

El consumo se desplomó un 17 % en 2024

23/02/2025



El consumo masivo se desplomó el año pasado un 17 % de la mano de un fuerte ajuste en el poder de compra de los hogares, de acuerdo a un informe difundido este sábado por la NielsenIQ, que pronostica una recuperación durante 2025. De acuerdo con el análisis de NielsenIQ, el comportamiento de compra de los argentinos en 2024 estuvo marcado por un «fuerte ajuste en los hogares, priorizando el ahorro y la búsqueda de alternativas más accesibles».

El año pasado, el consumo se vio golpeado por una caída en la demanda, en un escenario de alta inflación (117,8 % acumulado en 2024) y contracción económica.

«El 2024 marcó un punto de inflexión en el consumo masivo en Argentina, con una caída histórica que impactó en todas las categorías y canales de venta», señaló Javier González, líder Comercial de NielsenIQ Argentina.

Según los sondeos de la firma, el 78 % de los consumidores

declaró haber realizado compras con mayor cuidado en productos esenciales, mientras que un 65 % dijo haber optado por cambiar marcas reconocidas por opciones más económicas.

La consultora indicó que los incrementos de los costos de los hogares por los aumentos de tarifas en transporte y otros servicios redujeron la disponibilidad de dinero para el consumo masivo.

En 2024, los supermercados recuperaron precios atrasados, pero con una fuerte bajada en el volumen de ventas.

Según NielsenIQ, gracias a la desaceleración en el ritmo de inflación y una leve recuperación del poder adquisitivo, el 2025 se presenta con mejores perspectivas, «aunque aún lejos de los niveles previos a la crisis».

«Para 2025, si bien se espera una recuperación parcial, el consumidor argentino seguirá siendo estratégico en sus decisiones de compra, priorizando el precio y la relación costo-beneficio», apuntó González.

De acuerdo al informe, el ingreso disponible de los hogares mejora, pero aún está un 40 % por debajo de 2017.

Además, aunque la desaceleración de los precios beneficia el consumo en general, el aumento en los costos de servicios seguirá restringiendo la capacidad de compra.