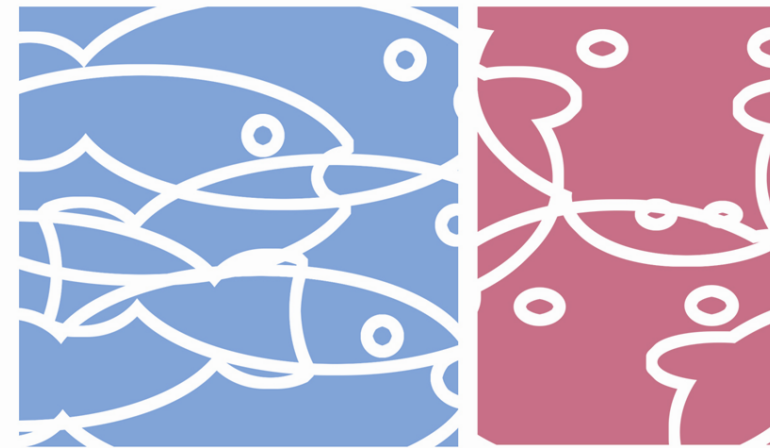


**MERCAT SAGUNT: MEMORIA 2022**



# CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES REALIZADAS 2022

## Resumen Acciones

### *Campañas y actividades realizadas 2022*

A lo largo del 2022, el pago de la cuota mensual a Coto Consulting, ha servido para asumir los costes de gestión de redes sociales, gestionar la solicitud de subvenciones, mantener las relaciones con entes públicos y la representación en Confemercats, entre otros.

<b>GESTIÓN RRSS Y OTROS DE COTO CONSULTING 2022</b>	
DECORACIÓN Y AMBIENTACIÓN MERCADO	✓
GESTIÓN PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES	✓
GESTIÓN DE SUBVENCIONES Y TÉRMINOS ADMINISTRATIVOS	✓
RENOVACIÓN FOTOS PUESTOS Y WEB	✓
REPRESENTACIÓN EN CONFEMERCATS	✓
DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN EN MEDIOS ONLINE	✓

# Resumen del ejercicio 2022

## Campañas y actividades realizadas 2022

### CAMPAÑA SAN VALENTIN

**Et Volem**  
Convidar a un Sopar Romàntic

**SORTEGEM 3 SOPARS ROMÀNTICS**  
COINATS AMB ELS NOSTRES PRODUCTES DE MERCAT

Participa amb les teues compres en els comerços associats

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA DÍA DEL PADRE

**PARE,**  
en el teu dia,  
et mereixes un bon regal

**GUANYA TRES LOTS DE PRODUCTES DE MERCAT I ALEGRA-LI EL DIA**  
Participa amb les teues compres en els comerços associats

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA DÍA DE LA MADRE

**La MARE**  
que m'ha PATIT!

**ARA VOS TOCA DISFRUTAR!**  
Regalem tres vales de 60€ per a gastar en Bellesa

Participa amb les teues compres en els comerços associats

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA ROBOT COCINA

**Màquina!**  
Ja cuinaves bé,  
ara ho faràs genial

**GUANYA UN ROBOT DE CUINA**  
SORTEGEM 3, PARTICIPA AMB LES TEUES COMPRES EN EL MERCAT SAGUNT

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA EL CARREY COMPRA

**EL CARRET** DEL MERCAT SAGUNT

**SORTEGEM 1 CARRET A LA SETMANA + 50€ EN PRODUCTES**

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA CUMPLEAÑOS

**Felicit Aniversari!**  
Qui compleix anys?

Molt prompte podràs felicitar els nostres venedors del Mercat i a canvi entraràs en el sorteig de vals regal per a gastar en el seu comerç.

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### CAMPAÑA DE NAVIDAD SORTEO

**Nadal**  
Mercat Sagunt

On comença la il·lusió

**1.000€ en premis**  
Per a muntar-te la teua cistella a mida

10 premis amb vals equivalents a 100€ c/u per a gastar en els nostres comerços associats

Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

### DECORACIÓN NAVIDAD 2022



### CAMPAÑA REYES MAGOS

**Els Reis ens han deixat un regal per a tu...**  
Guanya un dels 10 carrets que sortegem

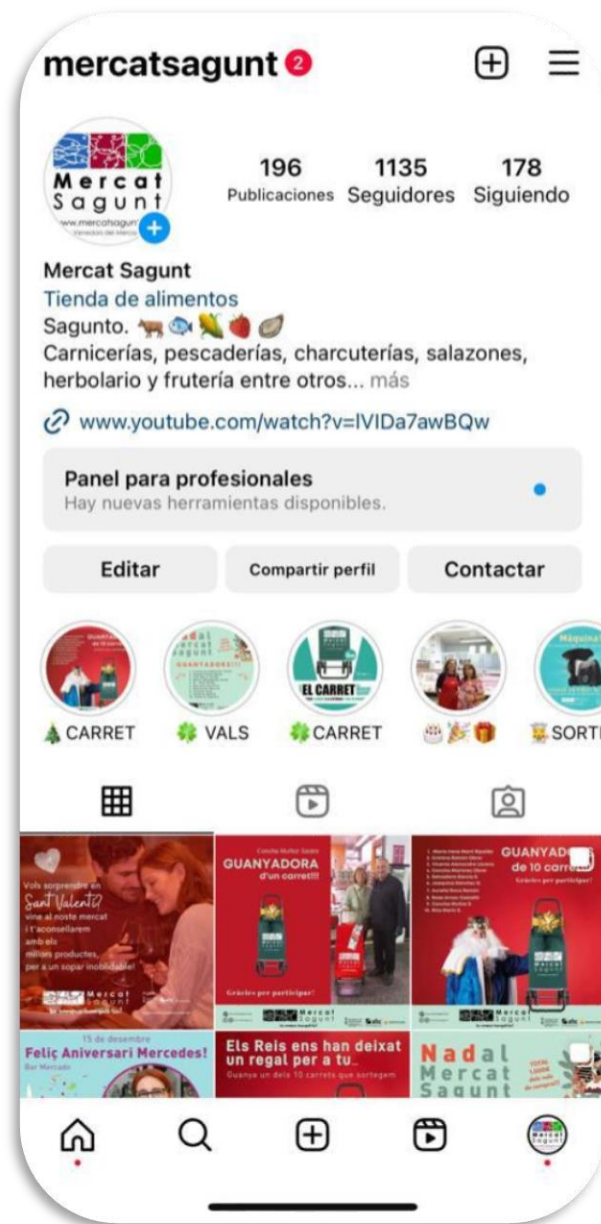
Mercat Sagunt  
la compra tranquil·la!  
GENERALITAT VALENCIANA

The background features several concentric, semi-transparent circles in a light purple color, centered on the left side of the page. A solid blue horizontal band spans the width of the page, containing the main title.

# GESTIÓN REDES SOCIALES

# RESUMEN PERFILES

## Gestión Redes Sociales



- **FACEBOOK:** 2431 seguidores (+496)
- **INSTAGRAM:** 1135 seguidores (+201)
- **Newsletter:** 950 contactos a los que enviamos contenido de las campañas. La tasa media de apertura se sitúa en un 22%.

# ESTUDIO SATISFACCIÓN 2023 - ASOCIADOS

## Estudio Satisfacción

Debido a la importancia de conocer la satisfacción de los comerciantes asociados del Mercado Municipal de Sagunto “Mercat Sagunt” y conocer su opinión sobre las acciones de marketing realizadas este 2022, además de recopilar sugerencias de cara al 2023, se realizó la encuesta cuyos resultados se desarrollan en el siguiente documento.

FICHA TÉCNICA Encuesta Comerciantes	
<b>Universo:</b>	Comerciantes asociados del Mercado Municipal de Sagunto
<b>Persona a entrevistar:</b>	Titulares de los comercios
<b>Muestra obtenida (entrevistas realizadas):</b>	11 entrevistas
<b>Tipo de entrevista:</b>	Entrevista telefónica
<b>Cuestionarios:</b>	Encuesta: Cuestionario estructurado, de aplicación personal
<b>Duración entrevista:</b>	10 minutos
<b>Trabajo de campo:</b>	11 de enero al 17 de enero de 2023



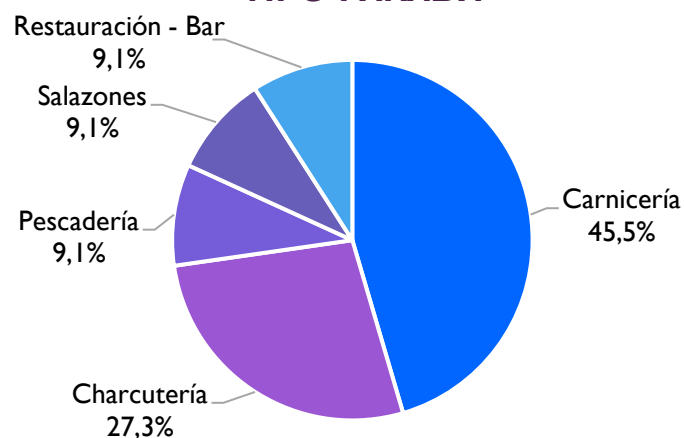
# PARADAS, CARACTERÍSTICAS Y VENTAS 2022

## Estudio Satisfacción

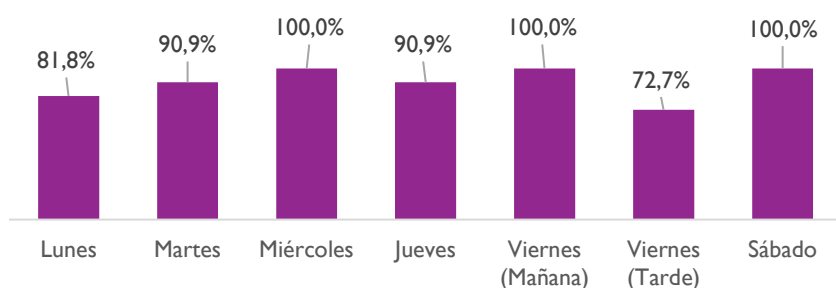
Un 45,5% de las paradas participantes son CARNICERIAS.  
 Buen índice de apertura entre los 11 casos.  
 DIAS FUERTES: MIÉRCOLES, VIERNES MAÑANA Y SÁBADO.

Mayor sensación de DISMINUCION DE LAS VENTAS (45,5%)  
 En general durante todo el año y destacando Enero, Marzo y Diciembre  
 como peores meses. Lo relacionan con la subida de precios.

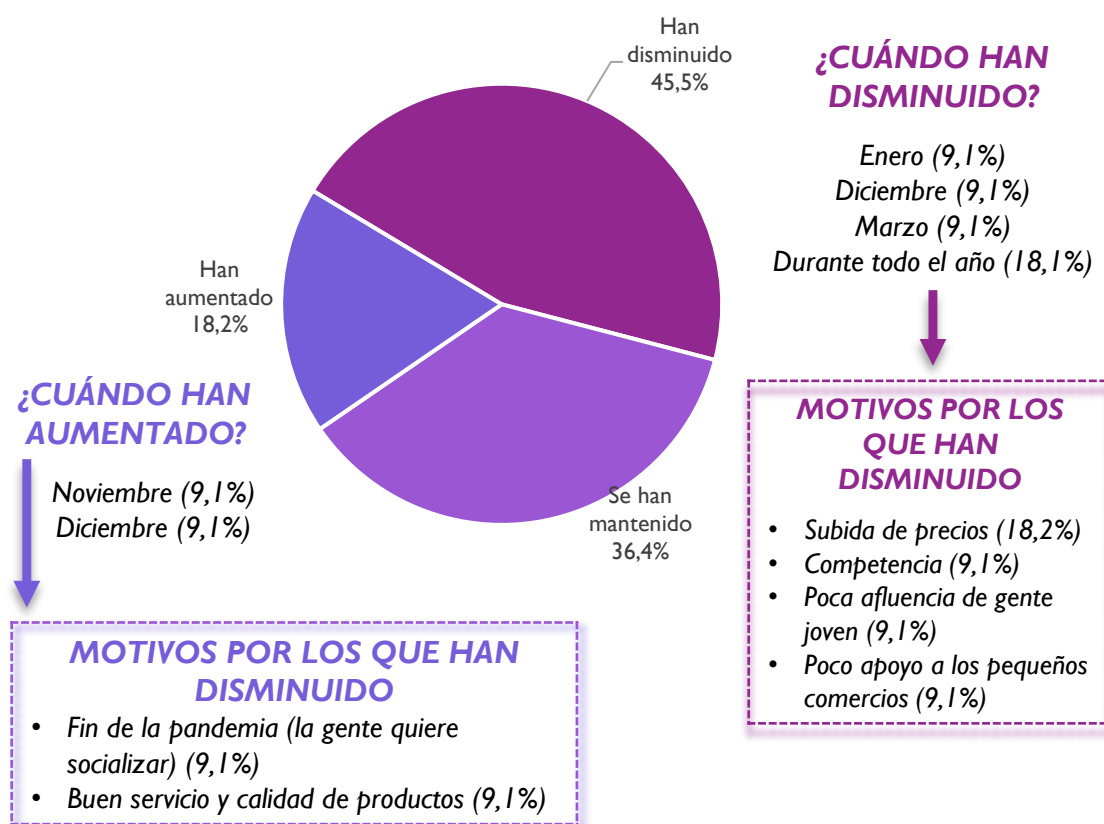
### TIPO PARADA



### HORARIO



### EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS



C2. Tipología de parada (RESPUESTA ÚNICA, ESPONTÁNEA)

C3. Horario (RESPUESTA MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA)

P5. Respecto a sus ventas realizadas en este 2022, ¿Cuál ha sido su evolución (RESPUESTA ÚNICA, SUGERIDA)

P6. ¿Podría indicar la fecha o fechas señaladas de las ventas? (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

P7. ¿Podría indicar el motivo por el que cree que se debe la evolución de sus ventas (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

# VALORACIÓN CAMPAÑAS 2022

## Estudio Satisfacción

A nivel general, los comerciantes dicen estar muy satisfechos con las campañas realizadas este 2022 (90,9%). Un 18,2% afirma sentirse neutral con la Campaña San Valentín (Cenas Dobles).

### VALORACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL



	1	2	3	4	5	Media
Sorteo - Campaña Día de la Madre (Vales Tratamiento Belleza)	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	90,9%	4,82
Sorteo - Carro Rolser (+ Productos valorados en 60€)	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	90,9%	4,82
Sorteo - Campaña de Navidad (Carro Rolser)	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	90,9%	4,82
Sorteo - Campaña de Navidad (Vales de compra)	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	90,9%	4,82
Sorteo - Campaña Día del Padre (Lotes Productos Gourmet)	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%	81,8%	4,73
Sorteo - Robots de Cocina	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%	81,8%	4,73
Sorteo - Campaña San Valentín (Cenas Dobles)	0,0%	0,0%	18,2%	0,0%	81,8%	4,64
Sorteo - Cumpleaños (Vales 20€)	9,1%	0,0%	9,1%	0,0%	81,8%	4,45

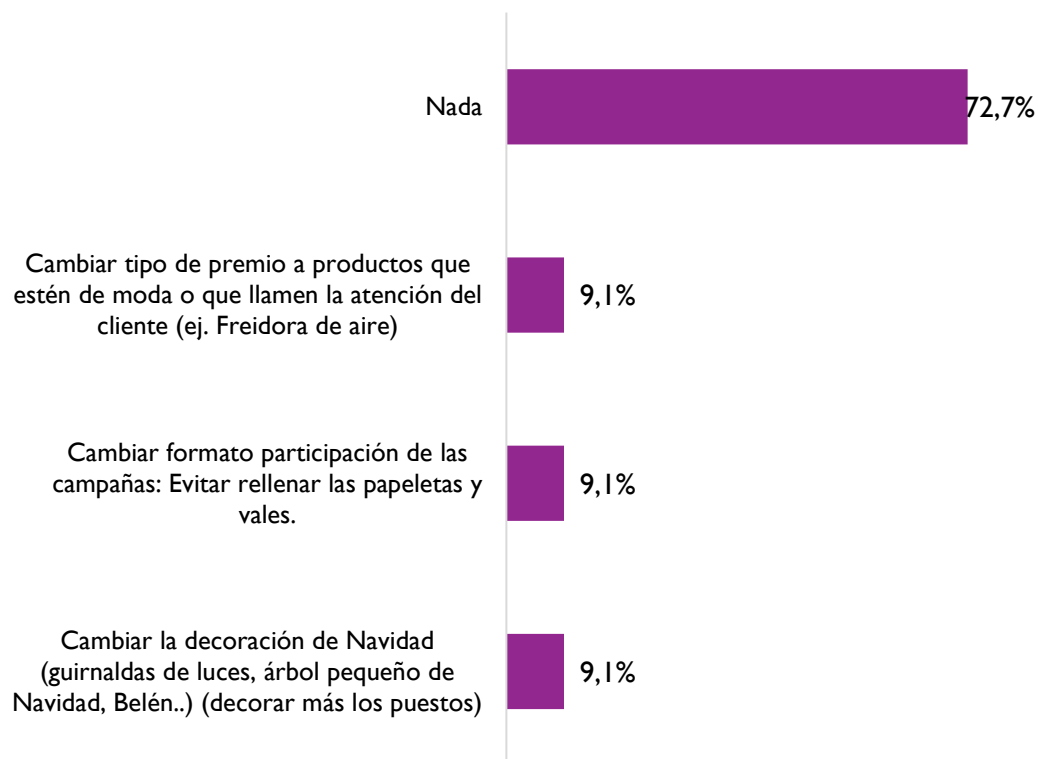
Pl. A lo largo de todo este año, se han realizado campañas de marketing con el objetivo de incentivar la compra en el Mercat de Sagunt y promover el "Boca a Boca". De todas ellas, ¿Podría valorar que le han parecido cada una de ellas? Valore del 1 al 5, siendo 1 Muy Insatisfecho y 5 Muy Satisfecho. (RESPUESTA ÚNICA, SUGERIDA)

# PROPUESTAS MEJORAS CAMPAÑAS 2022

## Estudio Satisfacción

El 72,7% no cambiaría nada.  
3 IDEAS APORTADAS:

### ¿QUÉ MEJORARÍA RESPECTO A LAS CAMPAÑAS REALIZADAS EN EL 2022?



La Clave para el 2023: Campañas que involucren a los usuarios en RRSS y sorteos para Adultos.

### ¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZARÍA EN UN FUTURO?



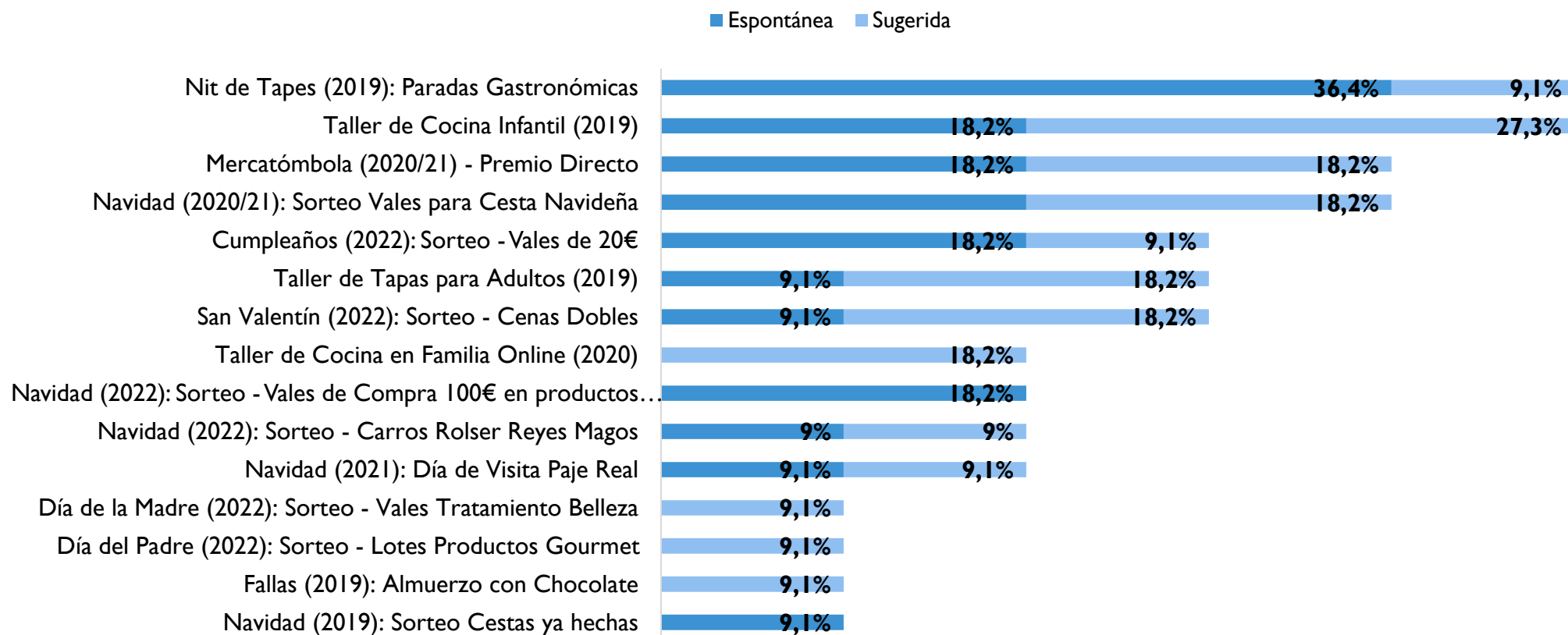
P2. ¿Qué mejoraría respecto a las campañas que se han realizado durante este último año? Por favor, especifique lo máximo posible. (por ejemplo, cambiar el canal de difusión, evitar un tipo de campaña, cambiar el tipo de premios, cantidad, etc.) (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

P8. De las siguientes actividades a realizar en el mercado, ¿cuáles son las que más le llaman la atención o recomendaría realizar en un futuro? Puede escoger un máximo de 3 opciones (RESPUESTA MÚLTIPLE, MÁX.3, ESPONTÁNEA + SUGERIDA)

## Estudio Satisfacción

De manera espontánea, la campaña que más gustaría repetir es la Nit de Tapes (36,4%). También les gustaría organizar de nuevo el Taller de Cocina Infantil (45,5%) y los Vales de sorteo para la Cesta Navideña (36,4%). Destacan también la Marcatómbola (36,4%), las Cenas Dobles como Sorteo en San Valentín (27,3%) y el Taller de Tapas para Adultos (27,3%).

### ¿QUÉ CAMPAÑAS LE GUSTARÍA QUE SE REALIZARAN DE NUEVO EN EL FUTURO?



P3. Durante estos últimos años, hemos realizado distintas campañas y actividades. ¿Podría indicarme 3 que le gustaría que se repitiesen de cara al futuro? (ESPONTÁNEA 1º, MÁX.3) ¿Y algunas de las siguientes que le voy a nombrar gustaría? (RESPUESTA MÚLTIPLE, MÁX. 3, SUGERIDA)

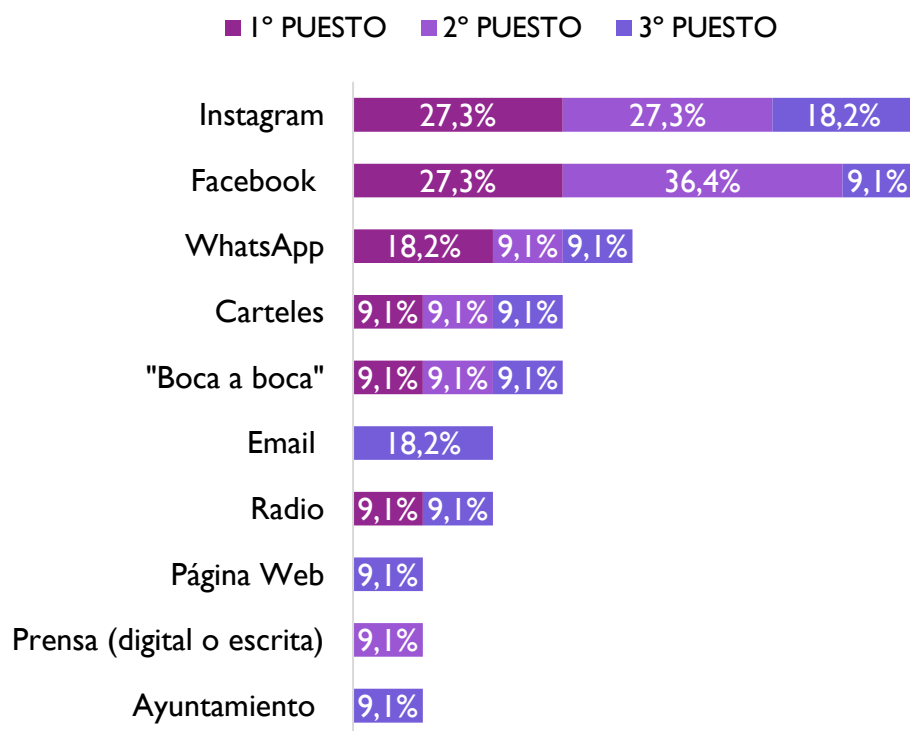
# CANALES DE DIFUSIÓN Y OBJETIVOS 2023

## Estudio Satisfacción

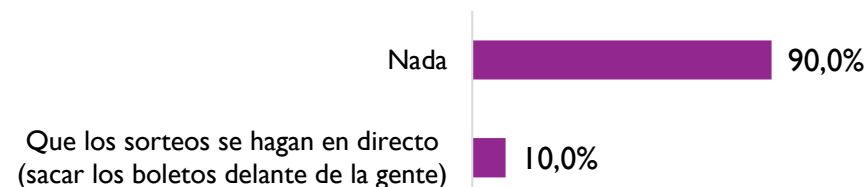
Las RRSS se consideran los canales con mayor EFECTIVIDAD. Los medios más profesionales pierden fuerza para los asociados.

Para las campañas de 2023, les gustaría conseguir MAYOR AFLUENCIA DE CLIENTES, especialmente JÓVENES. Una de las solicitudes es que los sorteos se hagan en directo

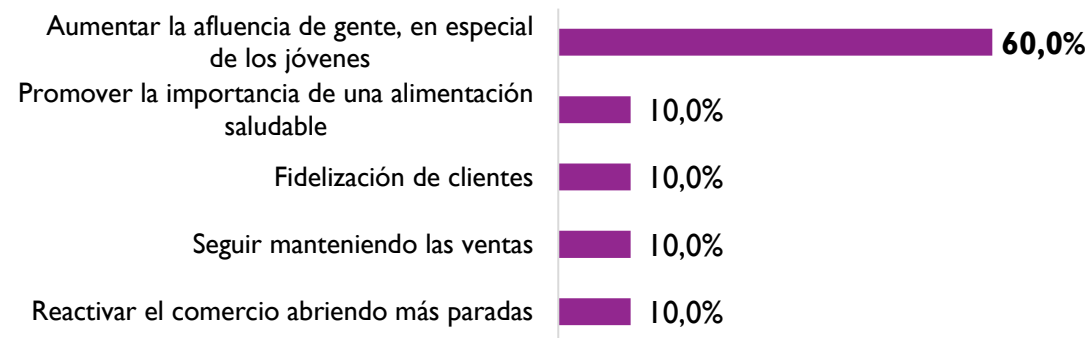
### ¿CUÁL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS EFECTIVO?



### ¿ALGO QUE TENER EN CUENTA PARA LAS CAMPAÑAS DEL 2023?



### ¿QUÉ LE GUSTARÍA CONSEGUIR CON LAS CAMPAÑAS DEL 2023?



P4. Todas las campañas realizadas se han difundido por diferentes canales de difusión y comunicación, ¿Cuál cree usted que son o han sido el más efectivo? Seleccione del primer al tercer puesto. (RESPUESTA ÚNICA POR ÍTEM, SUGERIDA)

P9. ¿Algo más que tuviésemos que tener en cuenta sobre las campañas a programar para este año 2023? (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

P10. ¿Qué le gustaría conseguir con las campañas en este año 2023? Es decir, qué es lo que le parecería más importante (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

Base: 11 casos

# AYUNTAMIENTO: SOLICITUDES Y FORMACIÓN

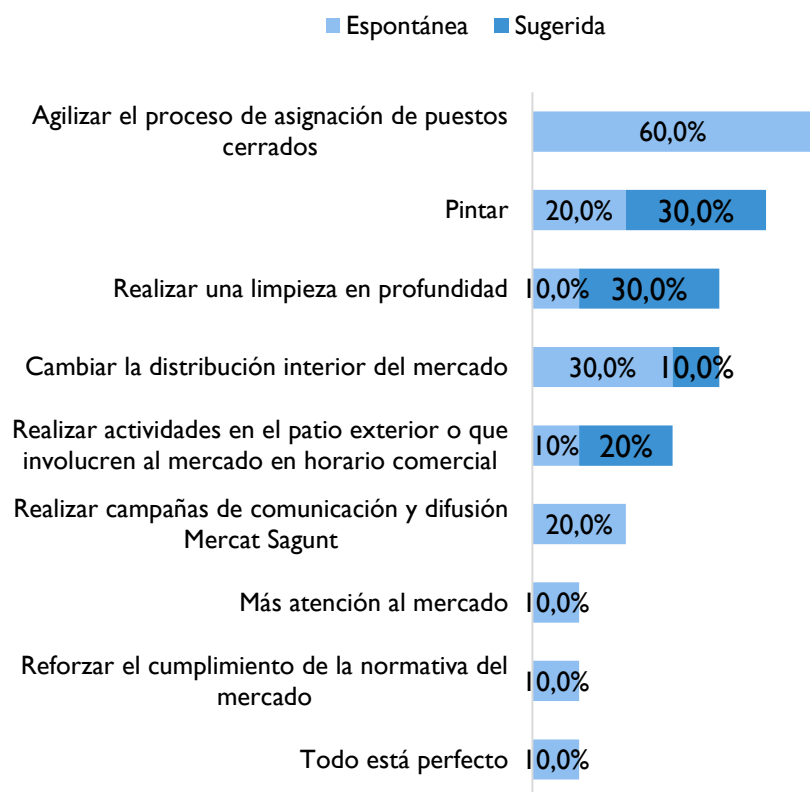
## Estudio Satisfacción

En cuanto a SOLICITUDES al AYUNTAMIENTO, lo más importante es que AGILICEN el proceso de concesiones.

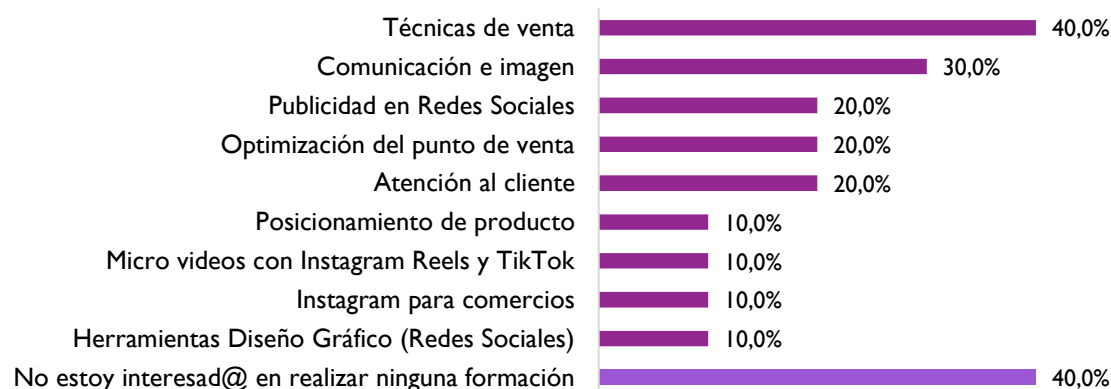
Otras solicitudes importantes serían cuestiones de mantenimiento.

La FORMACIÓN un 60% estarían interesados, solicitando que fuesen en HORARIO DE TARDES, y preferiblemente ONLINE.

### ¿QUE ACCIONES LE GUSTARÍA QUE HICIERA EL AYUNTAMIENTO A FAVOR DEL MERCADO?



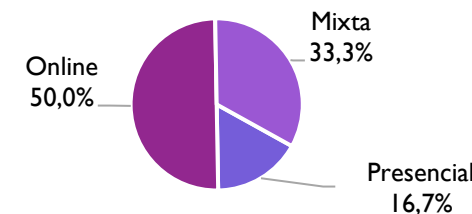
### ¿QUÉ TIPO DE FORMACIÓN ESPECÍFICA LE GUSTARÍA REALIZAR?



### ¿QUÉ HORARIO LE VENDRÍA MEJOR PARA REALIZAR LA FORMACIÓN?



### ¿QUÉ FORMATO SE AJUSTA MÁS A USTED?



PI 1. Si desde el Ayuntamiento se realizara formación específica para los comerciantes útil para vuestra actividad, ¿Cuáles les interesaría participar y verían necesarios? Puede escoger un máximo de 3 opciones. (RESPUESTA MÚLTIPLE MÁX.3)

PI 2. ¿Qué horario le vendría mejor para realizar la formación? (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)

PI 3. ¿Qué formato se ajusta más a usted? (RESPUESTA ÚNICA, SUGERIDA)

# VALORACIÓN DE COTO CONSULTING

## Estudio de Satisfacción

Los Asociados están satisfechos con Coto Consulting, siendo que un 90% de los encuestados nos recomendaría. NPS: 90

La gran mayoría de los encuestados (90%), no cambiaría nada sobre Coto Consulting.

No obstante, se sugieren algunos cambios referidos a los sorteos.

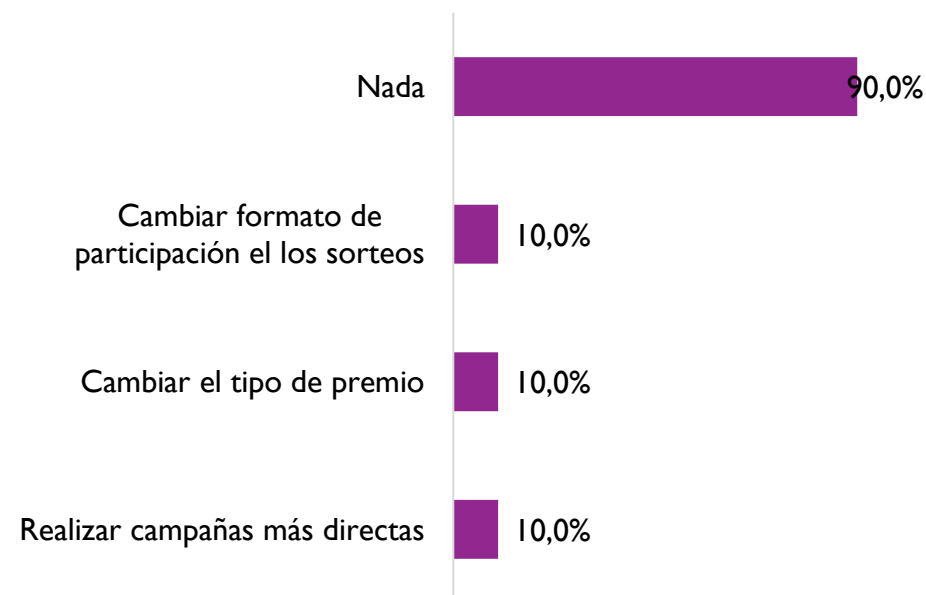
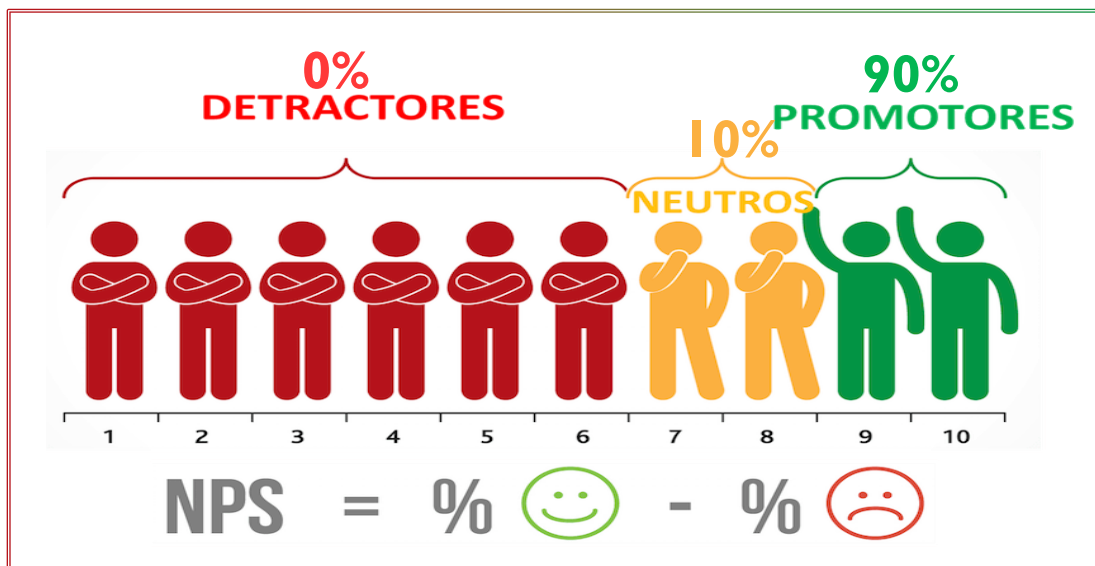
### PROBABILIDAD RECOMENDAR COTO CONSULTING

### NIVEL SATISFACCIÓN CAMPAÑAS AÑO 2022

NPS: 90  
Media: 9,5

MEDIA 9,20

### ¿QUÉ MEJORARÍA SOBRE COTO CONSULTING?



P15. ¿Cómo está de satisfecho con las propuestas y campañas de marketing realizadas en el año 2022? Seleccione en una escala del 1 al 10, siendo 1 Muy Insatisfecho y 10 Muy Satisfecho (RESPUESTA ÚNICA, SUGERIDA)

P16. Si tuviese que recomendarlos como empresa a otros conocidos, ¿cómo es de probable que lo hiciera? Elija de la escala del 0 al 10, siendo 0 Nada Probable y 10 Muy Probable. (RESPUESTA ÚNICA, SUGERIDA)

Base: 10 casos

P17. ¿Qué mejoraría sobre nosotros? Por favor, especifique lo máximo posible (RESPUESTA ABIERTA, ESPONTÁNEA)