

Centro de la U. de Chile realizó encuesta en el Gran Santiago

Estudio identifica supermercados más caros, baratos y más sucios

El Ceret consultó 2.695 clientes del Gran Santiago y analizó las salas de venta. La satisfacción superó el 70%.

Por S. Sáez

Qué supermercado es más barato, dónde se quejan los compradores y hasta qué sala de venta considera más limpia, son algunas de las variables que analizan los clientes a la hora de comprar.

Para analizar estas percepciones, el Centro de Estudios de Retail de Ingeniería Industrial de la U. de Chile (Ceret), efectuó 2.695 encuestas en el Gran Santiago poniendo bajo la lupa a las salas de venta de las cadenas Walmart, Cencosud, Falabella, SMU y Big John. En la fotografía correspondiente a mayo de este año, los clientes aprobaron a las distintas tiendas con un 73,6% de satisfacción total.

Jumbo es el supermercado con mayor nivel de satisfacción (91,4%), mientras que Tottus Express es el que posee mayor nivel de insatisfacción (13,5%). En la consulta, los clientes se podían inclinar por más de una opción.

Según explica Marcel Goic, director del Ceret, la ubicación sigue siendo por lejos el factor principal de elección.

“Para el formato supermercados, los clientes tienden a elegir una tienda que les queda más cerca y que visitan con más frecuencia. Ahora bien, en mercados desarrollados como el chileno, una proporción importante de clientes tiene más de una sala cercana y por tanto las cadenas deben apostar a entregar otros factores que generen preferencia de los clientes”.

Según el estudio, los clientes buscan distintos beneficios dependiendo de la cadena. Por ejemplo, el atributo de variedad de productos como factor de elección está liderado por Jumbo (94,1%), seguido de Lider (90,8%) mientras que Unimarc lidera en el atractivo de sus promociones (77,8%).

Precios y fidelidad

Otra conclusión muestra que los clientes de Jumbo tienen internalizado que es el supermercado menos económico y ellos perciben que los precios de Hiper Lider son 4,8% más bajos. Por otra parte, los clientes de Hiper Lider creen

Supermercados bajo la lupa

¿Cuál tiene mejor precio?



Factores para elegir un supermercado



Si se queja por una discordancia de precio góndola-caja, ¿dónde lo hace?



Para el formato supermercados, los clientes tienden a elegir una tienda que les queda más cerca”.

Marcel Goic
director del Ceret,
U. de Chile

que Jumbo tiene precios 13,1% más altos.

En cuanto a los formatos medios, Tottus Express es percibido como el supermercado tradicional más caro, con precios en promedio 7,3% más altos que sus pares.

En el mismo ítem, pero en tiendas de conveniencia, Ekono (Walmart) es visto

como el más barato, mientras Big John, controlado actualmente por la mexicana Femsas, sería el más caro.

En cuanto a fidelidad, el estudio afirma que los clientes de la zona sur de Santiago son más fieles a su supermercado que los compradores de la zona oriente. Según el Ceret, esta variable se explica por la mayor presencia de supermercados en esa zona de la capital.

En general, Jumbo, Unimarc y OK Market destacaron por su pulcritud. En el otro extremo, Ekono fue definido como el supermercado menos limpio.

Reclamos en salas

Casi la mitad de los encuestados declara revisar casi siempre que el precio de la góndola coincida en la caja y la misma proporción cree que estas diferencias benefician mayoritariamente al supermercado.

Según explica Goic, “cuando la diferencia de precios perjudica al cliente no solo se manifiesta en la sala, sino que hay una proporción importante de clientes que socializan los problemas con familiares y amigos, usando redes sociales o recurriendo al Sernac”.



Proceso con SMA

Metro se compromete a implementar plan arqueológico

Luego de que la Superintendencia del Medio Ambiente (SMA) presentara cargos contra Metro por infracciones en la construcción de las líneas 3 y 6 vinculadas al manejo de elementos arqueológicos en excavaciones, la empresa presidida por Rodrigo Azocar presentó un plan de cumplimiento con el fin de subsanar el proceso sancionatorio levantado por el regulador ambiental.

En primera instancia la empresa de transportes se comprometió a realizar un salvataje de los hallazgos paleontológicos con un arqueólogo, procurando cumplir con la protección del patrimonio. Estas acciones serán comunicadas a la brevedad al Consejo de Monumentos Nacionales (CMN).

En el documento enviado a la SMA —que encabeza Cristian Franz— la entidad también dijo que entregará las piezas al Museo de Historia Natural, donde serán exhibidas.

También realizará una serie de capacitaciones a los operarios en las faenas que restan por realizar en las nuevas líneas, elaborando un procedimiento corporativo para actuar en casos de hallazgos arqueológicos o paleontológicos.

Cuidado de edificios

En otras líneas de acción, la firma monitoreará y generará acciones que eviten cualquier tipo de daño patrimonial a los edificios aledaños a la línea 3, particularmente en la zona de Bandera. Además se comprometió a cumplir y controlar las emisiones de ruido en los piques en el sector céntrico de Santiago, especialmente los cercanos a Plaza de Armas.

El plan de cumplimiento fue presentado luego de que la SMA acusara a la compañía de cuatro infracciones graves y cinco leves, cuyas multas sumarían en total unas 24.000 UTA (alrededor de US\$20 millones).