



En la semana del 30 de marzo al 5 de abril

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación constata un incremento generalizado en el consumo de alimentos en el hogar

- Las compras de productos de alimentación se han incrementado un 22,2% en cantidad respecto a la misma semana del año anterior y un 7,1% en relación a la semana precedente
- Se intensifica la adquisición de fruta (23,1%) y se compran más kilos de hortalizas y patatas, tanto frescas (+31,2%) como transformadas (+31,6%)
- Las compras por Internet son cada vez más numerosas en los hogares, con crecimientos en las últimas dos semanas que rondan el 84%

14 de abril de 2020. El análisis de consumo en el hogar, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, constata que, en la semana 14 de este año, del 30 de marzo al 5 de abril (primera de mes y semana previa a la Semana Santa), la compra de alimentos se ha incrementado un 22,2% en cantidad respecto a la misma semana del año anterior y un 7,1% en relación a la semana precedente.

En esta semana 14, el incremento del consumo es generalizado para la mayoría de los productos en comparación con la misma semana de 2019. No obstante, no se está comprando más en todas las categorías con relación a la semana anterior, lo que indica una moderación en las compras.

INCREMENTOS GENERALIZADOS

Por alimentos, se observa un incremento del 22,9% para el total de la categoría de carne, con crecimientos generalizados en todos los tipos excepto en la carne de ovino que, después de una subida del 31% en la semana 13,

Nota de prensa





desciende un 21,3%. Destaca la evolución positiva de la carne transformada (+19,3), acercándose a los crecimientos de la carne fresca.

Las compras en el conjunto de la pesca se mantiene estable con respecto a la misma semana de 2019 (+0,7%), con incrementos del 37,9% en la adquisición de pescado congelado, ligero descenso en pescado fresco (-4,4%) y mantenimiento en conservas de pescado (-0,7%), después del estocaje realizado durante la semana 12 (del 16 al 22 de marzo).

Mientras, el consumo de fruta en esta semana 14 se intensifica un 23,1% respecto a la misma semana de 2019, tendencia que ya se detectó la semana anterior, después de unas primeras semanas de confinamiento en las que tuvo menos incremento. De igual forma, se compran más kilos de hortalizas y patatas, tanto frescas (+31,2%) como transformadas (+31,6%), con incrementos superiores al crecimiento del promedio del total de alimentación.

Tras unas primeras semanas en las que se compraron y almacenaron productos de primera necesidad, se observa una moderación en estas compras al tiempo que se incrementa la adquisición de productos que habitualmente se consumen en bares y restaurantes, con crecimientos por encima del 50%, como vino, cerveza y bebidas espirituosas, así como tabletas de chocolate, snacks y frutos secos.

La compra de pan ha tenido crecimientos progresivos semana a semana, hasta alcanzar una subida del 20% en esta última. También se adquiere más harina, el producto con los incrementos más significativos de las últimas semanas.

Y aunque los españoles dedican más tiempo a la cocina, también sube la compra de platos preparados, con un 23% más de volumen en esta semana y crecimientos constantes en todas las anteriores.



% Evolucion volumen semana 14 (del 30 de marzo al 5 de abril 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 14 vs. 13
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	7,1%
TOTAL CARNE	22,8%	19,8%	29,1%	22,9%	-0,8%
CARNE VACUNO	31,3%	18,2%	49,1%	15,1%	-9,2%
CARNE POLLO	25,5%	22,5%	30,3%	25,6%	2,5%
CARNE CERDO	19,1%	25,2%	45,9%	34,5%	-8,2%
CARNE OVINO	-15,3%	-25,1%	31,4%	-21,3%	-28,7%
OTRAS CARNES	12,4%	20,5%	23,4%	26,0%	4,2%
CARNES TRANSFORMADAS	26,5%	14,7%	12,1%	19,3%	6,3%
TOTAL PESCA	21,2%	4,5%	-4,0%	0,7%	11,0%
PESCADOS FRESCOS	7,2%	1,1%	-1,5%	-4,4%	9,3%
PESCADOS CONGELADOS	38,1%	33,2%	17,8%	37,9%	16,7%
CONSERVAS PESCADO/MOLUSCO	82,1%	4,7%	-1,3%	-0,7%	7,0%
T.FRUTAS FRESCAS	-1,6%	8,2%	18,5%	23,1%	6,7%
T HORTALIZAS Y PATATAS FRESCAS	18,1%	22,7%	25,4%	31,2%	5,1%
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMAD	64,0%	27,2%	26,1%	31,6%	2,1%
PAN	7,1%	9,5%	16,0%	20,1%	7,3%
TOTAL ACEITE	97,7%	13,6%	13,3%	1,6%	-1,0%
T.HUEVOS	39,9%	14,2%	33,0%	43,3%	11,2%
LECHE + DERIVADOS LACTEOS	49,9%	0,2%	6,4%	11,0%	7,1%
T VINOS Y BEBIDAS DERIVADAS DEL	6,8%	12,7%	4,9%	62,6%	37,7%
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	38,8%	-1,4%	13,8%	19,2%	9,9%
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	21,2%	57,7%	41,7%	79,3%	29,8%
GASEOSAS Y BEBID.REFR	14,2%	-0,9%	13,4%	18,4%	11,0%
CERVEZAS	23,3%	35,2%	41,9%	70,1%	14,9%
LEGUMBRES	122,4%	68,1%	38,9%	30,3%	-2,2%
ARROZ	158,8%	40,2%	29,5%	11,0%	-6,4%
AZUCAR	83,1%	49,6%	59,3%	36,4%	-3,4%
PASTAS	144,3%	44,6%	12,5%	11,5%	1,5%
BOLL PAST GALLET CEREAL	21,9%	-2,4%	10,7%	11,7%	7,7%
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	20,9%	17,1%	29,4%	39,1%	11,8%
CAFE E INFUSIONES	44,8%	1,4%	9,1%	14,3%	7,5%
PLATOS PREPARADOS	61,1%	18,1%	16,7%	23,0%	9,0%
SNACKS/FRUTOS SECOS	16,0%	15,3%	61,6%	78,2%	21,3%
TABLETAS DE CHOCOLATE	9,9%	33,0%	59,7%	63,6%	14,7%
HARINAS Y SEMOLAS	147,1%	196,0%	170,1%	113,7%	7,8%



Por establecimientos de compra, las tiendas más próximas a los hogares, como supermercados y tiendas tradicionales registran incrementos de ventas superiores a la media del volumen de alimentos (+30,3% y +26%, respectivamente), seguidos de los hipermercados (+9,2%) y tiendas de descuento (+6%).

En este ámbito, las compras por Internet son cada vez más numerosas en los hogares, con crecimientos en las últimas dos semanas que rondan el 84%. En concreto, en la semana 14 se incrementaron un 25% con respecto a la semana anterior, cuando la media del crecimiento es del 7,1%.

% Evolucion volumen semana 14 (del 30 de marzo al 5 de abril 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 14 vs. 13
TOTAL ALIMENTACION	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	7,1%
HIPERMERCADO	41,6%	3,6%	12,1%	9,2%	4,3%
SUPER+AUTOSER	31,3%	17,9%	27,3%	30,3%	8,2%
TIENDA DESCUENTO	32,1%	-1,3%	-3,9%	6,0%	-0,6%
TIENDA TRADICIONAL	13,9%	19,4%	13,7%	26,0%	11,2%
RESTO CANALES	27,9%	-10,7%	20,4%	17,7%	9,4%
E-commerce** (Incluido en Restoc Canales)			84,4%	83,9%	25,1%

Por zonas geográficas, Extremadura es la comunidad autónoma que registra un mayor crecimiento en el consumo en la semana 14 (+50,6%), seguida de Canarias (+48%), Aragón (+42,2%) y Murcia (+40,4%). Castilla y León es la comunidad con los incrementos más moderados.





% Evolucion volumen semana 14 (del 30 de marzo al 5 de abril 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 14 vs. 13
TOTAL ESPAÑA	29,8%	10,9%	17,6%	22,2%	7,1%
CATALUÑA	26,7%	10,9%	12,5%	18,7%	4,4%
ARAGON	21,4%	9,5%	17,9%	41,2%	26,8%
BALEARES	31,3%	9,4%	37,0%	17,8%	-2,8%
VALENCIA	36,1%	10,0%	11,9%	16,2%	0,7%
MURCIA	34,1%	1,2%	30,3%	40,4%	13,3%
T.ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	18,4%	8,8%
MADRID	31,7%	3,4%	21,1%	25,7%	10,6%
CASTILLA LA MANCHA	33,7%	2,1%	10,2%	16,6%	2,0%
EXTREMADURA	63,5%	1,0%	0,8%	50,6%	32,2%
CASTILLA LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	10,0%	-0,7%
GALICIA	34,6%	8,1%	17,4%	16,5%	3,5%
ASTURIAS	28,6%	-2,3%	24,6%	38,7%	20,1%
CANTABRIA	54,3%	20,3%	16,0%	27,1%	35,0%
PAIS VASCO	30,3%	31,3%	25,4%	14,2%	-3,9%
LA RIOJA	27,7%	0,8%	14,7%	3,0%	4,9%
NAVARRA	26,7%	1,6%	48,8%	22,2%	-15,6%
CANARIAS	31,2%	34,6%	27,9%	48,0%	17,3%
NORESTE	26,5%	10,5%	15,9%	21,4%	6,2%
LEVANTE	35,7%	7,9%	15,7%	21,5%	3,6%
ANDALUCIA	25,0%	19,8%	16,6%	18,4%	8,8%
CENTRO-SUR	35,6%	2,8%	16,2%	26,1%	10,8%
CASTILLA Y LEON	13,6%	-8,0%	11,6%	10,0%	-0,7%
NOROESTE	32,8%	4,9%	19,2%	22,3%	7,9%
NORTE	33,3%	21,7%	27,1%	16,6%	-0,5%

