

KANTAR

Análisis del consumo alimentario en el año 2024

El impacto de los precios

Kantar Worldpanel
11/12/2024

© Kantar 2024

Agenda

1	Evolución de las compras 2024	3
2	Evolución de los precios de los alimentos	11

1

Evolución de las compras en los hogares

2024

METODOLOGÍA del Panel de Consumo Alimentario

El panel de consumo alimentario se está desarrollando en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación desde el año 1997 y su objetivo principal es el conocimiento de la demanda directa de alimentos en España, (consumo en hogares) para lo que se aplica la siguiente metodología:

HOGARES:

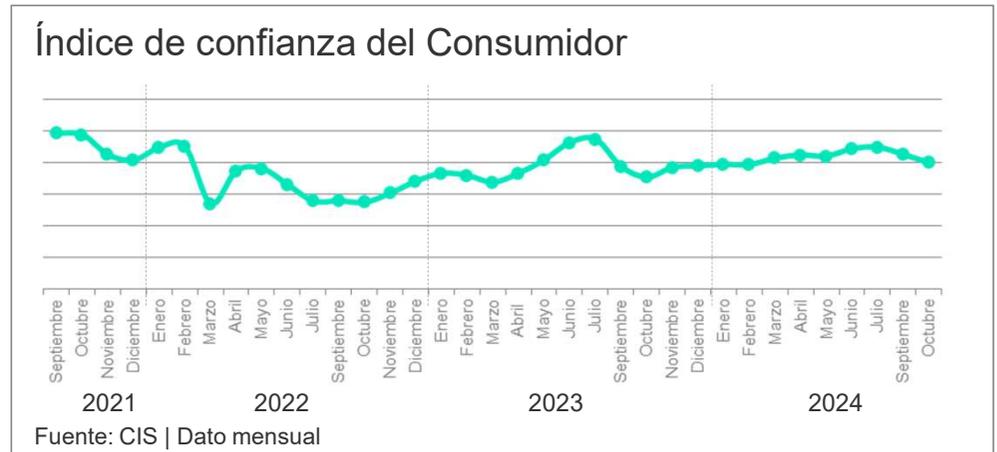
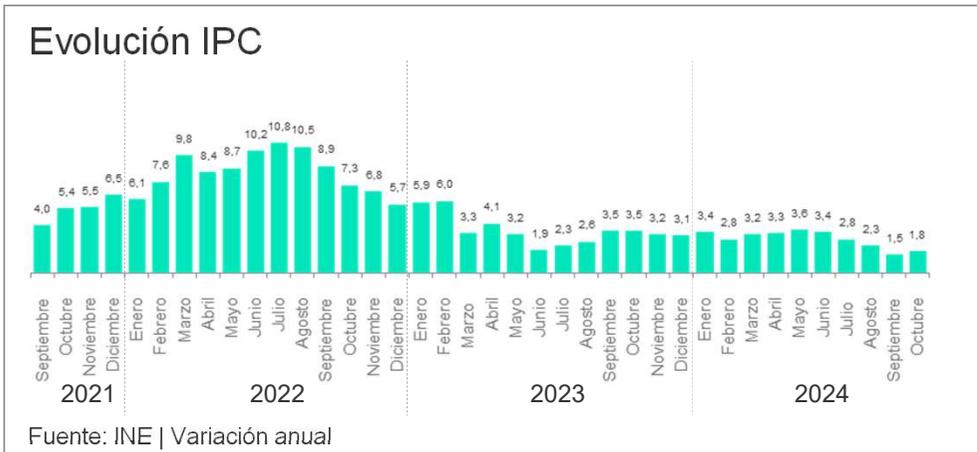
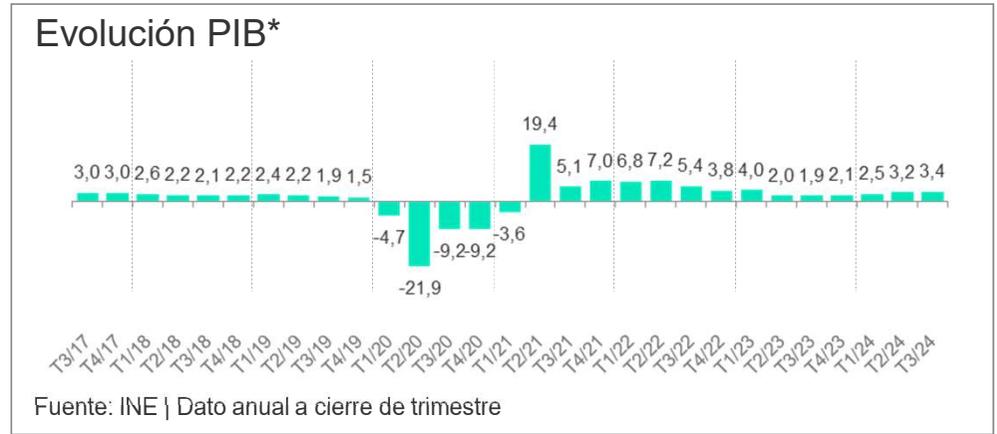
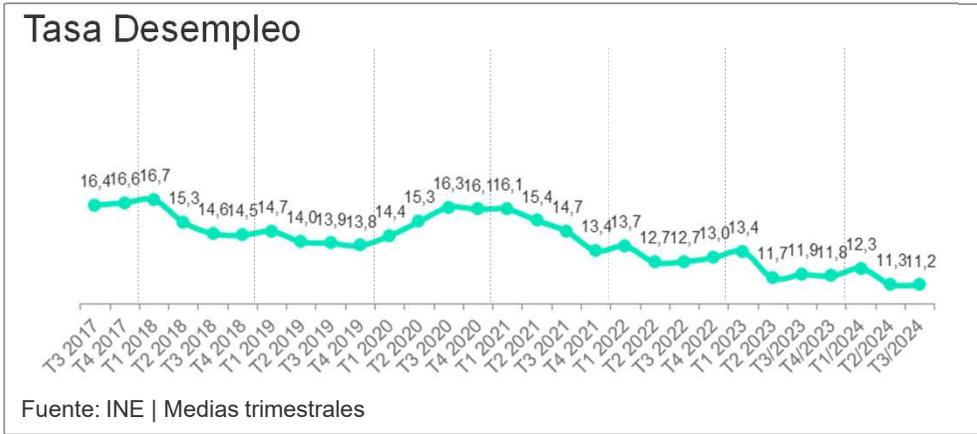
Universo: Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (19.167.173 en 2024, 18.903.935 en 2023, 18.623.516 en 2022,).

El universo utilizado para el cálculo de los años del siguiente informe ha sido actualizado con el nuevo censo 2021 establecido por el INE y publicado en 2023.

Muestra: 12.500 Hogares que apuntan diariamente sus compras con un lector óptico de todos los productos de alimentación: alimentos y bebidas incluidas las bebidas espirituosas.

Precio medio: el precio promedio pagado por el consumidor, teniendo en cuenta el peso de cada producto comprado sobre el total de las compras de la categoría.

Los consumidores se mantienen prudentes en cuanto a las perspectivas futuras, a pesar de que los indicadores económicos muestran tendencias alentadoras



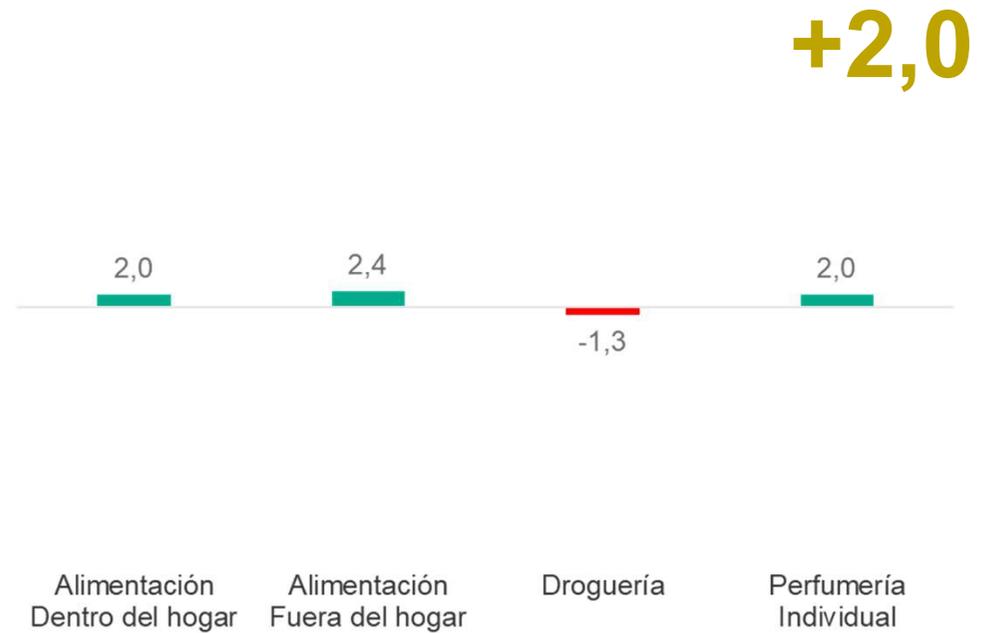
Gran Consumo continúa creciendo en valor, aun explicado por la inflación

Evolución Valor FMCG dentro y fuera del hogar CUM P11/2024:

Ventas FMCG dentro y fuera del hogar CUM P11/2024

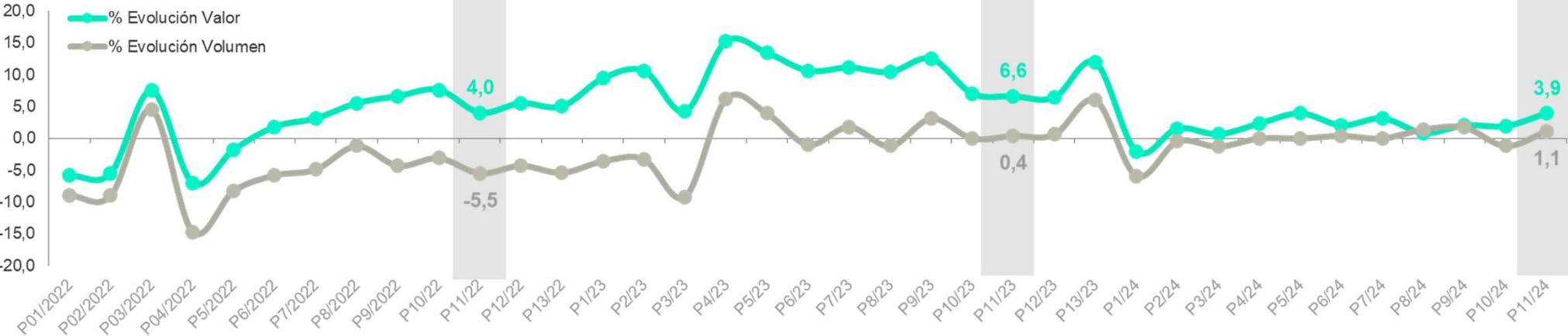


- Alimentación dentro del hogar
- Alimentación fuera del hogar
- Droguería
- Perfumería Individual



Si bien mantenemos una ligera contracción en demanda explicado por los primeros meses del año, el mercado se ha mantenido estable en volumen en la mayor parte del año

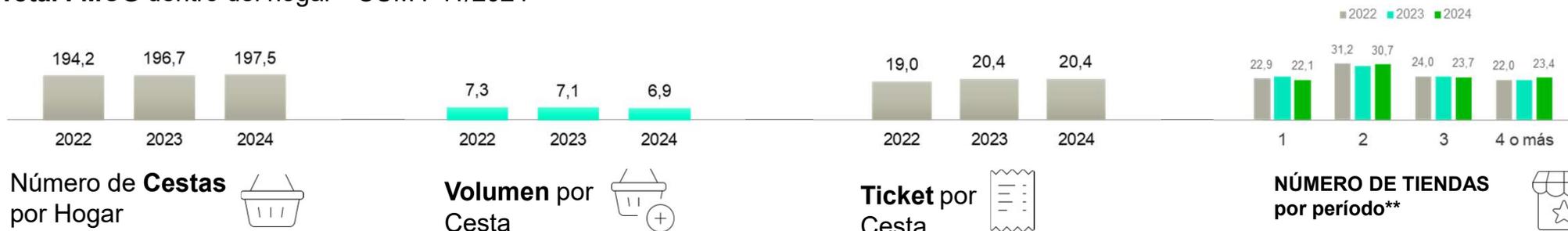
Total FMCG* dentro del hogar



Mayor número de actos y cestas más pequeñas, permiten al consumidor mantener estable el ticket de compra



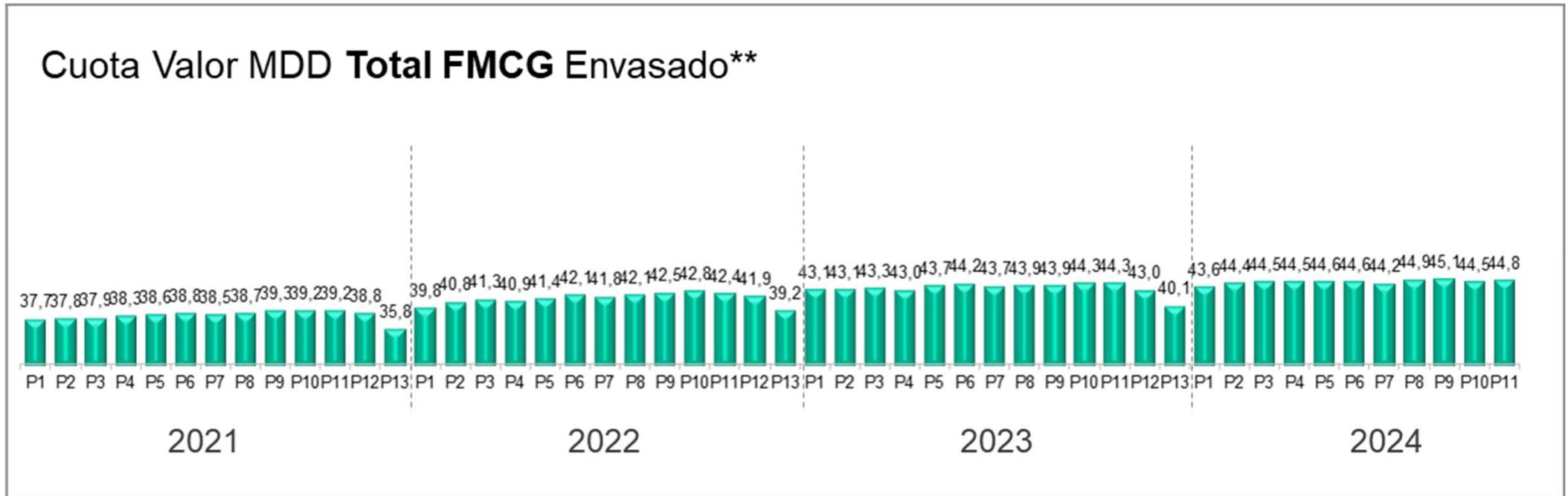
Total FMCG dentro del hogar * CUM P11/2024



Fuente: Kantar

La MDD se mantiene estable en los últimos períodos, desacelerando su crecimiento respecto al 2023

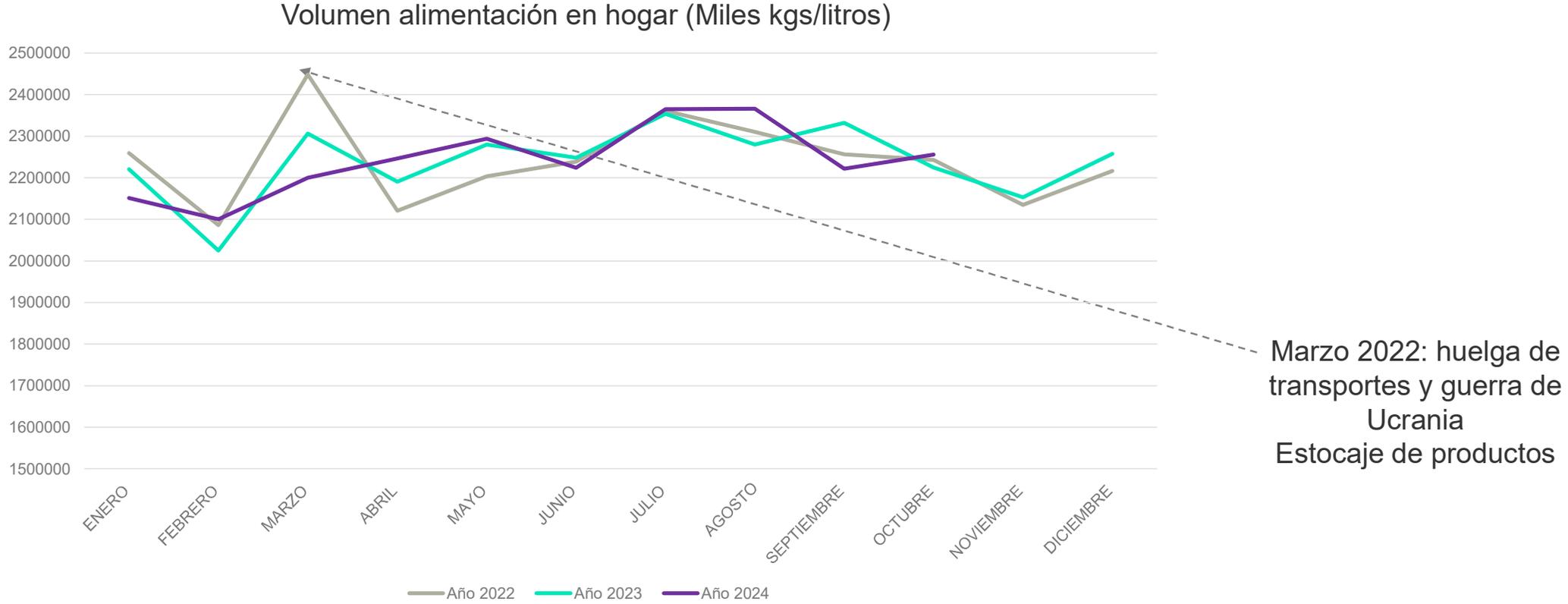
Cuota Valor MDD CUM P11/2024



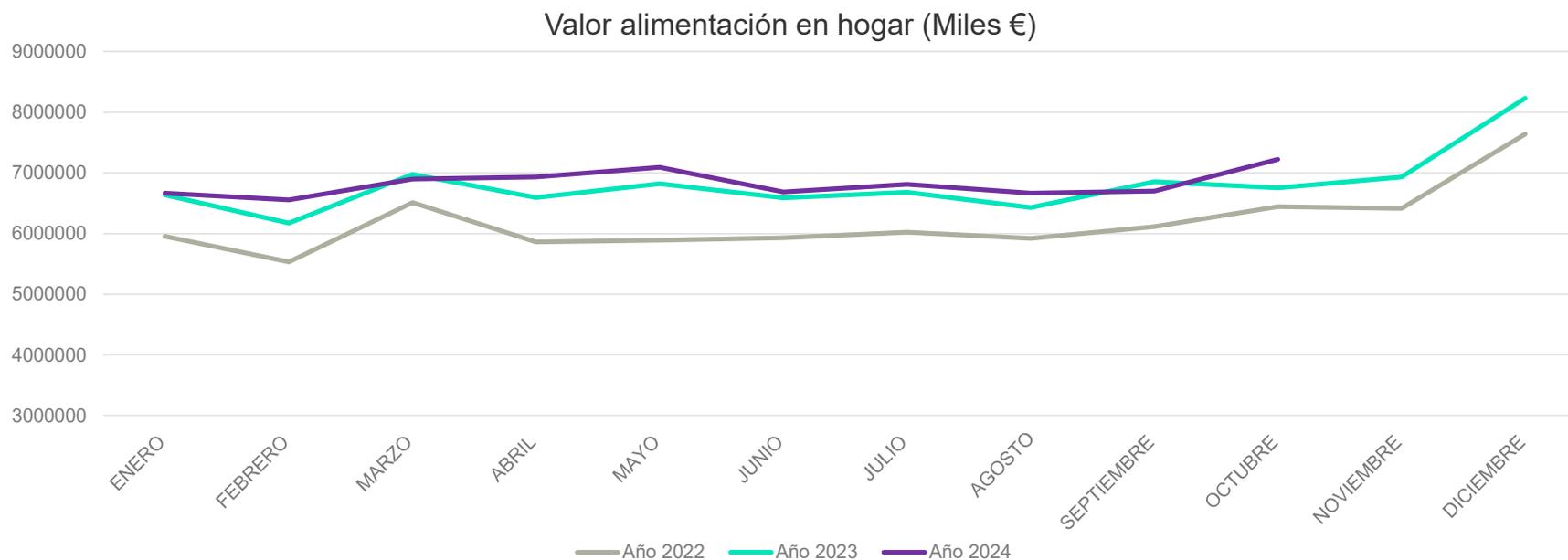
** Total FMCG Envasado: Alimentación Envasada (sin frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food

Fuente: Kantar

Se estabiliza el consumo de alimentación, con un mes de octubre de volumen similar a los dos años anteriores



Con mayor incremento de gasto de los hogares en alimentación en octubre



% EVOLUCION

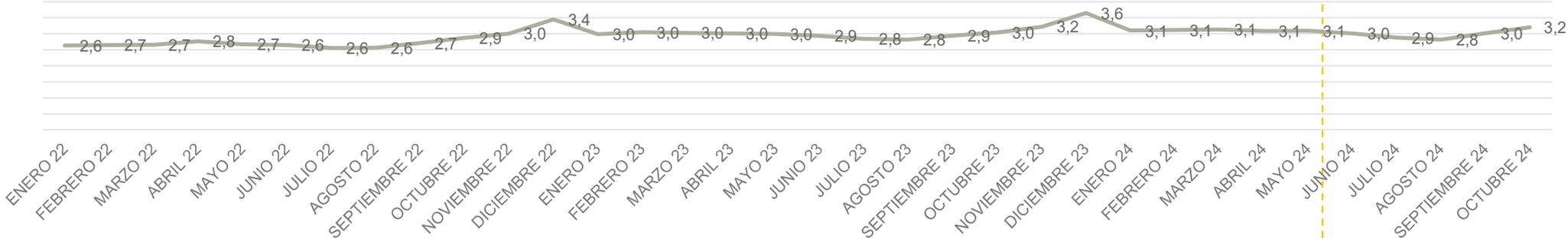
VALOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
2023/2022	11,4	11,6	7,1	12,5	15,8	11,1	11,0	8,5	12,1	4,8
2024/2023	0,5	6,1	-1,1	5,2	4,0	1,5	1,9	3,7	-2,3	6,9

2

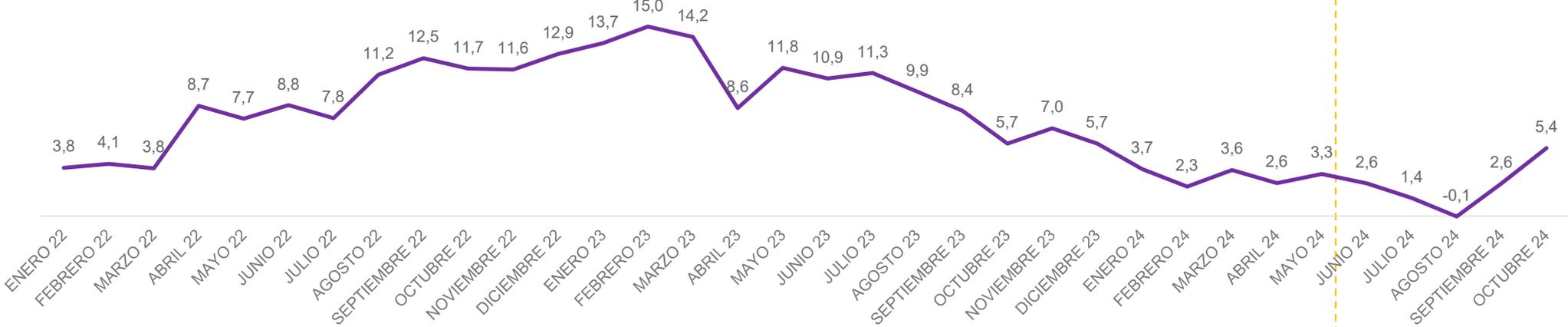
Evolución de los precios de los alimentos

Incrementos de precio muy contenidos en verano, octubre con mayor variación de precio que los meses precedentes

Precio medio Total Alimentación

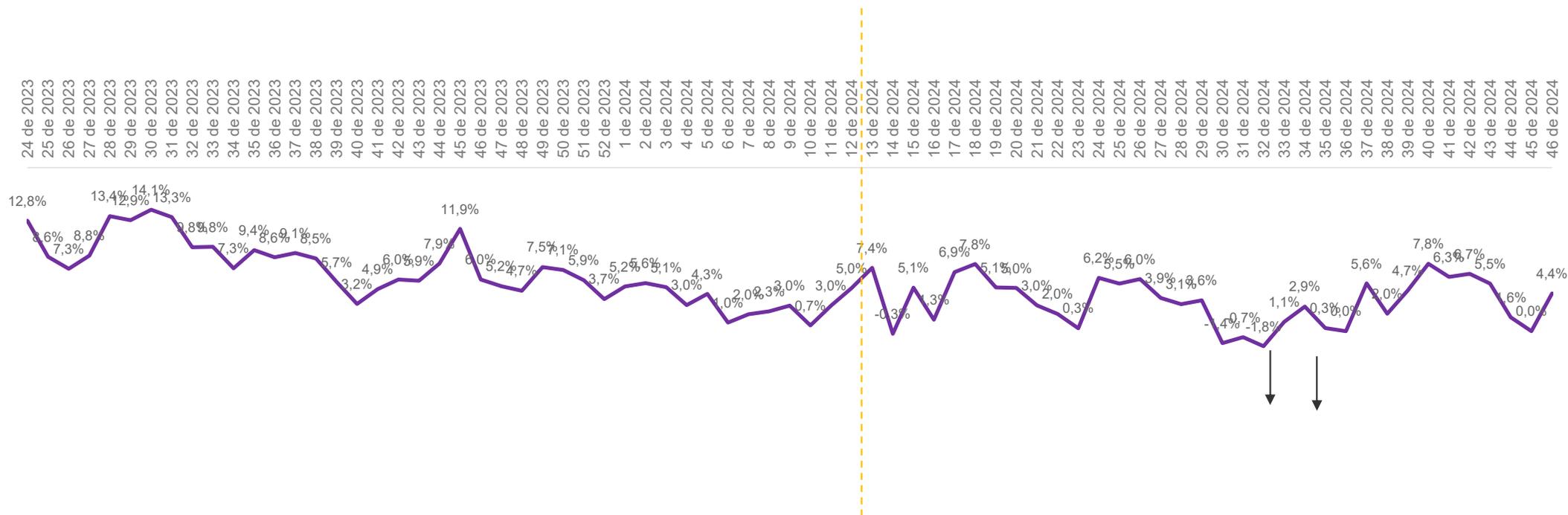


% Evolución precio medio sobre el mismo mes del año anterior



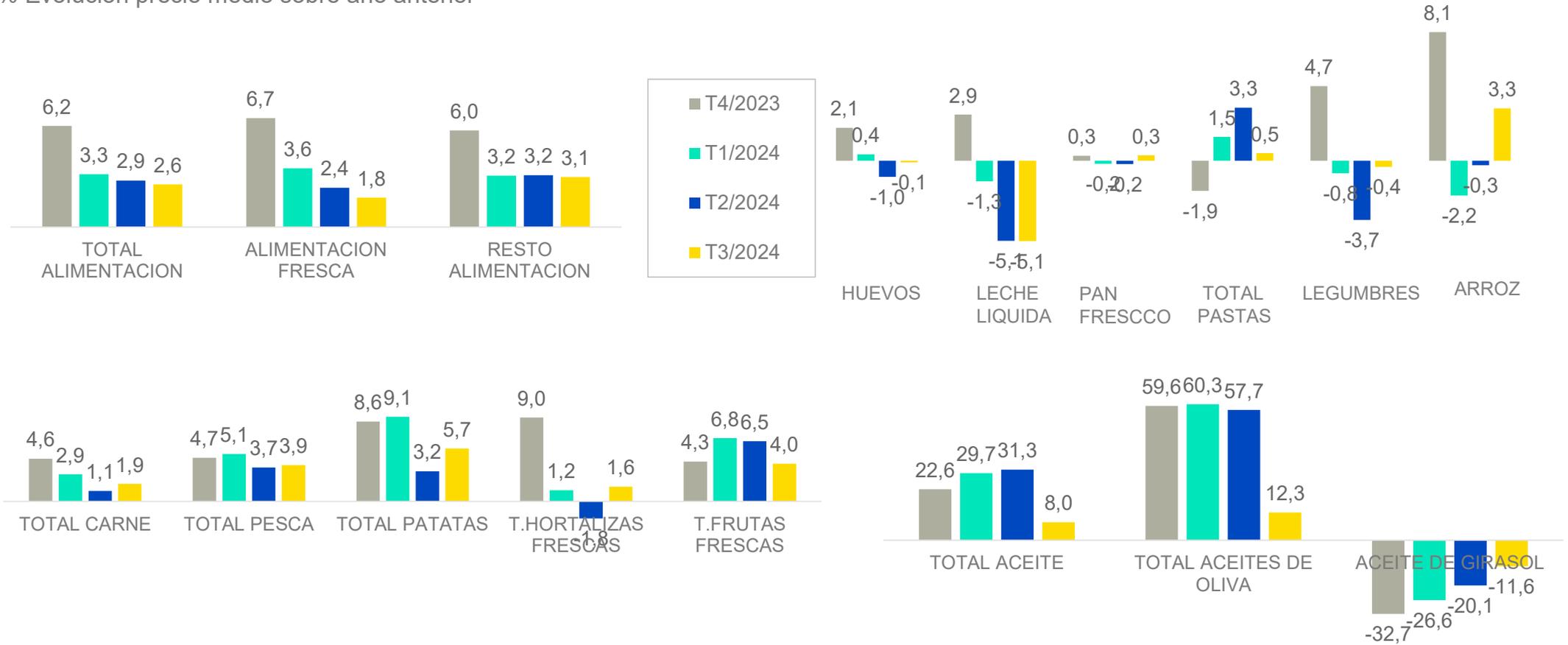
El incremento de los precios semanales se ralentiza en 2024, con semanas de decrecimiento en precio respecto a 2023

% Evolución Precio Medio Total Alimentación vs la misma semana del año anterior



Precios moderados en el tercer trimestre, con descenso en productos como leche, huevos y legumbres e incremento de precio contenido en frescos

% Evolución precio medio sobre año anterior



Conclusiones

- El incremento en gasto de alimentación en 2024 se explica por la evolución de los precios, desacelerándose a lo largo del año.
- La evolución de gasto en alimentación para consumo en casa es ligeramente inferior al de fuera del hogar.
- La marca del distribuidor aunque está por encima del cierre de 2023 en cuota de mercado, desacelera su crecimiento .
- Se ralentizan los incrementos de precio semanalmente en 2024, con semanas de decrecimiento de precio medio durante el verano, con cierto repunte en semanas de octubre.
- Después de incrementos de precio muy contenidos en verano, se observa un mes de octubre con mayor variación de precio.
- Se desacelera el incremento de los precios trimestre a trimestre, con los precios más moderados en el tercer trimestre, destaca el descenso en productos como leche, huevos y legumbres.
- Los productos frescos presentan un incremento de precio medio inferior al resto de alimentación.

Gracias!