

No te dejes engañar

Poner **música lenta en el supermercado** impulsa a los compradores a bajar su ritmo, así tardan más tiempo mirando los productos y finalmente, **gastan más**.

Los supermercados que reproducen este tipo de música crean un ambiente agradable y relajado, mientras que los supermercados que ponen una **música rápida y con volumen alto**, incitan a los compradores a abandonar el recinto mucho más rápido e **inclusive sin comprar**.

MSN Dinero

