



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.**