



KANTAR

Análisis del consumo alimentario en el año 2024

El impacto de los precios

Kantar Worldpanel
14/11/2024

© 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:

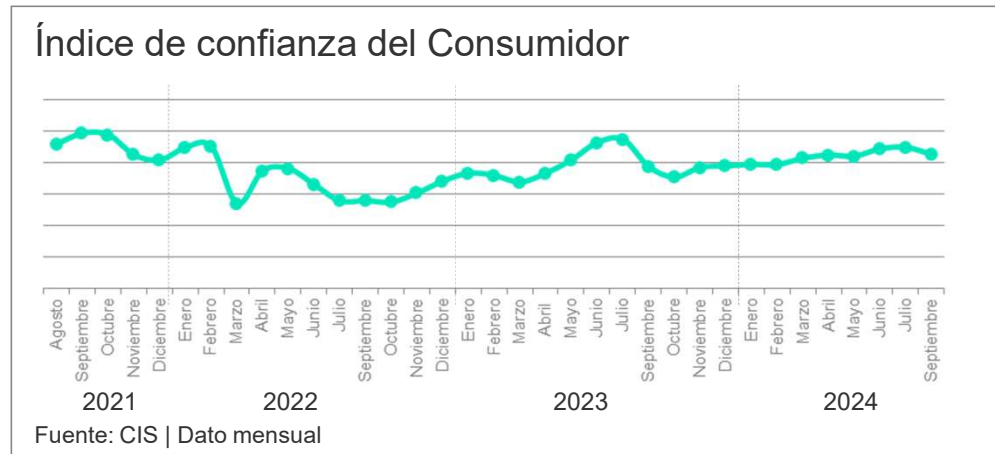
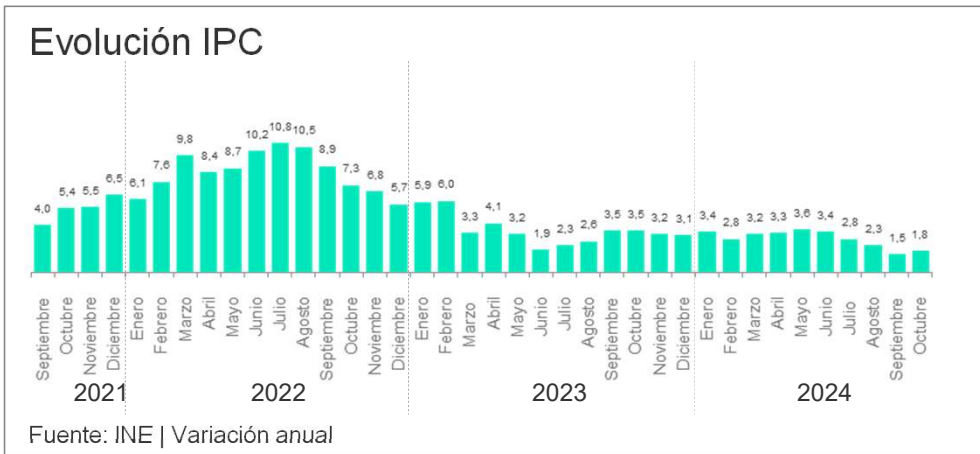
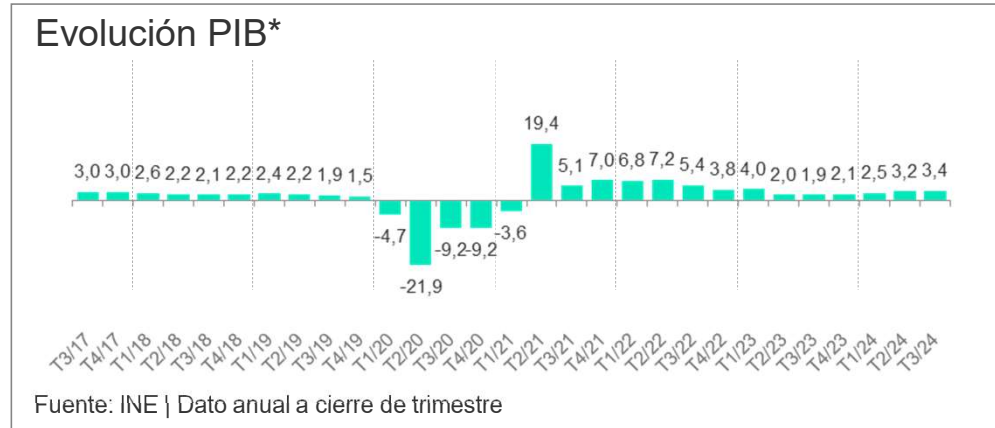
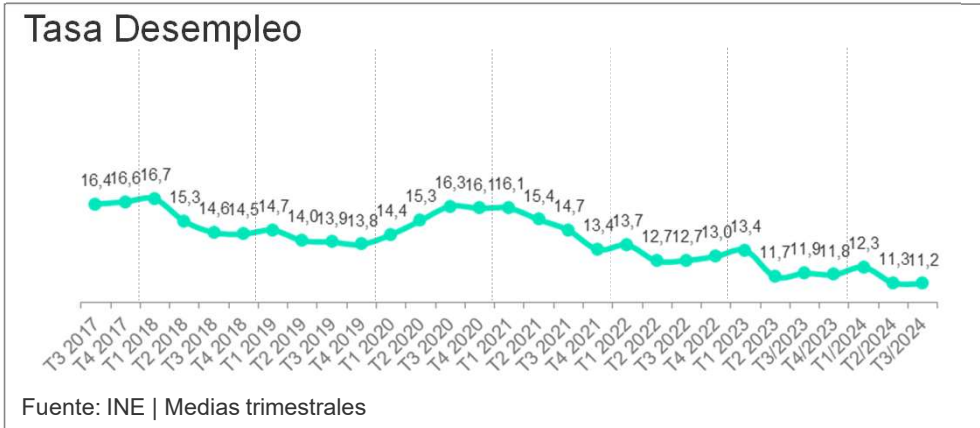
Universo: Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (19.167.173 en 2024, 18.903.935 en 2023, 18.623.516 en 2022,).

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.

La confianza del consumidor estable a pesar de que los índices macroeconómicos muestran buenas perspectivas



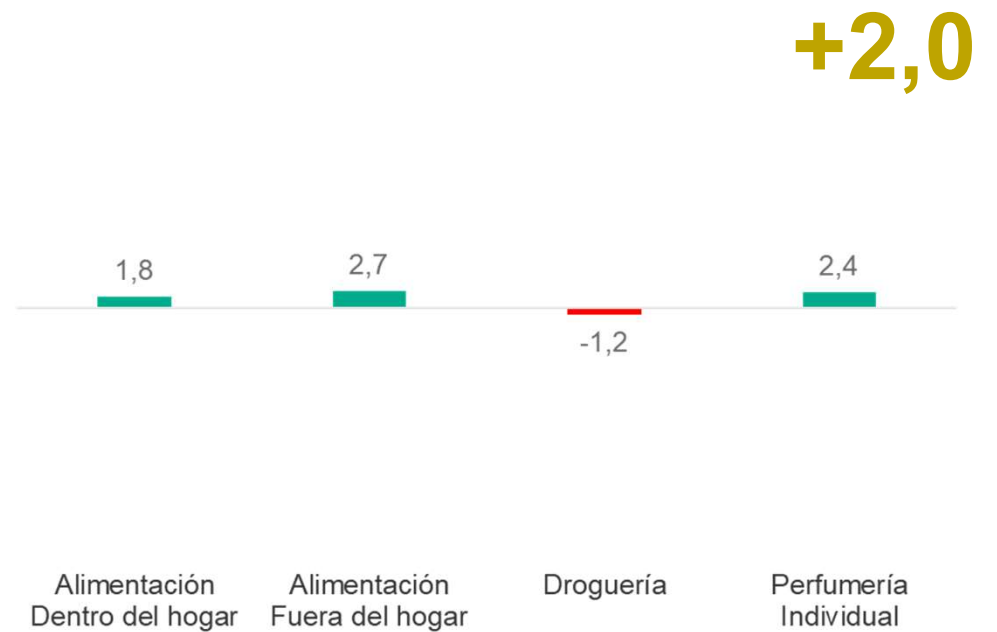
Evolución del gasto positiva, consecuencia aun de la inflación

Ventas FMCG dentro y fuera del hogar CUM P10/2024

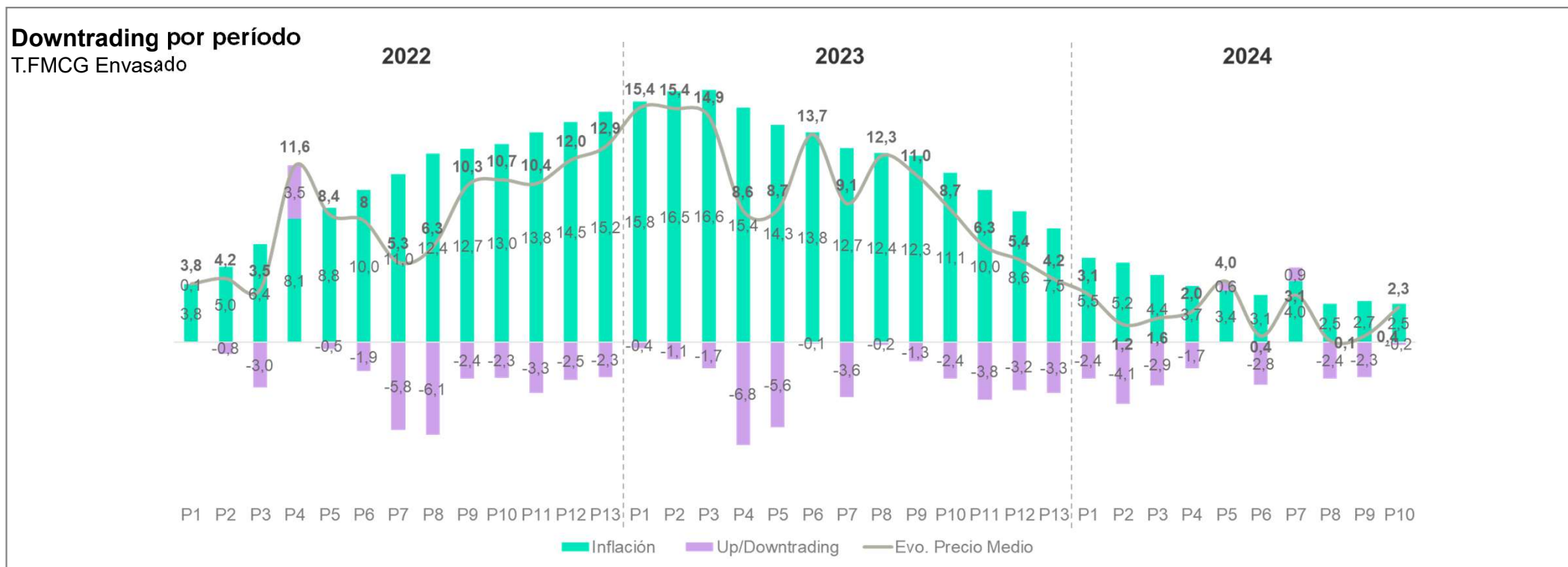


- Alimentación dentro del hogar
- Alimentación fuera del hogar
- Droguería
- Perfumería Individual

Evolución Valor FMCG dentro y fuera del hogar CUM P10/2024:



Por tercer período consecutivo, la inflación se posiciona por debajo de los 3 puntos, cercano a las evoluciones pre-crisis



* Total FMCG: Alimentación + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food.

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

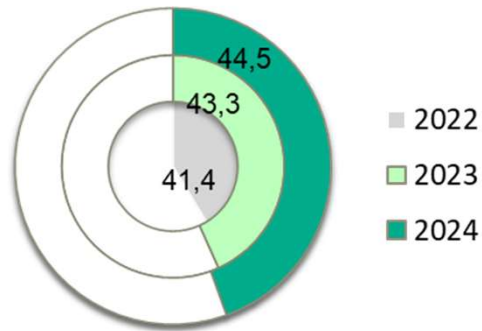
*** Inflación Kantar Worldpanel: Evolución del precio medio EAN a EAN, análisis sobre 80.000+ referencias. Total FMCG Envasado

Fuente: Kantar

Continúa ganando cuota la MDD

Cuota Valor MDD CUM P10/2024

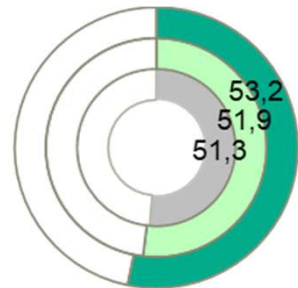
Total FMCG Envasado dentro del hogar**



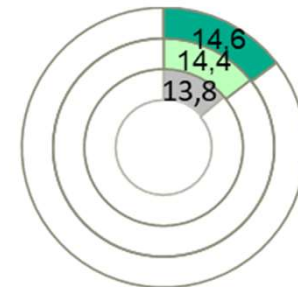
Alimentación envasada dentro del hogar



Droguería



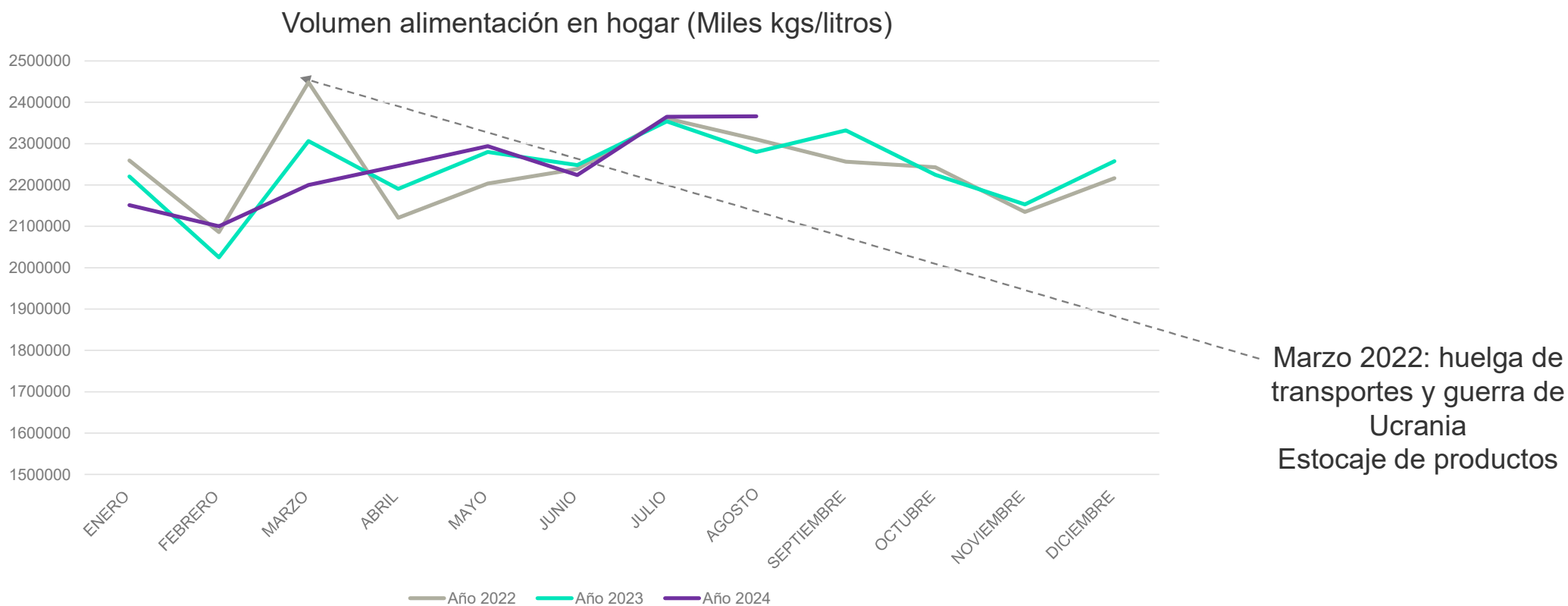
Perfumería Individual



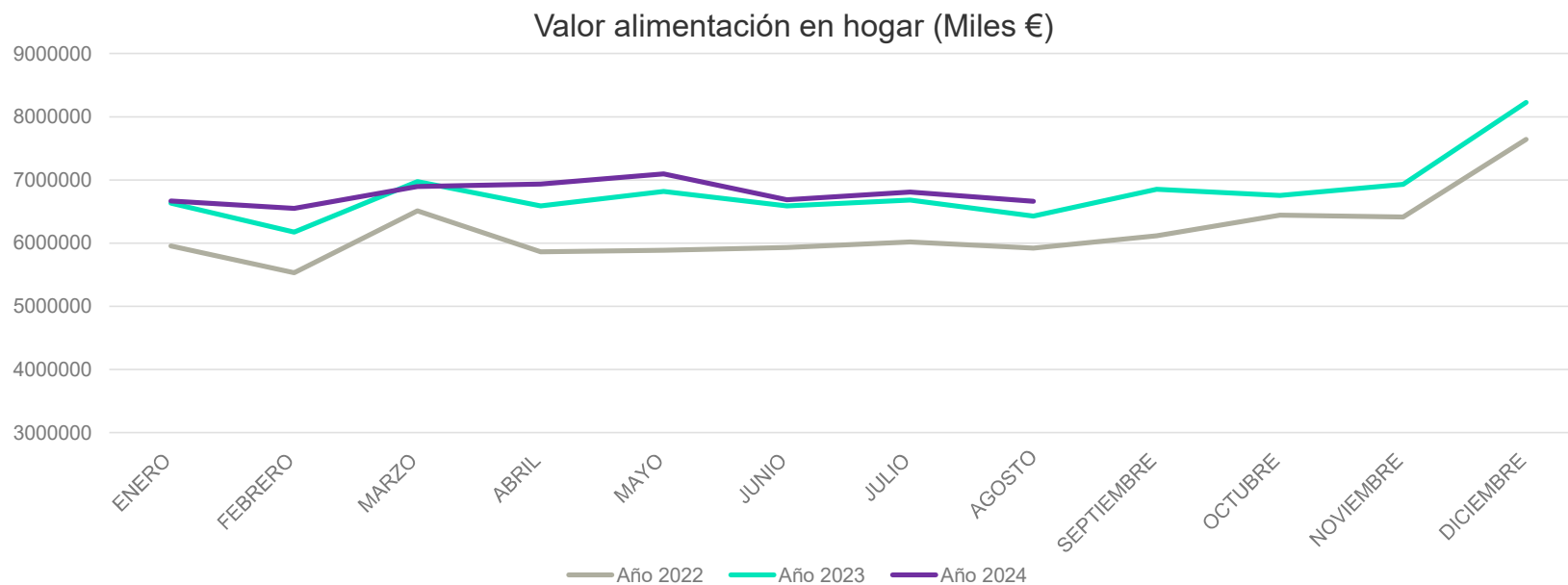
** Total FMCG Envasado: Alimentación Envasada (sin frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food

Fuente: Kantar

Se estabiliza el consumo de alimentación, con el mes de agosto de mayor volumen respecto a los dos años precedentes



El incremento de gasto de los hogares en alimentación se modera



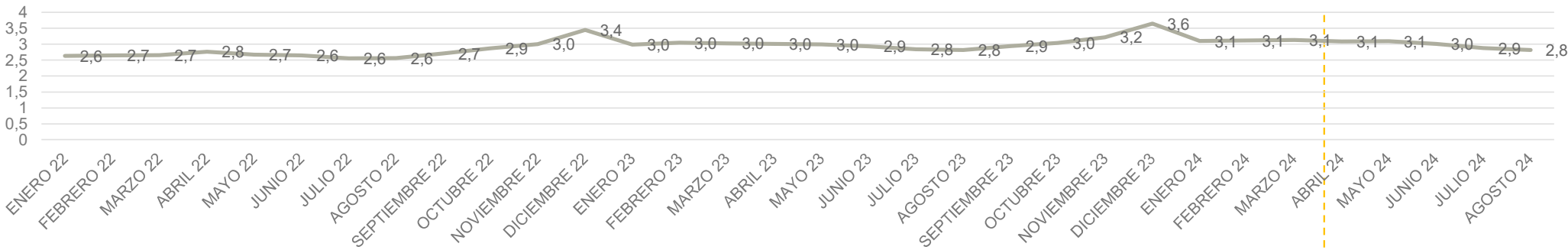
%Evolución VALOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
23/22	11,4%	11,6%	7,1%	12,5%	15,8%	11,1%	11,0%	8,5%
24/23	0,5%	6,1%	-1,1%	5,2%	4,0%	1,5%	1,9%	3,7%

2

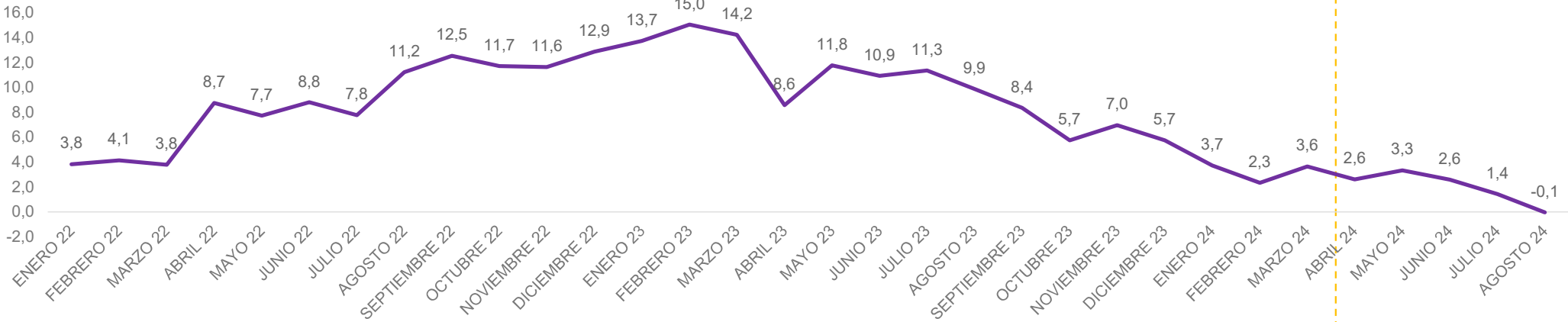
Evolución de los precios de los alimentos

Incrementos de precio que no superan el 3% en verano, llegando a un mes de agosto sin incremento

Precio medio Total Alimentación

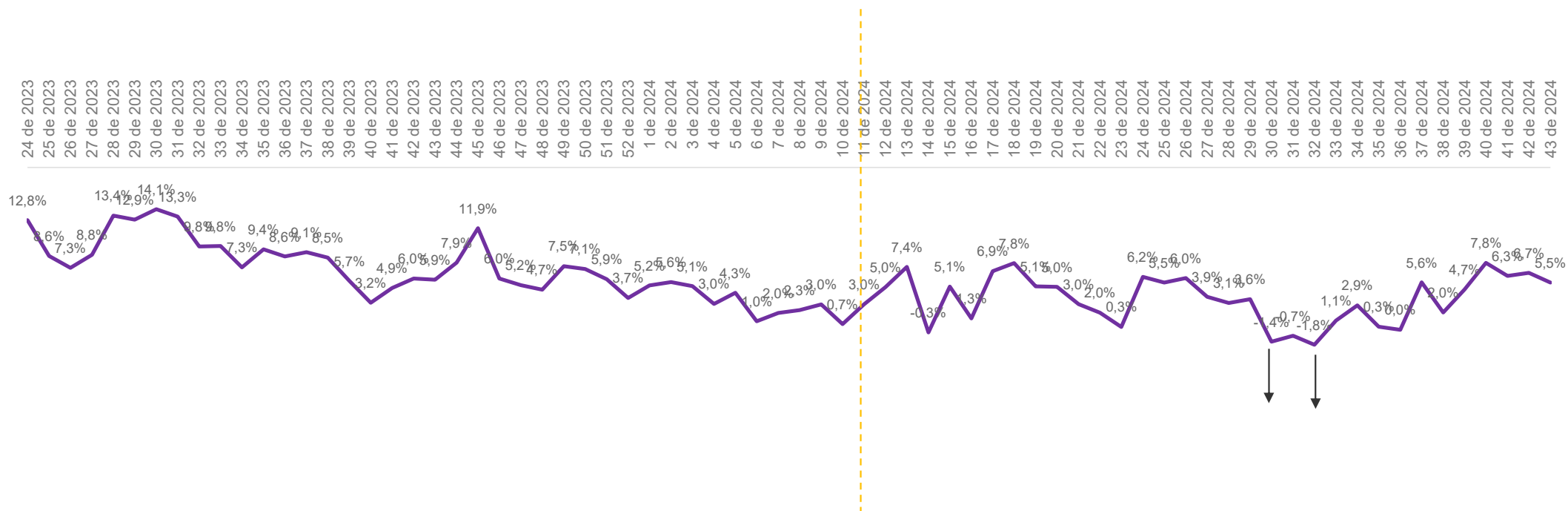


% Evolución precio medio sobre el mismo mes del año anterior



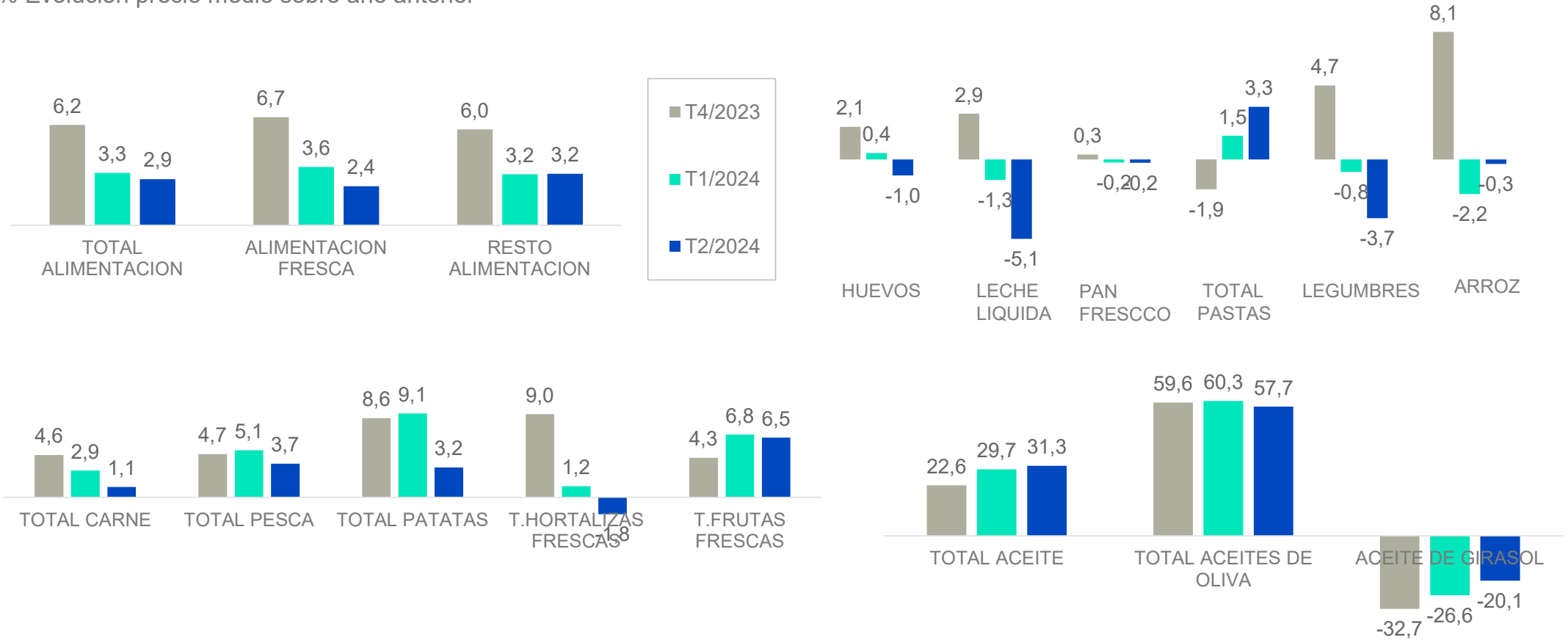
El incremento de los precios semanales se ralentiza en 2024, con semanas de decrecimiento en precio respecto a 2023

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



Un segundo trimestre con descenso de precio en productos como leche, huevos, pan fresco, legumbres o arroz, e incremento más contenido en frescos

% Evolución precio medio sobre año anterior



Conclusiones

- El incremento en gasto de alimentación en 2024 está siendo inferior a la inflación.
- La evolución de gasto en alimentación para consumo en casa es ligeramente inferior al de fuera del hogar.
- La marca del distribuidor cada vez ocupa más espacio en la cesta de la compra, representa el 46 % del valor en alimentación envasada, por encima del cierre de 2023 (45 %).
- Se ralentizan los incrementos de precio semanalmente en 2024, con semanas de decrecimiento de precio medio durante el verano.
- Habíamos observado meses con incrementos de precio inferiores al 3 %, como febrero y abril de 2024 (2,3 % y 2,6 % respectivamente), hay que destacar la contención de precios en meses de verano como julio y agosto (1,4 % y -0,1 %).
- Productos básicos en la cesta del hogar como leche, huevos, pan fresco, legumbre o arroz en el segundo trimestre del año se compran a precios inferiores al mismo trimestre de 2023. Se modera el incremento de los precios en productos frescos incluso con descenso de precio en hortalizas frescas.

Gracias!