



AMPLIACIÓN A LA RESPUESTA DEL GOBIERNO

(684) PREGUNTA ESCRITA SENADO

684/13547

04/05/2020

27057

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: Como continuación a la respuesta del Gobierno registrada de entrada en esa Cámara con el nº 36101, de fecha 10/06/2020, se traslada lo siguiente:

A partir de los datos obtenidos por a la aplicación CEXVEG (Comercio Exterior de Vegetales), para la tramitación de los controles de Sanidad Vegetal para la certificación de las exportaciones de vegetales y productos vegetales, desde comienzo de año se ha producido un descenso de un 8% en relación con la actividad de 2019, siendo los productos que han acusado mayores descensos los cítricos y la alfalfa deshidratada.

No obstante, hay que señalar que la campaña citrícola ha tenido un magnífico desarrollo este año, con unos buenos niveles, tanto de consumo como de precios; lo que seguramente explica este descenso.

Por otra parte, el estudio del consumo Alimentario en los hogares se viene desarrollando en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) desde el año 1986 y su objetivo principal es el conocimiento de la demanda directa de alimentos y bebidas en España. El universo lo conforman 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), utilizándose para el cálculo de los años 2020 y 2019 el nuevo censo 2011 establecido por el Instituto Nacional de Estadística (INE).



La muestra actual son 12.500 hogares que apuntan diariamente sus compras con un lector óptico de código de barras. Los panelistas recogen la totalidad de las compras de alimentos y bebidas que realizan para el hogar, en cualquier momento del día y por cualquier miembro del hogar. En el momento de recoger los datos se recoge también el precio que ha tenido el producto comprado, la cantidad y el canal de compra (sin recoger enseñanzas ni marcas concretas, sino agregados). Los productos que no disponen de código de barras se recogen mediante un libro de códigos que permite declarar todo tipo de productos automáticamente.

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 y consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto. Este estudio por lo tanto no incluye las compras realizadas por otros agentes (empresas, turistas, colectivos etc.) o para otro destino que no sea el consumo en casa, como es el que se realiza en establecimientos de hostelería y restauración.

Los datos obtenidos por el Panel de consumo alimentario en los hogares se consolidan mensualmente, tras un proceso interno de validación, consolidación y depuración de errores de los procesos de captación de la información, bajo rigurosos criterios de calidad. Estas correcciones y ajustes estadísticos garantizan la obtención de datos fiables y representativos. Por ello, esta información está disponible con un desfase de entre 6-8 semanas desde el fin del mes natural. En consecuencia, los datos del mes de marzo definitivos no se publicarán hasta finales del mes de mayo.

Sin embargo, desde el inicio de la declaración del Estado de Alarma, el MAPA ha realizado de manera extraordinaria un seguimiento coyuntural del consumo alimentario de los hogares semana a semana. La información obtenida es provisional, y se limita a las grandes categorías de alimentos, ya que la necesidad de disponer de los datos más rápidamente supone un mayor nivel estadístico de error. Por ello no es posible descender al detalle de productos concretos.

Gracias a estos datos semanales, el MAPA ha podido hacer el seguimiento del comportamiento de compra de los hogares, detectando las posibles desviaciones respecto de las compras realizadas durante las mismas semanas de 2019. Los datos muestran que los hogares han modificado su forma de comprar durante el confinamiento, realizando menos visitas a los establecimientos, con cestas de compra más grandes y priorizando los productos con una vida útil larga, especialmente en las primeras semanas.



En general los hogares están comprando más cantidad de alimentos que en las mismas semanas de 2019, puesto que el confinamiento supone más ocasiones de consumo en casa.

En la siguiente tabla puede observarse la evolución de los grandes grupos de alimentos desde el inicio del estado de alarma:

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