

Acta Reunión Web Mercado de Moncada

27 Febrero, reunidos:

- D. Vicente Cervera, Concejal de Personal y Mercado Municipal.
- D^a Sara Aroca y otro representante de la Asociación de Paradistas del M.Moncada
- D. Aurelio Pons, Bernardo y Enrique, profesor y alumnos la Universidad CEU-UCH

Resumen de los comentarios:

Planteamiento:

- Se manifiesta el interés del proyecto, inicialmente planteado como un sitio web de presentación de la imagen corporativa del Mercado de Moncada.
- Se analiza también la posibilidad de implantar un sistema de comercio electrónico.
- Se comenta que el proyecto puede formalizarse a través del convenio ya existente entre la Diputación y la UCH, para prácticas de alumnos en el Ayto. de Moncada.

Objetivos establecidos

- Comunicar la imagen e información de interés sobre el Mercado de Moncada
- Fidelizar a los clientes existentes y captar nuevo público de jóvenes y profesionales cuyo horario no coincide con la apertura habitual de las paradas.
- Potenciar las ventas a través de los nuevos servicios que puedan desarrollarse

Recursos disponibles

- La UCH plantea su disponibilidad, inicialmente con alumnos de grado en Ingeniería de Sistemas de Información con conocimientos de comercio electrónico.
- El Ayto. pone de manifiesto la disponibilidad del personal del punto de información para realizar tareas de apoyo, y la participación de Luis Roberto Domenech.
- Se indica que los paradistas no disponen de tiempo para utilizar sistemas informáticos durante el ejercicio de su actividad.
- Se comenta la falta de recursos y la preocupación por cualquier coste derivado.

Condicionantes

- Existen 23 paradas, constituidas como empresas independientes. Se plantea el proyecto como un servicio a estas empresas por parte de la Asociación de Paradistas, apoyada por el Ayto. La participación será necesariamente voluntaria, esperándose una acogida variable entre los paradistas.
- Se necesita reforzar el horario de apertura, existe la problemática de abrir por las tardes y la necesidad de transmitir una imagen de continuidad del servicio. Se comenta que la web puede ayudar en este sentido.
- Está disponible el vehículo de reparto de algún paradista para prestar este servicio, pero no se dispone de un vehículo frigorífico como sería deseable. No existe

tampoco un contacto real con Mercadona que pueda facilitar la logística.

- El tipo de producto de alimentación, perecedero y con necesidades específicas de manipulación define los servicios que pueden prestarse, siendo de especial interés las ofertas puntuales, relacionando la oferta y existencias del día con las preferencias de los clientes.

Clientes y Promociones Realizadas

- Se comenta que hay todo tipo de clientes, pero los de mas edad representan el mayor volumen de ventas
- Uno de los puntos fuertes del servicio del Mercado es el conocimiento de los clientes por parte de los paradistas, de sus gustos y preferencias, facilitando la presentación de ofertas a medida.
- No hay establecida una sistemática común con los clientes profesionales (restaurantes, comercios...) cada paradista lo gestiona independientemente, normalmente por teléfono.
- Existe gran interés en potenciar la venta en las localidades colindantes a Moncada, ya que no disponen de mercado propio.
- Se hace patente la necesidad de captar al publico más joven o profesionales cuyo horario laboral no les permite acercarse al Mercado en el horario de apertura de las paradas.
- A nivel de promoción se han realizado sorteos de cestas tomando los datos en papel, no se dispone de los e-mails. Se comenta la dificultad de informatizar estos registros. Se realizan también llamadas a nivel particular por parte de los paradistas.

Próximos pasos

- Concretar reunión con Luis Roberto Domenech.
- Análisis y planteamiento de la propuesta del proyecto