

16 de Octubre

Día internacional de la alimentación

Un 16 de Octubre de 1945 se fundaba la Organización de las Naciones Unidas por la Alimentación y la Agricultura. Es desde entonces que cada 16 de Octubre se celebra el Día Internacional de la Alimentación, con el objetivo de promover el acceso y la concientización sobre una alimentación saludable. Kantar IBOPE Media comparte los insights de una de las industrias con mayor impacto sobre los consumidores.

TOP 5 Anunciantes
Sector Alimentación



Entre los supermercados más elegidos para comprar alimentos se encuentran



¿Qué pensamos los argentinos con respecto a la alimentación?

58%

afirma que está dispuesto a gastar más en comidas de buena calidad.

Los jóvenes de **18 a 24 años** tienen una alta afinidad por el **vegetarianismo** y un **35%** de ellos afirma que **vale la pena pagar un poco más por la comida orgánica.**

Principalmente **las mujeres** son quienes afirman **verificar el contenido nutricional** de los alimentos y **siempre están en busca de versiones diet/light de los alimentos y bebidas.**

Dentro del Sector Alimentación se destacan por su crecimiento interanual en inversión publicitaria los siguiente subsectores:



CARNES

+564%

Un **49%** de los hogares argentinos declaran **haber consumido fiambres/embutidos/salchichas en el último año.**



PASTAS

+182%

Un **51%** de los hogares **declaran haber consumido pastas en el último año**, principalmente secas. Las marcas más elegidas son: Lucchetti, Matarazzo y Don Vicente.



LACTEOS

+136%

Un **59%** de los hogares **consumen algún tipo de lácteo** como leche (regular o vegetal) manteca o queso. Dentro de los quesos, un 45% de los hogares consume de tipo regular y un 29% tipo crema.



INFUSIONES

+108%

Un **52%** de los hogares declaran **haber consumido café**, siendo el café instantáneo el más elegido.



DULCES Y POSTRES

+100%

En el último año, un 34% de los hogares declararon haber comido postre. De ellos, un 72% consumieron Dulce de leche, un 69% postres lácteos (cremosos, flanes, mousses, pudines) y un 54% gelatina.

Fuente: Kantar IBOPE Media. Inversión publicitaria multimedios en pesos brutos del sector alimentación. Enero - Agosto 2023. Comparativas de inversión realizadas sobre mismo periodo del 2022.//Target Group Index - TGI 2023 Personas y Hogares.

Nuestras soluciones de **Advertising Intelligence (monitoreo)** y **Consumer Intelligence (Target Group Index)** brindan información sobre la inversión publicitaria, el consumo de las personas, sus opiniones y actitudes con relación a los medios.

Si te interesa conocer más, escribinos a: ventas.argentina@kantariopemedia.com