

## Estrategias de los supermercados para vender más<sup>1</sup>

Aunque no nos demos cuenta ni lo percibamos, cuando entramos en un supermercado se muestran ante nosotros estrategias directas e indirectas para fomentar la compra de productos. Para aprender a conocer estas habilidades, en la vida cotidiana te enseñamos algunos trucos que utilizan y que te **aseguramos que hemos “sufrido”**.

¿Cuántas veces nos ha pasado que vas a comprar a los supermercados 5 cosas que tienes pensadas y luego te encuentras que has comprado 8 y no las necesitabas realmente? Puedes pensar que el problema ha sido tuyo, pero realmente el **supermercado ha actuado de alguna manera para que tu “piques” y caigas en algunas compras superfluas**. Esto se debe a una serie de técnicas que aprovecha el supermercado, tras años de estudios de marketing y análisis de la forma de compra de los consumidores, para ofrecerte de manera indirecta productos que a la cadena de supermercado le interesa vender. Vamos a conocer alguno de sus trucos.

### Estrategias de venta supermercados

#### La estrategia del pan

El pan es la principal compra del día y lo que más se requiere para la alimentación de una familia. Lo ideal es que si es lo que la gran mayoría añade a su carrito de compra, que lo pusieran cercano a la entrada. Llegar, coger el pan, ponerse en la cola, pagar e irse. Listo. Esto nos beneficiaría a nosotros, pero no al supermercado. El pan siempre se pone al final de los supermercados, en la zona más profunda y de recorrido más largo. ¿Por qué? Muy sencillo. Porque si tu idea es coger sólo el pan e irte, si atraviesas largos pasillos con estanterías repletas de alimentos, a lo mejor observas algo que te guste y que no tenías pensado comprar, caigas en su estrategia y te lo lleves.

---

<sup>1</sup> <https://www.lavidacotidiana.es/estrategias-de-los-supermercados/>

### El carrito que se tuerce

¿Por qué los carritos de los supermercados se suelen torcer? ¡Siempre tienen las ruedas torcidas, que lo arreglen!

¿No has pensado que a lo mejor es una estrategia de los supermercados para vender más?

En muchos supermercados utilizan esta hábil estrategia para que no puedas ir recto por los pasillos, directo a coger el producto que has pensado. Se tuercen para que te **“choques” con las estanterías, quites la mirada del frente y te fijes en los productos.** Cuando se tuerce el carro tu idea es rectificar la dirección, pero para rectificarla tienes que mirar a la posición donde se dirige el carro, que no es ni más ni menos que hacia las estanterías, con lo cual ya estás viendo productos que de la otra forma no te fijarías. Créeme que funciona.

### La rotación de productos

Esta estrategia también es muy buena. Como de costumbre entras al supermercado a coger el bote de tomate para hacer la comida, que se encuentra en el 2º pasillo al final. ¡Vaya! han cambiado el sitio. ¿Se tratará de una estrategia de optimización de espacios? ¡NO! La respuesta es muy distinta. De este modo tendrás que buscar la nueva posición del producto, y tendrás que recorrer pasillo a pasillo buscándolo, con lo cual te fijarás en nuevos productos, y seguro que alguno entrará en tu lista de la compra.

### La posición de los productos

Los mejores productos se sitúan a la altura de los ojos. De hecho, si eres productor y quieres que tu producto esté en esa posición tendrás que pagar más por ello. Se produce un aumento del 20% en la iniciativa de compra si el producto está a la altura de

nuestros ojos, para cogerlo fácilmente. Te darás cuenta de que los productos menos conocidos (y más baratos) se encuentran arriba del todo o en la posición más cercana al suelo, cuya intención de compra se reduce considerablemente.

Esta estrategia a lo mejor si la conocías, pero lo que quizá no sabías es que las golosinas y los chocolates, la perdición de los niños (y no tan niños) se sitúa a la altura de sus ojos y por lo tanto inferior a la de los adultos, que son los que pagan. Es tan fácil como que si un niño se empeña en que quiere chocolate porque lo tiene a la vista, te verás en un buen lío como madre o padre y te costará muchísimo convencerlo de que no se va a comprar eso, en cuyo caso, por no tener que escucharle, se añade al carrito y fuera. ¿Estrategia muy malvada no?

### El tamaño de los pasillos en los supermercados

#### Columna en el centro del pasillo ¿Casualidad o estrategia de marketing?

El tamaño de los pasillos en los supermercados es justo para que pasen dos carritos de la compra a lo ancho. Es la medida para que no se ralentice excesivamente la compra pero para que tengas que detenerte en el caso de que haya un carrito parado, tengas que esperar a que pase alguien y después atravesar el pasillo tu. No se deja nada al azar. En esa corta espera, seguramente habrás mirado algunos productos que no tenías pensado comprar y que puede que añadas a tu lista de forma totalmente involuntaria para ti, pero totalmente voluntaria para el supermercado.

### La música

La selección de canciones en los supermercados está muy estudiada. La música clásica te será agradable y tendrás una sensación de bienestar a la hora de realizar tu compra.

Pero no acaba aquí la cosa. En algunos supermercados grandes existen diferentes ritmos musicales a la misma vez. Si te encuentras en un pasillo con productos caros (por ejemplo, el vino) escogen música relajada para incentivar tu compra. Sin embargo, en pasillos con productos asequibles o de gran consumo ponen música acelerada, grandes hits musicales para acelerar tu ritmo de compra.

### La disposición de las cajas

Las cajas con la cinta móvil donde dejamos el producto se sitúan a la izquierda. Es una forma de facilitar la tarea de descarga para la población diestra, que representa en mayor porcentaje de la población.

### ¿Dónde están los productos lácteos?

Es una estrategia parecida a la del pan. Se encuentran casi al final. En la mayoría de casos **cercanos a las zonas de bollería y los mejores productos se encuentran “escondidos”**, para fomentar la incentiva de compra de otros productos ajenos a tu decisión inicial de compra. Total, la leche la tendrás que coger sí o sí, a eso has venido al supermercado ¿no?, por lo que si te hacen difícil encontrar la leche, tu mirada pasará por muchísimos productos. Al final te llevas a casa la leche, la horchata y dos batidos de chocolate.

Actualmente, por la crisis, han sucedido cambios en los hábitos de compra y estamos preparados para hacer frente a estas artimañas para sacarnos un poco más de dinero. Sin embargo, es un técnica que seguirá estudiándose y aparecerán nuevas estrategias. ¡En la vida cotidiana estaremos preparados para contáros!