

Los consumidores españoles eligen la mejor cadena comercial de 2012

Un total de 50.000 consumidores han puntuado a su cadena de tiendas favorita. Este año, la relación calidad-precio no ha sido uno de los aspectos más valorados por los consumidores a la hora de votar y elegir un ganador. En tiempos de crisis los consumidores valoran más otros criterios como el de Promociones y Ofertas.

El próximo 29 de noviembre en Barcelona, El Comercio del Año, uno de los mayores estudios de consumidores en Europa, premiará a la mejor cadena comercial de España, en la categoría individual y a los ganadores por categorías elegidos y votados también por los consumidores.

Organizado por la consultora Q & A Research & Consultancy en colaboración con Popai, everis y Newim, el hecho diferencial de estos premios es que los otorgan los propios consumidores, que votan por Internet su comercio favorito. Cuales son las mejores marcas de distribución en España, por qué estos comercios tienen buenos resultados o qué es lo que determina el éxito de un 'retailer' y hacia donde debe evolucionar, son algunas de las preguntas que los consumidores han respondido en la encuesta "Comercio del Año España" de 2012. En la edición 2011, se realizaron 104.000 evaluaciones a 162 cadenas de tiendas de 15 categorías.

En esta cuarta edición, las votaciones han sido, una vez más, un gran éxito con 141.000 evaluaciones realizadas por 50.000 consumidores que han puntuado a su enseña favorita. Un total de 179 enseñas, pertenecientes a 20 categorías diferentes han sido examinadas y un total de 72 cadenas han sido nominadas por los consumidores.

Los criterios de puntuación/compra

Según datos obtenidos de este estudio, las puntuaciones de los 9 aspectos investigados han disminuido ligeramente con respecto al año pasado donde el ratio promedio obtenido fue de un 6.56 y este año las cadenas han obtenido un ratio promedio final de 6.46. Este ratio se basa en estos aspectos: la relación Calidad/Precio, Posicionamiento de Precios, Promociones y Ofertas, Surtido, Innovación, Amabilidad con los clientes, Formación de los Empleados, Servicio y Ambiente de la Tienda.

Tendencias

En este concurso cabe destacar como novedad que el criterio más notorio de las valoraciones, como suele ser la relación Calidad/Precio, ha disminuido un 7%. En la categoría de Supermercados e Hipermercados, Niño y Bebé, Deportes y Casa y Decoración se observa una baja de un 9 a un 15%. Un aspecto que notablemente ha aumentado ha sido el de las Promociones y Ofertas en la categoría de Ópticas, siendo el incremento de un 6%.

Datos de contacto:

Comercio del Año

Nota de prensa publicada en: [08017](#)

Categorías: [Marketing](#)