



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. ■