vinetur

La cesta de verano eleva el gasto en supermercados con tickets un 6% más altos

Un análisis de GELT sitúa refrescos, helados, cerveza, agua y protección solar entre los productos con más peso estacional

jueves 16 de julio de 2026



El verano es la época del año en la que más se gasta por visita al supermercado, según un análisis de GELT elaborado a partir de tickets de compra reales registrados en su plataforma. La compañía sitúa el ticket medio estival en 28,88 euros, frente a los 27,23 euros de media del resto del año, lo que supone un 6% más por compra.

Los datos de GELT colocan además al verano por delante del resto de estaciones en gasto medio por transacción. Tras los 28,88 euros del periodo estival aparecen la primavera, con 27,66 euros; el invierno, con 27,54 euros; y el otoño, con 26,49 euros.

La empresa también aprecia más actividad en el arranque de la temporada. Al comparar el tramo comprendido entre el 1 de junio y el 7 de julio de 2025 con el mismo periodo de 2026, el número de compras aumenta un 9% y el gasto total agregado sube un 11%. Si se descuenta la inflación, ese avance del gasto total queda en el 8%.

Ese mayor desembolso no responde a un encarecimiento del ticket individual en ese tramo concreto, sino a una mayor frecuencia de compra. GELT cifra el importe medio de cada ticket en 29,76 euros en 2025 y en 27,82 euros en 2026, una bajada del 7% en términos nominales y del 9% en euros constantes. Al mismo tiempo, las compras medias por comprador pasan de 6,8 a 7,1, un 6% más.

Guillermo Peña, Global Revenue Director de GELT, sostiene que el motivo es que cada comprador visita la tienda con más frecuencia. En su análisis, el verano de 2026 arranca con más actividad que el del año anterior precisamente por ese aumento de visitas al supermercado.

En cuanto al contenido de la cesta, GELT identifica cuatro grandes categorías ligadas al consumo estival. Las bebidas refrescantes son la principal, presentes en el 17,6% de las cestas de verano, frente al 13,1% del resto del año. Los helados son la categoría que más aumenta en términos relativos, al pasar del 3,5% al 7,6% de las cestas.

La cerveza y el agua completan los productos con mayor presencia estacional. La cerveza aparece en el 9,9% de las cestas de verano, frente al 7,4% del resto del año, mientras que el agua alcanza el 10,9%, frente al 8,6%. GELT añade además el gazpacho y el salmorejo, que pasan del 2,3% al 3,5%.

Junto a esos productos de alta rotación, la compañía identifica una categoría de precio más alto asociada casi en exclusiva a las vacaciones: la protección solar. Según los datos de GELT, su precio unitario medio es de 10,10 euros, el más alto de toda la cesta veraniega, y su presencia alcanza el 0,8% de las cestas, con un aumento de 0,6 puntos porcentuales respecto al resto del año.

Peña afirma que la crema solar se incorpora a la compra en verano y prácticamente desaparece durante el resto del año. GELT la sitúa como el producto estacional de mayor precio unitario dentro de la cesta analizada.

La segunda categoría de precio alto en verano son los productos capilares, que incluyen cremas, aftersun y cuidado del cabello tras el sol y el cloro. Su precio unitario medio se sitúa en 4,57 euros y su presencia en la cesta sube del 2,5% al 2,9%.

El análisis también aprecia diferencias por género y generación. La cerveza es una de las categorías con mayor distancia entre perfiles: está presente en el 10,9% de las cestas de los hombres y en el 9,6% de las de las mujeres. Por edades, la Generación X encabeza esta compra con un 10,9%, seguida de los boomers con un 10,4%, mientras que la Generación Z se queda en el 7,7%.

En cambio, los helados y los productos capilares muestran un perfil más femenino. Los helados aparecen en el 8,0% de las cestas de las mujeres y en el 7,0% de las de los hombres. En productos capilares, la diferencia es del 3,2% frente al 2,5%.

Por generaciones, los millennials lideran varias categorías ligadas al verano. GELT les atribuye la mayor presencia en agua, con un 11,8%, y en helados, con un 8,3%. En productos capilares alcanzan el 3,3%. En refrescos, la Generación X figura en cabeza con un 18,6%.

El estudio traza además un mapa territorial del consumo estival. Andalucía aparece como la comunidad con mayor peso de bebidas refrescantes y productos dulces. En Jaén, el 66% de los compradores activos incluyeron bebidas refrescantes en su cesta de verano. Le siguen Córdoba, con un 64%, y Málaga, con un 63%. También figuran Almería y Granada, ambas con un 62%.

Málaga ocupa la primera posición en compra de helados. Según GELT, el 46% de los compradores activos de la provincia incluyeron este producto en su cesta. Detrás aparecen Almería, con un 45%; Cádiz y Huelva, ambas con un 44%; y Asturias, también con un 44%.

Cataluña lidera el consumo de cerveza en la clasificación provincial. Lleida encabeza la lista con un 64% de compradores activos que incluyeron cerveza en su cesta de verano. A continuación se sitúan Tarragona, con un 62%; Girona, con un 60%; Guadalajara, con un 60%; y Barcelona, con un 60%.

En agua embotellada, el mayor peso se registra en Málaga, con un 54% de penetración entre compradores activos. Le siguen Tarragona, con un 53%; Castellón, con un 51%; Santa Cruz de Tenerife, con un 50%; y Girona, con un 49%.

GELT precisa que la comparativa estacional se apoya en el año 2025 completo, con estaciones meteorológicas, y que la comparación interanual del arranque de temporada enfrenta el periodo del 1 de junio al 7 de julio de 2025 con el mismo tramo de 2026. La empresa añade que las métricas de penetración y cesta excluyen líneas de producto asociadas a promociones activas para evitar sesgos por campañas de cashback.

La compañía también señala que el perfil demográfico procede de datos autodeclarados por los usuarios al registrarse en la aplicación y que los resultados reflejan el comportamiento de los usuarios de GELT, sin constituir una muestra estadísticamente representativa del mercado español de gran consumo.