



# AECOC SHOPPERVIEW

## Evolución de la compra en Gran Consumo

Cierre 2023

### ¿Adaptas tu estrategia al comportamiento del shopper?

Para controlar mejor los gastos el shopper realiza **compras frecuentes y más pequeñas**, con menos productos por acto de compra. Consiguiendo así **reducir el ticket**, aunque el precio medio por producto comprado aumenta.



**Ticket medio:**  
**32,96€**



**5%**  
vs. 2022



**Frecuencia de compra:**  
**3,68** veces/mes



**Tamaño de la compra:**  
**17,1** artículos/cesta



**18%**  
vs. 2022

El tamaño de las cestas disminuye más de lo que se reduce el ticket. **Esto hace que el precio medio por artículo aumente un 16%.**

Con la colaboración de:

# GeltSOLUTIONS

## Índice de repetición al establecimiento

### POR CANAL

**84%**

Supermercados alto %  
Marca distribución

**57%** ↓ **15%**  
vs. 2022

Supermercados alto %  
Marca fabricante

**54%**

Hipermercado

### TOP 5

1 **MERCADONA**

2 **CONSUMO**  
¡El precio por diferencia!

3 **AHORRAMAS**

4 **EROSKI**

5 **Carrefour**

Baja el índice de repetición (usuarios frecuentes) especialmente en los supermercados con alto % de marca fabricante porque **el shopper visita más establecimientos en busca de mejores ofertas y promociones.**