

## **ENCUESTA SATISFACCIÓN 2025**

**ELENA DEL REAL PLASENCIA**

**Santa Cruz de Tenerife, a 31 de enero de 2026**

## ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Método.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1. Preguntas realizadas. ....</b>	<b>3</b>
<b>2.2. Muestra.....</b>	<b>4</b>
<b>2.3. Procedimiento.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Análisis de resultados.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1. Resultados encuesta año 2025.....</b>	<b>4</b>
<b>3.2. Gráficos y datos comparativos.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2.1. Cuadro de satisfacción en los últimos cinco años.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2.2. Cuadro de satisfacción en los últimos tres años.....</b>	<b>7</b>
<b>3.2.3. Gráfico de Satisfacción de las categorías de los últimos cinco años.....</b>	<b>9</b>
<b>3.2.4. Variación relativa a la satisfacción 2025/2024. ....</b>	<b>9</b>
<b>3.2.5. Cuadro de Importancia de las categorías en los últimos cinco años. ....</b>	<b>10</b>
<b>3.2.6. Cuadro de Importancia de las categorías en los últimos tres años. ....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.7. Gráfico de Importancia de las categorías en los últimos cinco años. ....</b>	<b>11</b>
<b>4. ANEXOS .....</b>	<b>15</b>

## 1. Introducción.

Como parte de su sistema de calidad, cada año en MERCATENERIFE se lleva a cabo una encuesta para medir y conocer el grado de satisfacción de sus clientes con los servicios prestados, a fin de detectar puntos fuertes y/o áreas, además de proporcionar mejoras sensibles en la calidad ofrecida.

## 2. Método.

El cuestionario consta de 14 preguntas que, planteadas de la misma manera, miden el nivel de satisfacción de los usuarios en relación con diferentes aspectos del mercado.

Las preguntas 1 a 12 son preguntas cuantitativas que miden la actitud del operador en una escala en la que hay que elegir entre muy satisfecho - satisfecho - medio satisfecho - insatisfecho - muy insatisfecho. En el caso de que la respuesta sea negativa, se da al encuestado la posibilidad de proponer qué se puede mejorar

La pregunta nº 13 mide el nivel de satisfacción general del encuestado con MERCATENERIFE. Los datos obtenidos de esta pregunta nos permiten estudiar la correlación entre cada pregunta y dicha satisfacción y por tanto medir la importancia de cada pregunta y del modelo de encuesta.

La pregunta nº 14 es cualitativa y por tanto sus resultados se han tomado por separado.

### 2.1. Preguntas realizadas.

1. En términos generales: ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las instalaciones?
2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al número y gestión de plazas de aparcamiento?
3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los aseos?
4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al estado de las cafeterías?
5. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio de limpieza?
6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio de seguridad?
7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al mantenimiento de las instalaciones?
8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al sistema de recogida selectiva?
9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios?
10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al sistema de comunicación: Página web, Redes Sociales, Correo electrónico, Pantallas informativas?
11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio de Formación: Campañas de concienciación, Residuos, Banco de Alimentos?
12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al personal de MERCATENERIFE?

13. En términos generales, ¿cuál es su nivel de satisfacción con MERCATENERIFE?

14. ¿Qué servicios o instalaciones cree usted que harían falta?

## 2.2. Muestra.

La encuesta se realizó a una muestra aleatoria de **40 mayoristas**, que de un total de 102 que supone aproximadamente un **39,21%**, y a una muestra aleatoria de **20 agricultores** que de un total de 70 agricultores supone aproximadamente un **28,58%**.

## 2.3. Procedimiento.

En el caso de los mayoristas, los formularios se repartieron aleatoriamente para ser cumplimentados por el dueño/responsable de la empresa y fueron posteriormente recogidos. En el caso de los agricultores, el trabajo lo realizó el personal de servicios en el turno de noche.

Para valorar los resultados, se puntuó cada respuesta de la siguiente forma: 100 a "muy satisfecho", 75 a "satisfecho", 50 a "medio satisfecho", 25 a "insatisfecho" y 0 a "muy insatisfecho". Por un lado se obtuvieron los resultados de los mayoristas, por otro los de los agricultores, y finalmente se halló la media ponderada. Dicha ponderación consiste en atribuir a cada colectivo el peso que tienen en la comercialización de fruta y hortaliza que es del 70/30 respectivamente. En la última columna se muestra la correlación de cada aspecto valorado con la satisfacción general.

## 3. Análisis de resultados.

### 3.1. Resultados encuesta año 2025.

Pregunta	2021	2022	2023	2024	2025
1. EN TERMINOS GENERALES:¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO A LAS <b>INSTALACIONES</b> ?	63,12	72,40	69,13	78,51	79,53
2.: ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL NÚMERO Y GESTION DE LAS PLAZAS DE <b>APARCAMIENTO</b> EN MERCATENERIFE?	65,82	70,45	68,68	72,29	73,72
3.: ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO A LOS <b>ASEOS</b> ?	66,9	66,68	62,84	79,27	74,67
4.: ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL ESTADO DE LAS <b>CAFETERIAS</b> ?	66,45	74,66	69,36	82,06	80,79
5.: ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL SERVICIO DE <b>LIMPIEZA</b> ?	78,36	78,16	71,25	85,11	81,15
6.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO SERVICIO DE <b>SEGURIDAD</b> ?	73,08	78,89	75,71	83,44	85,67
7 – ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL <b>MANTENIMIENTO</b> DE LAS INSTALACIONES?	65,01	72,02	72,57	83,44	79,74

8.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL SISTEMA DE <b>RECOGIDA SELECTIVA</b> ?	80,26	77,42	78,14	86,03	81,39
9.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO A LOS <b>HORARIOS</b> ?	66,02	68,60	71,14	82,29	76,92
10.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL SISTEMA DE <b>COMUNICACIÓN</b> : Página web, Redes Sociales, Correo electrónico, Pantallas informativas?	70,33	72,11	80,40	84,68	79,34
11.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL SERVICIO DE <b>FORMACION</b> : Campañas de concienciación, Residuos, Banco de Alimentos?	63,36	71,35	72,95	81,53	79,12
12.- ¿CUAL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPECTO AL <b>PERSONAL</b> DE MERCATENERIFE?	81,81	84,97	90,01	93,50	90,90
13.- EN TERMINOS GENERALES, ¿CUAL ES SU NIVEL DE <b>SATISFACCIÓN</b> CON MERCATENERIFE?	69,53	75,71	82,88	86,95	83,48

La respuesta en la pregunta 13 sobre el nivel general de satisfacción para el total de los operadores es **de 83,48**.

Los resultados más positivos en el caso de los mayoristas se obtuvieron en los servicios del **Personal de Mercatenerife (88,72)**, **Servicios de Seguridad (82,11)** y los **servicios de recogida selectiva (78,38)**. En el caso de los agricultores son el **personal de Mercatenerife (96,00)**, **servicios de seguridad (94,00)** y **servicios de cafeterías (91,00)** se llevan los resultados más positivos.

Los resultados de los servicios **peor valorados** son:

- Mayoristas:
  - Aparcamientos: 69,74
  - Aseos: 69,23
  - Horarios: 74,74
- Agricultores:
  - Horarios: 82,00
  - Aparcamientos: 83,00
  - Mantenimiento: 86,32
- Total Ponderado:     Aparcamiento (73,72).

Los resultados de los servicios **mejor valorados** son:

- Mayoristas:

- Personal: 88,72
- Seguridad: 82,11
- Servicios de recogida selectiva: 78,38
- Agricultores:
  - Personal: 96,00
  - Seguridad: 94,00
  - Cafeterías y Limpieza: 91,00
- Total Ponderado: Personal de Mercatenerife (90,90).

### 3.2. Gráficos y datos comparativos.

La siguiente tabla muestra la comparación de los resultados obtenidos en cuanto a satisfacción de los últimos cinco años de las diferentes preguntas realizadas:

#### 3.2.1. Cuadro de satisfacción en los últimos cinco años.

Pregunta	Satisfacción 2021	Satisfacción 2022	Satisfacción 2023	Satisfacción 2024	Satisfacción 2025
instalaciones	63,12	72,40	68,43	78,51	79,53
aparcamiento	65,82	70,45	67,63	72,29	73,72
aseos	66,90	66,68	62,51	79,27	74,67
cafeterías	66,45	74,66	69,13	82,06	80,79
limpieza	78,36	78,16	71,55	85,11	81,15
seguridad	73,08	78,89	75,21	83,44	85,67
mantenimiento	65,01	72,02	73,27	83,44	79,74
recogida selectiva	80,26	77,42	78,07	86,03	81,39
horarios	66,02	68,60	68,77	82,29	76,92
comunicación	70,33	72,11	71,15	84,68	79,34
formación	63,36	71,35	64,70	81,53	79,12
personal	81,81	84,97	83,23	93,50	90,90

Se observa una tendencia general ascendente, con un punto de inflexión significativo en el año 2024, donde se alcanzaron los máximos históricos en prácticamente todas las categorías. Aunque en 2025 se aprecia una ligera estabilización, los niveles de satisfacción permanecen muy por encima de los registros de 2021.

## PUNTOS CLAVE:

- **El factor humano:** El Personal se consolida como el activo mejor valorado de la empresa, rozando la excelencia en 2024 (93,50) y manteniendo un sólido 90,90 en 2025.
- **Las mayores subidas** acumuladas desde 2021 se registran en **Instalaciones (+16,41 puntos)** y **Formación (+15,76 puntos)**, lo que sugiere que las inversiones en capital físico y humano han sido percibidas positivamente.
- **Seguridad:** Es de los pocos indicadores que ha crecido de forma ininterrumpida incluso en el último año, alcanzando su máximo en 2025 (85,67).
- **Áreas de mejora (Aseos y Aparcamiento):** Aunque han mejorado respecto a 2021, siguen siendo las áreas con puntuaciones más discretas. Cabe destacar la volatilidad en la satisfacción de los aseos, que, tras una caída en 2023, logró recuperarse con fuerza.

### 3.2.2. Cuadro de satisfacción en los últimos tres años.

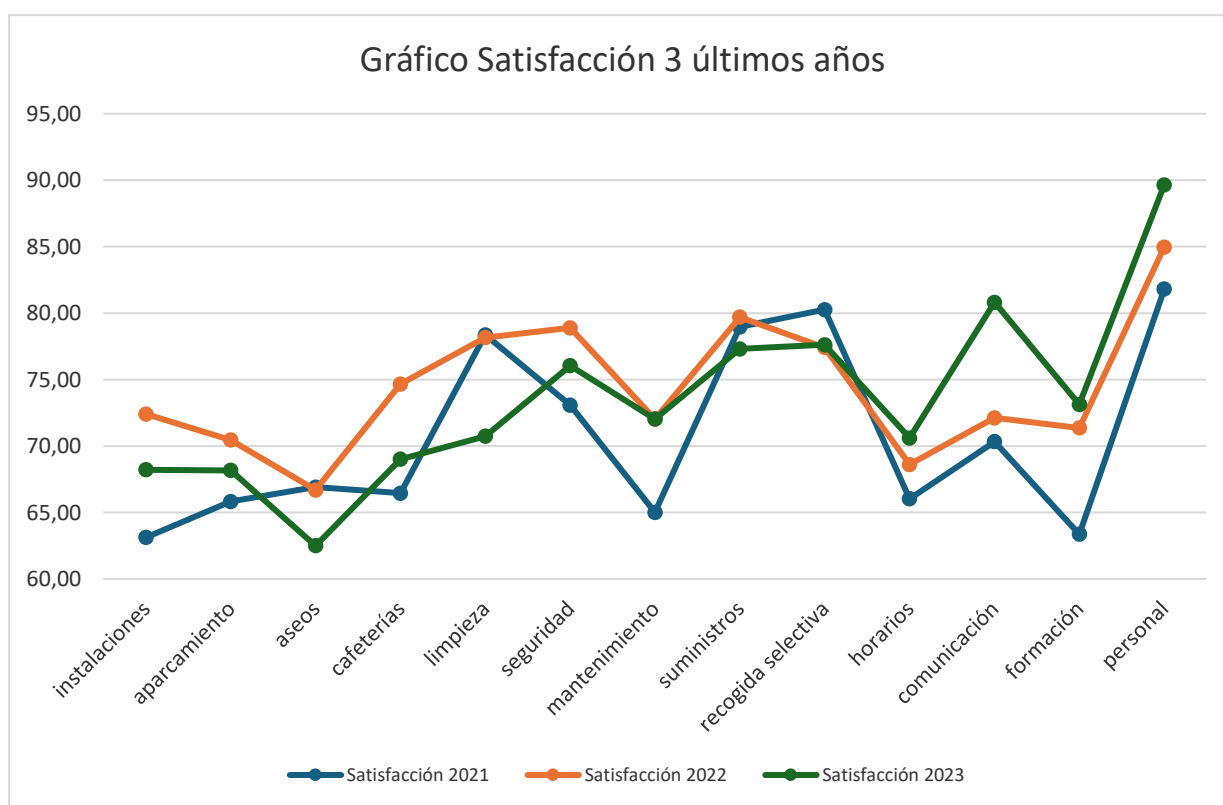
Pregunta	Satisfacción 2023	Satisfacción 2024	Satisfacción 2025
instalaciones	68,43	78,51	79,53
aparcamiento	67,63	72,29	73,72
aseos	62,51	79,27	74,67
cafeterías	69,13	82,06	80,79
limpieza	71,55	85,11	81,15
seguridad	75,21	83,44	85,67
mantenimiento	73,27	83,44	79,74
recogida selectiva	78,07	86,03	81,39
horarios	68,77	82,29	76,92
comunicación	71,15	84,68	79,34
formación	64,70	81,53	79,12
personal	83,23	93,50	90,90

Tras la revisión de los indicadores de los últimos tres ejercicios, se confirma un crecimiento sólido y sostenido. El año 2024 marcó un techo histórico de satisfacción, mientras que 2025 muestra una estabilización en niveles altos, consolidando un rango de excelencia (especialmente en el trato al usuario y seguridad).

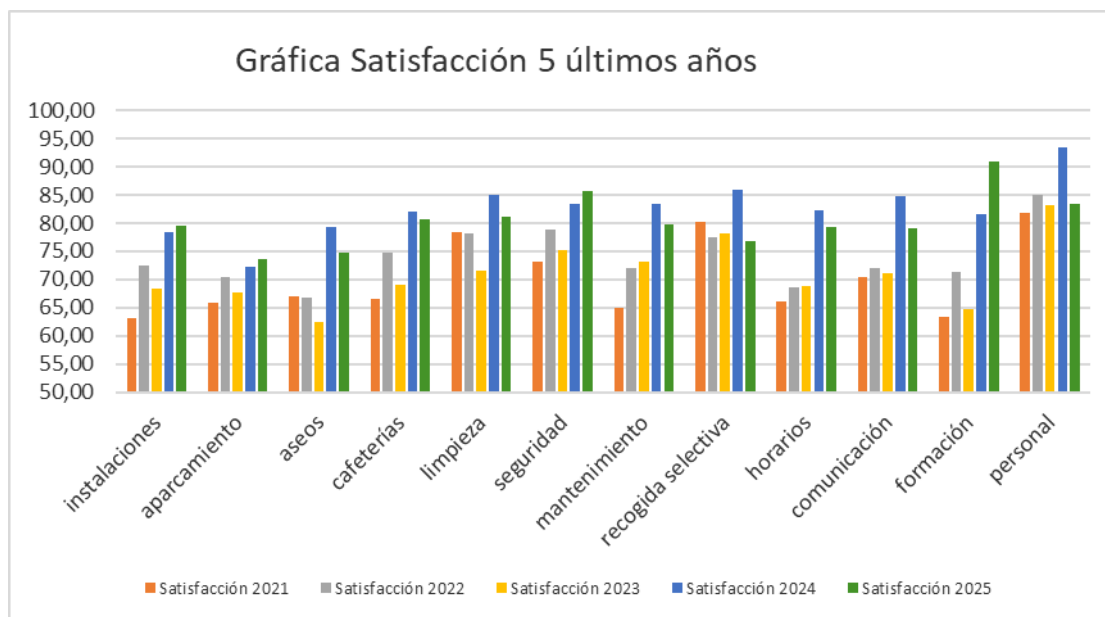
- El **Personal** se mantiene como el pilar de la organización, logrando mantenerse por encima del 90% en el último año tras el extraordinario dato de 2024.
- **Mejora continua en infraestructuras:** Es muy positivo observar que **Seguridad** e **Instalaciones** son los únicos indicadores que han crecido de forma ininterrumpida durante los tres años, alcanzando su máximo en 2025.

- En las áreas de **Aseos** y **Formación** han experimentado los saltos porcentuales más altos del trienio (superando los 12 y 14 puntos de mejora respectivamente), lo que valida las acciones de mejora acometidas desde 2023.
- Tras el incremento generalizado de 2024, en 2025 se observa un ligero ajuste a la baja en servicios de gestión diaria (**Limpieza, Cafetería, Comunicación**), aunque todos mantienen una nota superior a la de 2023.

### Gráfico de Satisfacción de las categorías de los últimos tres años.



### 3.2.3. Gráfico de Satisfacción de las categorías de los últimos cinco años.



### 3.2.4. Variación relativa a la satisfacción 2025/2024.

2025	Media Ponderada	Correlación	Media Ponderada	Correlación
1. En términos generales <b>instalaciones</b>	79,53	71,83	1,02	0,72
2. Número y gestión <b>aparcamiento</b>	73,72	64,88	1,43	0,65
3. Los <b>aseos</b>	74,67	61,69	-4,60	0,62
4. Las <b>cafeterías</b>	80,79	47,58	-1,27	0,48
5. Servicio de <b>limpieza</b>	81,15	74,16	-3,96	0,74
6. Servicio de <b>seguridad</b>	85,67	60,86	2,24	0,61
7. <b>Mantenimiento</b> de las instalaciones	79,74	71,19	-3,70	0,71
8. Sistema de <b>recogida selectiva</b>	81,39	61,71	-4,64	0,62
9. Los <b>horarios</b>	76,92	64,24	-5,38	0,64
10. Sistema de <b>comunicación</b>	79,34	66,00	-5,34	0,66
11. Servicio de <b>formación</b>	79,12	67,83	-2,41	0,68
12. <b>Personal</b> de Mercatenerife	90,90	39,87	-2,60	0,40
13. Generales, nivel de <b>satisfacción</b>	83,48			

- La **Limpieza (0,74)**, **Instalaciones (0,72)** y **Mantenimiento (0,71)** presentan las correlaciones más altas. Esto significa que cualquier **caída en estos servicios** afecta drásticamente a la imagen general de la empresa. La bajada de estos servicios **requiere una revisión inmediata**.
- **Fortalezas en crecimiento:** Solo dos servicios han mejorado su nota respecto al año anterior:

- **Seguridad (+2,24%):** Alcanza un notable 85,67%.
- **Aparcamientos (+1,43):** Ha mejorado en los últimos años, pero tiene un impacto recurrente en el usuario.
- **Instalaciones (+1,02%):** A pesar de los retos, la percepción mejora y tiene un impacto alto (0,72) en el usuario.
- **Otros servicios a tener en cuenta:**
  - **Horarios (-5,38%) y Comunicación (-5,34%):** Son las áreas con mayor caída relativa.
  - **Aseos (-4,60%) y Recogida Selectiva (-4,64%):** Presentan caídas significativas.

Es reseñable que el **Personal de Mercatenerife** tiene la nota más alta (90,90%), pero curiosamente su **correlación es la más baja (0,40)**. Esto indica que, aunque el trato humano es excelente, el usuario final valora más para su satisfacción diaria el estado físico de las instalaciones y la limpieza que el trato recibido.

A continuación, mostramos los cuadros con la comparación de los resultados obtenidos en los últimos cinco años relativos a la importancia de las preguntas.

### 3.2.5. Cuadro de Importancia de las categorías en los últimos cinco años.

<b>Pregunta</b>	<b>Importancia 2021</b>	<b>Importancia 2022</b>	<b>Importancia 2023</b>	<b>Importancia 2024</b>	<b>Importancia 2025</b>
instalaciones	36,92	56,73	61,59	50,96	71,83
aparcamiento	33,29	38,19	49,16	46,17	64,88
aseos	36,46	52,93	50,84	40,56	61,69
cafeterías	43,30	48,94	48,73	62,63	47,58
limpieza	11,09	66,79	46,68	62,64	74,16
seguridad	39,06	40,41	44,93	52,41	60,86
mantenimiento	46,77	66,15	67,99	60,19	71,19
recogida selectiva	37,63	44,88	60,33	55,04	61,71
horarios	36,34	36,14	71,81	49,99	64,24
comunicación	57,61	57,43	52,07	57,63	66,00
formación	40,83	67,52	60,83	66,10	67,83
personal	51,35	51,19	65,39	30,32	39,87

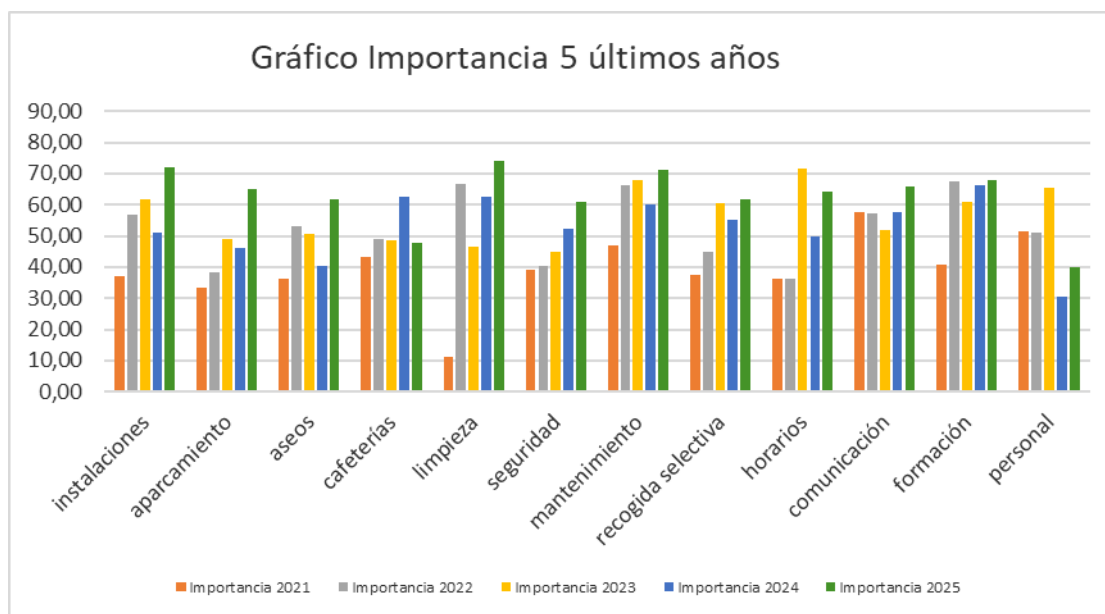
El análisis de los últimos 5 años revela un **cambio drástico en las prioridades de los usuarios**. Mientras que en 2021 las preocupaciones estaban más dispersas, en 2025 el foco se ha desplazado hacia la **operatividad y la higiene**. La relevancia de factores como la Limpieza e

Instalaciones ha crecido exponencialmente, mientras que el trato del Personal ha perdido peso relativo en la escala de importancia del usuario.

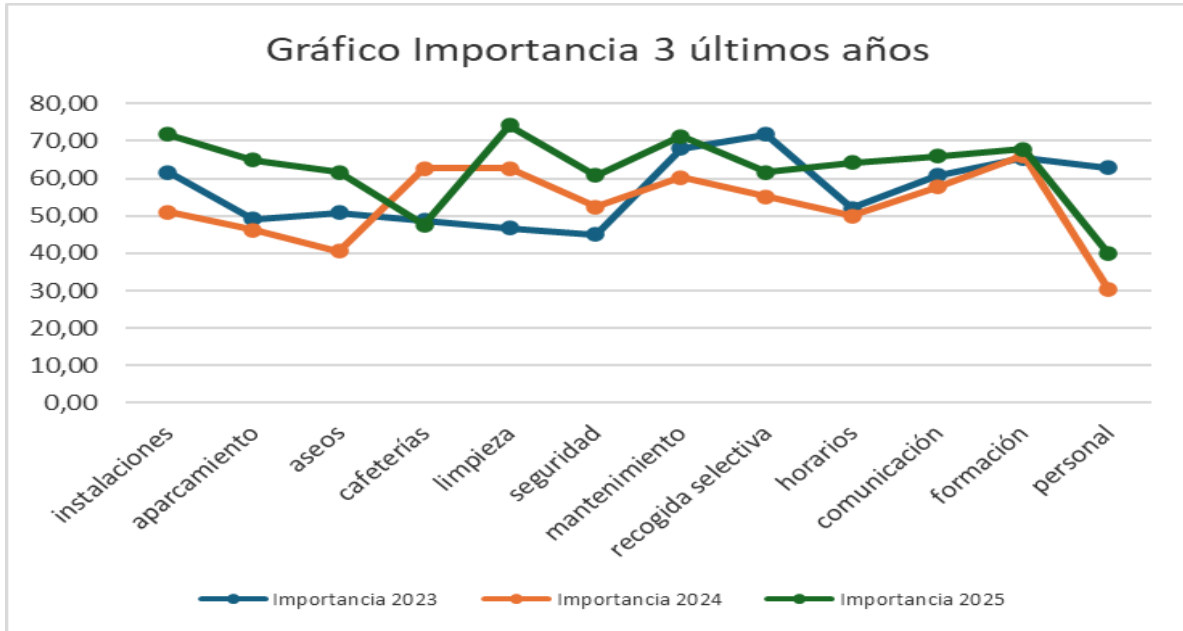
### 3.2.6. Cuadro de Importancia de las categorías en los últimos tres años.

Pregunta	Importancia 2023	Importancia 2024	Importancia 2025
instalaciones	61,59	50,96	71,83
aparcamiento	49,16	46,17	64,88
aseos	50,84	40,56	61,69
cafeterías	48,73	62,63	47,58
limpieza	46,68	62,64	74,16
seguridad	44,93	52,41	60,86
mantenimiento	67,99	60,19	71,19
recogida selectiva	60,33	55,04	61,71
horarios	71,81	49,99	64,24
comunicación	52,07	57,63	66,00
formación	60,83	66,10	67,83
personal	65,39	30,32	39,87

### 3.2.7. Gráfico de Importancia de las categorías en los últimos cinco años.



### 3.2.8. Gráfico de Importancia de las categorías en los últimos tres años.



En cuanto a los comentarios que permitía cada pregunta en **mayoristas** fueron los siguientes:

COMENTARIO GENERAL	14.- ¿QUE SERVICIOS O INSTALACIONES CREE USTED QUE HARIAN FALTA?
	MÁS APARCAMIENTOS PARA LOS TRABAJADORES
	UN SERVICIO DE LIMPIEZA EFICAZ. LIMPIEZA SEMANAL DE LOS MUELLES (CON AGUA Y ALGÚN PRODUCTO DE LIMPIEZA). ZONA DE APARCAMIENTO CON PUNTOS DE CARGA PARA VEHÍCULOS. UN HORARIO AMPLIADO Y MÁS PUBLICIDAD AL EXTERIOR. BAJARLE DOS TONOS A LA MEGAFONÍA. MÁS RAMPAS EN LOS MUELLES.
	MEJORES SERVICIOS DE ACCESO PARA LOS CLIENTES
	INSTALACIONES: Vergonzoso que empiecen unas obras desde el mes de agosto y aún sin terminar de arreglar, los carteles en las escaleras personal autorizado (ya me pueden explicar) quien es el personal autorizado para subir y bajar las escaleras, lo que tienen que adaptar las escaleras y las instalaciones a la normativa vigente. HORARIOS: No es normal que los martes y viernes entren antes los clientes que paguen una oficina que los trabajadores. No lo veo lógico que los empleados entren a la 1:00 de la mañana y ya tenga clientes dentro comprando. A parte me parece competencia desleal con otros clientes que no pagan una oficina y se tienen que ajustar al horario de entrada. APARCAMIENTOS: No deberían dejar aparcar camiones en la zona donde aparcan los empleados, a parte hay cosas que se quedan aquí como si esto fuera un parking, hay empleados que dejan coches los viernes aquí.
	ASEOS: LA LIMPIEZA
	APARCAMIENTOS: Falta de plazas, seguridad y vigilancia. ASEOS: Falta limpieza en calidad y frecuencia. SEGURIDAD: Especial en parking. Más plazas de aparcamiento, mejorar la seguridad, seguridad vial.
	APARCAMIENTOS: Furgones y camiones deberían tener una zona independiente de los coches. ASEOS: Siempre está mal el dispensador de jabón.
APARCAMIENTO: Habilitar más zonas de aparcamiento. ASEOS: Cuando vienen las de	

sustitución se ven limpios continuamente, cuando no, no tanto. CAFETERÍAS: Deberían arreglar las goteras de la nave 1. MANTENIMIENTO: Aunque las obras de empresas externas que no acaban nunca fatal.	
	Más publicidad. Promocionar más Mercatenerife a la población.
ASEOS: Dispensador de papel malo, colocar colgadores. CAFETERÍAS: Cambio de imagen.	PUNTOS DE CARGA VEHÍCULOS ELÉCTRICOS
COMUNICACIÓN: La publicidad no existe. FORMACIÓN: Poca.	En la publicidad en general campañas, redes, prensa, TV, etc...
Los servicios de aseos no limpian.	
1º Carga eléctrica de los parking. 2º que entren los clientes a la misma hora todos los días a las 5:00 por ejemplo.	
HORARIOS: El horario. La venta a todo el público grandes pequeños etc..	
Arreglar piche.	
BANCOS.	
En general, estoy bastante satisfecho con Mercatenerife. En lo único que no estamos satisfechos es en el elemento sistemático del precio del alquiler cada año.	
CARRETERAS, HUECOS, DESNIVELES, PRIORIDAD CARRETILLAS ELEVADORAS	
INSTALACIONES: Falta acceso a discapacitados en los bares. CAFETERÍAS: Falta acceso a discapacitados. HORARIOS: Hay que revisar los horarios de tarde.	Acceso a discapacitados en las cafeterías. Revisar el horario para poder competir con las grandes superficies. Dejar entrar a clientes extremos

Vamos a categorizar las demandas de nuestros clientes mayoristas en diferentes bloques:

**Mantenimiento e Infraestructuras:** Existe un malestar palpable respecto a la ejecución de las obras y el estado del firme.

- **Gestión de obras externas:** Se reporta una lentitud excesiva en las obras iniciadas en agosto, lo que genera una percepción de "abandono" en las naves.
- **Viales y accesos:** Necesidad urgente de reasfaltado ("arreglar piche"), eliminación de huecos y desniveles. **Accesibilidad:** Falta de acceso para discapacitados en zonas de cafetería y necesidad de adaptar escaleras a la normativa vigente.
- **Instalaciones técnicas:** Se solicitan más rampas en los muelles, corrección de goteras en la Nave 1 y bajar el volumen de la megafonía.

**Aparcamiento y Limpieza:** El aparcamiento es, tras la limpieza, el mayor foco de conflicto.

- **Segregación de vehículos:** Los mayoristas solicitan/exigen separar físicamente los camiones/furgones de los coches de empleados.
- **Uso indebido de las instalaciones:** Quejas sobre coches que permanecen estacionados todo el fin de semana como si fuera un "parking privado".
- **Nuevas tecnologías:** Demanda reiterada de **puntos de carga para vehículos eléctricos**. **Seguridad:** Petición de mayor vigilancia presencial en las zonas de estacionamiento.

**Sobre Limpieza:**

- **Muelles de carga:** Se solicita una limpieza profunda semanal con agua y productos específicos, no solo barrido.

- **Aseos:** Deficiencias constantes en los dispensadores de jabón y papel. Se detecta una falta de colgadores en los baños. Los clientes mayoristas perciben que la limpieza solo es óptima cuando hay personal de sustitución, lo que sugiere una revisión del desempeño del equipo habitual o de la empresa adjudicataria.

#### **Horarios y Comunicación:**

- **Conflicto de horario de entrada:** Gran malestar por la entrada de clientes con oficina antes que los propios trabajadores. Se propone unificar la entrada (ej. 5:00 AM) para evitar "competencia desleal".
- **Horarios de tarde:** Necesidad de revisar horarios para competir con las grandes superficies.
- **Comunicación y publicidad:** Los mayoristas sienten que Mercatenerife no existe en redes sociales, prensa o TV. Piden campañas que atraigan al público exterior y den valor a la marca.

#### **Otros servicios o mejoras:**

- Instalación de **bancos** para descanso.
- **Señalización** de prioridad para carretillas elevadoras.
- Revisión de la **política de precios de arrendamiento**, que genera insatisfacción sistemática por su subida anual.

En cuanto a los comentarios que permitía cada pregunta en **agricultores** fueron los siguientes:

COMENTARIO GENERAL	14.- ¿QUE SERVICIOS O INSTALACIONES CREE USTED QUE HARIAN FALTA?

Las propuestas son inexistentes en esta temporada.

#### 4. ANEXOS

- a. Formulario
- b. Relación de mayoristas
- c. Relación de agricultores
- d. Resultados de las encuestas realizadas a los mayoristas
- e. Resultados de las encuestas realizadas a los agricultores
- f. Resumen de resultados
- g. Correlación de resultado
- h. Comparación resultados con años anteriores
- i. Formularios encuesta mayoristas
- j. Formularios encuesta agricultores

---

# ANEXO

# FORMULARIOS

---

**ANEXO.**

**a. Formulario**

Estimado Cliente, en MERCATENERIFE estamos trabajando en mejorar la Calidad del servicio a nuestros clientes, por ello nos gustaría conocer el grado de satisfacción de los servicios que actualmente está recibiendo de nuestra parte.

Les agradecemos su atención al dedicarnos unos minutos de su tiempo. **MUCHAS GRACIAS**

---

# ANEXO

# RELACIÓN DE

# MAYORISTAS

## b. Relación de mayoristas

A 13	AGRO ARCHIPIÉLAGO, S.L.
D 09	AGROTECH & AGRIFOOD LACTEAS DE CANARIAS,S.L.
A 01	AJOS Y CEBOLLAS PACO, S.L.
B 8	AMD MAYORISTA EN FRUTAS Y VERDURAS,S.L.U.
M 112	ANDRÉS ALEXIS CONCEPCION PLASENCIA
L PR 2 06	ANTONIO DIAZ BARBUZANO
A 19	ARDAMA FRUITS,S.L.
A 07	ARFRUCAN,S.L.
A 11	ASC. BANCO ALIMENTOS DE TFE (BANCOTEIDE)
M 224	ATLANTIC LINESTAR,S.L.
L N2 1 01	C.B.SIRERALORENZO
M 232	CALIDOSAFRUT, S.L.
L PR 2 03	CAMPO NEGRO INVERSIONES,S.L.
A 03	CANAFRUIT SANCHEZ,S.L.
A 27	CANARIANGUS, SLU
M 156	CARLOS HERNANDEZ RAMOS
B 1	CARTONAJES UNIÓN, S.L.U.18233796
M 106	CASA RICARDO, S.A.
M 203	CB.HERNANDEZ PIMENTEL
L N2 1 K	CDAD BIENES FRUTAS GORRIN
L PR 1 03	CEMESA CANARIAS,S.L.
M 123	CHACÓN E HIJO MAYORISTA, S.L.U.
APARCAMTO.19	COMERCIAL GORRIN CANARIAS, S.L.
FASE III	COMERCIAL JESUMAN, S.A.
D 08	CONCEPTO DULCE D'GAMONAL, S.L.
M 208	COPACAN CANARIAS, S.L.
M 231	DEBIN WEI
M 205	DIAZ MARTEL,GREGORIO JAVIER 002220993Z SLNE
L N2 1 G	DISFRUCA,S.L.
M 202	DISTAGRICAN,S.L.U.
M 139	DISTRIBUCIONES FRIONORTE, S.L.
M 124	DYD RAMOS RODRIGUEZ, S.L.
B 2	ERHARDT TRANSITARIOS,S.L.
M 146	FEDOLA, S.L.U.
M 223	FRANCISCO JAVIER GONZALEZ OLIVA
L N2 1 F	FRUMALER C.B.
A 14	FRUTARIA MARKETS CANARIAS,S.L.
A 10	FRUTAS CHAMPI CANARIA,S.L.
L N2 1 M	FRUTAS CRUZ SANTA, S.A.
M 235	FRUTAS DIAZS CANARIAS, S.L.

C 2	FRUTAS LA GUAGUA, S.L.
M 136	FRUTAS TAIWAN, S.L.
L N2 1 J	FRUTAS TORRES TENERIFE,S.L.U.
A 20	FRUTAS TROPICALES Y HORTALIZAS DE CANARIAS SLU
D 03	FRUTAS VICENTE BETANCORT,S.L.
M 207	FRUTAS Y VERDURAS AFONSO LEON,S.L.
B 4	FRUTAS Y VERDURAS CRISTIAN,S.L.
M 166	FRUTAS Y VERDURAS DOMRUBE S.L.
L N2 1 H	FRUTAS Y VERDURAS FRAN,S.L.
M 227	FRUTERIA AGAVES,S.L.
APARCAMTO. 3	FRUTERIA LAS CHAFIRAS,S.L.
L PR 1 02	FRUTERIA TORVISCAS,S.L.U.
M 153	FRUTISIMO 1970,S.L.
M 150	FRUTOS SECOS CASA LOLA, S.L.
L N2 1 B	FRUVESUR TENERIFE,S.L.
C 3	GAMBIN CANARIAS, S.L.
M 164	GESTION DEL MEDIO RURAL DE CANARIAS S.A.U.
M 217	GOMEZ TRUJILLO,MIGUEL
A 23	GRANJA AVICOLA MORALES,S.L.
A 05	HERMANOS FERNANDEZ LOPEZ,S.A.
A 22	HORTALIZAS EL SALITRERO,S.L.
M 154	INVERSIONALEDALVA,S.L.U.
M 219	IZAÑA SAT 425/50,S.L.
M 159	JADIFE,S.L.
A 09	JOSE LUIS GONZALEZ AFONSO
M 209	JOSE PEDRO MENDEZ VERDE,S.L.
A 18	K-BUENO FRUTAS Y VERDURAS,S.L.
M 151	LA GAVIOTA ALIMENTACIÓN, S.L.
L N2 1 D	LA HUERTA DE LA RECOVA,S.L.
M 215	LOCAL TRANS, S.L.
M 229	Mª ROSARIO TORREJON PESTANO
APARCAMTO.23	MENDOZA Y PADRON, S.L.
L N1 1 01	MERCABAR ENTE S PERS JURIDICA
A 24	MORPUL,S.L.
L PR 1 06	NEXUM INFORMATICA,S.C.B.
WE	O.N.C.E.0500363528
A 26	PA&NOA TROPICALES SLU
M 149	PALVIDAQUES, S.L
A 08	PARADISE MARITIME SERVICE,S.L.
M 222	PEÑA RAMIREZ,S.L
B 6	PEREZ BRITO ALIMENTACION,S.L.
M 137	PESCADOS EL PATA,S.L.

L PR 2 01	PETTER JOSUE DI MATTIA
L N2 1 E	PROYECTOS E INVERSIONES TENERIFE,S.L.
M 162	QUANJING GAO
L PR TRA 00	RAYCO TOLEDO SOCAS
L PR 2 05	RED 2 RED CONSULTORES,S.L.
D 07	REFYOBÍ LA PALMA, S.L.
M 163	RIOEUROFRUTAS 2017,S.L.
D 06	SDAD. COOP. DEL CAMPO FRONTERA
M 201	SEBASTIAN PEREZ ORAMAS
M 160	SERVICIOS DE TRANSPORTES FRAN H SAAVEDRA, S.L.U.
M 169	SHOPTRAF,S.L.
L PR 1 13	SOCIEDAD DE PRODUCCIÓN AGRARIA CAMPOVERDE, S.L.
L PR 1 10	STEELMAR LOGISTIC, SL.
M 135	TOMAS IGNACIO PIÑERO PADILLA
C 1	TRANSPORTES ARENTE,S.L.
A 25	TRANSPORTES DIAZ MONTESDEOCA,S.L.
L PR 0 04	UBALDO VESTIMENTA TRADICIONAL CANARIA,S.L.
B 7	VICTOR GONZALEZ AFONSO
L N2 1 N	YAYO VERDURAS, S.L.
D 01	ZUMA SEC,S.L.

**Mayoristas = 102**

---

# ANEXO

# RELACIÓN DE

# AGRICULTORES

### c. Relación de agricultores

Puesto	Nombre
I03	ACOSTA MARTÍN, WILLY JESUS
M 115	AGROARICO S.L.
E16	ALEROMA FRUTAS Y VERDURAS SLU
F20	ALEXANDER LOPEZ GONZALEZ
R13	ALONSO GONZALEZ, GONZALO RAMON
I15	ALONSO GONZALEZ, VALENTIN
O10	ANCA 2020 SOCIEDAD CIVIL
N11	BENIGNO DIAZ GONZALEZ
H12	BERNARDO ESTUPIÑAN HERNANDEZ
B15	BÉRROS MERCA,S.L.
B08	BIELKA KATARZINA ANNA
J07	C.B. ANTONIO Y CARMITA
A17	C.B. LA HUERTA III
L19	C.B.FRUTAS Y VERDURAS EL HUECO
B22	CABRERA FARRAIS, BALBINO
E12	CANDELARIA GORETTI SOSA RODRIGUEZ
Q10	CANO OVAL, VERONICA YOLANDA
I01	CASIMIRO GONZALEZ, ROMAN
J12	CB.HERNANDEZ PIMENTEL
C10	CELESTINO DIAZ TEJERA
R01	EL PLATANO FRUTAS Y VERDURAS,S.L.
G21	EMILIO DIAZ GOMEZ
Q03	FINCA ALCARABANES 2018 S.L.
H01	FINCA TAGORO JFMC CANARIAS S.L.
O06	FLORES PEREZ, RAFAEL PABLO
P01	FRANLA HORTALIZAS Y VERDURAS, S.L.U.
L01	FRUTAS DIAZS CANARIAS, S.L.
F13	FRUTAS Y HORTALIZAS INDALO CANARIAS, S.L.U.
M 207	FRUTAS Y VERDURAS AFONSO LEON,S.L.
B 4	FRUTAS Y VERDURAS CRISTIAN,S.L.
D20	FRUTAS Y VERDURAS HERMOLA SL
K15	FRUTAS Y VERDURAS RAMIROS´S.S.L.L
L PR 1 02	FRUTERIA TORVISCAS,S.L.U.
B13	GERD SCHLICHT
J01	GOMEZ TRUJILLO,MIGUEL
M10	GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, GUILLERMO
R20	GONZALEZ RODRIGUEZ, PRUDENCIO
I11	HERNANDEZ AMADOR, GERARDO

N09	HERNANDEZ MOLINA, GERMAN
A 22	HORTALIZAS EL SALITRERO,S.L.
D01	HORTALIZAS PERDIGON SLU
M 219	IZAÑA SAT 425/50,S.L.
A14	JOSE MANUEL MARTIN MARRERO
R03	JUAN JOSUE ARENCIBIA MENDOZA
H13	LA LIMERA,S.L.
B17	LADY DEL ROCIO CARVAJAL ROBLES
N01	LOPEZ DIAZ, MARIA FERNANDA
C11	Mª ROSARIO TORREJON PESTANO
C05	MARIA DOLORES GONZALEZ DIAZ
A09	MARIA REMEDIOS ROSQUETE GONZALEZ
O22	MARTIN ALONSO,JOSE LUIS
D06	MARTIN PEÑA,JUAN MANUEL
H10	MERIEL MENDOZA HERNANDEZ
C01	MIGUEL ANGEL GUILLERMO ALONSO
F16	MORALES RODRIGUEZ, JUAN MANUEL
K01	OLIMPIA PESTANO DÍAZ
F07	OSCAR MIGUEL RODRÍGUEZ GARCÍA
A 26	PA&NOA TROPICALES SLU
P18	PEDRO ESTIBE HERRERA CASANOVA
G12	PESTANO DE LA ROSA, Mª MONTSERRAT
B09	PILAR DÍAZ ROMÁN
C17	REGALADO MARTÍN, Mª DEL CARMEN
I09	RIHORTALI.S.L.
F05	RODRIGUEZ GONZALEZ,Mª BEGOÑA
E17	RUYMAN BETANCORT JORGE
Q08	SDAD. COOP. AGRICOLA LAS MEDIANIAS
G07	TOLEDO RODRIGUEZ,CARMEN MANUELA
B 7	VICTOR GONZALEZ AFONSO
R08	YERBA CISNERA SL
D12	ZOILA 1983 S.L.

**Agricultores = 70**

---

# **ANEXO**

# **RESULTADOS DE LAS**

# **ENCUESTAS REALIZADAS**

# **A LOS MAYORISTAS**

---

# ANEXO

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS AGRICULTORES

---

# ANEXO

# RESUMEN DE

# RESULTADOS

---

# ANEXO

# CORRELACIÓN DE

# RESULTADOS

---

# **ANEXO**

# **COMPARACIÓN DE**

# **RESULTADOS CON AÑOS**

# **ANTERIORES**

---

# **ANEXO**

# **FORMULARIOS**

# **ENCUESTAS**

# **MAYORISTAS**

---

# **ANEXO**

# **FORMULARIOS**

# **ENCUESTAS**

# **AGRICULTORES**