



Análisis de consumo en el hogar del MAPA la semana del 23 al 29 de marzo

El consumo de productos de alimentación en el hogar experimenta un moderado crecimiento

- En la tercera semana (23 al 29 de marzo), la segunda completa de confinamiento tras la declaración del estado de alarma, el consumo ha crecido un 16,8 % respecto a la semana anterior y un 17,6 % en relación con la misma semana de 2019
- Este incremento es generalizado para la mayoría de los productos, salvo para aquellos que se almacenaron en los hogares en las primeras semanas de confinamiento
- El conjunto de los canales de compra alcanzan crecimientos importantes en esta última semana, en especial los supermercados y tiendas tradicionales

08 de abril de 2020. El “Análisis de consumo en el hogar” del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación refleja que las compras de productos de alimentación, en la tercera semana (23 al 29 de marzo), la segunda completa de confinamiento, tras la declaración del estado de alarma, han experimentado un moderado crecimiento del 16,8 % con respecto a la semana anterior y de un 17,6 % en relación a la misma semana de 2019.

Este incremento es generalizado para la mayoría de los productos, salvo para aquellos que se almacenaron en los hogares en las primeras semanas de confinamiento (legumbres o pastas alimenticias), que presentan un crecimiento más moderado.

El análisis detalla un mayor consumo de carne fresca en el total de la categoría, con un incremento del 29 % respecto a la misma semana del año anterior. En este grupo ha aumentado un 31 % el consumo de carne de ovino,

Nota de prensa





sector que se ha visto especialmente afectado por el cierre de bares y restaurantes.

También se ha producido un incremento de las compras de pescado congelado del 17,8 %, con respecto a la misma semana del año anterior. Sin embargo, esta semana ha descendido un 4 % el consumo del total de pescado, motivado por una bajada en la compra de pescados frescos y en conserva.

Después de unas semanas de estabilidad, en esta última semana se ha intensificado la compra de frutas (un 18,5 % superior a la misma semana de 2019) hortalizas y patatas, tanto frescas (+25,4 %) como transformadas (+26,15 %).

De igual forma, destacan los importantes crecimiento en la compra de harina en las tres últimas semanas, aunque en esta última el incremento de modera (147 %, 196 % y 170 %, respectivamente). A pesar de ello, no se detecta menor consumo de pan, con una evolución positiva en esta última semana del 16 %.





% Evolucion Volumen semana 13 (23 al 29 de marzo) 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 13 vs. 12
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	16,8%
TOTAL CARNE	22,8%	19,8%	29,1%	15,9%
CARNE VACUNO	31%	18,2%	49,1%	39,6%
CARNE POLLO	26%	22,5%	30,3%	6,4%
CARNE CERDO	19%	25,2%	45,9%	22,1%
CARNE OVINO	-15%	-25,1%	31,4%	52,6%
OTRAS CARNES	12%	20,5%	23,4%	17,4%
CARNES TRANSFORMADAS	26%	14,7%	12,1%	12,3%
TOTAL PESCA	21,2%	4,5%	-4,0%	10,1%
PESCADOS FRESCOS	7,2%	1,1%	-1,5%	11,5%
PESCADOS CONGELADOS	38,1%	33,2%	17,8%	6,9%
CONSERVAS PESCADO/MOLUSCO	82,1%	4,7%	-1,3%	13,3%
T.FRUTAS FRESCAS	-1,6%	8,2%	18,5%	19,2%
T HORTALIZAS Y PATATAS FRESCAS	18,1%	22,7%	25,4%	11,8%
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMAD	64,0%	27,2%	26,1%	14,8%
PAN	7,1%	9,5%	16,0%	14,3%
TOTAL ACEITE	97,7%	13,6%	13,3%	17,9%
T.HUEVOS	39,9%	14,2%	33,0%	20,5%
LECHE + DERIVADOS LACTEOS	49,9%	0,2%	6,4%	18,5%
T VINOS Y BEBIDAS DERIVADAS DEL	6,8%	12,7%	4,9%	14,3%
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	38,8%	-1,4%	13,8%	16,4%
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	21,2%	57,7%	41,7%	9,1%
GASEOSAS Y BEBID.REFR	14,2%	-0,9%	13,4%	28,9%
CERVEZAS	23,3%	35,2%	41,9%	25,7%
LEGUMBRES	122,4%	68,1%	38,9%	1,2%
ARROZ	158,8%	40,2%	29,5%	11,9%
AZUCAR	83,1%	49,6%	59,3%	17,7%
PASTAS	144,3%	44,6%	12,5%	-4,1%
BOLL PAST GALLET CEREAL	21,9%	-2,4%	10,7%	16,5%
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	20,9%	17,1%	29,4%	24,3%
CAFE E INFUSIONES	44,8%	1,4%	9,1%	16,7%
PLATOS PREPARADOS	61,1%	18,1%	16,7%	12,9%
SNACKS/FRUTOS SECOS	16%	15,3%	61,6%	55,0%
TABLETAS DE CHOCOLATE	10%	33,0%	59,7%	23,4%
HARINAS Y SEMOLAS	147%	196,0%	170,1%	8,3%





LUGARES DE COMPRA

El conjunto de los canales de compra alcanzan crecimientos importantes en esta última semana (+17,6 %), en especial los supermercados y tiendas tradicionales. Sin embargo, la tienda de descuento desciende un 3,9 %.

Y por zonas geográficas, la zona Norte experimenta crecimientos del consumo por encima de la media nacional en esta semana. Destacan las comunidades autónomas de Navarra, País Vasco y Asturias. En el área mediterránea, Baleares y Murcia son las comunidades que más incrementan su consumo. Extremadura, que fue la comunidad que registró el mayor incremento en el consumo durante la primera semana de confinamiento, contiene sus compras. Mientas, Canarias presenta crecimientos constantes que rondan el 30 % cada semana.

% Evolucion Volumen semana 13 (23 al 29 de marzo) 2020

	% Evol. misma semana año 2019	% Evol. Semana 12 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs. 12
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	16,8%
HIPERMERCADO	41,6%	3,6%	12,1%	13,8%
SUPER+AUTOSER	31,3%	17,9%	27,3%	15,8%
TIENDA DESCUENTO	32,1%	-1,3%	-3,9%	23,0%
TIENDA TRADICIONAL	13,9%	19,4%	13,7%	7,0%
RESTO CANALES	27,9%	-10,7%	20,4%	39,4%





% Evolucion Volumen semana 13 (23 al 29 de marzo) 2020

	% Evol. misma semana año 2019	% Evol. Semana 12 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs misma semana año 2019	% Evol. Semana 13 vs. 12
TOTAL ESPAÑA	29,8%	10,9%	17,6%	16,8%
CATALUÑA	26,7%	10,9%	12,5%	11,0%
ARAGON	21,4%	9,5%	17,9%	11,3%
BALEARES	31,3%	9,4%	37,0%	22,7%
VALENCIA	36,1%	10,0%	11,9%	23,4%
MURCIA	34,1%	1,2%	30,3%	27,3%
T.ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	11,0%
MADRID	31,7%	3,4%	21,1%	28,3%
CASTILLA LA MANCHA	33,7%	2,1%	10,2%	18,6%
EXTREMADURA	63,5%	1,0%	0,8%	5,0%
CASTILLA LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	30,8%
GALICIA	34,6%	8,1%	17,4%	28,7%
ASTURIAS	28,6%	-2,3%	24,6%	13,3%
CANTABRIA	54,3%	20,3%	16,0%	-5,1%
PAIS VASCO	30,3%	31,3%	25,4%	11,3%
LA RIOJA	27,7%	0,8%	14,7%	11,1%
NAVARRA	26,7%	1,6%	48,8%	49,8%
CANARIAS	31,2%	34,6%	27,9%	-0,4%
NORESTE	26,5%	10,5%	15,9%	12,5%
LEVANTE	35,7%	7,9%	15,7%	24,3%
ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	11,0%
CENTRO-SUR	35,6%	2,8%	16,2%	23,4%
CASTILLA Y LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	30,8%
NOROESTE	32,8%	4,9%	19,2%	24,2%
NORTE	33,3%	21,7%	27,1%	14,4%

