

Estadísticas sobre alimentación en España

José Miguel Herrero Velasco

Subdirector General de Estructura de la Cadena Alimentaria. MAGRAMA

La información y la generación del conocimiento son elementos necesarios e imprescindibles para la toma de decisiones tanto en la administración pública como en la empresa privada. En el caso de la alimentación, se hace, si cabe, más necesaria la información. La importancia socioeconómica del sector agroalimentario es innegable. Si a las etapas de producción de alimentos unimos la comercialización y distribución la importancia crece aún más.

Por ello, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria, lleva varios años generando información estadística sobre aspectos relacionados con la alimentación, el consumo y la comercialización agroalimentaria.

El principal instrumento ordenador de la actividad estadística para fines estatales es el **Plan Estadístico**, que recoge operaciones estadísticas. Entre ellas, destacan las relativas al **Observatorio de Precios de los Alimentos**, el “Consumo Alimentario en España” y “Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario”.

OBSERVATORIO DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS DEL MAGRAMA

El Observatorio de Precios de los Alimentos del MAGRAMA (OPA) se creó en el año 2000 (R.D. 509/2000, de 14 de abril) como instrumento metodológico y un foro de análisis que aporta conocimiento al proceso de formación de precios en la cadena agroalimentaria con el fin de contribuir a la transparencia de los mercados. En concreto, sus funciones son:

- Analizar la estructura básica de los precios y factores causantes de su evolución.
- Realizar un seguimiento sistemático de la formación de los precios.
- Realizar informes y estudios analizando los factores que contribuyen a la formación de los precios.
- Elaborar propuestas de actuación a las Administraciones competentes y recomendaciones a los agentes.
- Fomentar el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector.

El OPA se está utilizando como foro permanente de diálogo y encuentro entre los agentes de la cadena alimentaria, así como instrumento generador de conocimiento y transparencia.

El Ministerio, a través del OPA, asumió el compromiso de estudiar las cadenas de valor y el proceso de formación de precios de 38 alimentos (el 20 de enero de 2009 se constituyó el grupo de trabajo entre el MAGRAMA, MINECO y MERCASA, tal como insta la Proposición no de Ley, con el objeto de proceder a la realización de los estudios de la cadena de valor de los principales productos de la alimentación no elaborados).

Entre los años 2009 y 2011, se han realizado en total 33 estudios de cadena de valor de los siguientes alimentos: frutas y hortalizas (cítricos, manzana, pera y plátano; tomate, pimiento y calabacín; patata y zanahoria), carnes (ovino, vacuno, porcino, pollo y conejo), pescados (merluza, pescadilla, bacaladilla, gallo, dorada, jurel, sar-



dina, caballa, boquerón, trucha, bonito, salmón, pez espada, chirla y mejillón), leche, pan, huevos y aceite de oliva.

Asimismo, desde 2011, se han realizado 31 actualizaciones de los estudios de cadena de valor de los alimentos y actualmente, se están elaborando 8 estudios de cadena de valor (judía verde, lechuga, acelga, ajo, cebolla, cereales, aceite de orujo de oliva y vino) y 11 actualizaciones más.

Los estudios son un análisis sobre los componentes de la cadena y los costes asociados en cada uno de los procesos de comercialización, que pretende ser dinámico y actualizable para que pueda servir de instrumento explicativo y analítico del proceso de formación de precios de los alimentos.

Tienen como objetivo fomentar la colaboración del sector a través de una reflexión conjunta sobre las estructuras del sector y sobre el proceso de formación de precios, tratando de buscar la mejora de la cadena a través del conocimiento de la misma.

Son estudios descriptivos y no pretenden ser estudios estadísticos sobre ingresos, costes y beneficios de los distintos agentes participantes a lo largo de la cadena.

En ellos se identifican y analizan las configuraciones principales de la cadena de valor de cada sector, las actividades básicas en cada una de las etapas de la cadena y los principales agentes participantes y sus interacciones.

Por último, se construye la estructura de precios a partir de la información sobre costes y beneficios de cada etapa, suministrada por el sector. La información obtenida, que proviene de diferentes fuentes, se cruza y contrasta para pulir incoherencias a través de un proceso reiterativo.

A la hora de extraer conclusiones sobre el sector es importante tener en cuenta que la información se refiere exclusivamente a los productos, variedades y al periodo analizado.

CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA - PANEL DE CONSUMO

El objetivo general de la operación Consumo Alimentario en España es conocer y estudiar cómo es la alimentación de los españoles, para ello, se analiza lo que se consume tanto dentro de los Hogares como en los establecimientos de Hostelería/Restauración (HORECA en lo sucesivo). Para ello recoge desde 1987, datos sobre la ali-

mentación, mes a mes, en los hogares españoles a través de una muestra de 12.000 hogares españoles.

Pero no sólo analiza las variables directas derivadas de los actos de compra en sí (cantidades adquiridas, gasto realizado y precio pagado en esas compras), sino que la operación pretende ser más ambiciosa y profundiza en las motivaciones del consumidor en el acto de compra y de consumo.

El objetivo de la operación Consumo Alimentario en España es conocer y estudiar cómo es la alimentación de los españoles, tanto dentro de los Hogares como en los establecimientos de Hostelería/Restauración

La operación presenta tres ámbitos claramente diferenciados:

1. Consumo Alimentario dentro del Hogar.

Pretende conocer y estudiar la alimentación de los españoles mediante un **Panel de Consumo Alimentario en los Hogares**. Para ello, se tiene una muestra aleatoria de 12.000 hogares que suministran todas sus compras de alimentación diariamente, escaneando el código de barras de los alimentos y suministrando información de las cantidades compradas, valor gastado y lugar dónde realizan la compra.

2. Consumo Alimentario Fuera del Hogar.

Pretende conocer y estudiar la alimentación de los españoles, fuera del hogar. Para ello disponemos de un **Panel de Consumidores en Horeca: Hábitos del Consumidor**, en el que se recoge el consumo de la población española que se realiza fuera del hogar, bien porque acude a los establecimientos de Horeca o bien a establecimientos de distribución diversa, como son las gasolineras, máquinas de vending, tiendas de alimentación, etc., (en este caso para consumirlas *in situ* o en la calle). Los clientes declaran sus compras y las motivaciones por las que lo han hecho.

Se dispone de una muestra de 14.000 individuos de edades comprendidas entre 10 y 65 años representativos de la población española, que durante 15 días al semestre suministran sus consumos fuera del hogar, mediante un cuestionario autogestionado, bien "on line", bien en formato papel, especificando gasto realizado, tipo de consumo hecho, motivaciones del mismo, etc.

Esta operación estadística tiene como objetivos la elaboración de unos indicadores que permitan medir de forma cuantitativa y periódica cuál es el clima de confianza de los principales participantes en el proceso de comercialización agroalimentaria

BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Con el Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario se dispone de una herramienta que permite medir la evaluación de

las políticas públicas y su planificación para actuaciones futuras, así como medir el impacto en el sector agroalimentario de los cambios del entorno socioeconómico y político.

Esta operación estadística tiene como objetivos la elaboración de unos indicadores que permitan medir de forma cuantitativa y periódica cuál es el clima de confianza de los principales participantes en el proceso de comercialización agroalimentaria; así como obtener un índice de seguimiento agregado de la confianza del sector agroalimentario, y a su vez los subíndices del índice empresarial e índice del consumidor y otros subíndices por áreas de interés comercial

Para ello, se ha considerado como población a los agentes de la cadena agroalimentaria de España, dividiéndola en cinco universos independientes: Productores, Industrias agroalimentarias, Mayoristas, Distribución Alimentaria y Consumidores

Las muestras son aleatorias y representativas de cada colectivo con el siguiente tamaño para cada trimestre: 800 Productores, 800 Industriales, 125 Mayoristas, 700 Distribuidores de alimentación y 2.000 Consumidores.

La forma de obtención de datos es a través de entrevistas trimestrales a los diferentes agentes seleccionados dentro de los grupos reseñados anteriormente.

De este modo se pretende conocer la percepción de los agentes sobre la evolución de la situación económica general del país, la situación y evolución del sector agroalimentario, el grado de confianza en el consumo de alimentos y la satisfacción general en las relaciones comerciales. Para ello se elaboran índices que permitan medir de forma cuantitativa las percepciones anteriormente descritas.

Lo que se mide con esta operación estadística es, en definitiva, la situación del sector agroalimentario en relación a otros sectores económicos, así como la evolución del mismo en el último año o la evolución de las ventas en un periodo de tiempo determinado. Además, se realizan perspectivas de ventas para meses posteriores. Se estudia la satisfacción de la evolución de los diferentes márgenes comerciales en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización agroalimentaria y se realizan perspectivas sobre los márgenes. También se mide la implantación de tecnologías de la información y comunicaciones. Un punto importante es la gestión de las administraciones públicas, tanto en seguimiento de precios de los alimentos como en apoyo e incentivos.

Para saber más...

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
Área de Consumo y comercialización y distribución alimentaria:
<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/>

- Panel de Consumo Alimentario:
<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/>
- Observatorio de Precios:
<http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/default.aspx>