

Resumen de tesis: Boletín N.º 7 del CIU

El 65% de los consumidores (65%) que compran en supermercados (65%) y en tiendas especializadas (19%) participan en las promociones y en la decisión de compra giran alrededor de la marca (31%), el deseo de probar el producto alimenticio (24%) y la promoción (19%).