



Análisis de consumo alimentario del 27 de abril al 3 de mayo (datos provisionales)

Los hogares españoles estabilizan el consumo de alimentos con respecto a la semana anterior

- En esta séptima semana tras la declaración del estado de alarma se detecta una evolución positiva del consumo de carne, en especial ovino y conejo, frutas y hortalizas frescas y pescado
- La compra de alimentos en las tiendas tradicionales subieron un 41,4 % respecto a la misma semana del año anterior, aunque las realizadas por Internet continúan como una de las opciones con mayor crecimiento (+78 %)
- Los incrementos interanuales de consumo en el hogar se seguirán registrando mientras sea necesario mantener el confinamiento, aunque sin llegar a compensar el consumo de algunos productos que antes se realizaba fuera de casa por motivos laborales o sociales

12 de mayo de 2020. El Análisis de consumo alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, correspondiente a la semana 18 de 2020 (del 27 de abril al 3 de mayo) constata un ligero descenso del 1,4 % del volumen de compra de alimentos en relación a la semana anterior, lo que indica que los hogares españoles han estabilizado sus compras. El incremento interanual de productos de alimentación de los hogares en España registra un alza del 27 % en relación a la misma semana de 2019.

En esta séptima semana tras la declaración del estado de alarma para hacer frente a la COVID-19, el conjunto de carnes ha experimentado, en comparación con la misma semana del año anterior, un crecimiento por encima de la media (+29,3 %) y destaca el incremento de la compra de carne de ovino (+65,2 %) y conejo, que desde la semana 15 repunta su consumo con respecto a 2019. En relación con la semana 17, el consumo de carne de conejo aumenta un 17,9 %.

Nota de prensa





Una semana más, el consumo de pescado se sitúa por encima de la media, tanto en pescado fresco (+33 %) como de congelado (+40,9 %). Asimismo, frutas y hortalizas registran crecimientos del 36,6 % y 44 %, respectivamente, aunque el volumen adquirido con respecto a la semana precedente se estabiliza.

Aunque el aumento del consumo con respecto a 2019 es generalizado, hay productos que esta semana tienen crecimientos más contenidos, como platos preparados o pastas. Los incrementos con respecto a la semana inmediatamente anterior no se dan en todos los productos, de hecho, el promedio es de -1,4 % de volumen, con categorías que se han comprado menos como azúcar (-15,4 %), agua envasada (-9,9 %), bebidas espirituosas (-9 %), snacks/frutos secos (-8,7 %) o cafés e infusiones (-7,8 %).

La evolución de semanas pasadas indica que seguirán importantes crecimientos interanuales de consumo en el hogar mientras sea necesario mantener el confinamiento y no sea posible consumir fuera de casa. Por ello, determinadas categorías de productos –cuyo consumo mayoritario se realizaba antes fuera del hogar- se están comprando más que el año pasado para consumir en casa, aunque sin llegar a compensar el consumo que antes se realizaba en el canal Horeca.



% Evolucion volumen semana 18 (del 27 de abril al 3 de mayo de 2020)

	% Evol. Semana 11 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 12 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 14 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 15 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 16 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 17 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs. 17
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	36,2%	50,6%	24,3%	27,0%	-1,4%
TOTAL CARNE	22,8%	19,8%	29,1%	22,9%	32,2%	45,2%	27,2%	29,3%	2,2%
CARNE VACUNO	31,3%	18,2%	49,1%	15,1%	34,5%	35,5%	24,6%	29,9%	6,4%
CARNE POLLO	25,5%	22,5%	30,3%	25,6%	40,4%	48,0%	30,6%	31,5%	-1,5%
CARNE CERDO	19,1%	25,2%	45,9%	34,5%	31,2%	59,5%	43,1%	42,7%	3,7%
CARNE OVINO	-15,3%	-25,1%	31,4%	-21,3%	-0,7%	6,8%	35,6%	65,2%	20,3%
OTRAS CARNES	12,4%	20,5%	23,4%	26,0%	39,7%	31,6%	22,7%	25,1%	-2,7%
CARNE CONEJO	-4,7%	7,5%	-5,5%	-2,0%	18,7%	8,3%	26,3%	6,7%	17,9%
CARNES TRANSFORMADAS	26,5%	14,7%	12,1%	19,3%	24,7%	43,8%	12,1%	12,3%	0,1%
TOTAL PESCA	21,2%	4,5%	-4,0%	0,7%	19,6%	35,4%	18,5%	31,7%	4,5%
PESCADOS FRESCOS	7,2%	1,1%	-1,5%	-4,4%	4,3%	57,1%	21,4%	33,0%	2,2%
PESCADOS CONGELADOS	38,1%	33,2%	17,8%	37,9%	79,5%	55,4%	25,8%	40,9%	6,2%
CONSERVAS PESCADO/MOLUSCO	82,1%	4,7%	-1,3%	-0,7%	18,6%	15,5%	3,0%	13,2%	3,7%
T.FRUTAS FRESCAS	-1,6%	8,2%	18,5%	23,1%	33,9%	66,1%	27,3%	36,6%	-1,3%
T HORTALIZAS Y PATATAS FRESCAS	18,1%	22,7%	25,4%	31,2%	44,5%	74,9%	32,1%	44,0%	0,3%
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMAD	64,0%	27,2%	26,1%	31,6%	45,0%	70,5%	25,2%	24,1%	-6,4%
PAN	7,1%	9,5%	16,0%	20,1%	35,7%	32,3%	17,0%	19,1%	-5,9%
TOTAL ACEITE	97,7%	13,6%	13,3%	1,6%	39,2%	33,9%	13,5%	28,4%	5,0%
T.HUEVOS	39,9%	14,2%	33,0%	43,3%	75,5%	57,2%	39,1%	49,0%	-1,0%
LECHE + DERIVADOS LACTEOS	49,9%	0,2%	6,4%	11,0%	24,2%	45,6%	8,9%	11,7%	-0,5%
T VINOS Y BEBIDAS DERIVADAS DEL	6,8%	12,7%	4,9%	62,6%	73,4%	51,8%	58,1%	37,4%	3,5%
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	38,8%	-1,4%	13,8%	19,2%	26,7%	31,5%	29,3%	11,6%	-9,9%
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	21,2%	57,7%	41,7%	79,3%	93,4%	75,4%	112,5%	83,4%	-9,0%
GASEOSAS Y BEBID.REFR	14,2%	-0,9%	13,4%	18,4%	38,0%	37,3%	20,0%	11,9%	0,0%
CERVEZAS	23,3%	35,2%	41,9%	70,1%	86,5%	69,0%	51,2%	60,6%	5,1%
LEGUMBRES	122,4%	68,1%	38,9%	30,3%	32,5%	77,2%	31,8%	42,2%	0,8%
ARROZ	158,8%	40,2%	29,5%	11,0%	34,4%	28,9%	14,3%	14,7%	-1,1%
AZUCAR	83,1%	49,6%	59,3%	36,4%	74,7%	61,1%	44,7%	47,5%	-15,4%
PASTAS	144,3%	44,6%	12,5%	11,5%	18,7%	33,3%	4,0%	8,4%	1,3%
BOLL PAST GALLET CEREAL	21,9%	-2,4%	10,7%	11,7%	22,4%	28,3%	13,8%	18,5%	-1,3%
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	20,9%	17,1%	29,4%	39,1%	48,1%	70,3%	32,8%	42,5%	-1,0%
CAFE E INFUSIONES	44,8%	1,4%	9,1%	14,3%	21,5%	55,4%	9,8%	17,0%	-7,8%
PLATOS PREPARADOS	61,1%	18,1%	16,7%	23,0%	38,0%	35,4%	13,0%	9,7%	-6,9%
SNACKS/FRUTOS SECOS	16,0%	15,3%	61,6%	78,2%	58,1%	84,4%	61,3%	49,8%	-8,7%
TABLETAS DE CHOCOLATE	9,9%	33,0%	59,7%	63,6%	70,1%	77,0%	55,8%	77,7%	-2,0%
HARINAS Y SEMOLAS	147,1%	196,0%	170,1%	113,7%	163,4%	138,3%	140,5%	168,4%	-1,5%
ENCURTIDOS	28,4%	-21,1%	25,0%	34,4%	68,3%	108,3%	24,3%	66,6%	8,2%
ACEITUNAS	24,2%	5,9%	17,1%	35,9%	31,3%	84,2%	34,7%	32,8%	0,9%
TOTAL ACEITES DE OLIVAS	133,4%	4,9%	-1,4%	-12,2%	29,1%	29,2%	3,3%	17,8%	4,9%





Por lugares de compra, las tiendas tradicionales incrementan esta semana un 41,4 % el volumen para consumo en el hogar respecto al mismo periodo del año anterior. Por encima del crecimiento medio (27 %) también se sitúan los supermercados (+29,7 %), seguido de las tiendas descuento (+19 %). El hipermercado es el canal dinámico con la subida más contenida esta última semana (+6,5 %). Las compras por internet continúan como una de las opciones con mayor alza (+78 %).

% Evolucion volumen semana 18 (del 27 de abril al 3 de mayo de 2020)

	% Evol. Semana 11 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 12 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 14 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 15 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 16 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 17 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs. 17
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	36,2%	50,6%	24,3%	27,0%	-1,4%
HIPERMERCADO	41,6%	3,6%	12,1%	9,2%	24,1%	32,0%	8,5%	6,5%	1,4%
SUPER+AUTOSER	31,3%	17,9%	27,3%	30,3%	42,1%	53,2%	26,6%	29,7%	-3,3%
TIENDA DESCUENTO	32,1%	-1,3%	-3,9%	6,0%	30,0%	40,4%	10,8%	19,0%	0,8%
TIENDA TRADICIONAL	13,9%	19,4%	13,7%	26,0%	45,2%	63,0%	35,4%	41,4%	-1,7%
RESTO CANALES	27,9%	-10,7%	20,4%	17,7%	17,2%	64,1%	42,1%	35,3%	2,9%
E-commerce**			84,4%	83,9%	101,3%	236,7%	181,2%	78,0%	-14,2%

Por zonas geográficas, esta semana destaca la zona Centro-Sur con el mayor incremento interanual de compras en los hogares (+40,6 %), con Madrid como la comunidad autónoma con la evolución más positiva (+43,3 %). También son significativos los crecimientos de Extremadura (+44,2 %) y Aragón (+42,6 %) han realizado más compras en esta semana 18.

Entre las comunidades que registran crecimientos más contenidos se sitúan Cantabria (+12,7 %) y Andalucía (+17,4 %), comunidad esta última donde descienden sus compras con respecto a la semana inmediatamente anterior (-10,2 %).



% Evolucion volumen semana 18 (del 27 de abril al 3 de mayo de 2020)

	% Evol. Semana 11 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 12 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 14 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 15 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 16 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 17 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 18 vs. 17
TOTAL ESPAÑA	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	36,2%	50,6%	24,3%	27,0%	-1,4%
CATALUÑA	26,7%	10,9%	12,5%	18,7%	35,9%	34,7%	24,2%	19,1%	-0,7%
ARAGON	21,4%	9,5%	17,9%	41,2%	45,7%	79,7%	25,0%	42,6%	-3,2%
BALEARES	31,3%	9,4%	37,0%	17,8%	44,1%	32,7%	65,8%	30,1%	-18,1%
VALENCIA	36,1%	10,0%	11,9%	16,2%	36,1%	25,7%	41,2%	26,6%	-3,5%
MURCIA	34,1%	1,2%	30,3%	40,4%	48,2%	54,8%	19,2%	30,9%	3,0%
T.ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	18,4%	43,4%	54,1%	27,4%	17,4%	-10,2%
MADRID	31,7%	3,4%	21,1%	25,7%	38,7%	82,6%	23,6%	46,3%	-4,8%
CASTILLA LA MANCHA	33,7%	2,1%	10,2%	16,6%	12,5%	44,6%	25,5%	24,0%	-7,2%
EXTREMADURA	63,5%	1,0%	0,8%	50,6%	25,2%	49,9%	18,5%	44,2%	-0,5%
CASTILLA LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	10,0%	26,5%	51,2%	1,2%	32,0%	14,6%
GAUCIA	34,6%	8,1%	17,4%	16,5%	19,1%	47,1%	11,6%	24,4%	6,9%
ASTURIAS	28,6%	-2,3%	24,6%	38,7%	32,7%	60,8%	12,5%	15,2%	3,7%
CANTABRIA	54,3%	20,3%	16,0%	27,1%	52,5%	31,2%	9,7%	12,7%	-1,3%
PAIS VASCO	30,3%	31,3%	25,4%	14,2%	45,3%	60,4%	18,3%	29,0%	14,0%
LA RIOJA	27,7%	0,8%	14,7%	3,0%	10,7%	68,5%	34,1%	19,6%	4,9%
NAVARRA	26,7%	1,6%	48,8%	22,2%	45,6%	73,9%	45,8%	28,6%	2,4%
CANARIAS	31,2%	34,6%	27,9%	48,0%	39,8%	68,5%	19,2%	35,7%	14,4%
NORESTE	26,5%	10,5%	15,9%	21,4%	38,1%	39,4%	28,9%	23,0%	-3,6%
LEVANTE	35,7%	7,9%	15,7%	21,5%	38,5%	31,9%	35,7%	27,6%	-2,1%
ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	18,4%	43,4%	54,1%	27,4%	17,4%	-10,2%
CENTRO-SUR	35,6%	2,8%	16,2%	26,1%	30,6%	69,0%	23,4%	40,6%	-4,9%
CASTILLA Y LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	10,0%	26,5%	51,2%	1,2%	32,0%	14,6%
NOROESTE	32,8%	4,9%	19,2%	22,3%	22,8%	50,7%	11,8%	21,7%	6,0%
NORTE	33,3%	21,7%	27,1%	16,6%	43,3%	57,7%	22,3%	25,8%	9,0%

Metodología del panel de consumo alimentario (Consumo en hogares)

El panel de consumo alimentario en hogares (panel de compras), estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación incluido en el Plan Estadístico Nacional tiene por objeto conocer la demanda directa de alimentos en los hogares españoles (consumo en hogares), mediante la recogida y el análisis de forma sistemática de la información de lo que compran los españoles para su consumo en el hogar, cuánto les cuesta y cuándo y dónde lo compran, investigando las diferencias de los hábitos de compra de los hogares según su diferente situación geográfica y los diversos factores que caracterizan a las familias españolas. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (18.716.109 en 2020 y 18.582.890 en 2019).



Cuando se habla de hogar, se entiende como tal a la persona o conjunto de personas que ocupan en común una vivienda familiar o parte de ella, que consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

En algunas categorías de alimentos y bebidas hay que tener en cuenta el peso que tradicionalmente tienen en el canal de hostelería y restauración que es mayor que en el canal del consumo en hogares. Hay que advertir que aunque haya incrementos de compra en los hogares más pronunciados frente al mismo periodo del año anterior, estos incrementos no suponen una recuperación del consumo total (hogares+fuera del hogar).

Muestra: 12.500 hogares que registran diariamente sus compras con un lector óptico. La elección de esta muestra es al azar con un método de dos etapas. En la primera se seleccionan los puntos de sondeo en función del tamaño de las poblaciones para cada una de las regiones. En la segunda, se selecciona los colaboradores en cada uno de los puntos elegidos.

El sistema de recogida de información es a través de lector de código de barras. Los criterios de segmentación de los hogares sobre los que es posible realizar el análisis de comportamiento de compra en el seguimiento semanal son las zonas geográficas y comunidades autónomas.

Para cada compra realizada, el hogar informa del establecimiento en el que ha adquirido el producto lo que permite conocer la importancia de los distintos tipos de establecimientos en la distribución final. Los establecimientos considerados son los siguientes:

- Hipermercado,
- Supermercado / Autoservicio,
- Tienda descuento,
- T. Tradicional: pescaderías, carnicerías / charcuterías, lecherías, herboristerías, tiendas de congelados, mercados y plazas, panaderías, bares / bodegas, farmacias, verdulerías / fruterías, tiendas de alimentación / comestibles y ultramarinos,
- Otros canales: economatos / cooperativas, venta a domicilio, mercadillos, autoconsumo, compras directas al productor, resto (incluye comercio electrónico).

