

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.