

KANTAR

Análisis del consumo alimentario en el año 2024

El impacto de los precios

Kantar Worldpanel
02/07/2024



Agenda

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | Evolución de las compras en los primeros meses de 2024 | 3 |
| 2 | Evolución de los precios de los alimentos | 10 |

1

Evolución de las compras en los hogares en los primeros meses de 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:

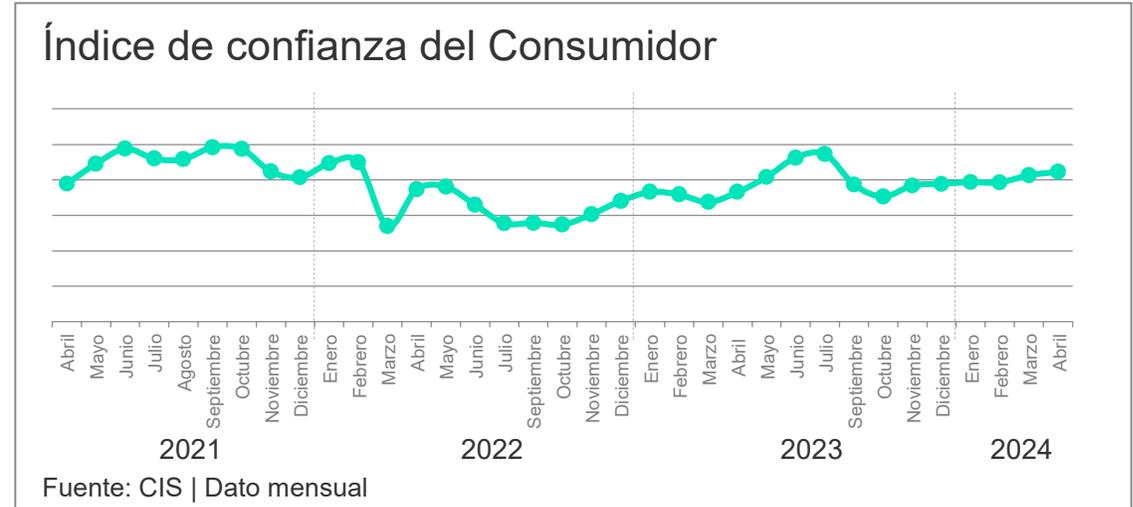
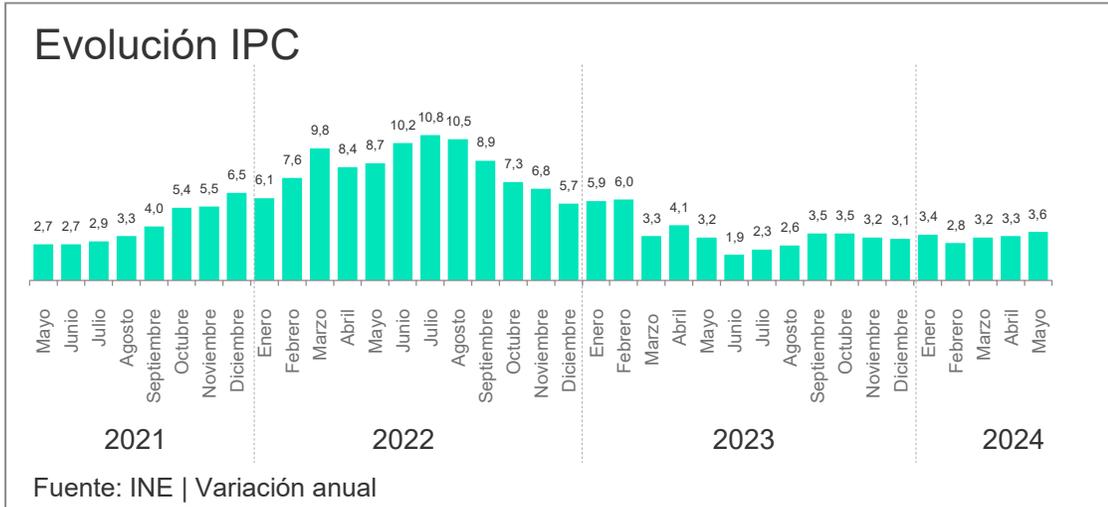
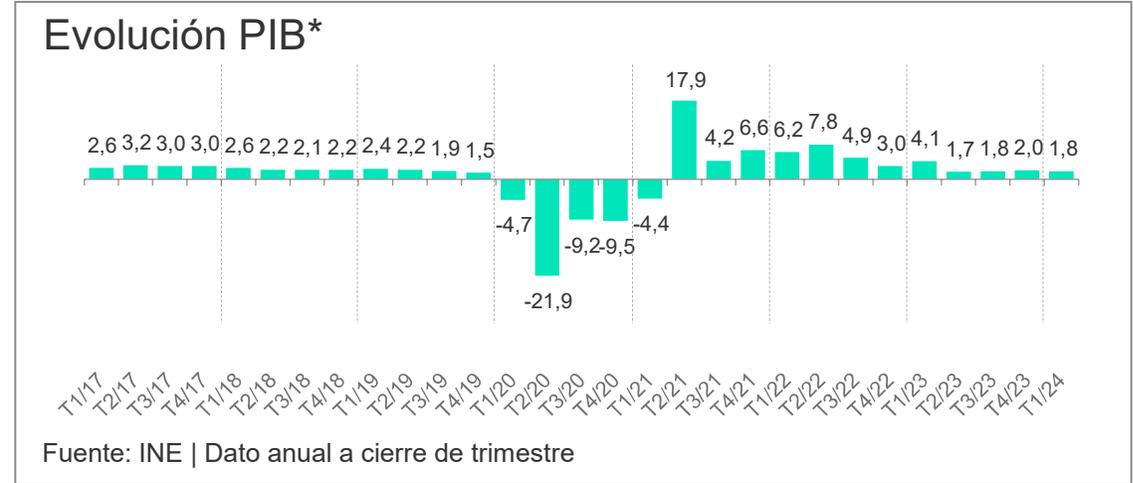
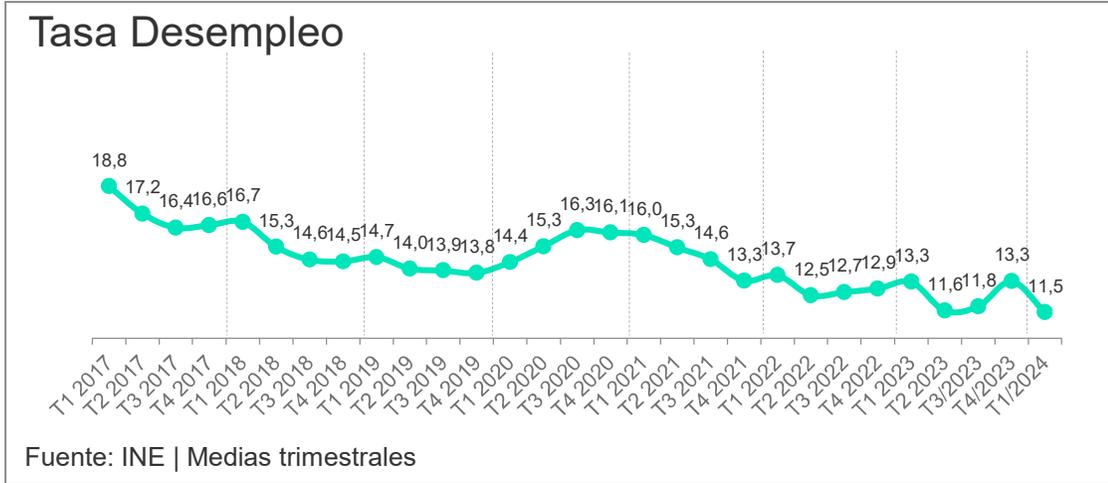
Universo: Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (19.167.173 en 2024, 18.903.935 en 2023, 18.623.516 en 2022,).

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.

El mes de febrero con el IPC más contenido, incrementa en los 3 mes siguientes sin afectar la confianza del consumidor



El gasto en alimentación incrementa menos que la inflación

Ventas FMCG dentro y fuera del hogar

Acumulado de 1 de enero a 19 de mayo 2024

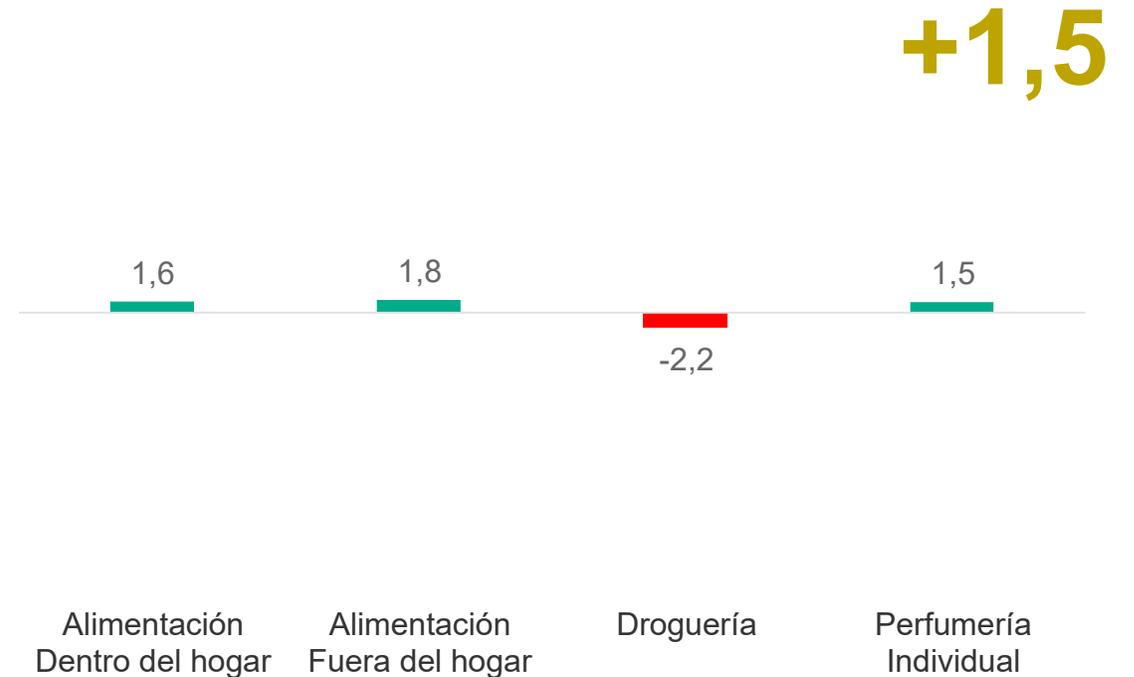


- Alimentación dentro del hogar
- Alimentación fuera del hogar
- Droguería
- Perfumería Individual

(01/01/24 a 19/05/24)

Evolución Valor FMCG dentro y fuera del hogar

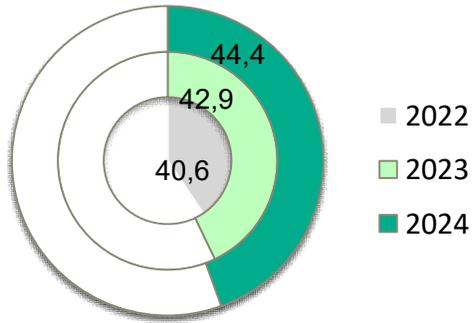
Acumulado de 1 de enero a 19 de mayo 2024



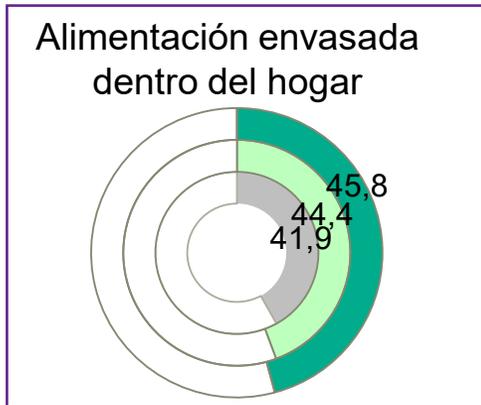
En alimentación envasada las marcas de distribución superan el 45 % del valor

Cuota Valor MDD Acumulado de 1 de enero a 19 de mayo 2024

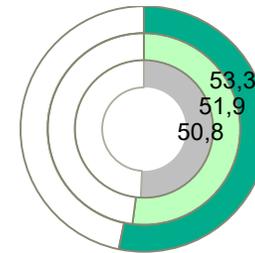
Total FMCG Envasado dentro del hogar**



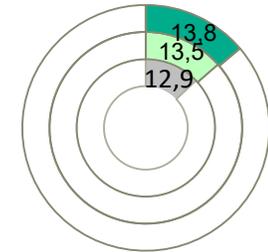
Alimentación envasada dentro del hogar



Droguería



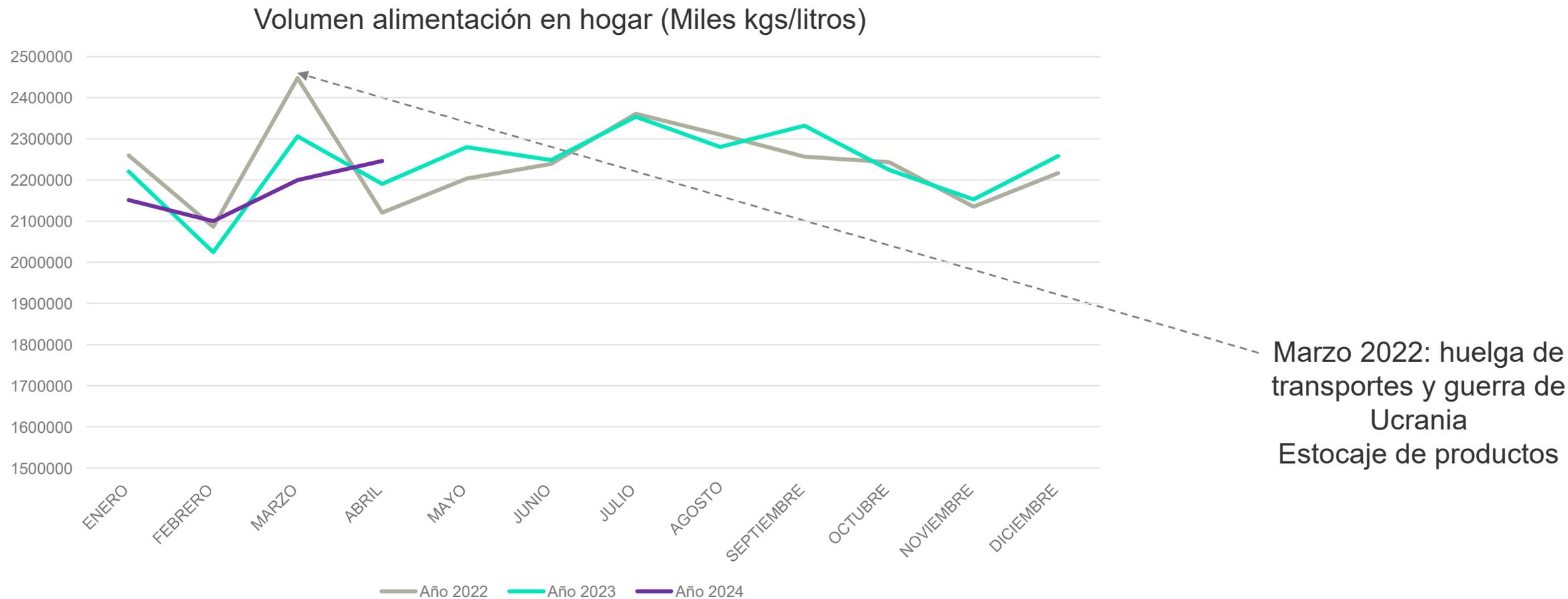
Perfumería Individual



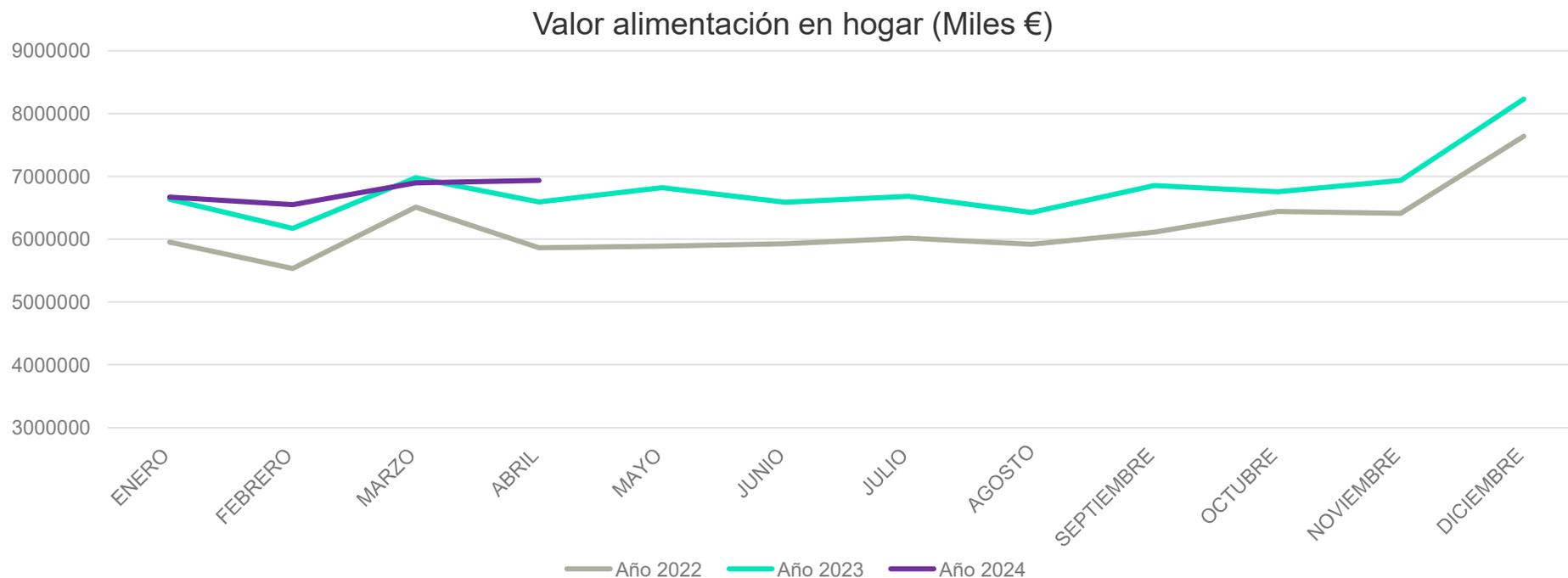
** Total FMCG Envasado: Alimentación Envasada (sin frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food

Fuente: Kantar

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



El incremento de gasto de los hogares en alimentación se modera



%EVOLUCIÓN

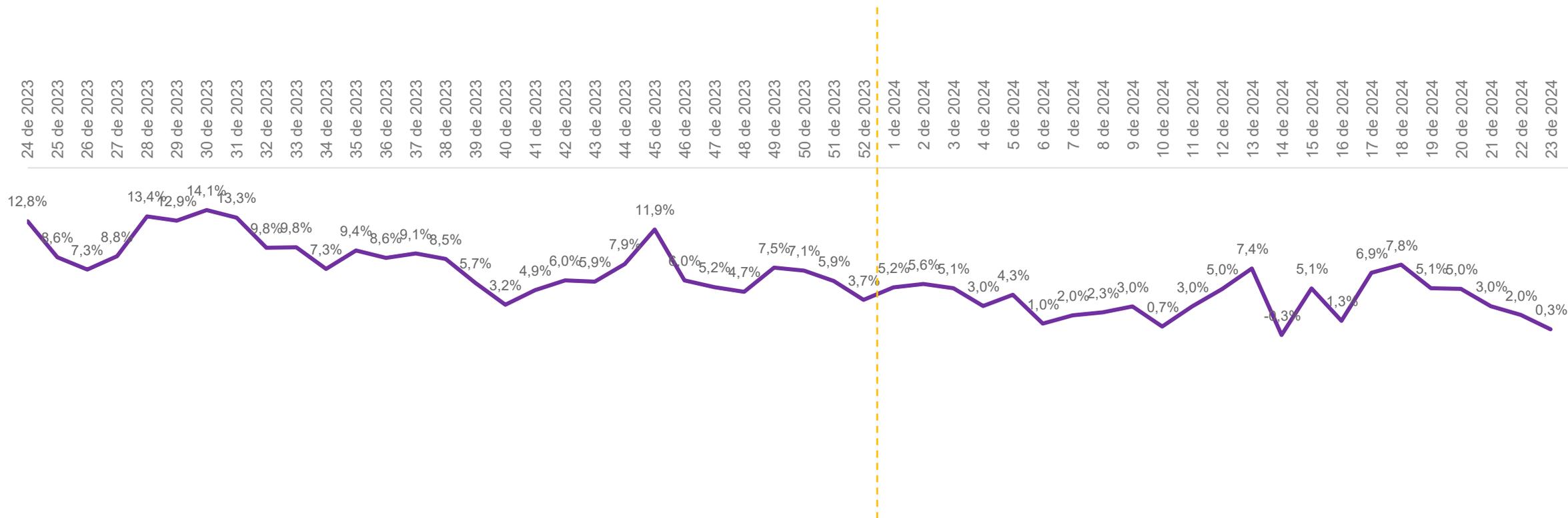
VALOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
2023 VS 2022	11,4%	11,6%	7,1%	12,5%
2024 VS 2023	0,5%	6,1%	-1,1%	5,2%

2

Evolución de los precios de los alimentos

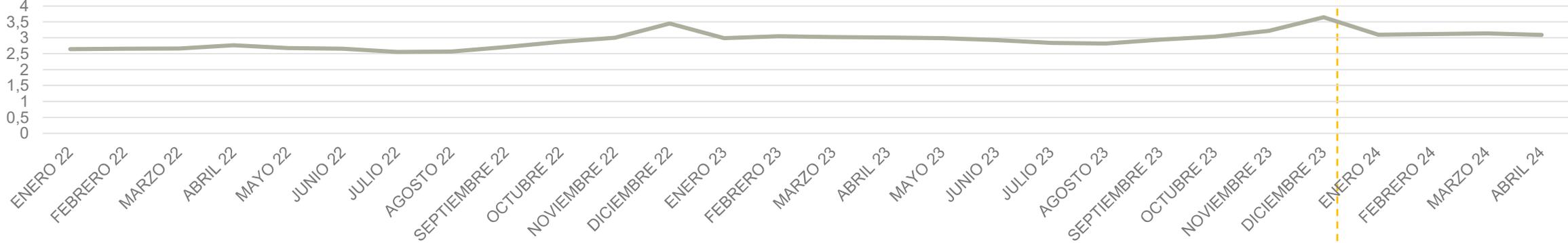
El incremento de los precios se ralentiza en 2024

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

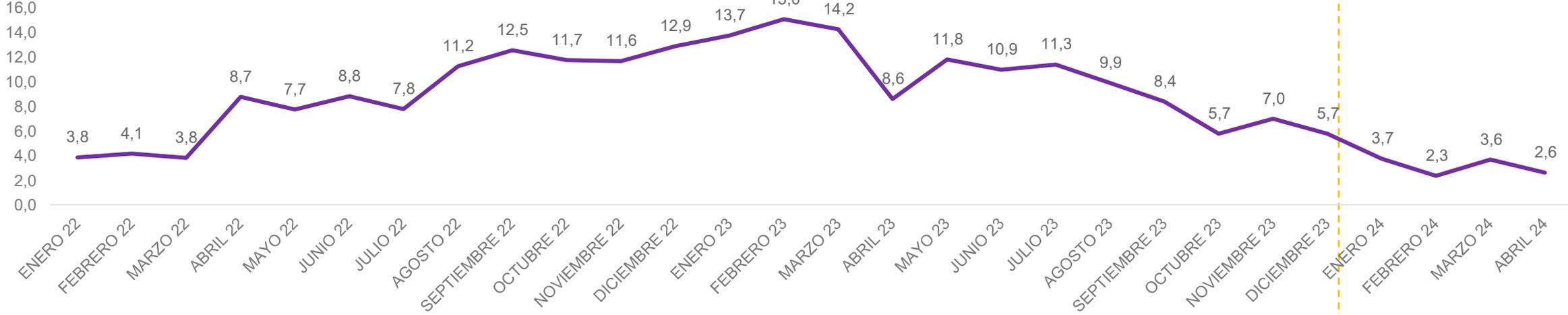


Los meses de febrero y abril de 2024 obtienen el menor crecimiento de precio

Precio medio Total Alimentación

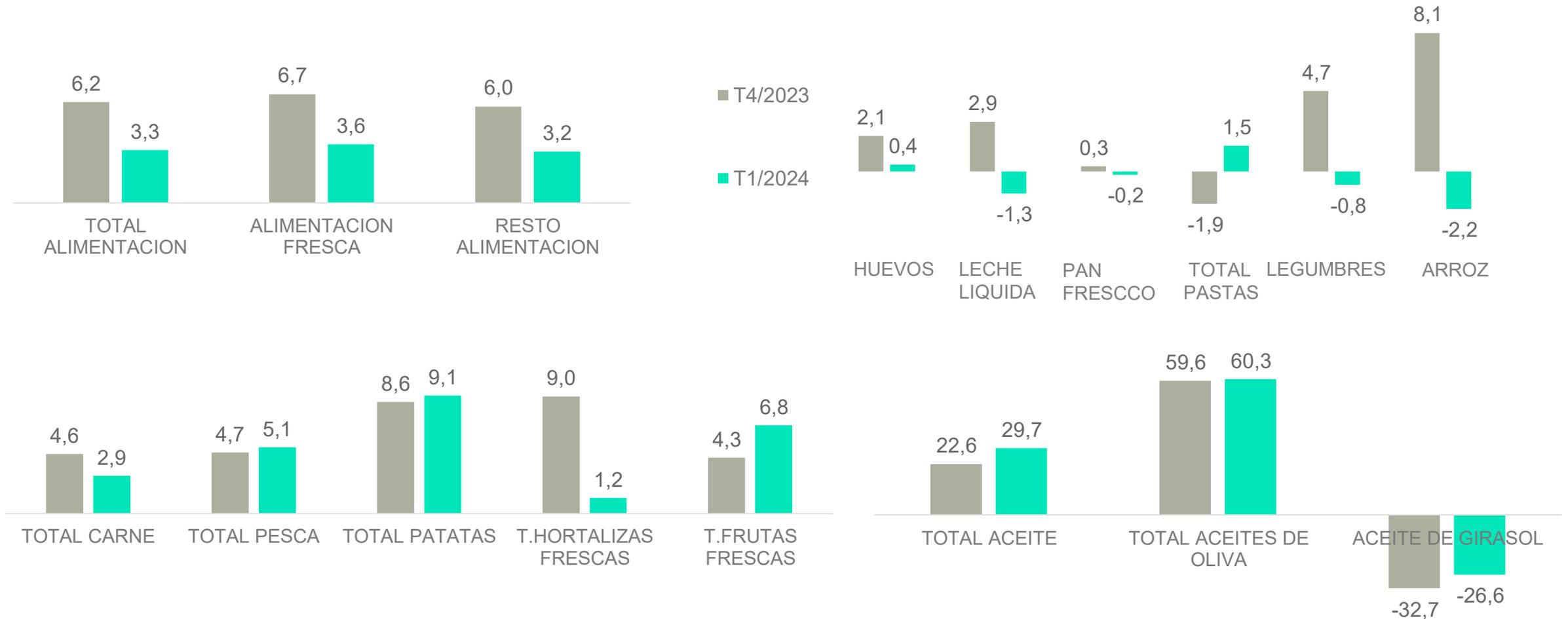


% Evolución precio medio sobre el mismo mes del año anterior



En el primer trimestre de 2024 se detectan descensos de precio en productos como leche, pan fresco, legumbres o arroz

% Evolución precio medio sobre año anterior



Conclusiones

- El incremento en gasto de alimentación en el comienzo de 2024 está siendo inferior a la inflación.
- La evolución de gasto es muy similar en alimentación para consumo en casa y fuera del hogar.
- La marca del distribuidor cada vez pesa más en la cesta de la compra, llega al 45,8 % del valor en alimentación envasada, por encima del cierre de 2023 (45 %).
- Se ralentizan los incrementos de precio semanalmente en 2024.
- Observamos meses con incrementos de precio inferiores al 3 %, como febrero y abril de 2024 (2,3 % y 2,6 % respectivamente).
- Productos básicos en la cesta del hogar como leche, pan fresco, legumbre o arroz se han comprado en el primer trimestre de 2024 a precios inferiores al mismo trimestre de 2023.

Gracias!