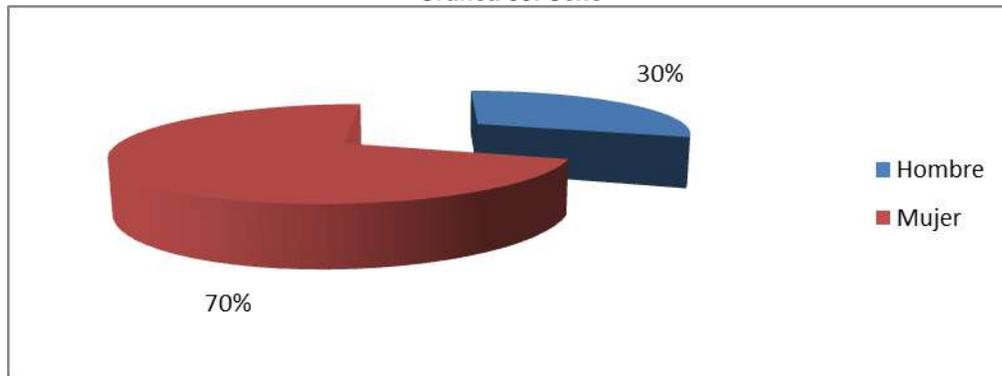


Resultados Programa de Emprendimiento

Aspectos socio demográficos de la población encuestada

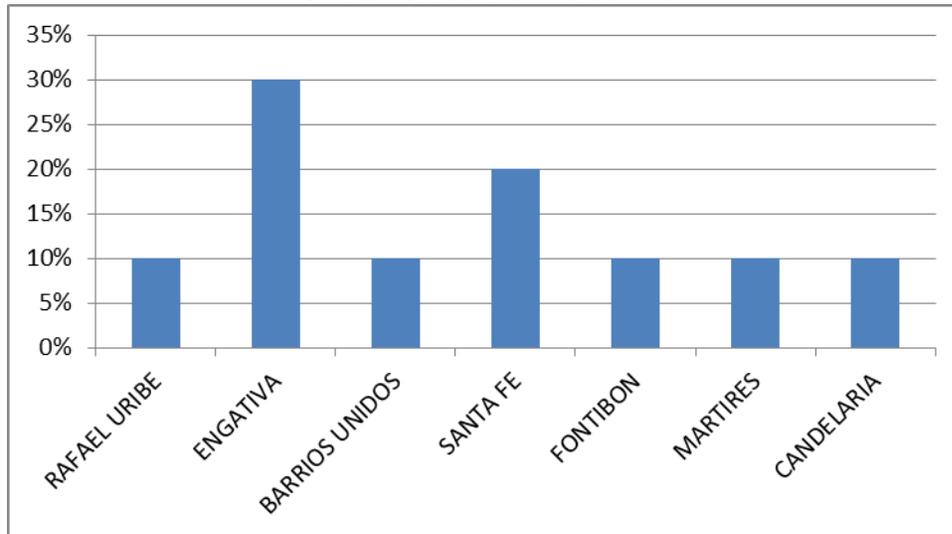
De la población encuestada, beneficiarios del programa de emprendimiento, el 30% corresponde a hombres y el 70% a mujeres.

Gráfica 39. Sexo



Más del 30% de la población encuestada vive en la localidad de Engativá. Se destaca el porcentaje de beneficiarios encuestados viven en el centro de la ciudad.

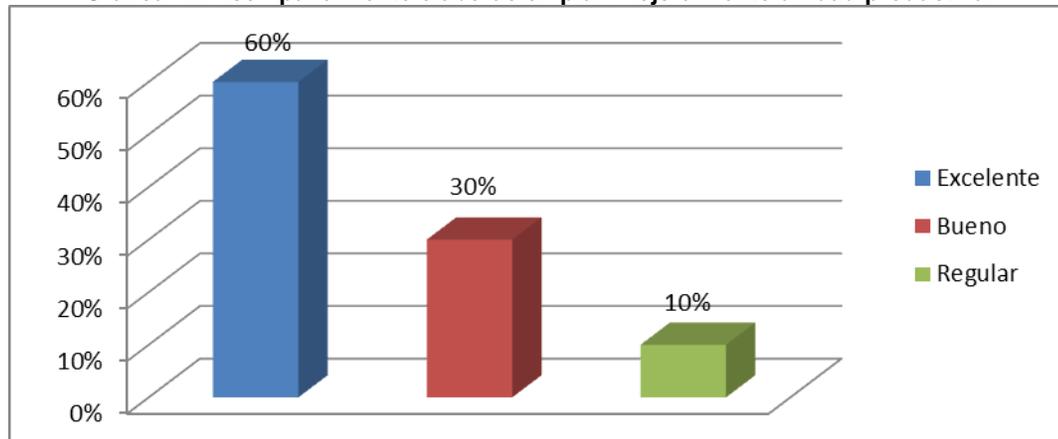
Gráfica 40. Localidad donde vive



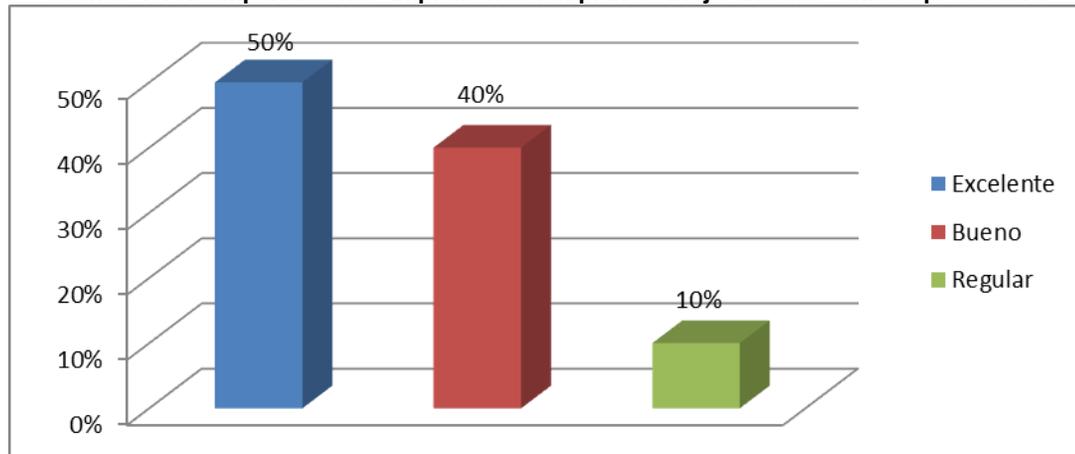
Resultados aspectos unidad productiva

En el programa de emprendimiento que ofrece el IPES a la población sujeto de atención, los beneficiarios califican como excelente el acompañamiento e implementación de la unidad productiva, brindado por la Entidad en el desarrollo del su plan de mejoramiento (Gráfica 42 y 43).

Gráfica 42. Acompañamiento elaboración plan mejoramiento unidad productiva.



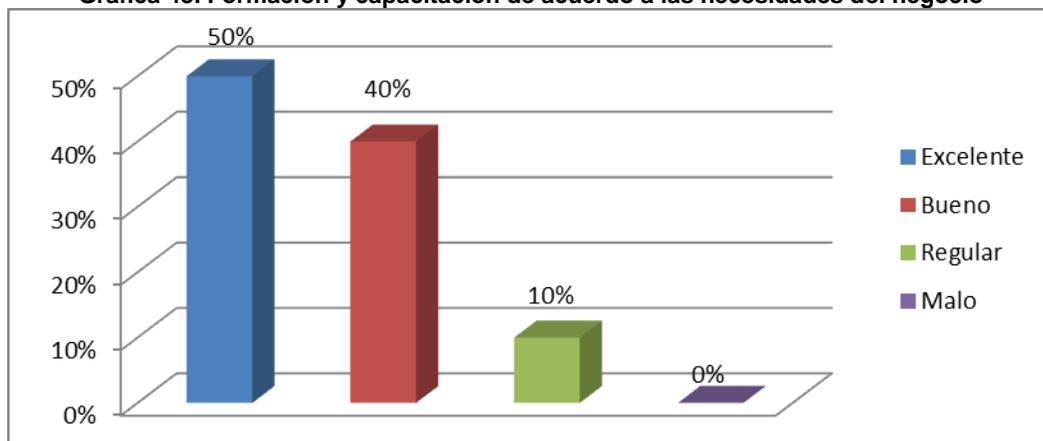
Grafica 43. Acompañamiento implementación plan de mejoramiento unidad productiva



Resultados formación y capacitación

Los beneficiarios consideran que la formación y capacitación que recibieron por parte del IPES para aplicar en su negocio, estuvo calificada entre excelente y buena (90%)

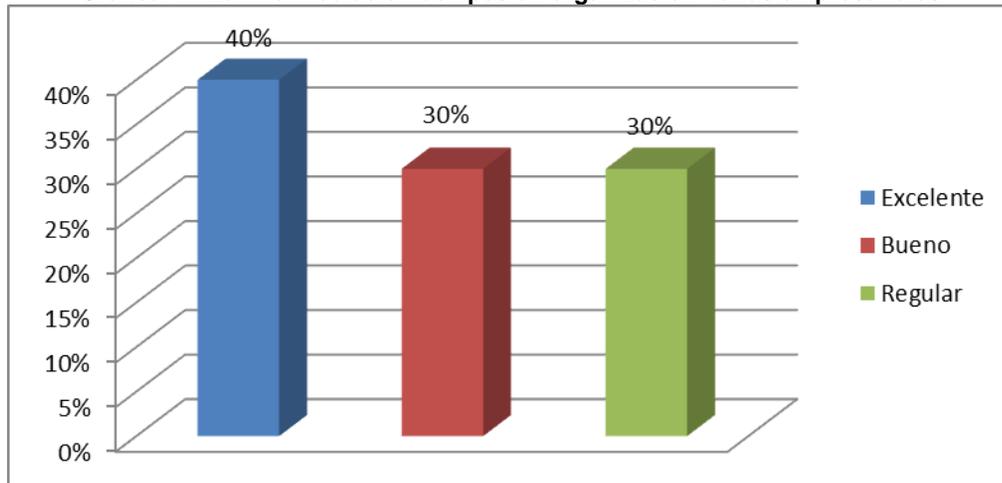
Grafica 43. Formación y capacitación de acuerdo a las necesidades del negocio



Resultados aspectos comercialización

Las Ferias Empresariales organizadas por el IPES son de gran importancia para la población que accede al emprendimiento, siendo un mercado importante para la comercialización de sus mercancías, se observan una calificación entre excelente y bueno del 70%.

Grafica 44. La intermediación del Ipes en organización ferias empresariales

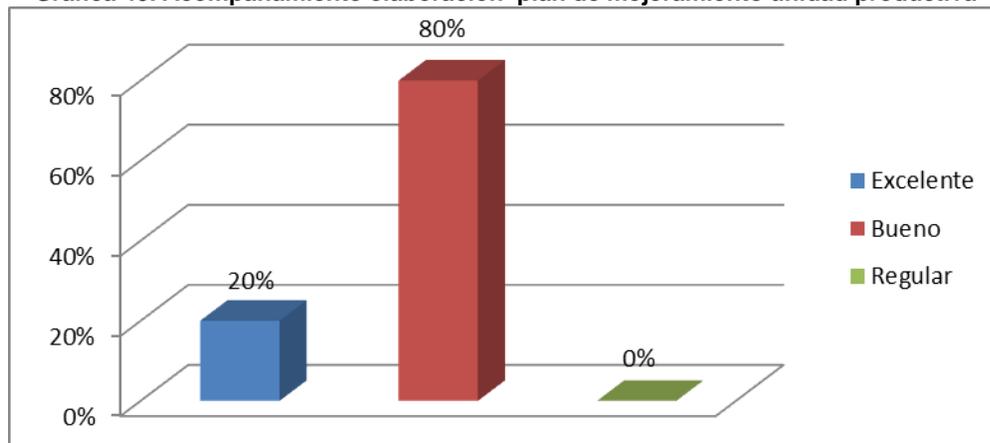


Resultados Emprendimiento Alternativas Víctimas del Conflicto armado

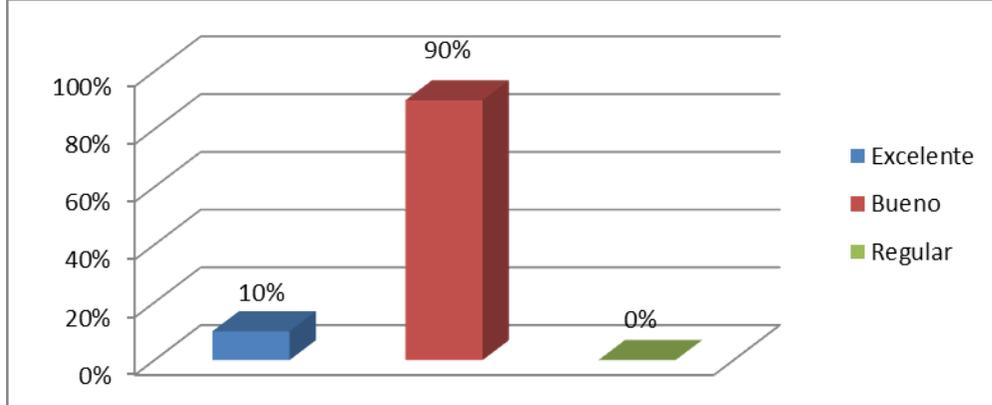
La población víctima del conflicto armado encuestada, califica como bueno el apoyo que brinda el Instituto en el acompañamiento e implementación del plan de mejoramiento de la unidad productiva. (Gráfica 45 y 46)

Resultados aspectos unidad productiva

Grafica 45. Acompañamiento elaboración plan de mejoramiento unidad productiva



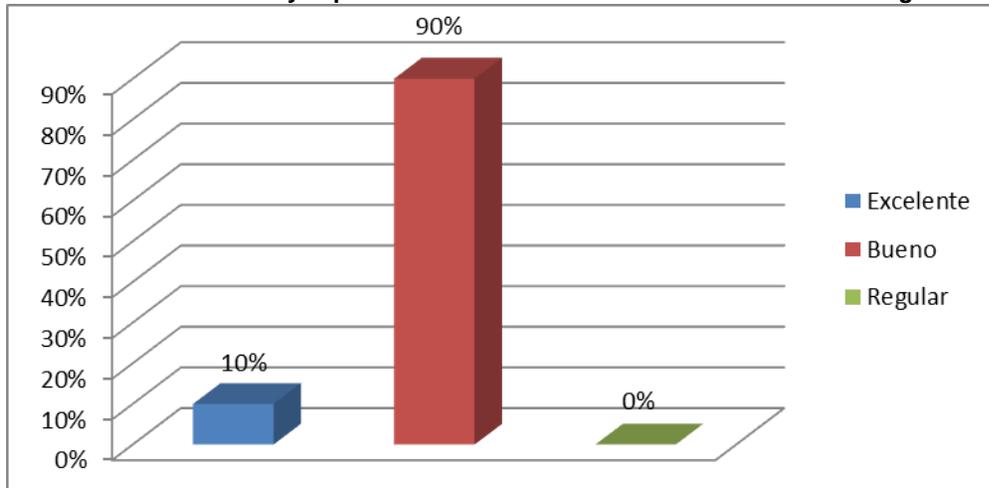
Grafica 46. Acompañamiento implementación plan de mejoramiento unidad productiva



Resultados formación y capacitación

La formación y capacitación orientada a las necesidades de su negocio, es calificada como buena para aplicarla a la unidad productiva que va a iniciar o con la que ya cuenta esta población

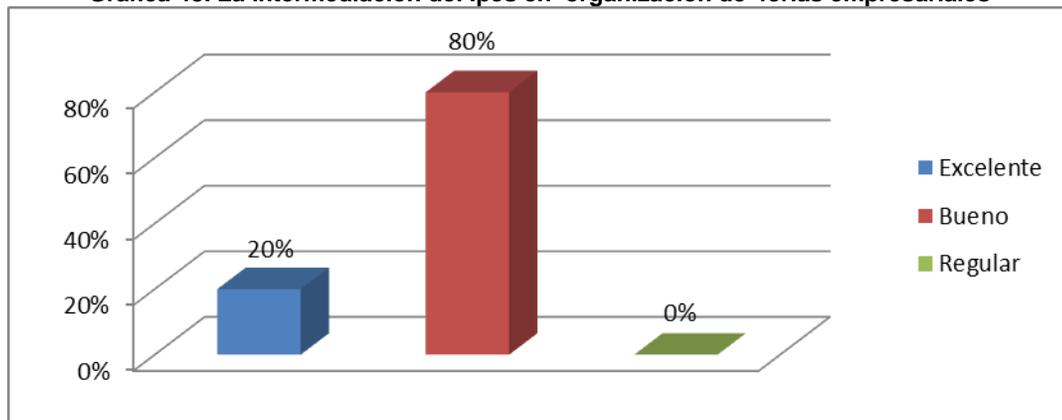
Grafica 47 Formación y capacitación de acuerdo a las necesidades de su negocio



Resultados aspectos comercialización

Las víctimas del conflicto consideran que la Ferias empresariales organizadas por el IPES, son buenas para la comercialización de sus productos y servicios.

Grafica 48. La intermediación del Ipes en organización de ferias empresariales



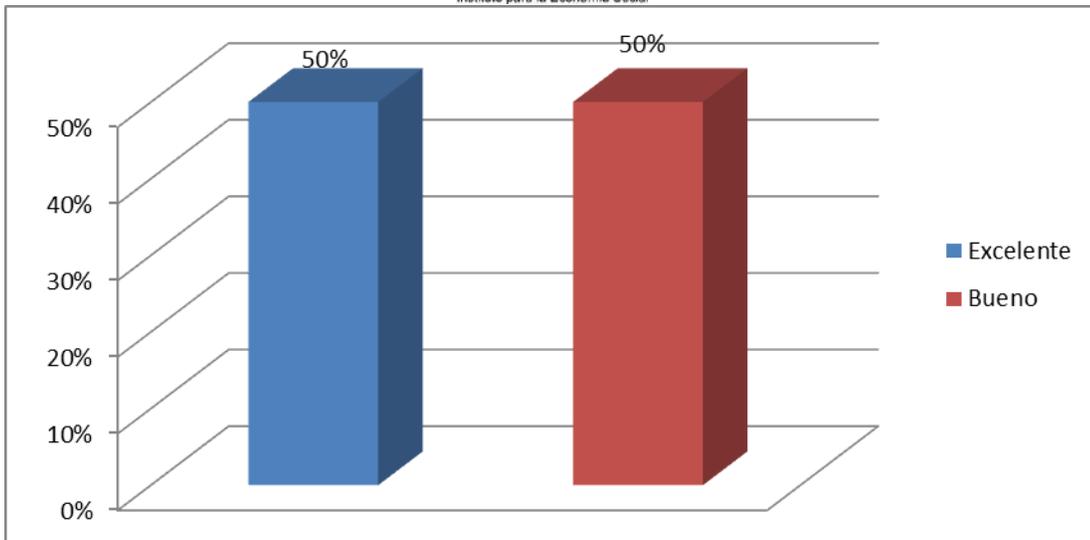
Resultados atención trámites e información

Para la población que accede al emprendimiento, los trámites y la información sobre el estado de los mismos para acceder a esta alternativa, el Instituto para la Economía Social presenta una gestión en este rango entre excelente y bueno.

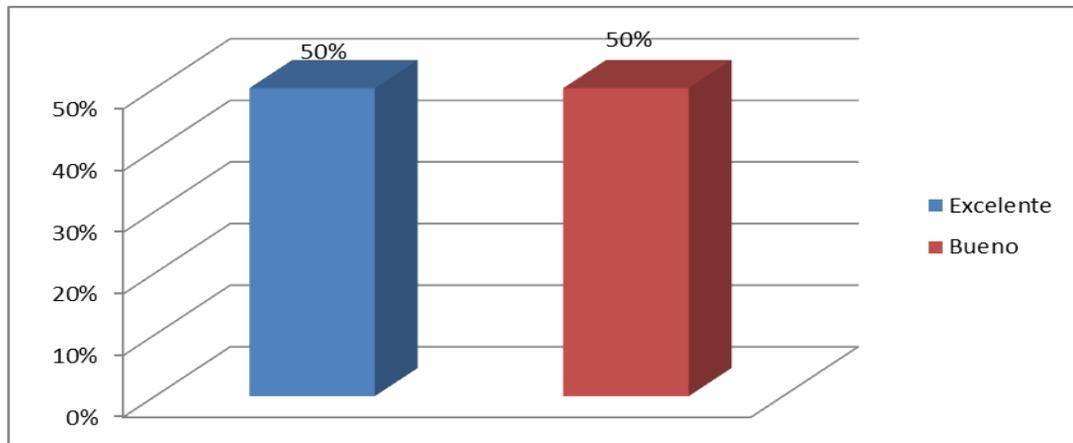
Grafica 49. Tiempo de cumplimiento de trámites para el acceso a los servicios



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



Grafica 50. Información sobre el estado de avance de sus trámites





Consolidado

| ESCALA | INTERMEDIACIÓN LABORAL | PLAZAS | PUNTO COMERCIAL | FERIAS INSTITUCIONALES | REDEP | FORMACIÓN | EMPRENIMIENTO | TOTALES | |
|-----------|------------------------|-------------|-----------------|------------------------|------------|-------------|---------------|--------------|-------|
| EXCELENTE | 178 | 195 | 98 | 32 | 29 | 696 | 70 | 1,298 | 5,810 |
| BUENO | 369 | 2073 | 775 | 227 | 193 | 815 | 60 | 4,512 | |
| REGULAR | 31 | 738 | 301 | 43 | 54 | 88 | 3 | 1,258 | |
| MALO | 1 | 403 | 189 | 39 | 50 | 20 | 1 | 703 | |
| Total | 579 | 3409 | 1363 | 341 | 326 | 1619 | 134 | 7,771 | |

| | |
|--|------------|
| % DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS | 75% |
|--|------------|

Conclusiones

- Se recomienda tener en cuenta la edad de los encuestados, para la clasificación de nuestra población y el acceso a los servicios.
- En el servicio de Aseo, se debe articular con entidades que prestan servicio de aseo en la ciudad para dar prioridad a las zonas donde se encuentran ubicados los Quioscos y así mejorar la presentación y acceso para los beneficiarios y clientes.
- En el punto de servicios públicos, se debe revisar que las ferias tengan acceso a conexiones de energía y acueducto, con el objeto que los beneficiarios de las mismas se hagan cargo del costo.
- Es recomendable realizar una revisión general en puntos comerciales, con el objeto de implementar los puntos ecológicos para el manejo de residuos. Se debe dar continuidad al mismo y fortalecerlo para que prevalezca en el tiempo, en todas las alternativas comerciales.
- Con respecto a los conflictos entre comerciantes, es necesario realizar una evaluación sobre la problemática de los beneficiarios de las alternativas con vendedores informales existentes en el espacio del entorno de las mismas.
- Crear y potenciar estrategias de publicidad a nivel local y distrital de cada una de las alternativas comerciales. Crear marca institucional, con el propósito de identificar y posicionar la misma en el mercado, así respaldar las mercancías que comercializan nuestros beneficiarios.
- Se debe revisar en materia de rentabilidad, las Ferias Institucionales.
- En cuanto a la infraestructura de las alternativas, es importante revisar las prioridades de la misma, para realizar acciones entre el Instituto y los encuestados.
- Tener en cuenta, en el proyecto de Formación y Capacitación, la reactivación de los convenios para validar el bachillerato de forma gratuita, para población sujeto de atención y ciudadanía en general.
- Para el año 2016, se debe ampliar la oferta de formación Técnica para la población.
- El Instituto debe articularse con las Entidades Nacionales que desarrollan programas para las víctimas del conflicto armado, brindando varias alternativas con el apoyo de dichas entidades.