

KANTAR

Análisis del consumo alimentario en el año 2023

El impacto de los precios

Kantar Worldpanel
14/02/2024



Agenda

- 1 Evolución de las compras durante el año 2023 3
- 2 Evolución de los precios de los alimentos 9

1

Evolución de las compras en los hogares en el año 2023

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:

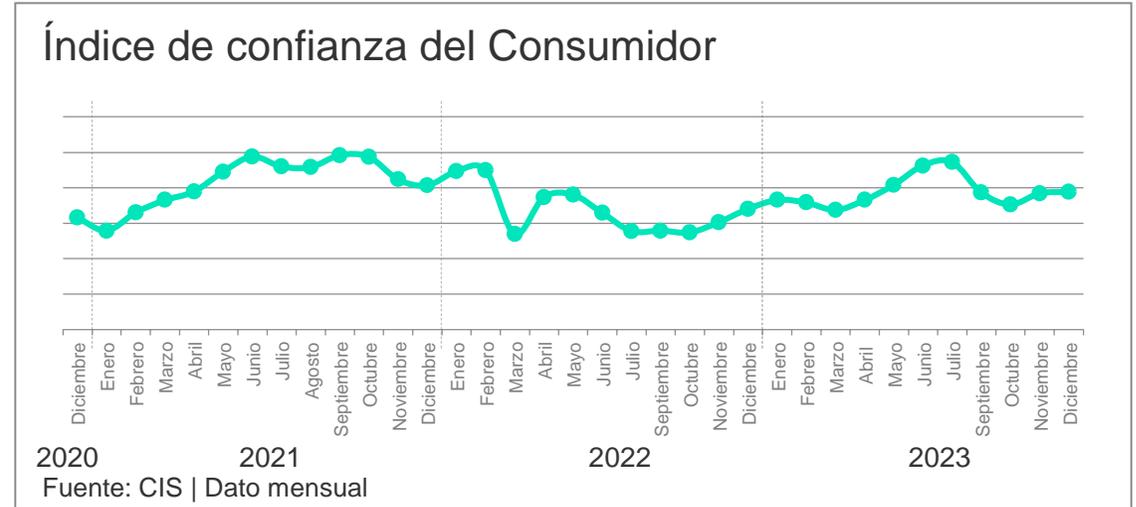
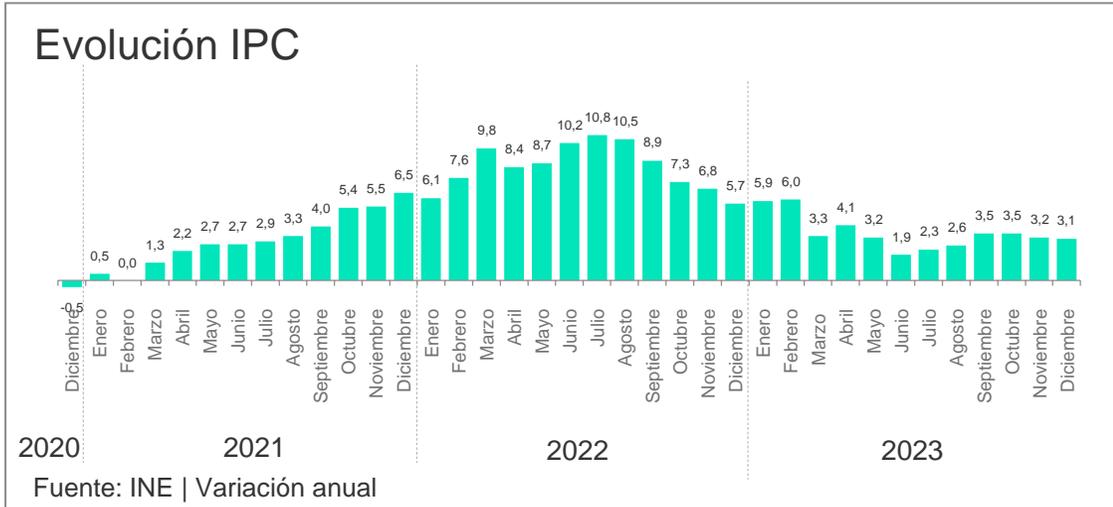
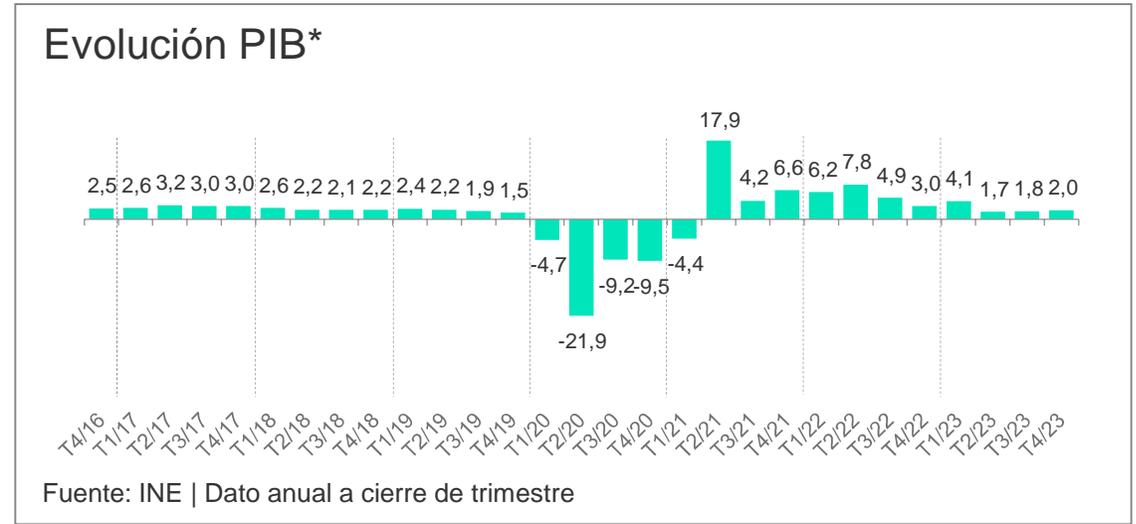
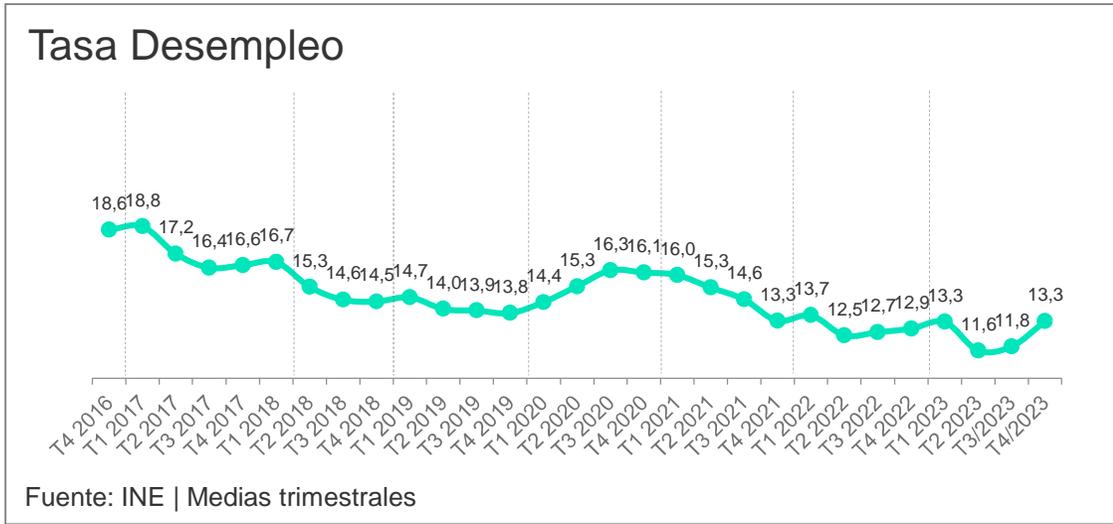
Universo: Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (19.063.170 en 2023, 18.737.475 en 2022, 18.682.670 en 2021, 18.716.109 en 2020 y 18.582.890 en 2019).

El universo utilizado para el cálculo de los años del siguiente informe ha sido actualizado con el nuevo censo 2011 establecido por el INE.

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 moderación del IPC impacta en la confianza del consumidor en junio y julio



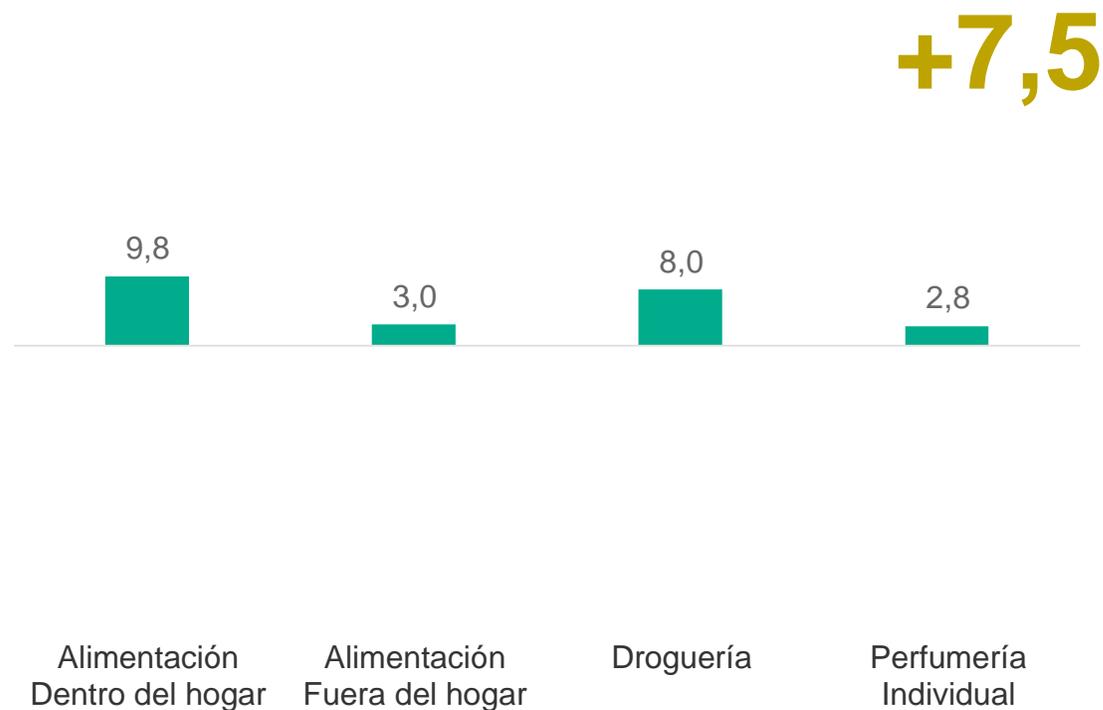
Mayor gasto en productos de gran consumo en 2023

Ventas FMCG dentro y fuera del hogar en 2023



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

Evolución Valor FMCG dentro y fuera del hogar en 2023

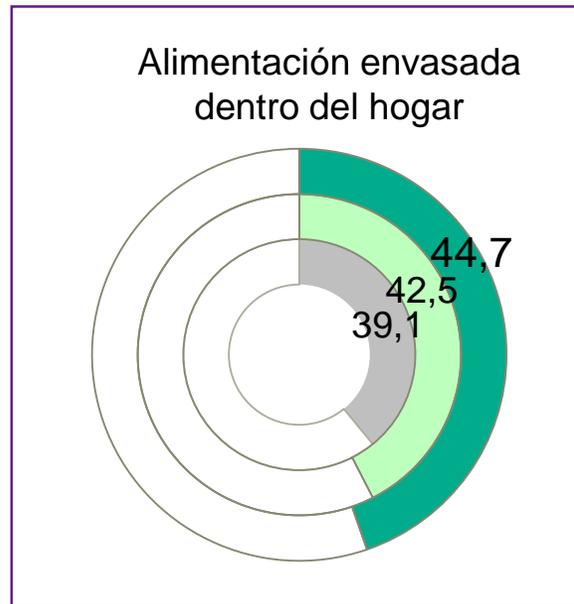
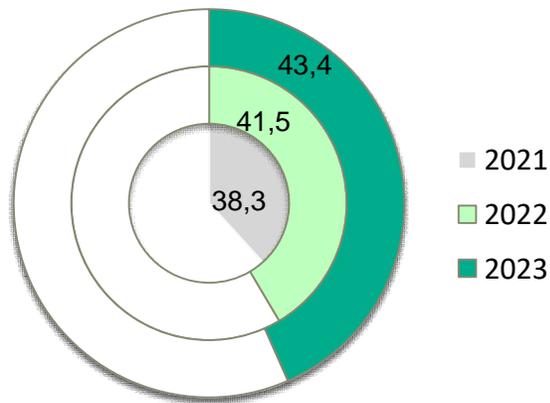


Fuente: Kantar

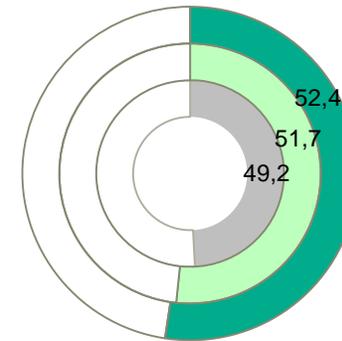
En alimentación envasada las marcas de distribución representan el 45 % del valor

Cuota Valor MDD Año 2023

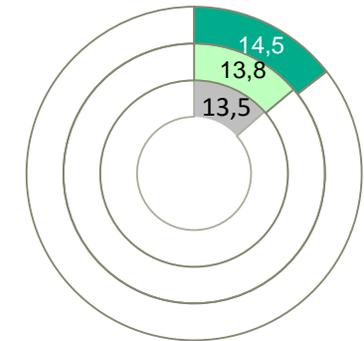
Total FMCG Envasado dentro del hogar**



Droguería



Perfumería Individual

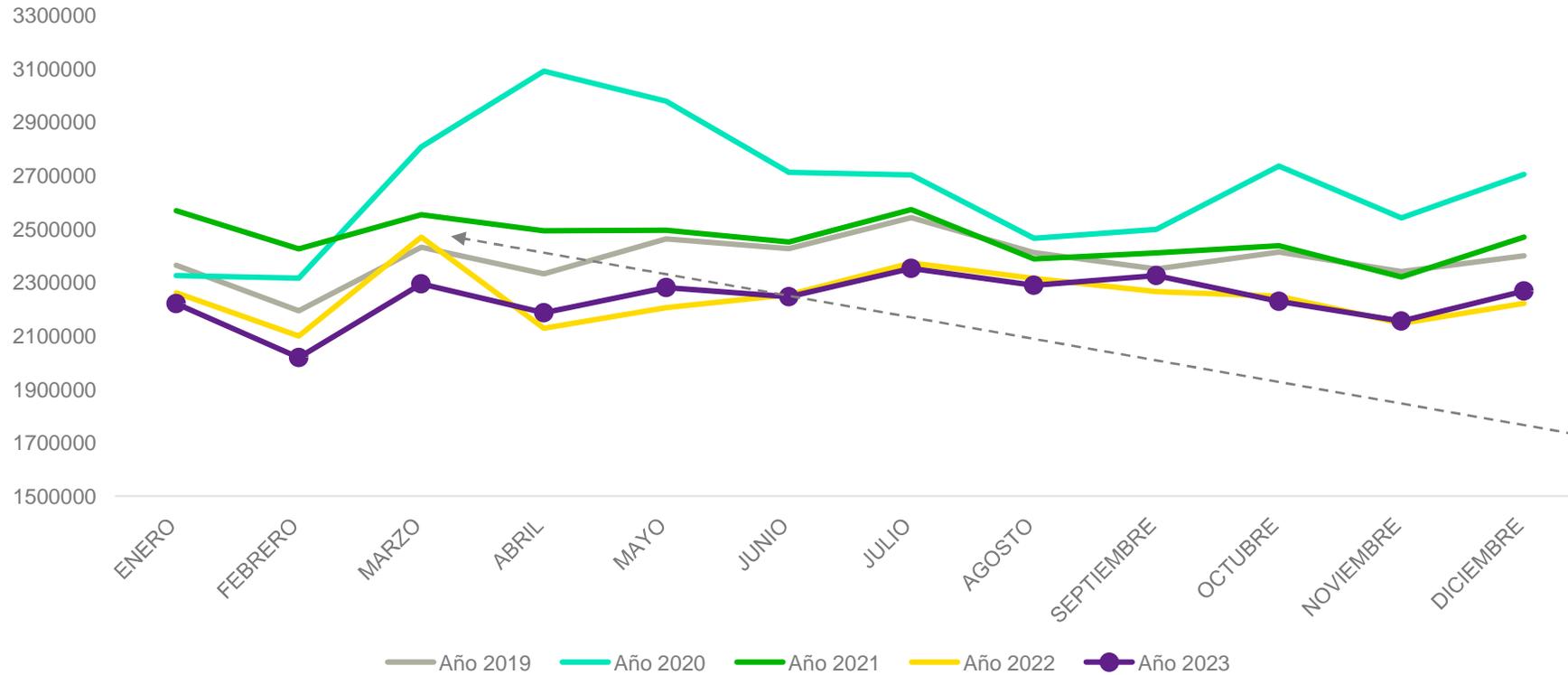


** Total FMCG Envasado: Alimentación Envasada (sin frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food

Fuente: Kantar

Se estabiliza el consumo de alimentación

Volumen alimentación en hogar (Miles kgs/litros)



Impacto de la pandemia (2020, 2021 hasta marzo 2022 efecto Omicrom)

Marzo 2022: huelga de transportes y guerra de Ucrania
Estocaje de productos

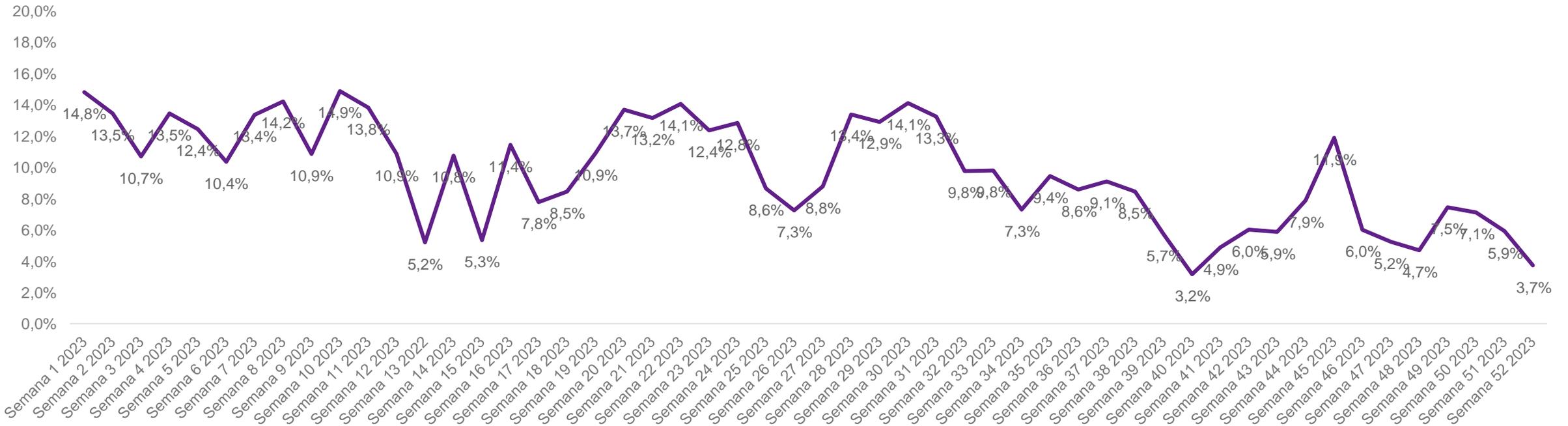
2

Evolución de los precios de los alimentos

Incrementos de precio más moderados en las últimas semanas del año

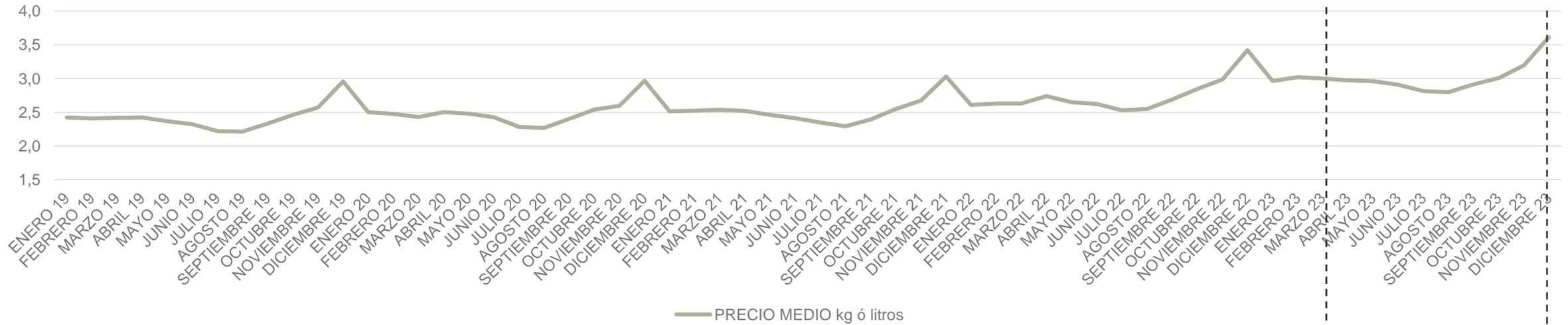
% Evolución Precio Medio vs la misma semana del año anterior

Total Alimentación

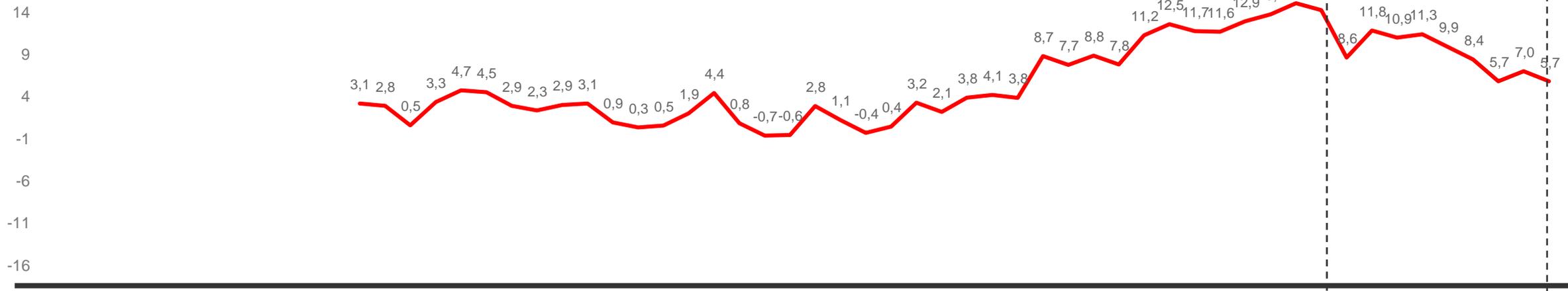


Abril marca el momento de inflexión llegando diciembre con un incremento del 5,7 %

Precio medio Total Alimentación

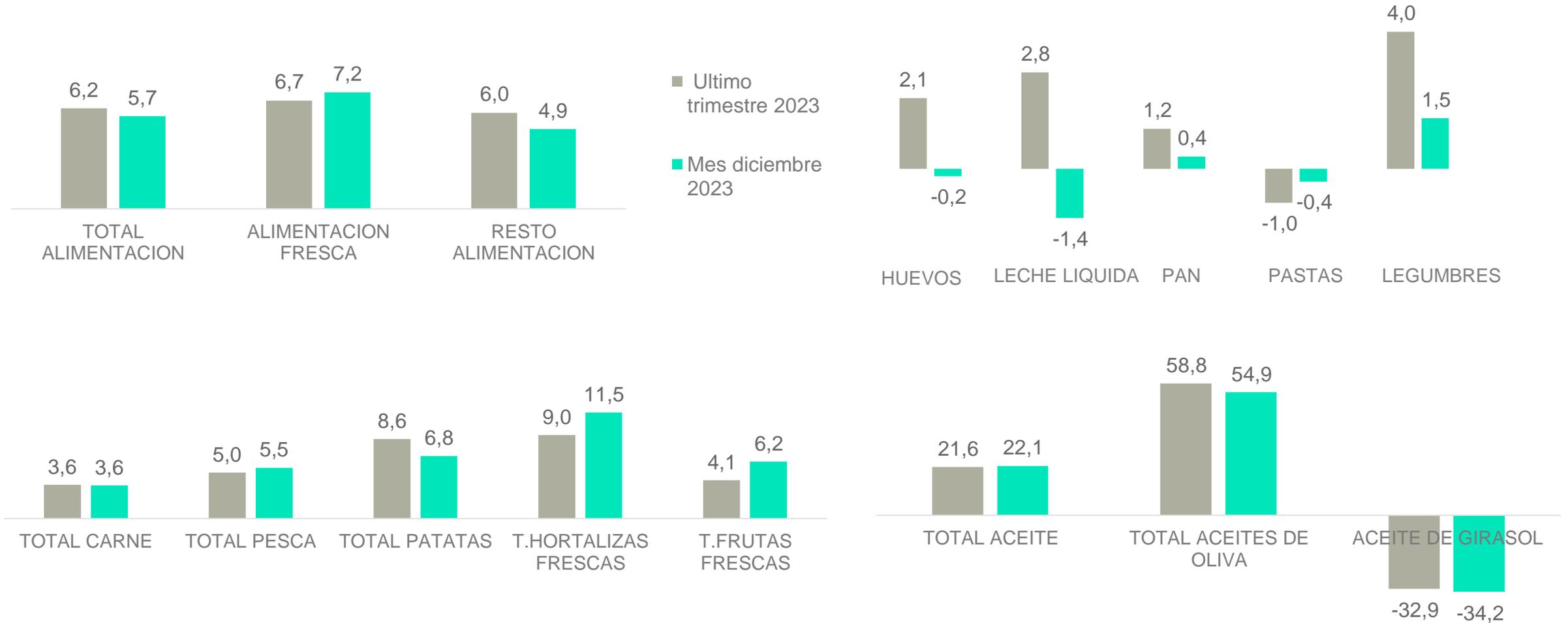


% Evolución precio medio Total Alimentación



En el último mes del año por productos como huevos, leche y pastas se pagó un precio inferior al del 2022

% Evolución precio medio sobre año anterior



Conclusiones

- A partir del segundo trimestre del año se estabiliza el consumo de alimentación en el hogar.
- El mayor incremento de gasto se produce en alimentación para consumo en casa y, aunque gastamos también más fuera del hogar es más moderado.
- La marca del distribuidor cada vez pesa más en la cesta de la compra, acaba el año llegando al 45 % del valor en alimentación envasada.
- En las últimas semanas del año se ralentizan los incrementos de precio.
- Observamos un mes de diciembre que, junto con octubre, presenta una evolución del 5,7 % la más baja del último año y medio.
- Productos básicos en la cesta del hogar como huevos, leche o pasta se han comprado en el último mes del año a precios inferiores al mismo mes de 2022.

Gracias!