



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

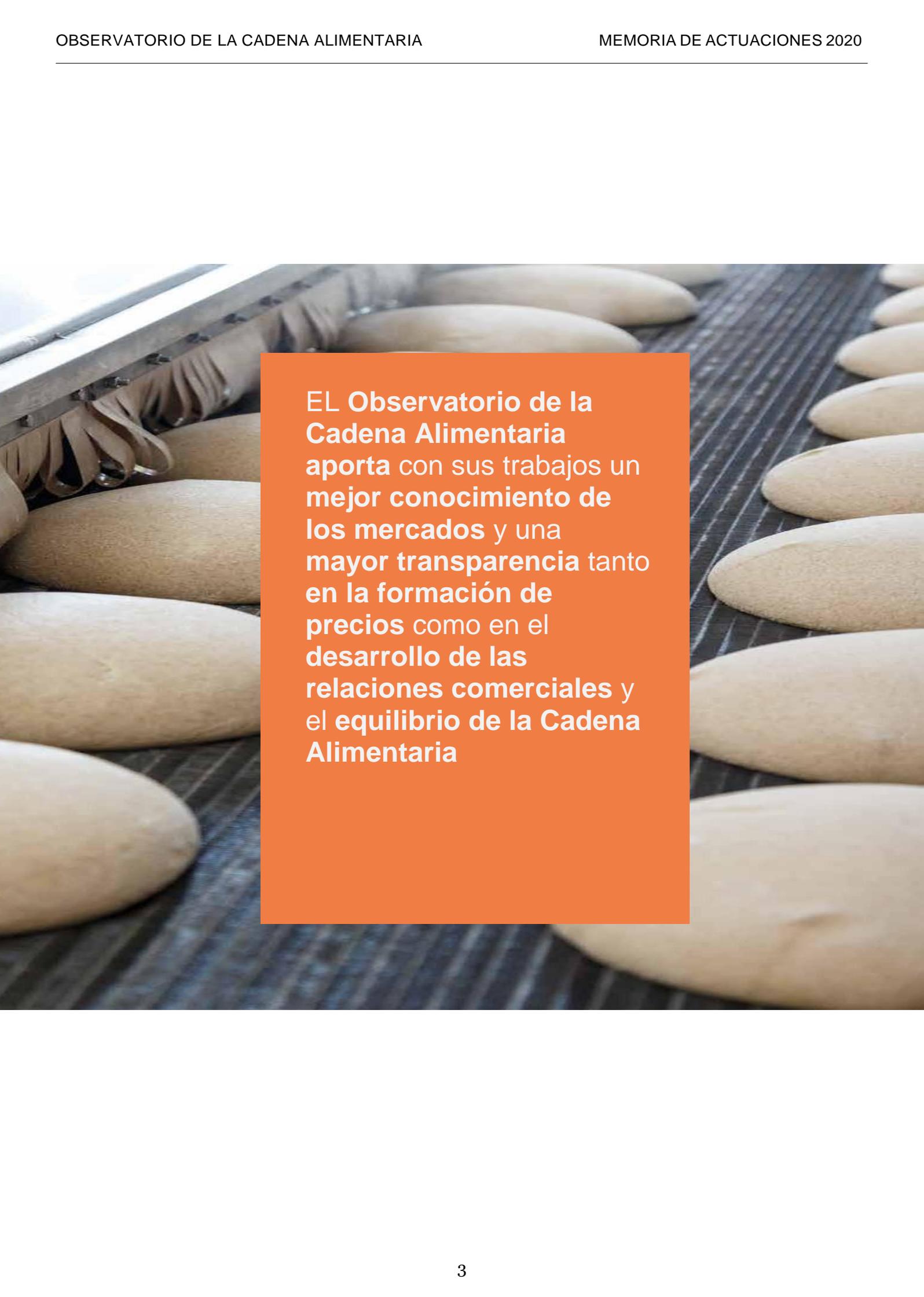
# MEMORIA DE ACTUACIONES

# DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA

# 2020



<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>Naturaleza jurídica, organización y funciones del Observatorio de la Cadena alimentaria</b>	
1.1 Marco legal y constitución	6
1.2 Funciones	7
1.3 Funcionamiento y composición	8
1.4 Reuniones celebradas	102
<b>CAPTÍTULO II</b>	
<b>Trabajos realizados durante 2020</b>	
2.1 Informes sobre prácticas comerciales en la cadena alimentaria	14
Marco legal	
Fichas técnicas y principales conclusiones	
2.2 Informes de precios Origen-Mayorista (O-M)	16
2.3 Consumo alimentario en España	18
Resumen ejecutivo	
Aspectos generales	
Población y turismo	
Hogares: número y tipología	
IPC	
Evolución del consumo	
Resultados totales	
<b>CAPITULO III</b>	<b>29</b>
<b>Informe de situación del código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria</b>	
1 DATOS AGREGADOS	30
Distribución temporal	
Ámbito geográfico	
2 DATOS DESAGREGADOS con número de adhesiones	31
Eslabón de la cadena y tipo de entidad	
Sectores productivos	
<b>Recopilación Legislativa y composición del Pleno</b>	<b>34</b>
Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria	
Real Decreto Ley 5/2020, de 25 de febrero	
Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero	
Resolución de 20 de enero de 2020, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publican los operadores inscritos en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.	
<a href="https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-1507">https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-1507</a>	
Ley 8/2020, de 16 de diciembre, por la que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación.	
<a href="https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-16346#dd">https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-16346#dd</a>	
<b>Composición del pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria</b>	<b>38</b>



**EL Observatorio de la Cadena Alimentaria aporta con sus trabajos un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales y el equilibrio de la Cadena Alimentaria**

## PRESENTACIÓN

El Observatorio de la Cadena Alimentaria se constituyó formalmente el 7 de abril del año 2015, pasando a asumir las competencias del anterior Observatorio de Precios de los Alimentos. Desde entonces, es el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte más eficaz y permita mejorar el funcionamiento y las relaciones en el seno de la cadena de valor alimentaria.

Así mismo, el Observatorio aporta un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales.

El presente documento se estructura en cuatro capítulos:

**1**

### **Naturaleza jurídica, Organización y Funciones del Observatorio de la Cadena alimentaria**

Se realiza una breve descripción sobre el marco legal y constitución, régimen jurídico, composición y funcionamiento, así como las funciones que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, encomienda al citado órgano.

**2**

### **Trabajos realizados durante el año 2020**

Se expone pormenorizadamente cada uno de los trabajos llevados a cabo por el Observatorio de la Cadena Alimentaria a lo largo de 2020, indicando los principales avances registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria, así como la eficacia de las actuaciones desarrolladas.

**3**

### **Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria**

Se recogen los avances del año 2020 con respecto a este proyecto, así como la estrategia de comunicación y publicidad del mismo para poner en conocimiento del sector la importancia de acogerse al código para garantizar el equilibrio en la cadena agroalimentaria.

**4**

### **Recopilación legislativa y composición del Pleno de la Cadena Alimentaria**



# 1. NATURALEZA JURÍDICA, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA



## 1.1 MARCO LEGAL Y CONSTITUCIÓN

La Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en vigor desde el 3 de enero de 2014, establece en su artículo 19 la creación del **Observatorio de la Cadena Alimentaria** como órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria. El citado órgano sustituye al Observatorio de Precios de los Alimentos, creado en el año 2000 y derogado por la mencionada Ley.

La constitución formal del Observatorio se llevó a cabo en la primera reunión del Pleno, celebrada el 7 de abril de 2015, una vez aprobado el Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, que desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 y establece, en su capítulo III el funcionamiento y composición del **Observatorio de la Cadena Alimentaria**.



### MEJOR CONOCIMIENTO DE LOS MERCADOS Y MAYOR TRANSPARENCIA EN PRECIOS Y RELACIONES COMERCIALES

El Observatorio de la Cadena Alimentaria aporta con sus trabajos, un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia, tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales.

Constituye, por tanto, el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte de la mayor eficacia y permita el logro de los objetivos buscados.

## 1.2 FUNCIONES

**La Ley 12/2013 de 2 de agosto, establece en su artículo 20 las funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria.**

**Con carácter general, serán funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria el seguimiento, asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la Cadena alimentaria y de los precios de los alimentos.**

- Informar las propuestas de otros códigos de buenas prácticas mercantiles que se presenten para su incorporación al Registro Estatal.
- Informar la propuesta del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación alimentaria regulado en esta Ley.
- Conocer el resultado de los trabajos realizados por la Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles y proponer a la misma aquellas cuestiones que se consideren de interés para la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.
- Facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena y promover su adhesión al mismo.
- Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones. En el caso de que se detecten incumplimientos de lo establecido en la Ley, como consecuencia del resultado de los trabajos realizados, el Observatorio dará traslado a la autoridad competente. Asimismo, realizará informes y estudios explicativos, en su caso, de las situaciones de desequilibrio producidas en los mercados de origen y destino de los alimentos considerados, analizando especialmente los diversos factores que contribuyen a la formación de los precios de los productos estacionales.
- Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo en los distintos eslabones de su formación.
- Fomentar la adopción de buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos en la negociación de los contratos relacionados con la primera compra de productos perecederos.
- Realizar estudios de carácter regular, encaminados a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.
- Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector productor, la industria, la distribución comercial y los consumidores, tanto entre sí como con las administraciones públicas, en orden a dotar de la mayor racionalidad y transparencia posibles el proceso de formación de precios de los alimentos, compatible con el marco de la economía de mercado, en un sistema de apertura a la competencia y en beneficio de la sociedad en su conjunto.
- Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas tendientes a mantener la necesaria estabilidad en un marco de desarrollo abierto a la competencia y equilibrio en los precios de los alimentos, compatible con el derecho comunitario.
- Elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los ministros de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo.
- Analizar y estudiar de forma continuada la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados, así como los factores causantes de su evolución, en los productos de mayor importancia estratégica para el sector agroalimentario español.

## ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA Y DE LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS



Seguimiento



Asesoramiento



Consulta



Información

**Así mismo, hay que destacar que anualmente el Observatorio de la Cadena Alimentaria elaborará un informe de evaluación de los avances registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria y de la eficacia de las actuaciones desarrolladas, que será remitido a las Cortes Generales.**

### 1.3 FUNCIONAMIENTO Y COMPOSICIÓN

El Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se modifica el Reglamento de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, aprobado por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo, establece en su capítulo III el funcionamiento y composición del Observatorio de la Cadena Alimentaria.

El Observatorio funciona en Pleno, en Comisión Ejecutiva y en los Grupos de Trabajo que se creen al efecto. Asimismo, se rige por un reglamento interno, y mantiene contactos institucionales de consulta y cooperación, a través de Comisiones o Grupos de Trabajo, con otros órganos de cometido similar, especialmente con la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

#### PRESIDENTE

El director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En las sesiones que participa el SGAA, actúa como presidente.

#### VICEPRESIDENTE

El director general de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad.

#### SECRETARIO

El titular de la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

NOTA: \* Por reajustes en los departamentos Ministeriales, se asimila MAPAMA – MAPA y Subdirección General de la Cadena Alimentaria a Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España.

\*\*Se ha mantenido el nombre y la nomenclatura del Ministerio manteniendo la que tenía en la fecha de la referencia.

## VOCALES

- Cinco Vocales representantes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con rango de Subdirector General: uno a propuesta del Secretario General de Pesca, uno a propuesta del Director General de Producciones y Mercados Agrarios, uno a propuesta de la Dirección General de la Industria Alimentaria, uno a propuesta de la Subsecretaría, y el Director de la Agencia de Información y Control Alimentario.
- Tres Vocales representantes de los siguientes órganos y organismos de la Administración General del Estado con rango de Subdirector General: uno de la Dirección General de Política Económica, uno de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, y uno del Instituto Nacional de Estadística.
- Cinco representantes de las comunidades autónomas, que irán rotando en períodos de tres años siguiendo el orden alfabético en castellano.
- Un Vocal representante de cada una de las tres principales organizaciones profesionales agrarias representativas a nivel estatal.
- Un Vocal de Cooperativas Agro alimentarias.
- Un Vocal representante de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores.
- Cuatro Vocales de las principales organizaciones representativas de las industrias agroalimentarias en el ámbito estatal.
- Dos Vocales de las organizaciones sindicales representativas de los trabajadores del sector agroalimentario.
- Cuatro Vocales de las asociaciones de ámbito estatal de la distribución alimentaria (mayorista y minorista).
- Un Vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios.

Asimismo, se puede nombrar hasta un máximo de seis vocales invitados de entre las asociaciones u organizaciones que lo soliciten a la Presidencia del Pleno. En 2018 estos vocales han sido los representantes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, de la Subdirección General de Estadística del MAPAMA, de MERCASA, de FEDEPESCA, de FEPEX y de COEMFE.

Además, el presidente del Observatorio puede invitar a asistir a los Plenos a las reuniones del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria de aquellas

Asociaciones del sector que así lo hubieran solicitado previamente, en cuyo caso tienen voz pero no voto en las deliberaciones del mismo. Atendiendo a este concepto, el presidente autoriza la asistencia a los Plenos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La Comisión Ejecutiva está formada por el presidente; el vicepresidente; diez representantes elegidos por el Pleno de entre sus miembros, debiéndose mantener la misma estructura de representación; y el secretario del Pleno, que actuará como secretario de la Comisión. La Comisión Ejecutiva se reunirá cuando así lo determinen los artículos 10.3 y 12.2 del Real Decreto 64/2015 de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

Los Grupos de Trabajo se establecen por acuerdo del Pleno o de la Comisión Ejecutiva que decide crearlos. Los preside un representante de la Dirección General de la Industria Alimentaria y sus miembros podrán ser vocales del Pleno. Además, pueden contar con la participación de expertos, pertenecientes o no a la Administración. Los Grupos de Trabajo deberán informar al Pleno de los resultados de las reuniones de los mismos.

## 1.4 Reuniones Celebradas

### IX SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA

En Madrid, a las 10:00 horas del día 11 de febrero de 2020, se celebra en la sala de micrófonos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el Paseo Infanta Isabel, número 1, de Madrid. Asisten como miembros vocales, representantes de la Administración General del Estado (MAPA, MSCBS, MINCOTUR, MINECO y el INE) y de la administración autonómica, y representantes de las asociaciones de la cadena alimentaria.

En este pleno se trataron diferentes temas. En primer lugar, se informó sobre la Mesa de Diálogo Agrario abierta por el Ministro de Agricultura con las organizaciones profesionales agrarias. Se informó que el ministro presentó el pasado 4 de febrero al Consejo de Ministros un informe sobre la Mesa de Diálogo Agrario, constituido con las organizaciones profesionales agrarias, para dar respuesta a los problemas del sector agroalimentario.

Se informó sobre la formación de precios en el sector del aceite de oliva y se produjo un gran intercambio de opiniones y posturas al respecto. Se indicó que se pretende hacer un nuevo estudio sobre la cadena de este producto del que ya se hicieron dos estudios en el pasado.

Se subrayó que se van a retomar los estudios de cadena de valor de diferentes productos, retomando la dinámica de los primeros estudios realizados, que ahora se pretende actualizar, para lo que se pidió la colaboración del sector, solicitándoles envíen priorizados los estudios que se desea sean desarrollados.

También fue analizada por el pleno tanto la formación de los precios en el sector de las frutas y hortalizas como en otros productos sensibles.

Se informó también de la creación de nuevos grupos de trabajo como por ejemplo Grupo de Trabajo de los cítricos, el Grupo de Trabajo de la transparencia de los precios y la Jornada de Reflexión sobre la cadena de valor en el sector de la carne de porcino.

El pleno asimismo debatió sobre la actualización de estudios del comportamiento de la formación de los precios. Se indicó que se irán actualizando los estudios del comportamiento de la formación de los precios de forma progresiva aunque, se dará prioridad al aceite de oliva y las frutas y hortalizas, a no ser que el Observatorio considere que otros productos puedan tener una mayor sensibilidad o relevancia.

Se debatió asimismo sobre la elaboración de estudios del comportamiento de los precios de los principales insumos agrarios.

## **X SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA**

De forma telemática, el día 28 de abril de 2020. Asisten como miembros vocales, representantes de la Administración General del Estado (MAPA, MSCBS, MINCOTUR, MINECO y el INE) y de la administración autonómica, y representantes de las asociaciones de la cadena alimentaria. Esta reunión se celebró por vía telemática debido a la situación creada por la pandemia debida al covid19.

En esta reunión se incide sobre el compromiso de la reunión anterior del Pleno sobre los estudios de las cadenas de valor que se pretenden retomar así como actualizar los realizados en la etapa anterior. Se precisó que estos estudios pretenden tres cosas fundamentalmente:

1. Descripción, cuantificación y valoración de las actividades de coste en cada una de las etapas de la cadena.
2. Identificación de los principales agentes participantes y sus interacciones a lo largo de la cadena.
3. Construcción de la estructura de costes y precios a partir de la información suministrada por el sector.

Se proporcionaron los resultados obtenidos de los datos remitidos a las CCAA en relación a la priorización de los estudios a realizar, que fueron los siguientes:

ACEITES: Aceite de Oliva Virgen Extra.

HORTALIZAS: Primer puesto para patata, seguido de tomate.

FRUTAS: Primeros puestos para cítricos, seguido de pera.

PRODUCTOS GANADEROS: Leche líquida. En segundo lugar salió la carne de vacuno y el tercer lugar la carne de ovino

Como productos NUEVOS destacan con diferencia Frutas de Hueso (por encima del resto de frutas) y Miel.

De acuerdo a los datos se acordó actualizar el aceite de oliva virgen extra, la leche líquida y el melocotón y la nectarina. Se señaló que la metodología de los trabajos deberá tener identificadas desde la producción hasta la distribución, ambas incluidas e identificar:

Cada una de las operaciones, y la identificación de costes de cada uno de ellos.

Formación de la estructura de costes, precios y beneficios.

Horquillas de precio.

Identificar el beneficio neto, coste de oportunidad y el coste diferencial de materia prima.

Se acordó adjudicar los estudios a los siguientes grupos:

Aceite de Oliva (Universidad de Jaén).

Leche Líquida (Prodescon)

Melocotón y Nectarina (CREDA-UPC-IRTA).

Se debatió asimismo intensamente sobre el Informe de la Ley de la Cadena que versa sobre las actuaciones que se han realizado por parte del MAPA y que afectan a la ley 12/2013 de 2 de agosto.

Por último se debatió sobre análisis de los precios de los alimentos y situación del consumo actual, trastocado por la situación tan especial y desconocida que se vive.

## **XI REUNIÓN EXTRAORDINARIA DEL PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA**

De forma telemática, el día 15 de junio. Asisten como miembros vocales, representantes de la Administración General del Estado (MAPA, MSCBS, MINCOTUR, MINECO y el INE) y de la administración autonómica, y representantes de las asociaciones de la cadena alimentaria. Esta reunión del pleno fue celebrada por videoconferencia debido a las circunstancias excepcionales generadas por la pandemia.

En esta reunión se trataron diversos temas relacionados con la cadena alimentaria. El director de la Real Academia de gastronomía, D. Rafael Ansón Oliart hizo una disertación sobre la reconversión de la gastronomía en tiempos de pandemia.

Se realizó también un análisis de los precios al consumo de las meses de abril y mayo por parte de los representantes del INE y del MAPA. Asimismo se informó al pleno de la próxima puesta en marcha en el segundo semestre de tres nuevos estudios de cadena de valor, leche líquida envasada de larga duración (LELD), que será realizado por la consultora PRODESCON, aceite de oliva virgen extra, que será elaborado por la Universidad de Jaén (UJA) y fruta de hueso (melocotón y nectarina), que será llevado a cabo por el Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agrario (CREDA). Los directores de los estudios realizaron la presentación de los mismos.

Se hizo la presentación de las campañas "El Arte de Saber Hacer", y de pescado "Y tú, ¿has pescado hoy?", que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puso en marcha, con objeto de alentar el consumo de pescado y de productos españoles.

Asimismo, hubo un intenso debate en el que participaron todos los miembros del pleno, representantes de todos los eslabones de la cadena alimentaria, sobre el borrador de texto de modificación de la Ley de la Cadena, que el propio Departamento estaba ultimando.

## **XII SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA**

De forma telemática, el 21 de diciembre. Asisten como miembros vocales, representantes de la Administración General del Estado (MAPA, MSCBS, MINCOTUR, MINECO y el INE) y de la administración autonómica, y representantes de las asociaciones de la cadena alimentaria. Debido a las circunstancias de la pandemia, esta reunión también fue celebrada por videoconferencia.

Fueron presentados por los directores de los proyectos, los resultados preliminares de los cuatro estudios de cadena que se estaban llevando a cabo, leche líquida envasada de larga duración, aceite de oliva virgen extra, melocotón y nectarina. Los proyectos fueron examinados desde una perspectiva de la crítica constructiva, por todos los interlocutores relacionados con cada uno de los productos estudiados. Los diversos aspectos considerados en cada uno de los proyectos serán estudiados por los equipos de investigación con objeto de mejorar los documentos finales.

Se presentaron los nuevos estudios de cadena que serán llevados a cabo en el primer semestre del año 2021 y que comprenden los siguientes productos:

–Naranja y limón    –Miel    –Patata    –Tomate    –Carne de vacuno    –Carne de ovino

Los estudios de carne de vacuno y ovino fueron adjudicados a la consultora PRODESCON; los de tomate y miel fueron adjudicados al Instituto Cerdá y los de naranja-limón y patata a la consultora INVIMARK.

Todos ellos han sido seleccionados únicamente por criterios económicos.

Finalmente, se informó sobre las actuaciones que hay realizar para el envío de información a la Comisión sobre precios de los diferentes eslabones de la cadena de los productos agrarios, de acuerdo al Reglamento (UE) 2019/1746 (Reglamento de Transparencia de la Cadena Alimentaria).

**2**

# **TRABAJOS REALIZADOS DURANTE EL AÑO 2020**

## 2.1 INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

El artículo 20 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, encomienda al Observatorio de la Cadena Alimentaria: “Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones”.

En el marco de esta función y con objeto de aportar transparencia e información sobre el funcionamiento de la cadena y evaluar la calidad de las relaciones entre los operadores, el Observatorio realizará anualmente un informe sobre prácticas comerciales que permitirá seguir la evolución de las relaciones comerciales, detectar la aparición de nuevas prácticas, y garantizar la permanente actualización de los compromisos de la Ley.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación cuenta desde 2004 con el Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario, herramienta de extraordinaria importancia para evaluar la opinión que el sector tiene sobre determinados temas estructurales y coyunturales.

A lo largo del tercer trimestre de 2020, el ministerio, a través del Barómetro, llevo a cabo un informe evolutivo para determinar la evolución de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en el periodo 2015 – 2020.

### FICHAS TÉCNICAS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Comparando los datos 2020 con los de 2015,

- El conocimiento de la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena se incrementa considerablemente respecto a años anteriores entre productores, industrias y distribuidores. En el caso de los mayoristas, disminuye ligeramente respecto a los resultados de 2019.
- En la inmensa mayoría de los casos se cumplen las condiciones establecidas en el contrato, aunque los resultados disminuyen ligeramente respecto a años anteriores. La variable con porcentajes más bajos entre productores e industrias es “Condiciones de pago”. En la distribución, la variable con menor nivel de cumplimiento es “Causas, formalización y efectos de la extinción del contrato”.
- Entre los que conocen la ley, 4 de cada 10 productores y distribuidores creen que ha mejorado las relaciones comerciales. La proporción crece a 4 de cada 10 industrias, pero en el caso de los mayoristas disminuye a 2 de cada 10.
- La gran mayoría de agentes no cree que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas, aunque los resultados entre productores, industrias y distribuidores experimentan incrementos por encima de los 5 puntos. En el caso de los mayoristas se mantienen en los mismos niveles del 2019.
- El 76,0% de los productores manifiesta que tiene capacidad para pactar libremente, pero un 8,3% manifiesta que nunca tienen capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato. Respecto a 2019 este porcentaje disminuye un 3,7%.
- En la mayoría de los casos, las relaciones comerciales se formalizan mediante contratos por escrito, resultado que se incrementa respecto a años anteriores. Sin embargo en el caso de mayoristas el porcentaje de acuerdos verbales es mayor que el de los escritos.

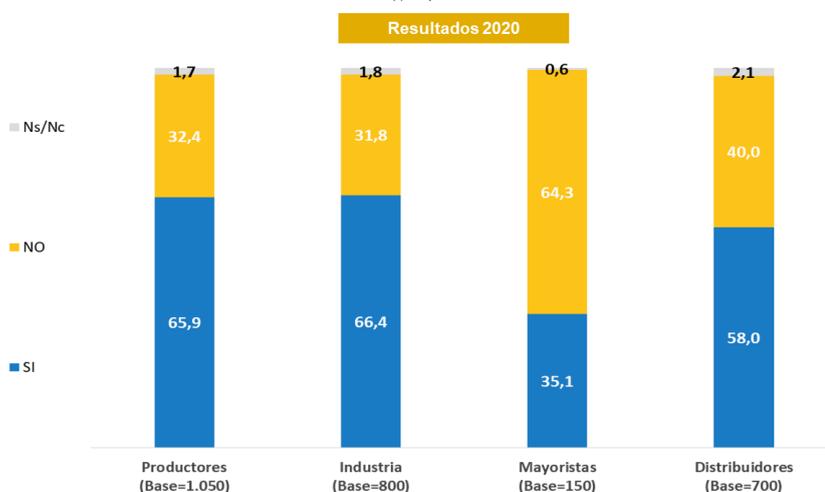
- Respecto a los plazos de pago, la inmensa mayoría cobra en un plazo máximo de 60 días a partir de la fecha de entrega de la mercancía. Los resultados de productores e industria mejoran respecto a años anteriores, mientras que los de mayoristas empeoran ligeramente.

- En torno a 6 de cada 10 agentes tiene conocimiento de que el Gobierno ha cambiado la Ley con el objetivo de prohibir vender productos por debajo de su coste de producción y en torno a 5 de cada 10 productores, industrias y distribuidores cree que el precio que le pagan por sus productos cambiará. Los mayoristas se muestran más escépticos y sólo un 26,7% cree que se producirá un cambio en los precios.

- El conocimiento cierto de AICA aumenta considerablemente en las cuatro tipologías de agentes respecto a los datos de 2019. En todos los casos se obtienen porcentajes por encima del 60%.

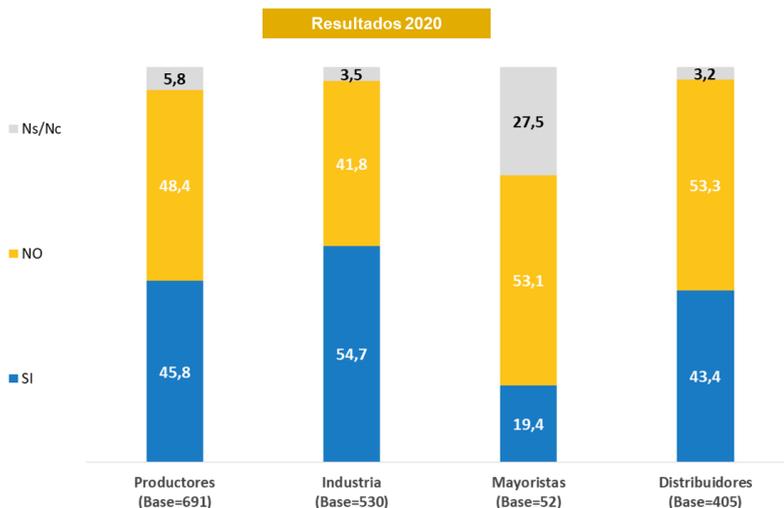
¿Conoce la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria?

(\*) Respuesta única



¿Cree que dicha Ley ha mejorado las relaciones comerciales? (%)

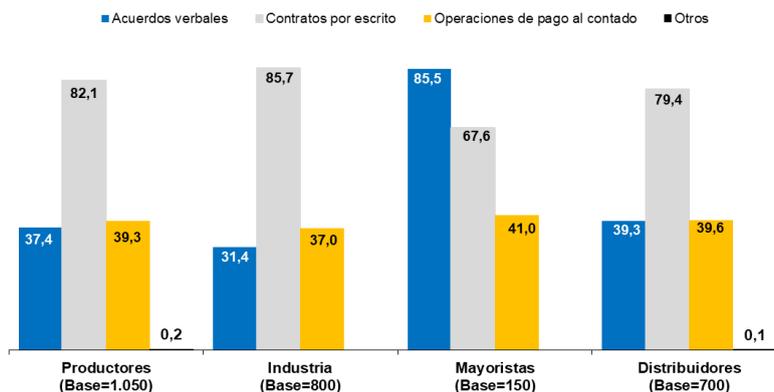
(\*) Respuesta única



### ¿De qué manera formaliza las relaciones comerciales con sus clientes? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados 2020



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

## 2.2 INFORMES PRECIOS ORIGEN-MAYORISTA (O-M)

El sistema de información de precios en origen-mayorista posibilita el seguimiento de la evolución semanal de los precios de 35 productos alimentarios (carne, pescados, frutas y hortalizas) en los tres niveles comerciales más significativos.

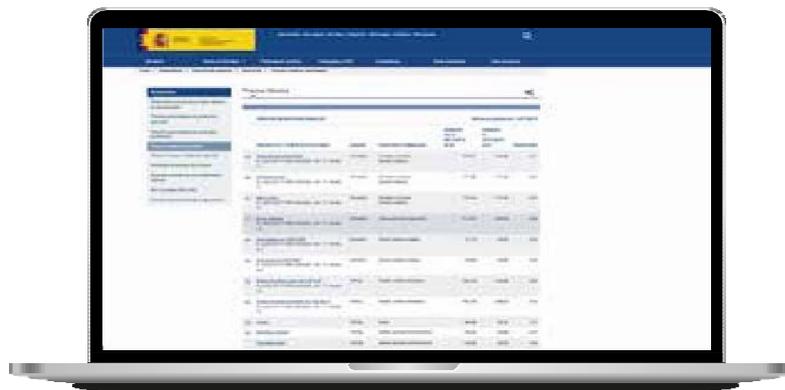
Las operaciones estadísticas están sustentadas por distintas unidades gestoras pertenecientes a los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y la empresa nacional MERCASA. Los valores son precios medios nacionales ponderados

El día 15 de enero de 2019, en VIII sesión del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria, presidida por el Presidente D. José Miguel Herrero Velasco y por el Secretario General de Agricultura, D. Fernando Miranda Sotillos.

El Presidente manifiesta que hasta la fecha, venían suministrándose los precios en destino de treinta y seis productos alimentarios, al objeto de dotar de mayor transparencia a la formación de precios en dichos productos por un acuerdo suscrito con la Secretaría de Estado de Comercio. Esta información, se complementaba con los precios en origen obtenidos por el Ministerio y los precios mayoristas que aporta la red de mercados.

Dada la falta de homogeneidad de los datos suministrados no es posible continuar con el suministro de los datos de destino desde enero de 2019.

Fuentes de los precios:



#### A. Origen

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, (MAPA), a través de la Subdirección General de Análisis, Coordinación y Estadística, junto a la Subdirección General de Acuicultura y Comercialización Pesquera. [http://www.mapama.gob.es/app/precios-medios-nacionales/pmn\\_tabla.asp](http://www.mapama.gob.es/app/precios-medios-nacionales/pmn_tabla.asp)



#### B. Mayorista

Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (MERCASA).  
<https://www.mercasa.es/red-de-mercados/precios-y-mercados-mayoristas>

## 2.3 CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2020

### 1. RESUMEN EJECUTIVO

#### 1.1 INTRODUCCIÓN

El presente informe elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación permite disponer de una información completa sobre el consumo de alimentación y bebidas de los residentes en España durante el año 2020.

Para ello, el informe analiza los factores con mayor influencia en la dimensión de dicho consumo y su evolución, y realiza una fotografía completa de los alimentos y bebidas que han consumido los residentes en España durante el año 2020, tanto en el hogar, como fuera del mismo. Hay que tener en cuenta que no se contabiliza, el consumo del turismo; y que, por razones operativas, en el caso del consumo fuera del hogar tampoco se incluye actualmente, el consumo en las Islas Canarias.

El informe se estructura indicando en un primer capítulo la coyuntura actual y los datos generales agregados del consumo del total de alimentos y bebidas tanto dentro como fuera de los hogares. A continuación se presentan los datos del consumo doméstico, en el que se detalla producto a producto la información disponible en este último período. Posteriormente se analiza el consumo fuera del hogar, con los principales datos disponibles y análisis de la evolución en aquellos casos en los que sea posible.

Por último, y como complemento a todo lo anterior, el informe además incluye información detallada de los usos de los alimentos.

#### 1.2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El análisis de la evolución de la población, el turismo y el número de hogares constata que tras años de caída de población por diferentes causas, durante los dos últimos años la población crece de forma moderada.

Tomamos como referencia el largo plazo y los datos del año 2010, pasando de 47.021.031 personas en 2010 a los registrados durante el año 2019 que fueron 47.100.396 y al dato más actual de 47.329.981 en 2020. (*datos provisionales INE. Primer semestre 2020*).

Recientemente, el Instituto Nacional de Estadística publicó los resultados de su Encuesta Continua de Hogares, constatando que en 2019 el número de estos volvió a aumentar en una cuantía de 89.800 hogares, lo que implica una variación del 0,5% respecto al año anterior, tal como venían observando en sus publicaciones de años anteriores.

La población residente en viviendas familiares se incrementa un 0,8%. Este incremento es más significativo en los hogares de menor tamaño, los unipersonales, es decir formados por una única persona joven o un adulto independiente (1,3%), aunque este último año también aumenta el número de hogares formados por cinco o más personas (1,7%), también aquellos formados por dos personas crecen un 0,6%.

Por el contrario, el número de hogares con tres y cuatro personas se redujo respecto a 2018.

En esta coyuntura, y con el efecto de pandemia mundial donde se reduce el consumo extradoméstico y se incrementa el consumo generado dentro del hogar, podemos afirmar que, **si sumamos el consumo dentro y fuera del hogar, durante el año 2020 cada español ingirió en promedio en torno a 774,29 kilos-litros de alimentos y bebidas**, una cantidad superior en un 2,1 % a la consumida en el año 2019.

De acuerdo con dichas cifras **el consumo total en nuestro país alcanzó la cifra de 102.082,72 millones de €** (con una variación negativa del 3,2 %, como consecuencia del impacto negativo del consumo realizado fuera de los hogares), **lo que supone un gasto medio de 2.383,49 € por persona y año** (un 7,2 % inferior al gasto realizado en el año anterior).

Comparando el consumo dentro y fuera de los hogares, **el 91,7 % del volumen de alimentos y bebidas se consumen en casa**, con sólo el 8,3% del total consumido fuera.

En relación al consumo per cápita, la distribución es similar, con un 89,1 % del consumo que se ingiere dentro del hogar.

En cuanto a la distribución del valor, la diferencia es algo mayor, pues **el consumo fuera del hogar alcanza un valor correspondiente al 34,1% del gasto total**, como consecuencia del precio medio pagado fuera de casa, cuyo precio medio en líneas generales es superior.

### 1.3 EL CONSUMO EN LOS HOGARES

El gasto total de los hogares españoles en alimentación durante el año 2020 ascendió a 79.348,26 millones de euros, supone un incremento de 14,2 puntos incrementales respecto al año 2019.

Este incremento se debe a dos factores principalmente; por un lado al aumento del precio medio del 2,7 %, y por otro al fuerte aumento de las compras, es decir del volumen total de alimentos y bebidas adquirido por los hogares. La variación con respecto al año inmediatamente anterior supera el doble dígito y cierra en un 11,2 % más de volumen adquirido (31.878,7 millones de kg).

En promedio cada individuo realiza una ingesta aproximada de 689,52 kg-l consumidos dentro del hogar. Los alimentos que suponen un mayor volumen de dicho consumo son las frutas, con un consumo per cápita de 99,7 kg por persona y año. Les siguen las verduras y patatas y hortalizas frescas, con 87,05 kg por persona anuales, y en tercer lugar leche con 74,0 kg/persona/año.

#### Gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Año 2019)



El gasto en alimentación y bebidas de los hogares llevaba varios años de crecimiento leve pero sostenido, con un aumento del 4,6 % entre 2014 y 2019.

Esto da idea de la magnitud del incremento del consumo en los hogares ocurrido en 2020, pues en un solo año se ha triplicado el incremento acumulado de los cinco años anteriores.

#### Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Desde año 2009 hasta año 2019)



Si tenemos en cuenta el registro mensual del gasto en alimentación y bebidas durante el año 2020, es el mes de diciembre quien registra la mayor concentración realizada por los hogares adquiere en sí mismo el 10,1 % sobre el total del año.

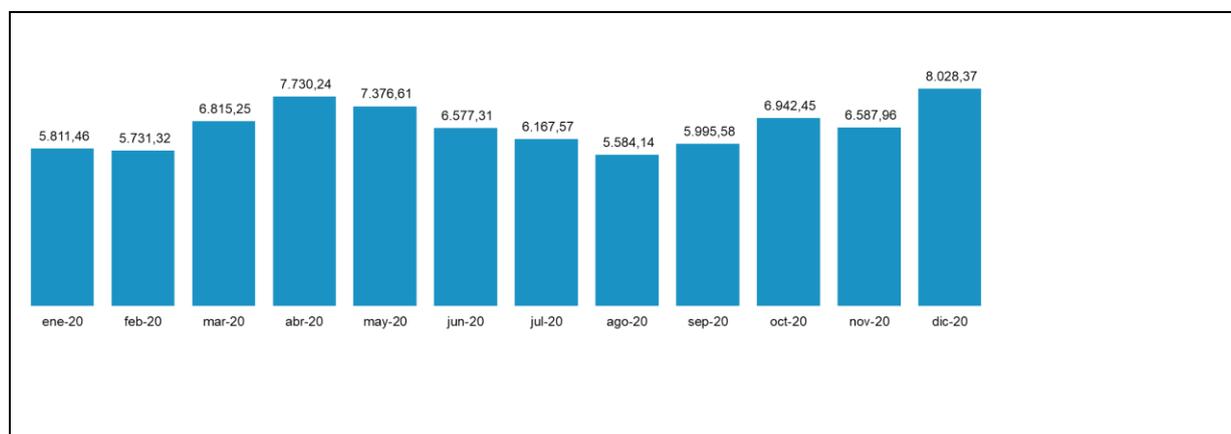
Es un dato relevante y continuado durante los años puesto que es el mes coincidente con las fiestas navideñas.

Por su parte, este año se aprecia un fuerte aumento del gasto por parte de los hogares en los meses de marzo, y de abril y mayo especialmente.

Este fenómeno se produce a colación del inicio de la crisis sanitaria del Covid-19 y el estado de alarma general en España.

La población se ha visto obligada a permanecer en casa en mayor medida y esto ha condicionado el gasto realizado en productos de alimentación y bebidas con compras de acaparamiento, en especial de productos “de despensa” con una vida útil larga.

#### Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Enero – diciembre 2020)



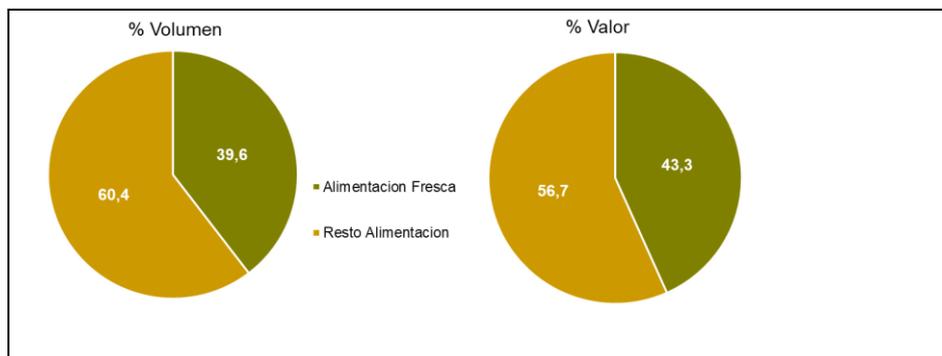
A cierre de año 2020, el tipo de alimentación fresca representa el 39,8 % del peso total de alimentación. En valor la proporción es ligeramente superior (43,1 %).

Durante el ejercicio 2020, se registra un notable aumento de las compras de alimentos frescos con una variación del 10,7 % respecto del año 2019.

En valor los datos también son positivos y el tipo de alimentación fresca consigue aumentar la facturación con respecto al año anterior en una proporción del 14,6 %.

Por su parte, aquellos alimentos considerados no frescos, y denominados resto de alimentación también mantienen una evolución favorable con un incremento del 11,5 % en términos de volumen y un impacto positivo en facturación del 13,8 %.

#### Importancia de los tipos de alimentación sobre el total alimentación



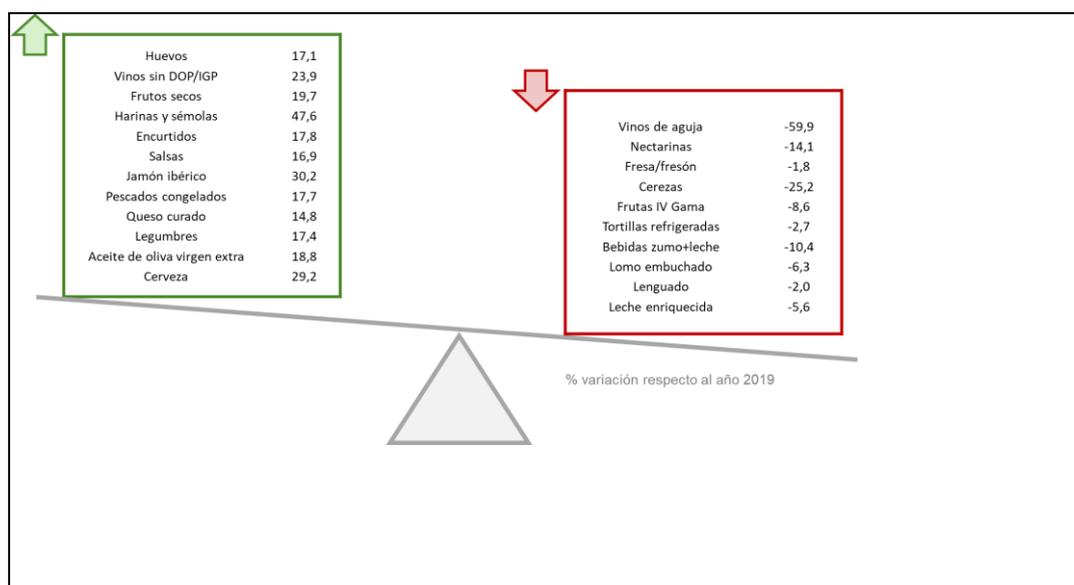
Por tipos de productos, destaca el crecimiento en volumen de alimentos como harinas y sémolas (47,6 %), así como las bases de pizzas y masas de hojaldres (28,1 %). Por su parte también registran variación superior al 15,0 % productos como legumbres (17,4 %), huevos (17,1 %), salsas (16,9 %), o aceitunas (18,5 %).

Los productos que tienen una relación directa con momentos de placer y disfrute también se incrementan en este año.

Por ejemplo, encontramos fuerte desarrollo en frutos secos (19,6 %) de igual manera que en el café, especialmente el café en cápsulas (14,3 %). Las infusiones también ganan presencia en los hogares españoles con una variación del 16,4 % con respecto al año 2019.

Otros productos como tabletas de chocolate o snacks de chocolate también tienen un aumento muy notable por parte de los hogares a cierre de año.

### Evolución de las compras de los principales productos sobre el total alimentación (% en volumen)



El año 2020 trae consigo el crecimiento de productos de alimentación básicos como las pastas con una variación del 9,6 %, el arroz con una variación del 11,2 %, o el azúcar con una variación del 17,0 %.

El aceite, materia grasa imprescindible en la dieta mediterránea, acusa un aumento en su demanda del 14,2 % en términos generales, ahora bien la compra de los aceites de oliva (virgen extra, virgen y de oliva) lideran el crecimiento. En positivo y con una fuerte variación del 16,3 %, queda el aceite de oliva virgen y virgen extra, mientras que alcanza el 15,6 % para el aceite de oliva.

Sin embargo, durante el año 2020, hubo categorías que crecieron por debajo del promedio de la alimentación, como carne, pescados frescos, así como en algunos tipos de frutas y hortalizas frescas, al igual que en el caso de pan.

Las variaciones en negativo se concentran en productos concretos como pueden ser los vinos de aguja, cerezas, nectarinas o bebidas de zumo-leche.

En cuanto al segmento de bebidas, los datos muestran un mayor consumo en prácticamente todos los tipos de bebidas.

Hay que destacar el fuerte aumento en productos como vino, cerveza y bebidas espirituosas, con variaciones que superan el 23,0 % de los litros con respecto al año anterior. También se intensifica la compra de agua envasada y gaseosas y bebidas refrescantes (10,8 % y 9,6 %) si bien la variación de estos tipos no supera el promedio alimentario.

Si analizamos el panorama con respecto a las superficies de distribución, el año 2020 constata estos datos.

El canal supermercado y autoservicio se define como canal preferido por los consumidores para realizar las compras, englobando el 47,6 % de las compras de productos de alimentación.

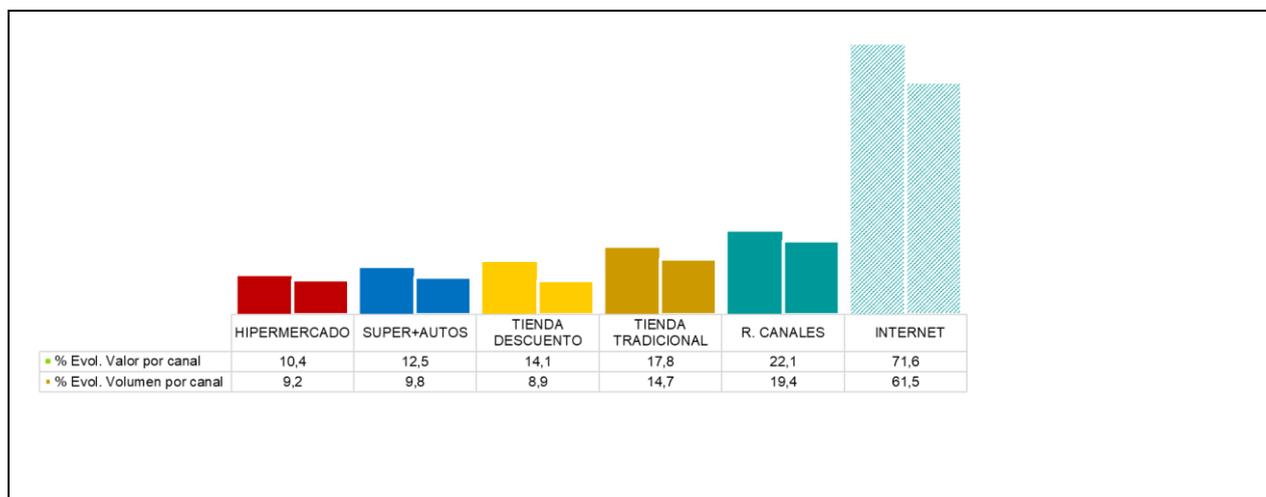
El volumen con respecto al ejercicio anterior de estas plataformas crece un 9,8 %, consolidando su liderazgo a nivel total alimentación. Dentro de este canal, son tanto el tipo de alimentación fresca como aquellos productos no frescos quienes apoyan el crecimiento con una evolución del 8,5 % para los primeros y del 10,4 % para los segundos.

La tienda descuento se consolida durante el año 2020 en segundo lugar, con una participación del 15,1 % del volumen sobre el volumen total de las compras.

A cierre de año 2020, la evolución en volumen para este tipo de canal es positivo, con una variación del 8,9 % con respecto al año inmediatamente anterior.

Por su parte, dentro del canal se mantiene la inercia del crecimiento tanto para alimentación fresca como para el resto de alimentos, siendo en este caso mayor para los alimentos frescos (13,5 %). Por su parte, el resto de alimentos consiguen aumentar su demanda de forma más contenida (7,1 %).

### Distribución del gasto y volumen de compras de alimentación por canales



tiendas tradicionales, también conocidas como canal especialista o canal cercanía resultan las grandes triunfadoras del año 2020 tras años de caída. Su peso sobre el total de las compras alcanza el 13,8 %, ganando el 14,7 % del volumen con respecto al mismo periodo del año anterior.

Este fenómeno proviene por un aumento en la compra de alimentación fresca (13,3 %) como por parte del aumento en el resto de productos de alimentación (25,5 %), si bien el peso que mantienen aquí con respecto al total es minoritario (tan solo el 2,8 % del volumen total).

El año 2020 ha resultado un año exitoso para la compra on line, también conocida como comercio electrónico o e-commerce. Por su parte, el volumen total que concentra es aún minoritario (2,3 %), si bien aumenta de forma considerable a cierre de año 2020, con una variación del 61,5 % de su volumen.

Especialmente destacado por parte de los alimentos frescos, cuyo incremento es del 104,0 %, actualmente representan una pequeña proporción sobre el total del 1,2 %.

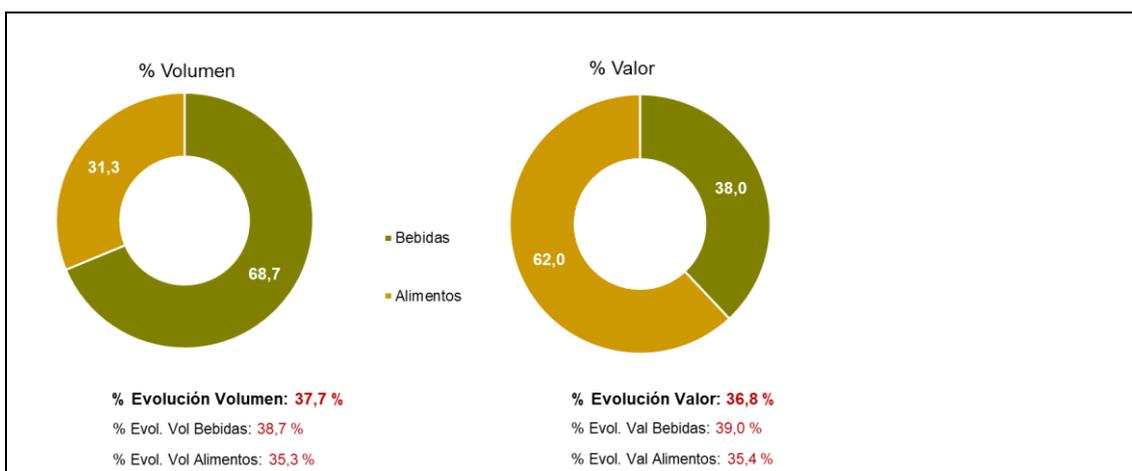
En términos de facturación el canal cierra con una variación del 71,6 %, a colación también del aumento del gasto en alimentación fresca dentro de este canal del 128,2 %.

## 1.4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

Durante el año 2020, el gasto en alimentos (incluye aperitivos) y bebidas fuera del hogar ascendió a 22.734,47 millones de euros, lo que equivale a 2.888,24 millones de kg-litros y cerca de 10.488,07 millones de consumiciones.

Podemos decir que, en promedio cada individuo consume fuera del hogar la cantidad de 84,77 kg-litros de productos de alimentación fuera de casa.

### % Cuota y evolución del volumen y gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar (año 2020).



Si tenemos en cuenta cada tipo de consumo, el comportamiento es muy diverso según el grupo de productos contemplado, pues la elección varía enormemente en función de la ocasión de consumo (comidas principales, desayuno, etc.), el entorno (solos, con amigos, con familia, con compañeros de trabajo), o por la franja de edad, etc.

Si bien, durante el año 2020 el consumo fuera de casa en líneas generales desciende debido al impacto de la crisis sanitaria, podemos observar algunos cambios en el comportamiento de la sociedad.

Se reducen las comidas y cenas de forma transversal fuera de casa, cediendo un espacio mayor a otros momentos de consumo como son el aperitivo/antes de comer, momentos a lo largo del día, o el momento más tardío como son tardes/meriendas y el antes de cenar.

También se aprecia un cambio en relación al lugar de consumo, pues aunque la mayoría del consumo realizado fuera del hogar se realiza en establecimientos, ganan proporción aquellos que se llevan a cabo en la calle, en casa de otros o en la propia casa. De hecho, ceden cuota los entornos que se llevan a cabo con amigos o familia (aunque siguen siendo mayoría), para generar mayor disposición en entornos solitarios o con pocas personas como es el que se realiza con la pareja.

En todo caso hay que destacar un **gasto por persona fuera del hogar de 667,22 €**, repartidos en un 59,4 % atribuible a alimentos, y el restante 38,0 % atribuible a bebidas. De esta proporción se asigna el 27,1 % a bebidas frías y un 10,9 % correspondiente a bebidas calientes.

Teniendo en cuenta el número de consumiciones y su distribución, los principales alimentos consumidos fuera de casa ordenados por número de consumiciones serían el pan, con un consumo que engloba el 28,0 % de las consumiciones.

Le siguen las carnes con una proporción del 20,8 % de las consumiciones, y en tercera posición encontramos hortalizas y verduras con una concentración del 20,2 % de las consumiciones. Un hecho relevante es que los productos de bollería se mantiene con una participación del 16,4 % de las consumiciones totales, mientras que en volumen (kg-litros) su cuota representa tan solo el 6,8 % del volumen total.

Ahora bien, si tenemos en cuenta cual es la proporción en volumen, la secuencia de productos queda ordenada de la siguiente forma: en primer lugar con el 25,3 % del volumen consumido quedarían hortalizas y verduras; en segundo lugar con el 15,2 % de cuota quedaría la carne, siendo el tercer puesto para el pan con el 11,7 % del volumen. Los pescados y mariscos mantienen una proporción en volumen del 8,9 %.

Si realizamos el mismo ejercicio previo en relación a la proporción de consumiciones, pero en el segmento de bebidas frías, el ranking o listado quedaría establecido de la siguiente manera.

Destaca la elección de cerveza con el 32,3 % de las consumiciones. En segunda posición se posiciona el agua emvasada y en tercer lugar encontramos bebidas refrescantes. Si tenemos en cuenta el volumen consumido, la lista de productos es el mismo, pero con un orden diferente, debido a la particularidad de los formatos y envases que se adquieren fuera del hogar. A la cabeza se sitúa la cerveza con el 27,7 % del volumen, en segundo lugar bebidas refrescantes con una concentración del volumen del 15,4 % y en tercer lugar el agua emvasada con una proporción del 8,9 % sobre el total.

Si realizamos el mismo análisis para el segmento de bebidas calientes, es la leche y bebidas vegetales quienes lideran el sector con una proporción del 7,8 %. El café es el segundo producto por orden de importancia con una concentración del 2,8 % del volumen total.

### 1.5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El **Panel de usos**, estudio puesto en marcha en 2017, evidencia los cambios y tendencias en el comportamiento del consumidor.

A pesar de la situación producida por la crisis sanitaria del Covid-19 donde los individuos han tenido que permanecer gran parte del tiempo en los hogares, el numero de ingestas realizadas dentro del hogar apenas han sufrido variación, actualmente son 28 las ocasiones de consumo realizadas tanto dentro como fuera de casa.

De igual forma, los cambios experimentados a través de la pandemia en cuanto a los hábitos permiten que aumente el número de ocasiones que se producen dentro del hogar en la considerada nueva normalidad y en comparación con el periodo anterior. Es decir, consumimos más en casa, produciéndose un 9,3 % más de ocasiones.



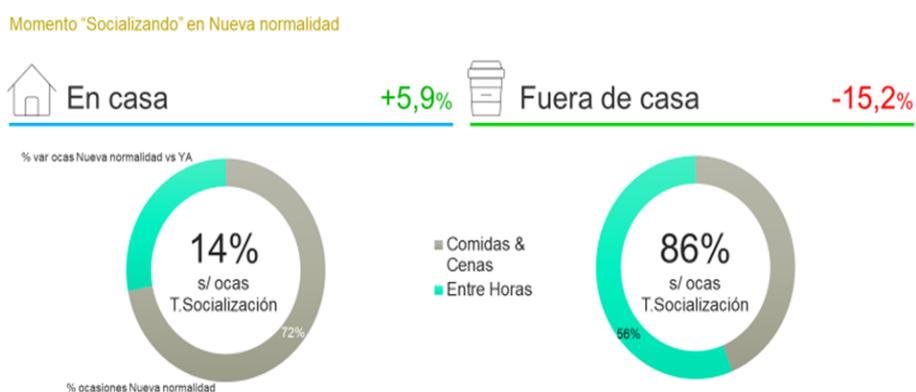
Este fenómeno se produce a colación de dos variables; por un lado, lo relacionado con restricciones, limitaciones de aforo, situación de movilidad o el miedo al contagio, es decir efectos coyunturales provocados por la actual situación. Por otro lado y en colación de los anteriormente descritos, ganan relevancia efectos con carácter más social, puesto que la mayor contracción y por tanto los momentos más afectados son precisamente los momentos sociales.

Momentos como ponerse al día con un café, coger alimentos para consumir fuera de casa, el picoteo de fuera de casa o el tomar algo en los bares durante el fin de semana pierden relevancia.

Mientras que, por ejemplo, es favorable la evolución de ocasiones para dedicar más tiempo a la cocina los fines de semana, así como a las comidas realizadas en casa o el momento aperitivo/snack dentro de casa.

En la nueva normalidad seguimos socializando, puesto que se producen 48,3 millones de ocasiones sociales a la semana (ocasiones de consumo de fin de semana, en casa con invitados y fuera de casa con familia). Sin embargo, se reducen un 13,0 % vs el mismo periodo del año anterior.

Los momentos sociales dentro de casa ganan relevancia, actualmente se generan 5,9 % más de este tipo de ocasiones dentro de casa. Mientras que se produce un destacado descenso del 15,2 % en este momento fuera de casa. Se evidencia un trasvase del consumo de fuera hacia dentro del hogar.



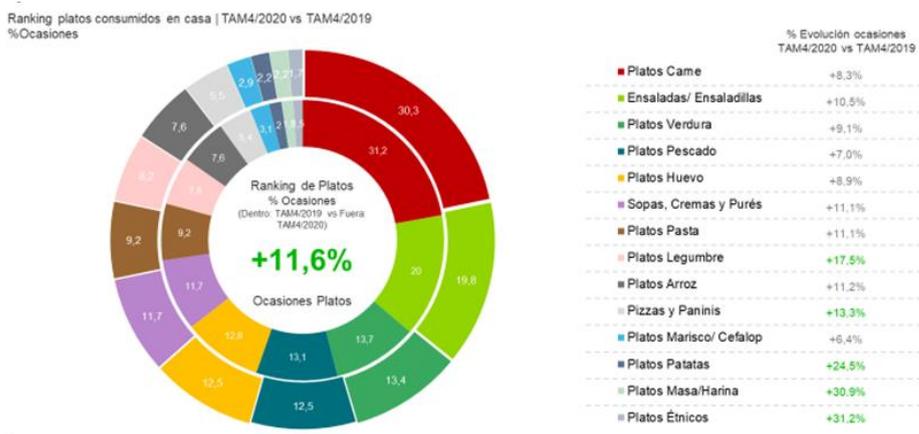
Los momentos que impulsan este incremento son especialmente donde se desarrollan las comidas principales como son comidas y cenas.

Los momentos de consumo a lo largo del día se mantienen en constante cambio. En términos generales, gran parte del consumo se sigue concentrando en las comidas principales, mientras que otros momentos como el desayuno, los momentos entre horas y el que nos llevamos de casa para consumir fuera del hogar, pierden relevancia.

Se consolida pues un cambio evidente en el que son los momentos principales del día como comidas y cenas quienes más contribuyen al crecimiento de las ocasiones.

Dentro de este fenómeno hay que destacar una novedad y es que actualmente se dispone de más tiempo para poder cocinar y eso impacta en el menú elegido (el 48 % de los hogares afirma que dispone de más tiempo para cocinar y gana 4,6 puntos con respecto al año 2019). Tras años de simplificación del menú en casa, volvemos al menú completo, donde ganan relevancia los entrantes (7,0 %) el plato principal y el postre (6,0 % y 8,0 % respectivamente).

Por su parte, el tener más tiempo para dedicar a la cocina, tiene un efecto directo hacia el crecimiento de algunos modos de preparación. Técnicas culinarias como hervido, horno o guisado crecen de forma destacada, son precisamente estos modos de preparación aquellos más demandantes de tiempo.



Con relación a los tipos de platos que experimentan más crecimiento dentro de los hogares durante el año 2020, hay que destacar que son los platos de legumbres, platos de patata, pizzas o platos de masa/harina quienes ganan relevancia.

Por su parte, si tenemos en cuenta las diferentes recetas, el top de los platos se mantiene con respecto al año anterior.

Lidera las ensaladas verdes con una cuota 9,7 % del consumo, le siguen pizzas (5,3 %) y en tercer lugar encontramos ensalada de tomate, con una participación del 4,4 %. Si bien, y teniendo en cuenta este entorno de crecimiento dentro de casa, son tortilla, espaguetis y garbanzos aquellas recetas y platos que más presencia ganan en el menú de los españoles.

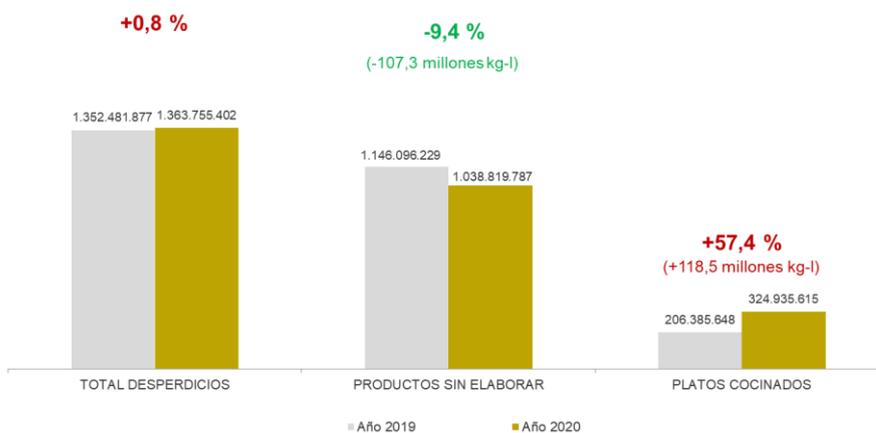
### 1.6 EL DESPERDICIO ALIMENTARIO GENERADO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

A pesar de registrar un fuerte aumento en la compra de productos de alimentación, el año 2020 trae consigo un cambio en la estructura del desperdicio.

Los hogares españoles tiraron a la basura 1.363 millones de kilos de alimentos a la basura (26,2 millones de kilos semanales), durante el año 2020.

Este dato constata que, pese a que la cantidad es ligeramente superior con respecto al periodo 2019 en una proporción del 0,8 %, el desperdicio alimentario parece que registra su dato más bajo de los últimos años, a pesar de haberse incrementado la compra un 11,2 %, por lo que hablamos de una conciencia mayor en materia de desperdicio. No obstante, se tiraron a la basura 11,3 millones de kilos más.

#### Volumen (kg-l) y % Evolución de alimentos y bebidas tirado a la basura



Uno de los factores que también hay que destacar es que durante el año 2020 disminuye el número de hogares que desperdician alimentos (75,3 % vs. 79,1 % del año 2019). Con lo que actualmente 1 de cada 4 hogares españoles no desperdicia ningún tipo de alimento.

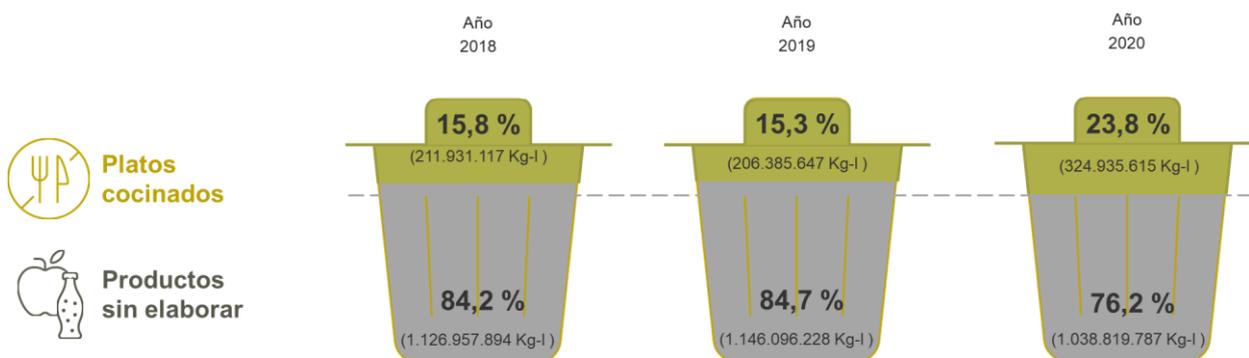
Se reduce de forma notable la proporción del desperdicio de alimentación en los hogares españoles (4,3 % vs 4,7 % del año 2019) si tenemos en cuenta el volumen comprado.

La versatilidad de productos dentro de alimentación y bebidas provoca que esta proporción de alimentos comprados versus desperdiciados sea diferencial según el producto.

Alcanza mayor proporción en productos como turrón y productos navideños, bases para cocinar, salsas y sopas cremas y purés. Por su parte, productos como verduras y hortalizas frescas, leche líquida, platos preparados y pan fresco tenga una proporción inferior al 4,3 %.

La parte mayoritaria del cubo con el 76,2 por ciento del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con alimentos sin utilizar desperdiciados tal cual se compraron por los hogares.

Este tipo de desperdicio pese a ser mayoritario dentro del cubo experimenta una fuerte contracción del 9,4 % del volumen con respecto al año anterior. Son frutas, verduras/hortalizas y pan los grupos de alimentos más desechados.



Una de las novedades que nos trae el año 2020 y como cambio sustancial con respecto a años previos es la composición del desperdicio. Durante el año 2020, se incrementa un 57,4 % el desperdicio alimentario procedente de recetas o platos elaborados, siendo estos responsables (pese a que representan tan solo una cuarta parte del desperdicio 23,8 %) del aumento del desperdicio a nivel total.

Si tenemos en cuenta las recetas en sí, existen tres platos que guardan mucha distancia respecto al resto, como son lentejas, la tortilla de patatas y la ensalada verde, aquellos que terminan con mayor proporción de volumen tirado en la basura.

Este año, además destacan platos de carne, pasta y verduras y hortalizas entre otros, como aquellos que registran el mayor crecimiento, algo que cobra sentido, son platos que han crecido mucho dentro del consumo doméstico.

## 1.7

### 1.8 EL DESPERDICIO ALIMENTARIO GENERADO FUERA DE LOS HOGARES ESPAÑOLES

Los individuos residentes en España desperdiciaron fuera de casa 25,7 millones de kilos de alimentos a la basura durante el año 2020.

En promedio casi una de cada dos personas que consume alimentación o bebidas fuera de casa, termina desperdiciando algún producto alimentario (43,8 %). La frecuencia de desperdicio fuera del hogar es de

Uno de los fenómenos que hay que destacar es que durante el año 2020 la proporción de volumen desperdiciado vs comprado es de tan solo el 1,0 %, es decir se desperdicia tan solo un uno por cierto del volumen comprado fuera de casa.



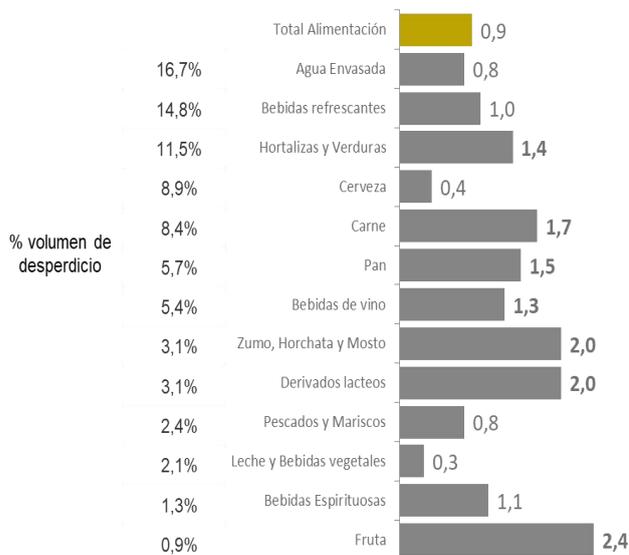
Ahora bien, hay diferencias entre categorías, alcanza el 1,5 % para los alimentos, es decir, se tiran en mayor proporción que por ejemplo los aperitivos o bebidas (0,8 % respectivamente). Ahora bien, dentro del segmento de bebidas encontramos diferencias entre el agua (1,0 %) y la cerveza o bebidas de vino (1,7 % y 2,0 % respectivamente).

La parte mayoritaria del cubo en el ámbito extradoméstico con el 97,0 por ciento del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con alimentos y bebidas (43,8 % y 53,5 % respectivamente). Por su parte los aperitivos apenas alcanzan el 2,7 % de los desechos.

Son las carnes y el pan, los alimentos que en más ocasiones terminan desperdiciadas, ahora bien si tenemos en cuenta la proporción del cubo en términos de volumen, son productos como verduras y hortalizas así como carnes las líderes del cubo.

En el segmento de bebidas, sin embargo no ocurre igual, puesto que son las bebidas refrescantes y el agua envasada las que se desperdician en mayor número de ocasiones y también las que mantienen mayor proporción de volumen desperdiciado

% Tasa de desperdicio (Volumen desperdicios / Volumen comprado)  
Ordenado de mayor a menor por volumen de desperdicio





---

CÓDIGO DE BUENAS  
PRÁCTICAS EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## 1.1 DATOS AGREGADOS

El 24 de noviembre de 2015 el MAPAMA, y tras un largo periodo de reuniones y negociaciones, acordó el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, junto a las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la industria y la distribución.

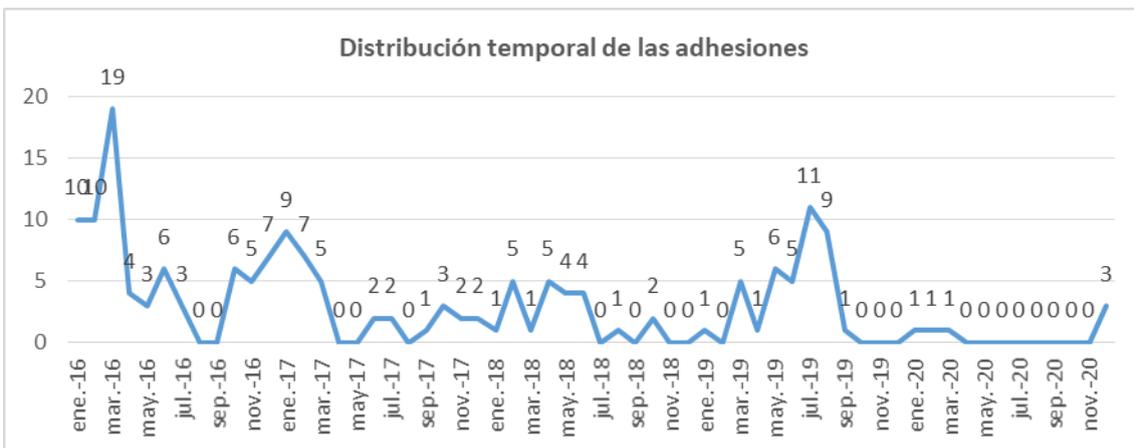
Además participaron también en el acuerdo, el Ministerio de Economía y Competitividad y las Comunidades Autónomas, con el fin de promover un Código de aplicación uniforme en todo el territorio español.

Una vez aprobado dicho Código y, teniendo en cuenta la necesidad de que recibiera la más amplia difusión por la trascendencia que para el conjunto de la cadena alimentaria tenían las actuaciones que en el mismo se contemplan, se resolvió la publicación mediante Resolución de 10 de diciembre de 2015, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publica el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

Desde su puesta en funcionamiento, a fecha diciembre de 2020 hay 174 adheridos al Código, entre operadores y asociaciones de los distintos eslabones de la cadena alimentaria: producción, industria, mayoristas, y distribución, que se detallan a continuación.

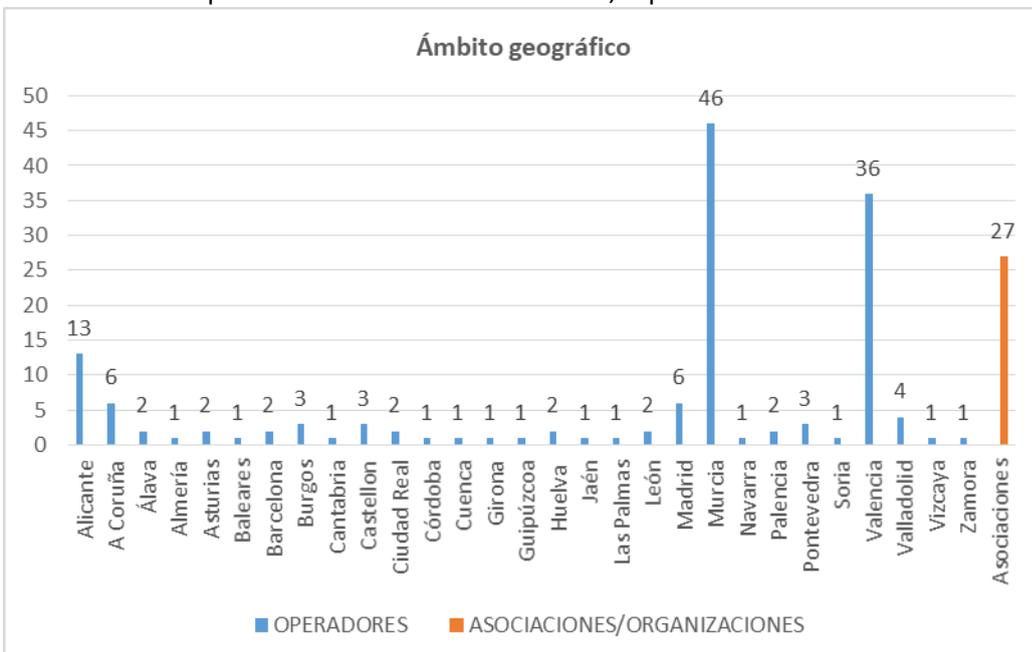
A lo largo de estos más de cinco años se han llevado a cabo una media de 3 a 4 adhesiones mensuales, con un máximo de 19 adhesiones en el mes de marzo del año 2016.

Tabla 1<sup>i</sup>



## ÁMBITO GEOGRÁFICO

En la siguiente gráfica se puede observar las 29 provincias en las que se encuentran la sede social de las empresas adheridas. Especial atención a las Asociaciones, representadas en la última columna del gráfico.

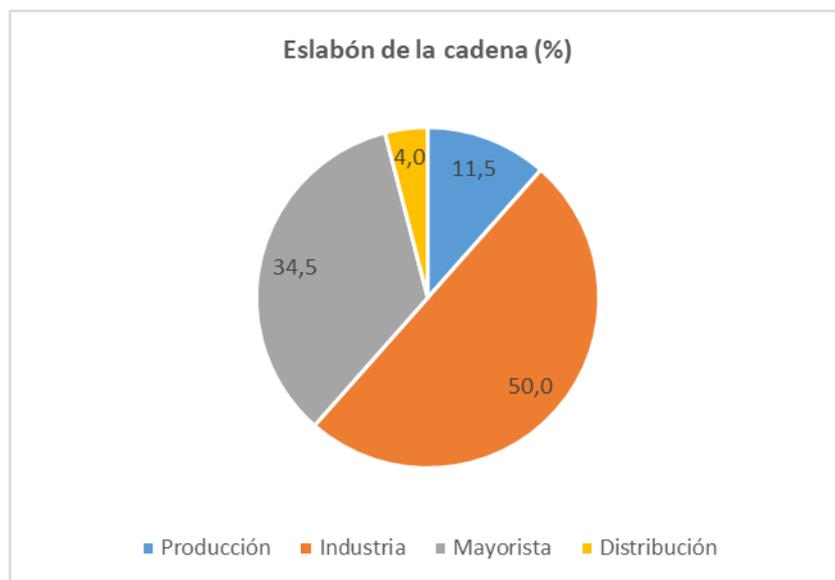


## DATOS DESAGREGADOS CON NÚMERO DE ADHESIONES

### 1. ESLABÓN DE LA CADENA Y TIPO DE ENTIDAD

El eslabón con mayor número de adhesiones es el de la Industria, con un 50 % del total de los operadores y asociaciones adheridos, seguido por el de Mayoristas, con aproximadamente un 34,5% y Producción en tercer lugar.

Tabla 2



Más de tres cuartas partes de las adhesiones están conformadas por operadores del sector agroalimentario, el restante 15,52% se corresponde con asociaciones y organizaciones. Las cifras de cooperativas adheridas son aún bastante escasas (12,6 % del conjunto de adhesiones).

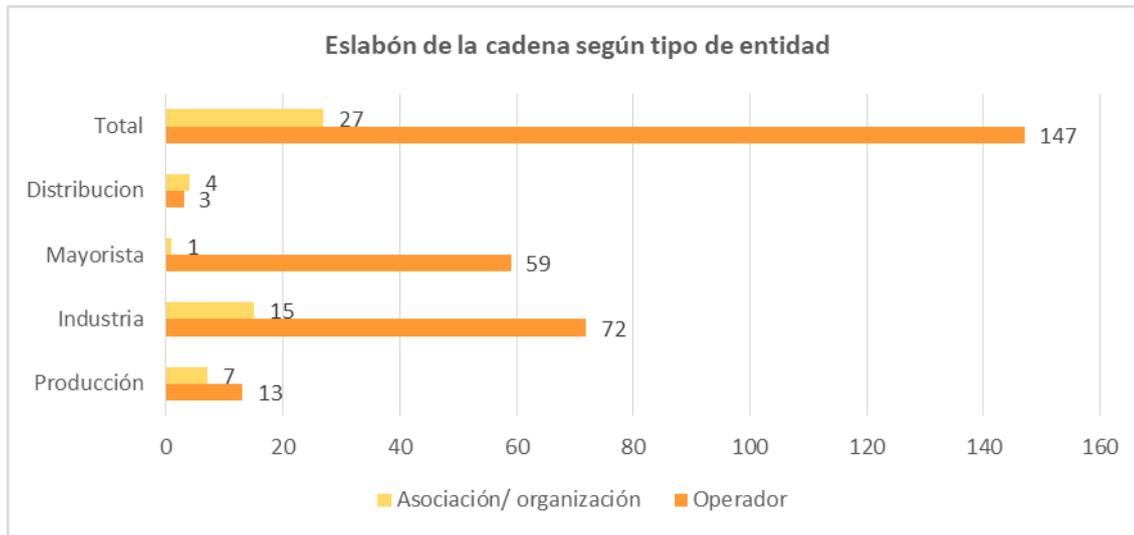
Tabla 3



A continuación se presentan los datos absolutos de operadores, asociaciones y cooperativas

adheridas al Código según el eslabón de la cadena al que pertenecen.

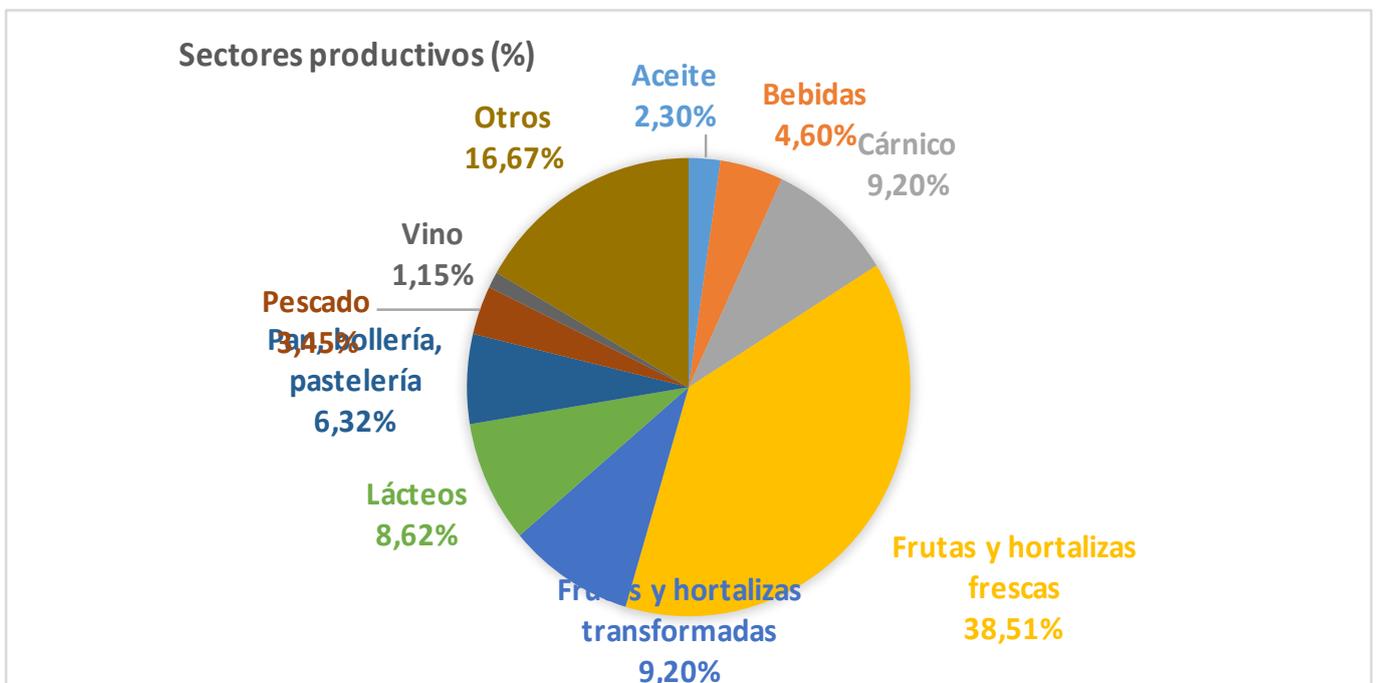
Tabla 4



## Sectores productivos

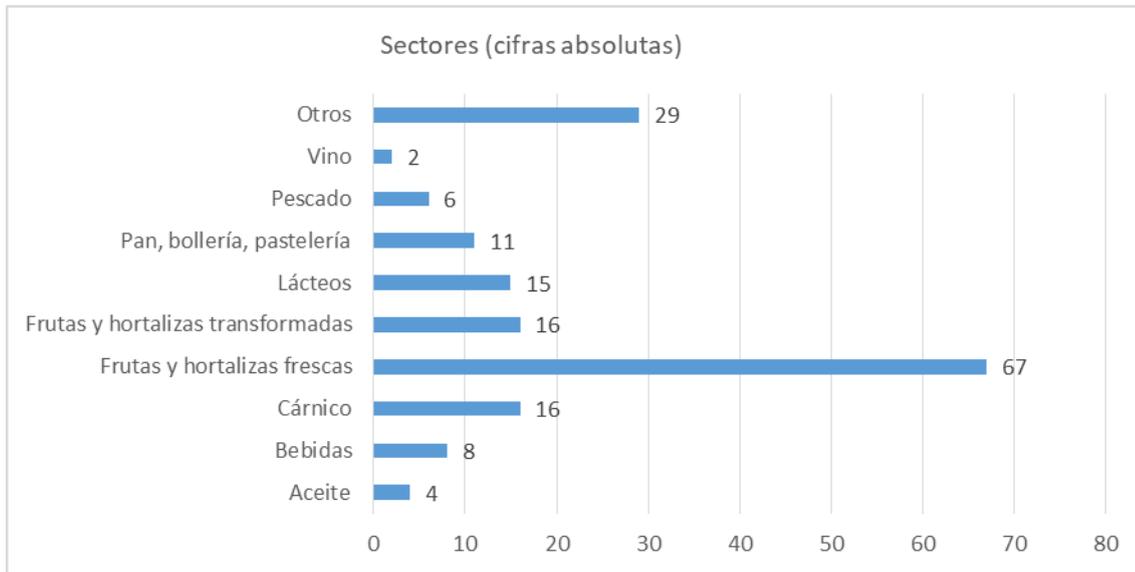
De entre todos los sectores representados por los operadores y asociaciones adheridos, aquellos que tienen un mayor peso son “frutas y hortalizas frescas” y “”, con un 37,50 %, les sigue en porcentaje el sector cárnico y las “frutas y hortalizas transformadas” con un 9,52 % “respectivamente. El sector “lácteo” merece una especial mención dado que supera el 8 %.

Tabla 6



A continuación se pueden observar las cifras absolutas de adhesiones para los sectores productivos más relevantes.

Tabla 7



[RELACIÓN DE OPERADORES Y ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS AL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA \(31/12/2020\) CONSULTAR AQUÍ](#)

## ANEXO I

**BOE- LEY 12/2013, de 2 DE agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria**

BOE-A-2013-8554

<https://www.boe.es/eli/es/l/2013/08/02/12/con>

**RDL 5/2020 de 25 de febrero por el que se adoptan diversas medidas urgentes en materia de Agricultura y Alimentación**

BOE-A-2020-2669

<https://www.boe.es/eli/es/rdl/2020/02/25/5>

**RD 64/ 2015 , de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se modifica el Reglamento de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, aprobada por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo**

BOE-A-2015-1159

<https://www.boe.es/eli/es/rd/2015/02/06/64/con>

**Resolución de 20 de enero de 2020, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publican los operadores inscritos en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.**

[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-1507](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-1507)

**Ley 8/2020, de 16 de diciembre, por la que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación.**

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-16346#dd>

## ANEXO 2 COMPOSICIÓN PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA

### Presidencia

<b>PRESIDENTE</b>	D. José Miguel Herrero Velasco	Director General de la Industria Alimentaria	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
En las sesiones que asiste el SGAA, actúa como Presidente	D. Fernando Miranda Sotillos	Secretario General de Agricultura y Alimentación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
<b>VICEPRESIDENTE</b>	Vacante	Dirección Gral. de Política Comercial y competitividad	Ministerio de Economía, Industria y Competitividad
<b>SECRETARIA</b>	D <sup>a</sup> . Purificación González Camacho	Subdirectora General de Promoción de los alimentos de España	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
<b>SUPLENTE</b>	D <sup>a</sup> Vanessa Pons Isern	Jefa de Área de relaciones Contractuales	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

### Vocales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

MAPA	D <sup>a</sup> Carola González Kessler	Subdirectora General de Acuicultura y Comercialización Pesquera	Secretaría General de Pesca MAPA
MAPA	<b>SUPLENTE</b> Dña. Carmen Rodríguez Muñoz Vacante desde Julio	Jefa de Área de la Subdirección General de Acuicultura y Comercialización Pesquera	Subdirección General de Economía Pesquera MAPA
MAPA	D. Jose Luis Agüero Monedero	Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
	<b>SUPLENTE</b> D <sup>a</sup> María Camino Arroyo Pérez	Subdirector Gral. de Frutas y Hortalizas, Aceite de Oliva y Vitivinicultura	Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios
MAPA	Dña. Gema Hernández Maroñas	Directora General de la Agencia de Información y Control Alimentarios	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	<b>SUPLENTE</b> Dña. Inmaculada Barrera Fernández de Ávila	Directora Técnica de Mercados	AICA
MAPA	D. Clemente Mata Tapia	Subdirector General de Competitividad de la Cadena Alimentaria	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
MAPA	D. Andrés Escudero Población	Subdirector General de Análisis, Coordinación y Estadística	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	<b>SUPLENTE</b> D. Fco. Javier Renes Rodríguez	Coordinador Área de Estadística	

## Vocales Órganos y Organismos de la Administración General del Estado

Ministerio Economía, Industria y Competitividad	D <sup>a</sup> Marta Bardón Fernández-Pacheco	Subdirectora General de Análisis Sectorial	Ministerio Economía, Industria y Competitividad Dirección General de Política Económica
	SUPLENTE D <sup>a</sup> Nieves García Vidal	Jefe de Servicio de la Subdirección Gral. de Análisis Sectorial	
AESAN	Dña. Laura Galindo Rodríguez	Subdirector Gral. De Coordinación, Calidad y Cooperación en Consumo	AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN
	SUPLENTE Dña. Luz María Martínez Cuevas	Jefa de Área de la Sub. Gral. De Coordinación, Calidad y Cooperación en Consumo	
INE	D. Ignacio González Veiga	Subdirector General de Estadísticas de Precios y de Presupuestos Familiares	Instituto Nacional de Estadística
	SUPLENTE Aránzazu García-Almuzara Martín	Subdirectora Gral. Adjunta de Estadísticas de Precios y de Presupuestos Familiares	

## Vocales Comunidades Autónomas

C.A. CANTABRIA	Pendiente de designación	Consejería Medio Rural, Pesca y Alimentación	Consejería Medio Rural, Pesca y Alimentación
C.A. CASTILLA- LA MANCHA	D. Gregorio Jaime Rodriguez	Director General de la Industria Agroalimentaria	C.A. CASTILLA- LA MANCHA
C.A. CASTILLA Y LEÓN	D. José Manuel Ferreras Navarro	Defensor de la Cadena Alimentaria de Castilla y León	Dirección General de Competitividad de la Industria Agroalimentaria y de la Empresa Agraria
C.A. CATALUÑA	D. Juan Gódia Tresánchez	Subdirector General de Industrias y Calidad Agroalimentarias	Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
C.A. EXTREMADURA	D <sup>a</sup> María Curiel Muñóz	Jefa de Servicio de Calidad Agropecuaria y Alimentaria	Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio. Dirección General de Agricultura y Ganadería de la Junta de Extremadura

## Vocales Vocales Asociaciones de Agricultores

ASAJA	D. Pedro Barato Triguero	Pre Presidente de ASAJA	Asociación Agraria Jóvenes Agricultores
COAG	D. Andoni García Arriola	Comisión Ejecutiva. Responsable Cadena Alimentaria, Economía Agraria de COAG	Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos
UPA	D. Lorenzo Ramos Silva	Secretario General de UPA	Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos

## Cooperativas Agroalimentarias

CAE	D. Ángel Villafranca Lara SUPLENTE D. Agustín Herrero González	Presidente de CAE  Director de CAE	Cooperativas Agro-alimentarias de España
-----	--	--	--

## Vocales Confederación Nacional de Cofradías de Pescadores

FNCP	D. José Manuel González Gil de Bernabé	Presidente Cofradías	Federación Nacional de Cofradías de Pescadores
------	--	----------------------	--

## Vocales Industria agroalimentaria

Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	D. Miguel Huerta	Secretario General de CONFECARNE	Confederación Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE)
Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	D. Primitivo Fernández	Director General de AINERAC	Asociación Nacional Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC)
Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	D. Ignacio Larracochea	Presidente de PROMARCA	Asociación Nacional de Empresas de Productos de Marca (PROMARCA)
Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	D. Mauricio García de Quevedo	Director General de FIAB	FIAB

## Organizaciones Sindicales Representativas de los Trabajadores

FITAG-UGT	D. Sebastián Serena Expósito	Secretario del Sector Alimentación, Bebidas y Tabacos de FITAG-UGT	Federación de Industria y Trabajadores Agrarios (FICA-UGT)
CCOO	D. Jose Vicente Canet Juan	Secretario del Sector de Alimentación, Bebidas y Tabacos de FITAG-UGT	COMISIONES OBRERAS de industria

## Distribución Alimentaria Mayorista y Minorista

Asociación de Cadenas españolas de Supermercados	D. Aurelio Del Pino	Presidente de ACES	ACES
Asociación Nacional de grandes Empresas de Distribución	D. Javier Millán-Astray Romero	Director General de Anged	ANGED
Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados	D. Ignacio García Magarzo	Director General de Asedas	ASEDAS
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO	D. José Guerrero Huesca	Secretario General de CEC	CEC

## Consejo de Consumidores y Usuarios

CONSEJO DE  
CONSUMIDORES Y  
USUARIOS

D<sup>a</sup> Carmen Picot Ordoval

Vicepresidenta de la  
Confederación Española de  
Cooperativas de  
Consumidores y Usuarios  
(HISPACOOOP)

HISPACOOOP

## Invitados

MERCASA

D. Jose Ramón Sempere

Presidente de MERCASA

Empresa Nacional de  
Mercados Centrales de  
Abastecimiento, S.A.  
(MERCASA)

FEPEX

D. José María Pozancos  
Gómez-Escolar

Director General de FEPEX

Federación Española de  
Asociaciones de  
Productores Exportadores  
de Frutas, Hortalizas, Flores  
y Planta Vivas

FEDEPESCA

D<sup>a</sup> María Luisa Álvarez  
Blanco

Directora General adjunta

Federación Nacional de  
Empresarios Detallistas de  
Pescado y Productos  
Congelados

COEMFE

D. Andrés Suárez Puertas

Presidente de COEMFE

Confederación Nacional de  
Empresarios Mayoristas de  
Frutas y Hortalizas de  
España

AECOC

D. José María Bonmatí

Director General de AECOC

Asociación de Fabricantes y  
Distribuidores (AECOC)

CNMC

COMISIÓN NACIONAL DE  
LOS MERCADO Y LA  
COMPETENCIA



## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

**Diseño y maquetación:**

SGPDAE

NIPO papel: 003200153

NIPO línea: 003200169

Depósito Legal: M-21803-2021

**Distribución y venta:**

Paseo de la Infanta Isabel, 1

28014 Madrid

Teléfono: 91 347 55 41

Fax: 91 347 57 22

Tienda virtual: [www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)

e-mail: [centropublicaciones@mapa.es](mailto:centropublicaciones@mapa.es)

Catálogo de Publicaciones de la AGE:

<https://cpage.mpr.gob.es>