



Durante la semana del 16 al 22 de marzo frente a la anterior

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación constata una moderación en el volumen de compra de alimentos

- Los datos evidencian que, durante la semana previa a la declaración del estado de alarma, del 9 al 15 de marzo, se realizaron compras de acopio que en la semana posterior no ha sido necesario realizar ante la garantía de aprovisionamiento
- En general, los incrementos anuales de estas dos semanas están debidos al traslado al hogar del consumo alimentario
- Durante la primera semana de vigencia del estado de alarma, del 16 al 22 de marzo, son los establecimientos de cercanía, como las tiendas tradicionales y los supermercados, los que registran mayores incrementos respecto a la misma semana del año anterior

31 de marzo de 2020. Los datos del “Análisis de consumo en el hogar”, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, reflejan que el volumen de compra de alimentos del 16 al 22 de marzo de 2020 (semana 12), la primera semana después de la declaración del estado de alarma en España con motivo del avance del COVID-19, se ha moderado respecto a la anterior.

Así, del 9 al 15 de marzo (semana 11) se registró un repunte del 29,8% respecto a las compras de alimentos realizadas en esa misma semana del año anterior. Mientras, en la semana 12, ese incremento de las compras ha sido del 10,9%. Estos datos evidencian que en la semana 11 se almacenaron alimentos en el hogar que en la semana posterior no ha sido necesario comprar con la misma intensidad, ya que bajaron un 20,2% de una semana a otra.

En general, las subidas anuales de estas dos semanas están debidos básicamente a que la práctica totalidad del consumo se realiza en los hogares.

Nota de prensa





DATOS DE CONSUMO

En la **semana 12** de este año se han registrado alzas en el consumo de carne fresca en relación con el mismo periodo de 2019, con crecimientos superiores al 20% en carne de pollo y cerdo. Sin embargo, se ha producido una caída significativa en el consumo de carne de ovino del 25 %. En comparativa semanal, se ha constatado estabilidad en la carne de pollo, pero bajadas en las demás categorías de carne.

Asimismo, el consumo de fruta se ha mantenido estable con respecto al año anterior, aunque sí se han observado incrementos en la compra de hortalizas y patatas (+23%) que, frente a la semana anterior, apenas ha variado.

Respecto a los productos pesqueros, el análisis pone de manifiesto que la compra de pescado fresco no ha variado apenas, si bien ha bajado el 11% de la semana 12 a la 11. La compra de pescado congelado ha subido el 33% interanual en la semana 12, pero ha caído el 18% frente a la semana anterior.

En esta última semana también se han detectado crecimientos en la compra de productos del canal impulso, como snacks/frutos secos (+15%) o tabletas de chocolate (+33%) frente a la misma semana del año anterior.

Los datos reflejan el crecimiento del consumo de harina en ambas semanas (+147% y +196%, respectivamente). De hecho, ha seguido subiendo en comparativa semanal (+16%).

LUGARES DE COMPRA

En relación con los lugares de compra, en la semana 11 todos los canales dinámicos alcanzaron un crecimiento importante. Y en la semana 12 son los establecimientos de cercanía, como las tiendas tradicionales y los supermercados, los que registran mayores incrementos respecto a la misma semana del año anterior (+19,4% y +17,9, respectivamente).





% Evolucion Volumen semana 12 (16 al 22 de marzo) 2020

	% Evol. Semana 11 vs misma semana año	% Evol. Semana 12 vs misma semana año	% Evol. Semana 12 vs. 11
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	-20,2%
TOTAL CARNE	22,8%	20%	-10%
CARNE VACUNO	31%	18%	-18%
CARNE POLLO	26%	22%	-1%
CARNE CERDO	19%	25%	-3%
CARNE OVINO	-15%	-25%	-12%
OTRAS CARNES	12%	20%	-4%
CARNES TRANSFORMADAS	26%	15%	-24%
TOTAL PESCA	21,2%	5%	-21%
PESCADOS FRESCOS	7,2%	1%	-11%
PESCADOS CONGELADOS	38,1%	33%	-18%
CONSERVAS PESCADO/MOLUSCO	82,1%	5%	-44%
T.FRUTAS FRESCAS	-1,6%	8%	1%
T HORTALIZAS Y PATATAS FRESCAS	18,1%	23%	-2%
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMAD	64,0%	27%	-32%
PAN	7,1%	10%	-7%
TOTAL ACEITE	97,7%	14%	-39%
T.HUEVOS	39,9%	14%	-17%
LÉCHE + DERIVADOS LACTEOS	49,9%	0%	-36%
T VINOS Y BEBIDAS DERIVADAS DEL	6,8%	13%	-12%
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	38,8%	-1%	-33%
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	21,2%	58%	35%
GASEOSAS Y BEBID.REFR	14,2%	-1%	-19%
CERVEZAS	23,3%	35%	-5%
LÉGUMBRES	122,4%	68%	-44%
ARROZ	158,8%	40%	-48%
AZUCAR	83,1%	50%	-14%
PASTAS	144,3%	45%	-49%
BOLL PAST GALLET CEREAL	21,9%	-2%	-22%
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	20,9%	17%	-12%
CAFE E INFUSIONES	44,8%	1%	-28%
PLATOS PREPARADOS	61,1%	18%	-33%
SNACKS/FRUTOS SECOS	16%	15%	-13%
TABLETAS DE CHOCOLATE	10%	33%	9%
HARINAS Y SEMOLAS	147%	196%	16%



El efecto de normalización de las compras es generalizado en todas las comunidades autónomas.

% Evolucion Volumen semana 12 (16 al 22 de marzo) 2020

	% Evol. misma semana año	% Evol. Semana 12 vs misma	% Evol. Semana 12 vs. 11
TOTAL ESPAÑA	29,8%	10,9%	-20,2%
CATALUÑA	26,7%	10,9%	-16,9%
ARAGON	21,4%	9,5%	-22,8%
BALEARES	31,3%	9,4%	-13,3%
VALENCIA	36,1%	10,0%	-25,4%
MURCIA	34,1%	1,2%	-16,7%
T.ANDALUCIA	25,0%	19,8%	-12,6%
MADRID	31,7%	3,4%	-28,6%
CASTILLA LA MANCHA	33,7%	2,1%	-27,4%
EXTREMADURA	63,5%	1,0%	-37,5%
CASTILLA LEON	13,6%	-8,0%	-25,2%
GALICIA	34,6%	8,1%	-22,8%
ASTURIAS	28,6%	-2,3%	-22,5%
CANTABRIA	54,3%	20,3%	-27,6%
PAIS VASCO	30,3%	31,3%	-11,2%
LA RIOJA	27,7%	0,8%	-27,2%
NAVARRA	26,7%	1,6%	-20,3%
CANARIAS	31,2%	34,6%	-9,6%
NORESTE	26,5%	10,5%	-17,3%
LEVANTE	35,7%	7,9%	-23,6%
ANDALUCIA	25,0%	19,8%	-12,6%
CENTRO-SUR	35,6%	2,8%	-29,5%
CASTILLA Y LEON	13,6%	-8,0%	-25,2%
NOROESTE	32,8%	4,9%	-22,7%
NORTE	33,3%	21,7%	-16,9%