



FOTO: AGENCIA UNO

# Supermercados: el 77% de los clientes está satisfecho con la calidad de servicio que recibe

Jumbo lideró la medición del Ceret, alcanzando un nivel de satisfacción de 89%, le sigue, Big John con 81,5% y Tottus Express con 81,3%. Los que obtuvieron los niveles más bajos de satisfacción fueron Ekono con 64,2% y Santa Isabel con 68,9%.

**C.CABELLO/ G.ORELLANA**

—Una alta percepción del servicio que otorgan los supermercados tienen los consumidores. Así lo reveló la última medición de Calidad de Servicio en la Industria de Supermercados, realizada por el Centro de Estudios del Retail (Ceret), perteneciente al departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile (Dii).

De acuerdo con los resultados del estudio -hecho en 54 supermercados de la Región Metropolitana, en el que se entrevistó a más de 3.000

clientes-, ante la pregunta general de si está o no satisfecho con su supermercado, el 76,5% de los consumidores encuestados respondió De Acuerdo o Totalmente de Acuerdo, mientras que 5,6% señaló estar insatisfecho con algún local.

En el estudio participaron las cadenas Walmart (Hiper Líder, Express de Líder y Ekono), Cencosud (Jumbo y Santa Isabel), Falabella (Tottus y Tottus Express), SMU (Unimarc, OK Market) y Big John, hoy en manos de la mexicana Femsá.

Jumbo es el supermercado que lideró la medición, alcanzando un nivel de satisfacción de 89%, le sigue Big John con 81,5% y Tottus Express con 81,3%. Los que obtuvieron los niveles más bajos de satisfacción fueron Ekono con 64,2% y Santa Isabel con 68,9%.

“Hay muchos elementos que tiene que ver con ubicación o como están construidas que transmiten percepciones de baja calidad y son bien difíciles de mejorar en el corto plazo”, señaló Marcel Goic, director del Ceret.

Por tipo de recinto, la medición revela que son los supermercados grandes los que obtienen los más altos niveles de satisfacción alcanzado la cifra de 80,1%. Los formatos tradicionales, en tanto, llegan al 75,7% y las tiendas de conveniencia obtienen una evaluación un poco menor, con 74,3%.

Al desagregar por sector, se observa que la zona oriente es la que presenta mayores niveles de satisfacción con

**Objetivos**  
El estudio mide satisfacción, lealtad y percepción de precios de los clientes encuestados.

un 77,7%, mientras que la zona sur los más bajo con la cifra de 73,2%.

Dentro de las dimensiones que componen la calidad del servicio están la confianza, empatía, accesibilidad y seguridad, tangibilidad (instalaciones físicas), y respuesta y servicio. Sobre ellas, la medición del Ceret obtuvo que la

confianza y respuesta y servicio obtuvieron las valoraciones más bajas, con 77,5% y 67,9%, respectivamente.

**LEALTAD Y PRECIOS.** La lealtad de los consumidores hacia sus supermercados fue otro punto analizado por el Ceret. En promedio, el 94,3% compra otra vez en la cadena escogida y el 83,5% la recomienda, siendo los supermercados tradicionales los que se llevan las preferencias.

Jumbo es el supermercado con nivel de lealtad más alto, con una puntuación de 2,82; seguido de Tottus Express (2,73) y Big John (2,72). Mientras que la valoración más baja la obtuvo Ekono con 2,40.

“En general, la lealtad de los encuestados es acorde a su nivel de satisfacción”, dice el estudio. En términos de lealtad, el puntaje más alto lo obtiene Jumbo y el más bajo Ekono. De la misma forma ocurre en términos de satisfacción”.

Según el estudio, Hiper Líder es considerado por los consumidores encuestados como el supermercado más económico, y Jumbo como el más caro. En promedio, los clientes de otros supermercado perciben que Hiper Líder tiene precios un 3,4% más bajos y Jumbo un 11,8% más altos.

Entre los formatos tradicionales, Express de Líder es considerado como el supermercado con los precios más económicos, y Tottus Express como el más caro, con precios en promedio un 8,8% más altos.

**LEY DE ETIQUETADO.** En plena marcha de la Ley de Etiquetado de Alimentos, un 48,1% de las personas señaló que la nueva información nutricional le ayudó a tomar decisiones de alimentación más saludables, mientras que un 38,6% de los encuestados respondió que el etiquetado no le ha ayudado.

**DATOS DE LA ENCUESTA**

**80,1%**

Es el nivel de satisfacción promedio alcanzado por los grandes supermercados en el país.

**3.001**

Clientes respondieron la encuesta realizada por Centro de Estudios del Retail (Ceret).

**48,1%**

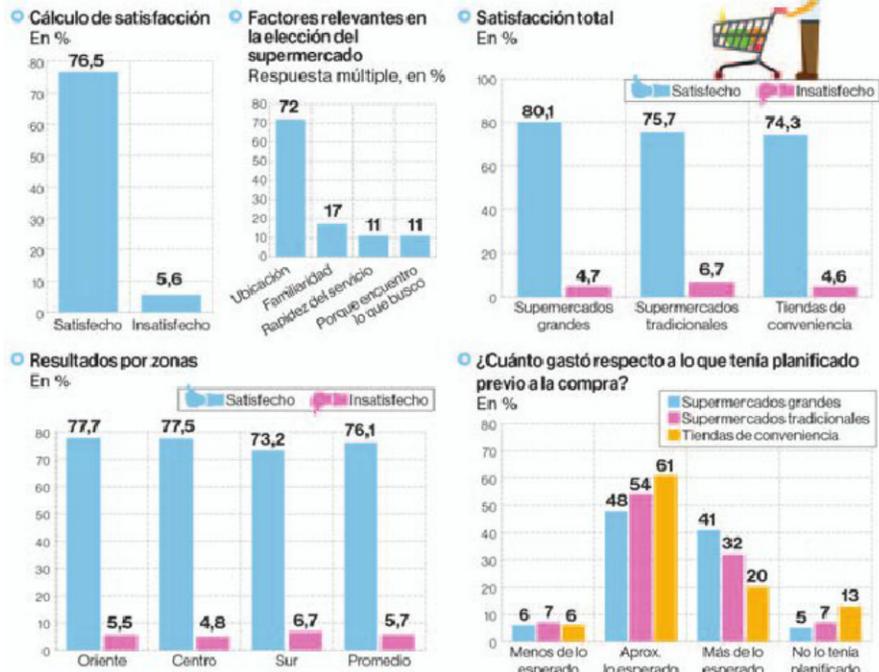
De los consumidores encuestados señalaron que la nueva información nutricional (Ley de Etiquetado) le ayudó a tomar decisiones de alimentación más saludables.

Además, solo un 16% de los encuestados aseguró que redujo la cantidad de alimentos que contienen sellos, mientras que el 12% cambió de marca. En tanto, un 11% sostuvo que dejó de comprar productos. Sin embargo, un 49% dice que no cambió en nada su decisión de compra, ya sea por opción o por costumbre.

“En general, casi la mitad de los encuestados no ha cambiado sus hábitos de compra”, dice el estudio. ●

Un 72% de los encuestados declara escoger el local por su ubicación, como primera razón y un 17% por la familiaridad del local, como segunda razón.

**Calidad de servicios en supermercados**



FUENTE: Ceret.

Jorge Encha - PULSO



**¿Qué ha pasado?** Un 76,5% de los clientes está satisfecho con la calidad de servicio entregado por su supermercado. En el estudio participaron las cadenas Walmart, Cencosud, Falabella, SMU y Big John.

**¿Por qué ha pasado?** Así lo reveló una medición de Calidad de Servicio en la Industria de Supermercados realizada por el Centro de Estudios del Retail (Ceret) a más de 3.000 clientes.

**¿Qué consecuencias tiene?** Jumbo es el supermercado que lideró la medición, alcanzando un nivel de satisfacción de 89%, le sigue Big John con 81,5% y Tottus Express con 81,3%. Los que obtuvieron los niveles más bajos de satisfacción fueron Ekono con 64,2% y Santa Isabel con 68,9%.