



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(684) PREGUNTA ESCRITA SENADO

684/13538

04/05/2020

27048

AUTOR/A: HUELVA BETANZOS, Amaro (GPS); MACÍAS MATEOS, María Teresa (GPS); VILLAR LECHÓN, Ana Isabel (GPS); BOLAÑOS VISO, José Manuel (GPS); MONTALVO ÍÑIGO, Pedro Antonio (GPS); VEGA CARRERA, José Manuel de la (GPS); ALONSO JIMÉNEZ, Jesús Manuel (GPS); BLANCO ÁNGEL, Francisco Antonio (GPS); LATORRE RUIZ, José (GPS); LUCAS MARTÍN, Francisco Javier de (GPS); MIRANDA MARTÍNEZ, Manuel (GPS); PLAZA GARCÍA, Inés María (GPS)

RESPUESTA:

En relación con la materia por la que se interesan Sus Señorías, se informa que, en el conjunto de las ventas de alimentos y bebidas en España, el canal de comercialización por internet no terminaba de despegar, con valores que rondan en 2019 los 1.015 millones de euros y 450t y suponen el 1,5% y el 1,6% respecto al total comercializado.

Sí que se observaba un crecimiento sostenido a doble dígito tanto en valor como en volumen, con un peso prácticamente irrelevante en el total de ventas de alimentación. De 2017 a 2018 el volumen de compras de alimentos y bebidas por internet aumentó un 14%, y en 2019 un 18%.

En cuanto al valor, creció un 21% y un 19% estos dos últimos años. Sin embargo, en los datos históricos, llama la atención el porcentaje de hogares que lo utilizan al menos una vez al año (a este concepto lo llamamos “penetración”). Ha ido aumentando más de un 20% cada año, pues en 2017 un 5,4% de los hogares compraron alguna vez por internet alimentos y bebidas, en 2018 fueron un 6,7% y en 2019 un 8,5%.

Esta cuota de mercado se mantenía estable en las primeras semanas de 2020 pero, a partir del anuncio del confinamiento, en la semana 10, la cuota subió hasta estar por encima del 2% (2,4% en la semana 15). Este aumento de compras por internet durante el confinamiento se ve claramente en el incremento de la penetración.



Si bien en las primeras semanas del año se mantenía en torno al 2%, ha llegado al 3,6% la semana 14 y 3,5% la semana 15. Un mayor número de hogares se deciden a comprar alimentos y bebidas por internet. Los productos más comprados por internet en volumen son la leche líquida, el agua embotellada, y las gaseosas y bebidas refrescantes. El mayor valor lo aportan la carne, los platos preparados y la pesca.

Los productos que tienen una mayor tasa de compras por internet (respecto de las compras de ese producto a nivel general) serían los cafés e infusiones, de los que más de un 3% se compran online. Le siguen los preparados lácteos (2,8%) y los aceites de oliva (2,7%).

Madrid, 17 de junio de 2020