

# europapress.es

SEGÚN PROMARCA

## Economía.- Cerca del 90% de los españoles es fiel a un mismo establecimiento para hacer la compra diaria y semanal

MADRID, 6 Jul. (EUROPA PRESS) -

Cerca del 90% de los españoles hace la compra diaria o semanal siempre en el mismo establecimiento, según el estudio "Hábitos de compra de los españoles" de Promarca en base a 2.000 encuestas realizadas en supermercados e hipermercados nacionales.

Así, por comunidades autónomas, los baleares (97%) y los murcianos (94%) son los más fieles a su establecimiento de confianza, mientras que los asturianos son quienes más cambian de tienda, pues sólo el 22% afirma acudir siempre al mismo local.

En cuanto al tiempo dedicado a hacer la compra, el 82% de los españoles dice dedicar únicamente entre cinco y diez minutos a esta actividad, de ahí que la mayoría opte por establecimientos cercanos a su domicilio, siendo los gallegos (88%) los españoles más rápidos a la hora de comprar los productos de primera necesidad.

Respecto al medio de transporte, el 50% de los encuestados suele acudir en coche al supermercado, mientras que el 48% opta por ir caminando, y sólo un 2% acude en transporte público.

Además, el estudio revela que siete de cada diez consumidores españoles buscan las ofertas y promociones como forma de ahorrar, mientras que seis de cada diez valoran más los establecimientos que ofrecen calidad. No obstante, un 33% cree que lo mejor para ahorrar es comprar productos de temporada, frente a un 16% que apuesta por los productos concentrados, y un 13% que busca siempre los más baratos.

### LA VARIEDAD COMO CLAVE DE COMODIDAD.

Por otra parte, el estudio apunta que tres de cada diez españoles reconoce que su establecimiento habitual no le ofrece todos los productos y marcas que busca. Así, al 40% de ellos les molesta no encontrar ciertos productos o firmas.

De ahí, que el 61% de ellos relaciona a los supermercados e hipermercados como establecimientos con productos de calidad, al considerar que ofrecen las marcas de toda la vida y de confianza.

En concreto, el 31% de los consumidores valora la calidad de los productos, el 29%, unos precios atractivos, el 17%, la variedad en la oferta, y un 12%, la cercanía.

Por último, el estudio apunta que el 28% de los consumidores valora positivamente la agilidad a la hora de pagar de los supermercados e hipermercados, mientras que el 27% destaca la amplitud de horarios, y el 16% que tenga aparcamiento propio.