

Informe final  
Contrato 137 de 2018  
Lina Palomino

En presente informe se realizará de acuerdo a las plazas distribuidas por la coordinadora de plazas.

Plaza de las Ferias: Allí se realizó un gran trabajo con Mercadoni para ampliar la red de clientes. De esta manera, se realizan reuniones periódicas para controlar el proceso. De estas reuniones se evidencia la inconformidad con el trabajo de Mercadoni, pues:

1. Hay falta de comunicación entre Mercadoni y los pilotos y Mercadoni y los comerciantes.
2. No se evidencia en los comerciantes las compras, lo cual puede indicar que los pilotos están haciendo compras en otros lugares (fuera de la plaza).

Se realizan nuevamente reuniones con Mercadoni para solucionar estos inconvenientes, de allí surge la siguiente propuesta:

Los comerciantes recibirán un chaleco para usar según un cronograma. La persona encargada de ese día tendrá un talonario de facturación que se utilizará para Mercadoni exclusivamente. Se deben seguir subiendo los precios semanales, para la actualización en la plataforma.

Frente a los temas de promoción y posicionamiento los comerciantes están dispuestos a hacer ferias, promociones y descuentos siempre y cuando exista difusión por parte del IPES. Se recomienda hacer un evento que impulse las redes sociales como usar Hashtags o campañas que masifiquen la información de la plaza.

El tema de exhibición se ha trabajado junto con el componente ambiental, por lo cual la presentación de producto ha mejorado y los clientes lo confirman.

El tema de invasión del espacio público debe seguirse trabajando con la Alcaldía Local, para mejorar las ventas y disminuir la inseguridad del sector.

Plaza del Restrepo: Se logró institucionalizar el festival gastronómico mensual y se logró que los comerciantes de las cocinas se uniformaran. Se recomienda seguir llevando a cabo los festivales.

Adicional a este evento, se realizó reunión con las personas de fruterías, pero ellos desistieron de la idea de hacer eventos. Además, siguen realizando transgresiones al reglamento de plazas pero como no hay una sanción, ellos no se autoregulan.

Se hizo un primer intento de una campaña que moviera las redes sociales, y no tuvo el impacto esperado. El problema es que los comerciantes no sabían usar las redes, por lo que se recomienda hacer una capacitación que permita a los comerciantes conocer las herramientas para el manejo de éstas e incluso apoyarlos en la creación de sus páginas.

Se recomienda hacer eventos según las áreas comerciales de la plaza. Es decir: fruver, artesanías, comida para mascota, etc.

Plaza de mercado 12 de Octubre: Se realizaron jornadas de agregados y limpieza para la plaza, por lo cual la exhibición ha mejorado mucho. Adicionalmente, se realizó el trabajo de uniformar a los comerciantes de la plaza, lo cual tuvo gran acogida. En este momento se están mandando a producir los uniformes.

En cuanto a los eventos, se realizaron ñapatones. Sin embargo, a veces los clientes consideran que los precios son muy altos, por lo que toca trabajar en facilitar productores que brinden precios más económicos a los comerciantes.

Se trabajo en la limpieza y en despejar los callejones de salida del lado norte, quitando las mesas de los restaurantes. De esta manera, se hace una solución provisional mientras construyen la plazoleta de comidas.

Queda pendiente realizar la feria de ocupación, para mejorar la oferta de la Plaza y atraer nuevos clientes.

Por otra parte, los estudios de mercado se pueden hacer anuales con apoyo de SDAE y hacer estudios de satisfacción al consumidor final, para poner en perspectiva los resultados y analizar el avance.

Firma Contratista  
Lina Palomino

Firma supervisor  
Subdirectora SESEC: Adriana Villamizar