

# CLIPPING DE NOTICIAS

1<sup>er</sup> Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria



# Índice

|  |    |
|--|----|
| Gadis, el supermercado gallego que más emociones positivas genera<br>@ EXTRADIGITAL.ES - 15/02/2023  | 4  |
| El viaje del consumidor por el supermercado: Momentos de la compra más emocionales y secciones favoritas<br>@ PUROMARKETING.COM - 13/02/2023 | 5  |
| El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis, los supermercados que despiertan más emociones positivas<br>@ MARKETINGNEWS.ES - 07/02/2023                | 6  |
| El Corte Inglés es el supermercado con más 'feeling' con sus clientes<br>@ LAPUBLICIDAD.NET - 07/02/2023                                     | 7  |
| Los supermercados que despiertan más emociones positivas entre sus clientes<br>@ MARKETING DIRECTO - 05/02/2023                              | 8  |
| El 82% de los consumidores ha cambiado de supermercado en los últimos 2 años<br>@ AGRODIARIO.COM - 02/02/2023                                | 9  |
| ¿Qué cadenas de supermercados despiertan emociones más positivas en los consumidores?<br>@ DISTRIBUCION ACTUALIDAD - 31/01/2023              | 10 |
| EMO analiza los supermercados que generan más emociones positivas<br>@ REVISTAARAL.COM - 31/01/2023  | 11 |
| Marcas El Corte Inglés, cadena de distribución que genera más emociones positivas<br>@ DIARIO IPMARK - 31/01/2023                            | 12 |
| EMO Insights presenta el primer estudio de emociones en la distribución alimentaria<br>@ CONTACTCENTERHUB.ES - 30/01/2023                    | 13 |
| Estos son los supermercados que generan más emociones positivas entre sus clientes y los que menos<br>@ 65YMAS.COM - 31/01/2023              | 14 |
| El 82 % de los consumidores cambiaron de supermercado en dos años<br>Diario de Teruel - 31/01/2023   | 15 |
| El 82% de los clientes cambió de supermercado desde 2021<br>La Región - 31/01/2023   | 16 |
| El 82% de los clientes cambió de supermercado desde 2021<br>El Adelantado de Segovia - 31/01/2023  | 17 |
| El termómetro emocional del comercio alimentario<br>@ REVISTAINFORETAIL.COM - 30/01/2023   | 18 |
| Ocho perfiles emocionales del consumidor<br>@ REVISTAINFORETAIL.COM - 30/01/2023   | 19 |
| Retailers   La pescadería y la perfumería se alzan como secciones diferenciales<br>@ FOODRETAIL.ES - 30/01/2023                              | 20 |
| ¿Qué supermercados generan más emociones positivas entre sus clientes?<br>@ FINANCIALFOOD.ES - 30/01/2023                                    | 21 |
| El 82 % de los consumidores ha cambiado de supermercado en los últimos 2 años<br>@ LA VANGUARDIA - 30/01/2023                                | 22 |
| Consum, por encima de media en impacto positivo en clasificación de enseñas  | 23 |

@ LA VANGUARDIA - 30/01/2023

Emociones en la compra de alimentación: ¿Qué mueve al consumidor?  
@ RETAILACTUAL.COM - 30/01/2023

24

EMO Insights ayuda a los supermercados a mejorar las experiencias de compra en sus locales  
@ DIARIOABIERTO.ES - 30/01/2023

25

## Gadis, el supermercado gallego que más emociones positivas genera



Así lo acredita el primer estudio realizado por EMO Insights “Emociones en el Sector de la Distribución Alimentaria” que sitúa a Gadis como el primer supermercado gallego y tercero de España en generar emociones positivas a los clientes

..

## El viaje del consumidor por el supermercado: Momentos de la compra más emocionales y secciones favoritas



EMO Insights ha presentado las principales conclusiones del 1 Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria, en el que se ha mostrado que existe una clara predominancia de las emociones positivas sobre las negativas, siendo la seguridad la ..

## El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis, los supermercados que despiertan más emociones positivas



.. las emociones que sienten los clientes es relevante, pero también determinar en qué momentos se producen, y por ello EMO Insights ha elaborado un Emotional Journey Score, descubriendo que los dos momentos "wow" del sector (donde se alcanza ..

## El Corte Inglés es el supermercado con más 'feeling' con sus clientes



.. presumir de despertar no pocas emociones positivas entre sus clientes más habituales. Así lo demuestra el 1 Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria, elaborado por EMO Insights a partir de un análisis de las emociones y experiencias de ..

## Los supermercados que despiertan más emociones positivas entre sus clientes



Según un estudio de EMO Insights, las cadenas de alimentación transmiten a los consumidores españoles más emociones positivas que negativas, siendo la seguridad la más determinante. En los últimos tiempos, más de lo que les hubiera gustado a ..



## El 82% de los consumidores ha cambiado de supermercado en los últimos 2 años



.. realizado con 1.400 entrevistas y con técnicas de neuromarketing a clientes de 14 enseñas. Realizado por la compañía EMO Insights, el informe ha situado a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones ..

## ¿Qué cadenas de supermercados despiertan emociones más positivas en los consumidores?



.. despiertan mayores emociones positivas, según el primer estudio Emociones en el sector de la Distribución , elaborado por EMO Insights.

El estudio ha analizado las emociones y experiencias de los clientes con sus supermercados e ..

## EMO analiza los supermercados que generan más emociones positivas



El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis, los mejores valorados entre sus clientes Redacción ARAL | El primer Estudio de Emociones en Distribución realizado por EMO Insights ha analizado la presencia de una serie de emociones comunes a todos los ..

## Marcas El Corte Inglés, cadena de distribución que genera más emociones positivas



.. Alcampo y Ahorramas. Tal y como se recoge del primer estudio Emociones en el sector de la Distribución , elaborado por EMO Insights, en el que se ha analizado las emociones y experiencias de los clientes con sus supermercados e hipermercados ..

## EMO Insights presenta el primer estudio de emociones en la distribución alimentaria



EMO Insights ha presentado hoy, a través de un acto online, las conclusiones del 1º Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria. En él se ha expuesto la existencia de una clara predominancia de las emociones positivas sobre las negativas en ..

## Estos son los supermercados que generan más emociones positivas entre sus clientes y los que menos



Marta Jurado Foto: Big Stock Miércoles 1 de febrero de 2023 5 minutos La consultora EMO Insights ha presentado su primer Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria

En un contexto de crisis inflacionista y de precios de la cesta ..

# El 82 % de los consumidores cambiaron de supermercado en dos años

EFE  
**Madrid**

El 82 % de los españoles ha cambiado su supermercado habitual en los últimos dos años y el precio ha sido una de las causas principales, según el primer estudio de las emociones en la distribución realizado con 1.400 entrevistas y con técnicas de neuromarketing a clientes de 14 enseñas.

Realizado por la compañía EMO Insights, el informe ha situado a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones entre sus clientes, si bien en el conjunto existe una "clara predominancia" de las emociones positivas sobre las negativas, con la seguridad como la más determinante. LIDL, Consum, Aldi y Carrefour se mantiene por encima de la media en cuanto a impacto positivo en la clasificación de enseñas.

## El 82% de los clientes cambió de supermercado desde 2021

### AGENCIAS

MADRID

■ ■ ■ El 82% de los españoles cambió su supermercado habitual en los últimos dos años y el precio fue una de las causas principales, según el primer estudio de las emociones en la distribución realizado con 1.400 entrevistas y con técnicas de neuromarketing a clientes de 14 enseñas.

Realizado por la compañía EMO Insights, el informe situó a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones entre sus clientes, si bien en el conjunto existe una “clara predominancia” de las emociones positivas sobre las negativas, con la seguridad como la más determinante.

LIDL, Consum, Aldi y Carrefour se mantiene por encima de la media en cuanto a impacto positivo en la clasificación de enseñas.

La cercanía, con un 28%, se sitúa como el principal motivo para elegir supermercado. ■



## El 82% de los clientes cambió de supermercado desde 2021

**AGENCIAS**  
MADRID

■ ■ ■ El 82% de los españoles cambió su supermercado habitual en los últimos dos años y el precio fue una de las causas principales, según el primer estudio de las emociones en la distribución realizado con 1.400 entrevistas y con técnicas de neuromarketing a clientes de 14 enseñas.

Realizado por la compañía EMO Insights, el informe situó a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones entre sus clientes, si bien en el conjunto existe una "clara predominancia" de las emociones positivas sobre las negativas, con la seguridad como la más determinante.

LIDL, Consum, Aldi y Carrefour se mantiene por encima de la media en cuanto a impacto positivo en la clasificación de enseñas.

La cercanía, con un 28%, se sitúa como el principal motivo para elegir supermercado. ■



## Ocho perfiles emocionales del consumidor



.. cambiado de supermercado principal, mientras que solo un 18% es fiel a su enseña de confianza”, ha afirmado el partner de EMO Insights International, Gonzalo Martín-Vivaldi, durante la presentación, junto a la también partner Elena Alfaro, del ..

## Retailers | La pescadería y la perfumería se alzan como secciones diferenciales



.. como que la cercanía es el principal motivo de los españoles para decantarse por una opción u otra. Un estudio de EMO Insights recalca que e las emociones determinan el 95% de las decisiones de compra , de modo que los distribuidores deben ..

## ¿Qué supermercados generan más emociones positivas entre sus clientes?



.. la seguridad la más determinante. Además, éste es un sector con una alta satisfacción. Así lo confirma el Primer Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria elaborado por la compañía española EMO Insights. El trabajo ha analizado la presencia ..

## El 82 % de los consumidores ha cambiado de supermercado en los últimos 2 años



.. realizado con 1.400 entrevistas y con técnicas de neuromarketing a clientes de 14 enseñas. Realizado por la compañía EMO Insights, el informe ha situado a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones ..

## Consum, por encima de media en impacto positivo en clasificación de enseñas



.. los últimos dos años y el precio ha sido una de las causas principales, según el estudio. Realizado por la compañía EMO Insights, el informe ha situado a El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis como los supermercados que generan mejores emociones ..

## Emociones en la compra de alimentación: ¿Qué mueve al consumidor?



El 1er Estudio de Emociones en Distribución Alimentaria de EMO Insights concluye que el Corte Inglés, Bonpreu y Gadis son los supermercados que generan más emociones positivas entre sus clientes. ¿Qué emociones nos mueven a la hora de realizar la ..



## EMO Insights ayuda a los supermercados a mejorar las experiencias de compra en sus locales

diarioabierto.es. Acaba de publicar su primer 'Estudio de emociones en distribución alimentaria'. El Corte Inglés, Bonpreu y Gadis son los supermercados que provocan más emociones positivas entre sus clientes. Es la principal conclusión del ..