

Un 80% está satisfecho con su experiencia de compra

Supermercados: Consumidores revelan cuáles prefieren, cuáles rechazan y por qué

Estudio del Ceret detectó que el favorito es el percibido como el más caro.

Por Sergio Sáez F.

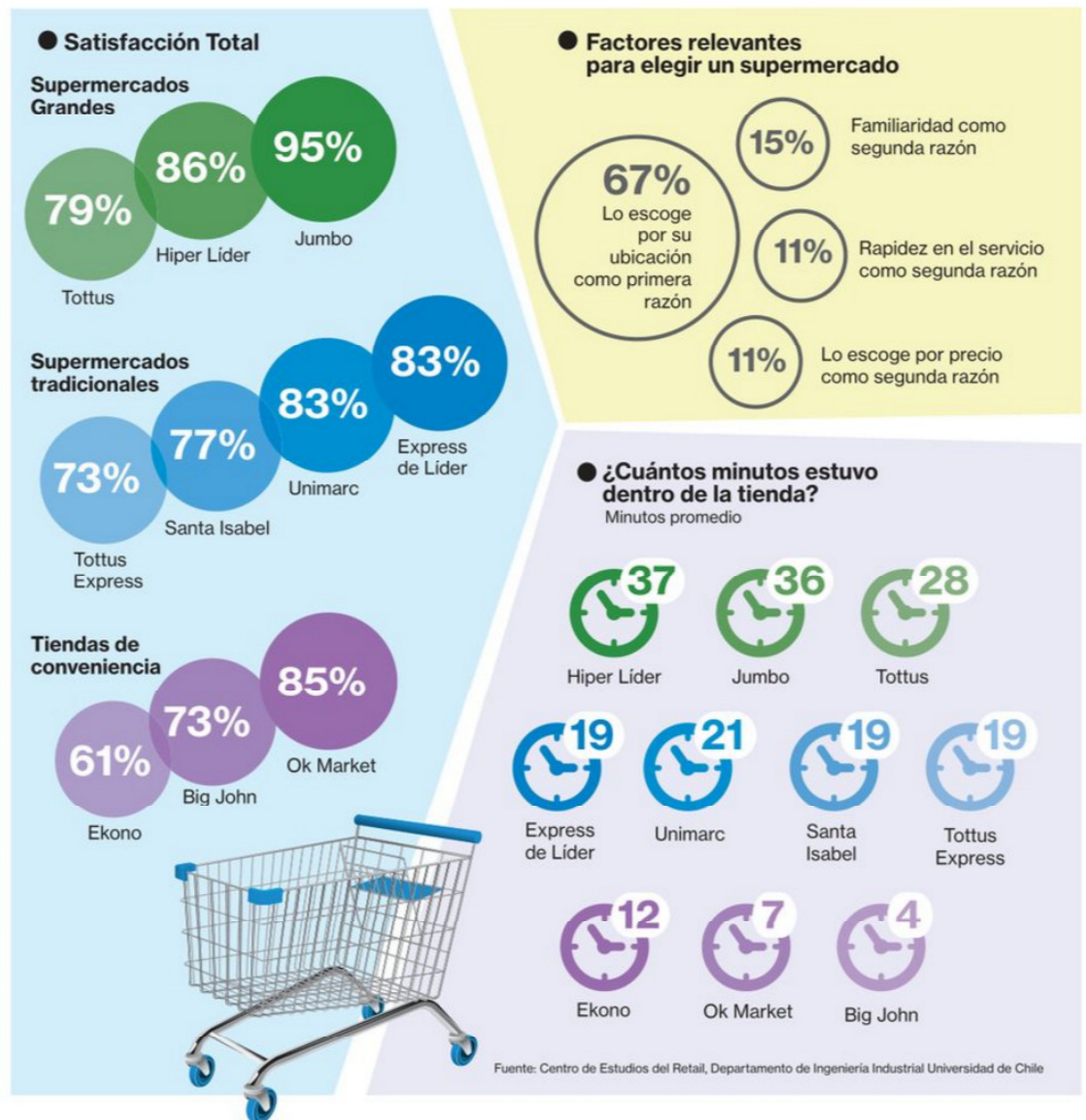
Cuántos minutos permanece en la fila, cómo lo atienden, o si el supermercado está cerca de su hogar, son algunos de los atributos que los clientes consideran a la hora de realizar sus compras. Con el fin de cuantificar ese comportamiento del consumidor, el Centro de Estudios de Retail de Ingeniería Industrial de la U. de Chile (Ceret), efectuó 3.067 encuestas en el Gran Santiago, evaluando las características de cada uno de los supermercados de las cadenas Walmart, Cencosud, Falabella, SMU y Big John. En líneas generales, la industria pasa la prueba. De acuerdo con el estudio realizado en más de 50 salas de venta en el mes de octubre, el 79,9% de los compradores se encuentra satisfecho con su experiencia de compra, mientras que un 6% indica lo contrario. Entrando en detalle, el comprador se muestra mayormente satisfecho comprando en los supermercados grandes, con un 87%. En cuanto a marcas, Jumbo concita un 95% de agrado y un 1% de rechazo (Ver infografía)

Empatía y confianza

En cuanto a la confianza de sus clientes, Jumbo se lleva el premio mayor con el 82% de las preferencias entre quienes fueron preguntados por este supermercado. En cuanto a la empatía, el formato Express de Líder logra un 88% de las preferencias entre sus clientes.

En relación con la preparación de los vendedores, el tiempo de la cola en la caja y el servicio post venta, Ok Market aparece con un 72% de reconocimiento en cuanto a estos atributos. Según explica Marcel Goic, director del Ceret, otro atributo medido es la lealtad, característica que es perfectamente medible preguntando "qué tan probable es que su próxima compra la haga en el mismo supermercado y si recomienda ese supermercado a otros clientes". De esta manera, el estudio asegura que los mayores niveles de recompra y recomendación entre los compradores pertenecen a Tottus Express y Jumbo, respectivamente.

Sin embargo al preguntar directa-



mente por lealtad, el supermercado del elefante es el que tiene más fieles, seguido de Tottus Express".

Precios en tiendas de conveniencia

Según explica Goic, en esta medición no se consideró el precio en la sala de venta, pero sí se les preguntó a los compradores por cómo perciben los valores de los productos de los otros supermercados.

"Los clientes tienden a sobreestimar las diferencias favoreciendo a las cadenas que han preferido. Por ejemplo, en esta

medición encontramos que los clientes de Santa Isabel declaran percibir que los precios de Unimarc son un 7,4% más altos, mientras que los clientes de Unimarc declaran percibir que Santa Isabel son un 6,7% más caros", explica el experto.

En cuanto a las tiendas de conveniencia, el estudio sostiene que, en promedio, Ekono es percibido por los encuestados como el más económico y Big John como el más caro. En cuanto a los grupos empresariales, la percepción revela que los formatos de la cadena Walmart (Hiper Líder, Express de Líder y Ekono) son reconocidos como los que tienen

los precios más bajos.

En cuanto a la forma de pago, el efectivo reina entre los supermercados, como forma de pago principal; sin embargo, hay diferencias importantes de acuerdo con el tipo de establecimiento, sostiene el estudio.

"Mientras en las tiendas de conveniencia la proporción de clientes pagando en efectivo se alza al 67%, en los supermercados grandes esa proporción baja al 36%, siendo levemente superada por la tarjeta de débito, que acumula el 38% de las transacciones", explica el director del Ceret.