SEGUNDO SEMESTRE
2021

BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

ANICE
Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

cajamar
CAJA RURAL

Índice

Introducción	3
Cifra de negocio	5
Volumen de existencias	6
Exportaciones	6
Plantilla de trabajadores	8
Inversiones previstas	9
Materias primas	10
Factores limitantes	11
Los efectos del coste de la energía eléctrica	12
Medidas en torno a la sostenibilidad	13
De cara al futuro	14

RESULTADOS DEL 2.º SEMESTRE DE 2021
Y PREVISIONES PARA EL 1.º SEMESTRE DE 2022

Introducción

ANICE y **Cajamar Caja Rural** pusieron en marcha el Barómetro de la Industria Cárnica Española en 2018, siendo el presente documento la exposición de los resultados de la séptima edición, relativos al segundo semestre de 2021 con previsiones para el primer semestre de 2022.

Objetivo

El objetivo principal de esta colaboración es aportar información actualizada del sector de la industria cárnica. El Barómetro, de carácter semestral, es un instrumento de medición de la coyuntura del sector, en el que se recoge el punto de vista de las empresas cárnicas. Esta herramienta permite medir sus expectativas, fortalezas y las preocupaciones aportando información objetiva sobre las tendencias del mercado.

Resultados

A partir de los resultados del barómetro, se extrae el índice de confianza del sector, y se calcula el denominado, «**Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española (ISICE)**». Este indicador recoge información de la cifra de negocio, las exportaciones y la plantilla de trabajo por tanto traslada información sobre la percepción de los empresarios respecto a su coyuntura.

De cara al primer semestre de 2022 el ISICE se reduce respecto al del semestre anterior. Los principales motivos que han incidido en esta contracción son:

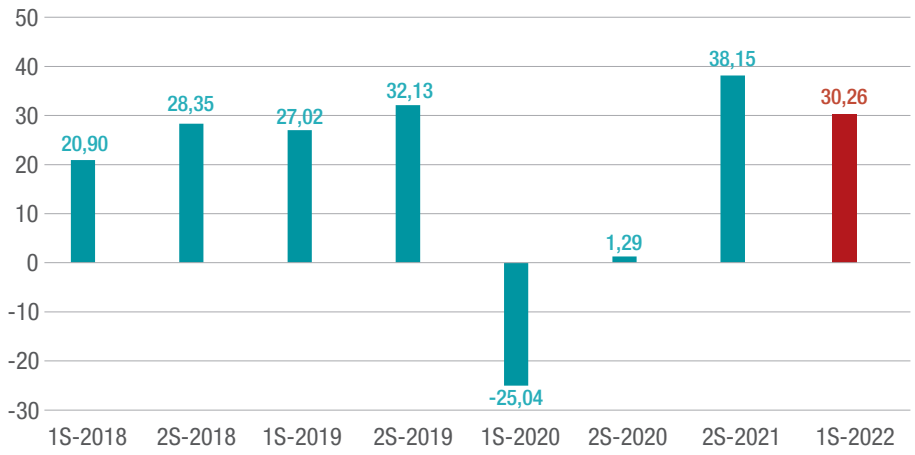
1) El impacto de la sexta ola de ómicron y la errática evolución de la pandemia, que ha ralentizado la reactivación económica.

2) Los elevados costes de producción a los que se están enfrentando los operadores. Liderados por los costes de energía eléctrica, pero también por otros aumentos (como los combustibles, los materiales de envases, el transporte, los problemas logísticos y los costes laborales).

3) La previsión de reducción de las exportaciones hacia China de cara al inicio de 2022. El país asiático ha sido uno de los motores que ha tirado de las exportaciones internacionales a lo largo de 2021, pero la expectativa de mejora de su producción de carne de cerdo tras superar la fase crítica por la Peste Porcina Africana (PPA) hacen presagiar que su necesidad de importar podría reducirse.

En definitiva, las perspectivas para el primer semestre de 2022 del Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española estimaban una caída del 20,7 % respecto al semestre anterior. No obstante, a pesar de la reducción, al comparar los resultados con la evolución del Índice en el tiempo podemos hablar de datos positivos por tratarse de «niveles prepandemia».

Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española (ISICE)*



**ISICE: se calcula como la media aritmética de los saldos (porcentaje de respuestas expansivas menos porcentaje de respuestas pesimistas) de las siguientes variables: cifra de negocios, exportaciones y plantilla (-100 valor mínimo, +100 valor máximo).*

A continuación, se realiza un análisis más detallado de las diversas variables que conforman el índice, así como una descripción de diversos aspectos de interés para el conjunto del sector recogidos en el barómetro.

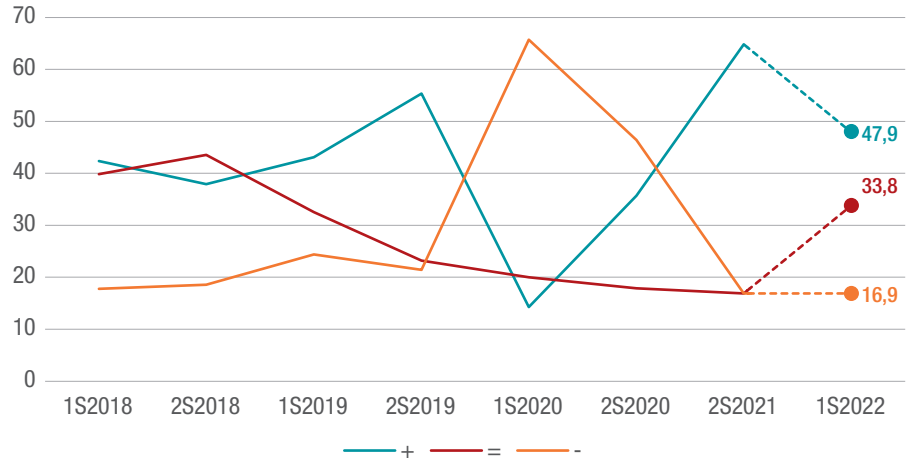
Cifra de negocio

A partir del índice al desgranar cada una de las variables que lo componen, respecto a la cifra de negocio prevista para este primer semestre de 2022 se apunta un valor inferior a la del último semestre de 2021. En línea con la sensación que traslada el ISICE, para las empresas encuestadas a finales de 2021 existen unas perspectivas peores, probablemente por las estimaciones al alza de los costes de producción.

El 64,8 % de las empresas encuestadas respondieron que durante el segundo semestre de 2021 su cifra de negocio había aumentado respecto al inicio de año. No obstante, esta cifra se reduce hasta el 47,9 % en las empresas que esperan seguir mejorando sus cifras de negocio. Otra forma de verlo más optimista es que solo el 16,9 % de las empresas encuestadas esperan reducir sus cifras de negocio de cara a 2022.

Teniendo en cuenta que las respuestas a esta edición del barómetro se han recogido en los días previos a las navidades, la lectura apunta a una incertidumbre respecto a la aplicación de las restricciones vinculadas a la covid-19 y a unas previsiones poco esperanzadoras sobre los festivos navideños.

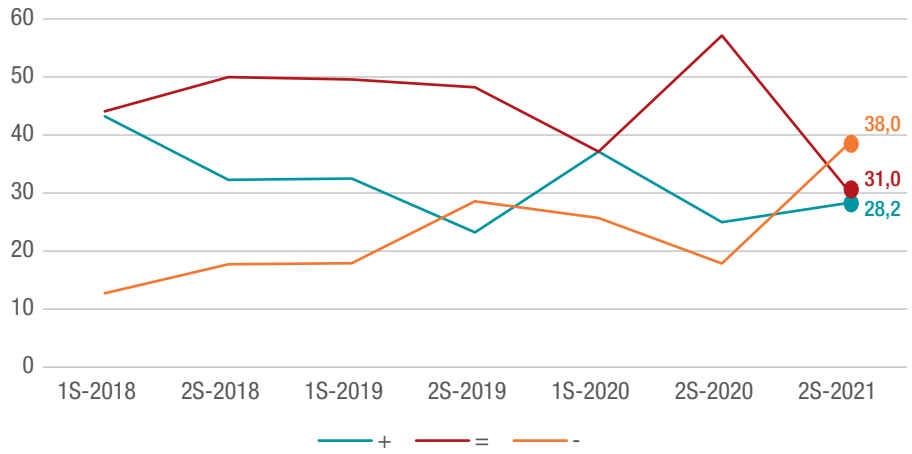
Evolución de la cifra de negocio (%)



Volumen de existencias

En línea con las menores cifras de negocio, el número de empresas que prevén reducir sus *stocks* ha crecido con respecto al año anterior. Concretamente el 38,0 % de los encuestados informó de una previsión de reducción de las existencias.

Evolución del volumen de *stocks* o de productos terminados

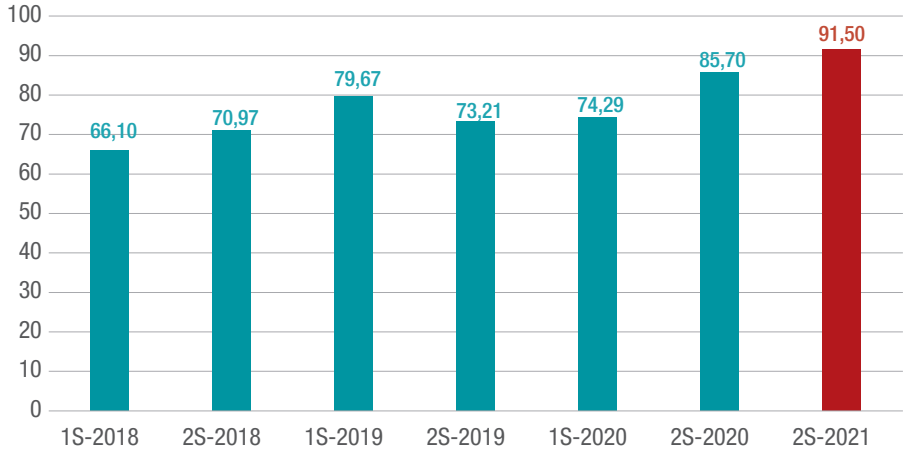


Exportaciones

Respecto a la evolución de las empresas exportadoras, sigue la previsión de aumento de empresas que se internacionalizan. Como se viene indicando en anteriores ediciones del Barómetro, el comercio exterior más allá de ser una herramienta para oxigenar el mercado interior es una estrategia de generación de negocio para las empresas, que les permite diversificar riesgo y aprovechar oportunidades en los mercados exteriores.

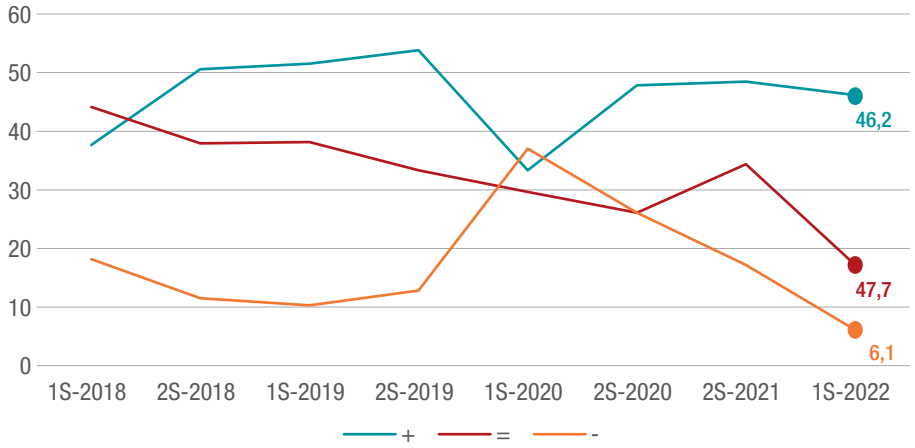
Por ello, el porcentaje de empresas exportadoras del sector de la industria cárnica española no ha descendido a pesar del impacto de la COVID, probablemente la naturaleza esencial del sector, la firme demanda internacional y la experiencia comercial acumulada del sector han reforzado su habilidad para seguir siendo competitivos en los mercados exteriores.

Empresas exportadoras (%)



Por tanto, a pesar a las dificultades que abarcan desde la fase de producción hasta la fase de trasporte y la logística en la distribución (como consecuencia de los costes de los fletes, la escasez de contenedores y barcos para transporte, y la carestía y escasez de algunos materiales de envasados como plásticos o palés) el 46 % de las empresas encuestadas estiman que aumentarán sus exportaciones y el 47 % que mantendrán su trayectoria exportadora.

Evolución de las exportaciones (%)



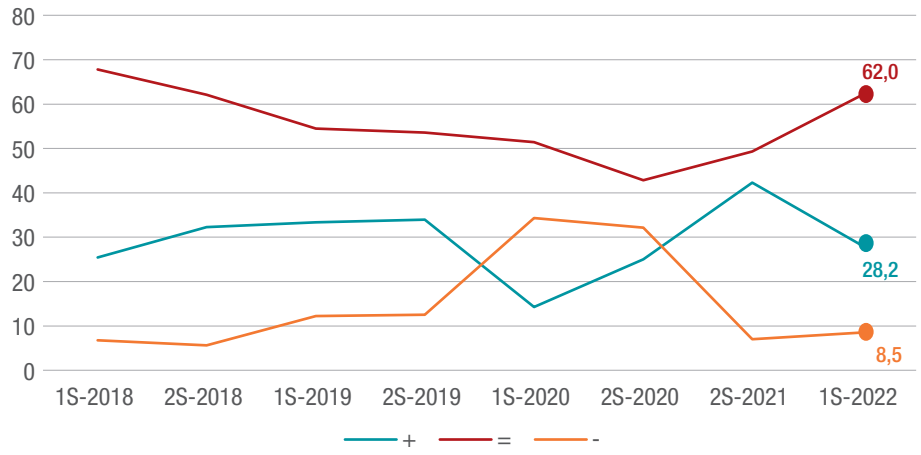
Asimismo, al observar la evolución desde el inicio de la pandemia, la proporción de empresas que reducen sus ventas al extranjero cae hasta un 6,11 % de cara al primer semestre de 2022. De modo que la lectura es que las limitaciones a la exportación parecen reducirse y se espera recuperar o mantener la trayectoria exportadora habitual.

En este punto merece la pena destacar, que China ha sido una de las locomotoras que ha tirado de esas compras internacionales a lo largo de 2021, pero la expectativa de mejora de su producción de carne de cerdo tras superar la fase crítica por la Peste Porcina Africana (PPA) hacen presagiar que el negocio hacia el país asiático podría reducirse. Por lo que sería interesante interpretar esta reducción de las compras del país asiático con atención y centrar esfuerzos en explorar y consolidar destinos alternativos de comercio.

Plantilla de trabajadores

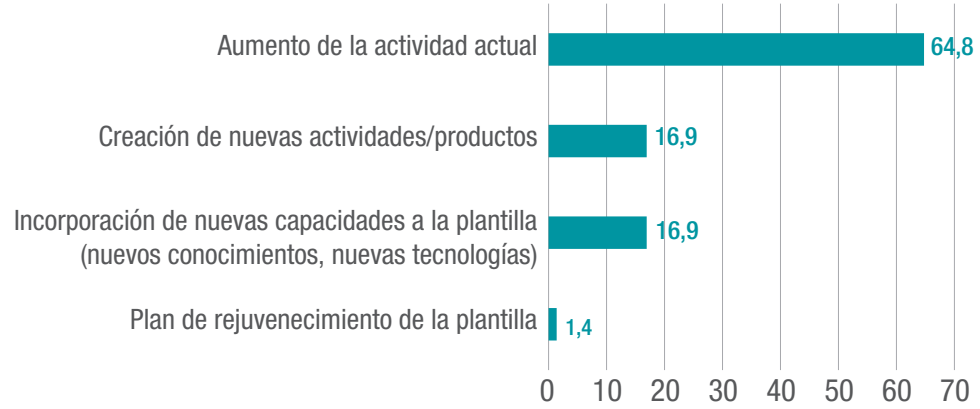
Como se viene indicando también, la industria cárnica (y en general la alimentaria) es un sector empresarial estable en cuanto al empleo. Hemos tenido un buen comportamiento durante la pandemia, y a través de las empresas encuestadas se recoge que casi el 50 % de las empresas mantendrá la plantilla y un 42 % la aumentará. En definitiva, en este aspecto, el sector cárnico ha mostrado durante 2021 su compromiso con la creación y el mantenimiento del empleo.

Evolución de la plantilla (%)



En este contexto, la principal razón para el aumento de plantilla vuelve a ser este semestre el aumento de la actividad.

Razones para el aumento de la plantilla 2S 2021 (%)



Inversiones previstas

La inversión es el reflejo de las expectativas y estas mantienen una tendencia creciente. Nos encontramos con que el número de empresas que va a realizar inversiones en los próximos meses alcanza el 77,5 %. Merece la pena destacar que se trata de la cifra máxima desde que venimos realizando el barómetro.

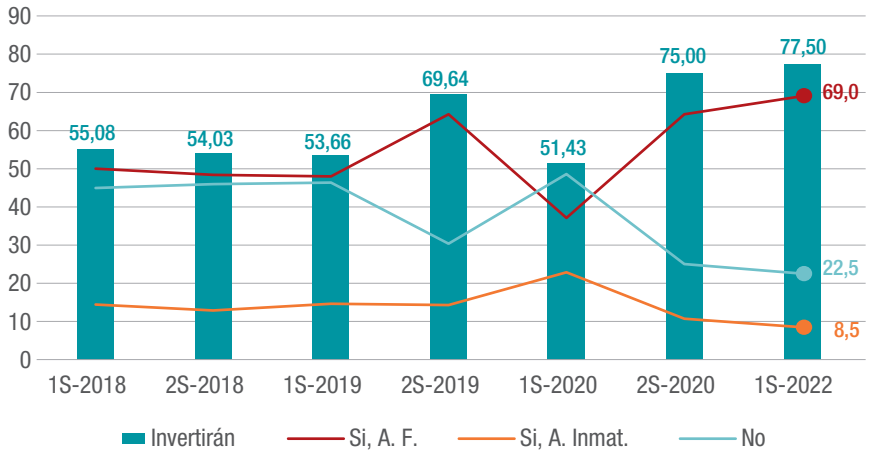
Por tanto, la lectura global respecto el planteamiento de inversión de las empresas cárnicas es muy positiva. Esto probablemente se deba a las expectativas de cara a 2022 para cuando está previsto que comiencen a trasladarse los fondos Next Generation y el PERTE Agroalimentario.

Es interesante subrayar que un 69,0 % seguirá manteniendo proyectos de inversión relacionados con activos fijos y las expectativas de inversión vinculadas a los activos intangibles se han reducido ligeramente.

También es remarcable la evolución de la inversión en el tiempo. Su aumento podría estar vinculado al incremento de inversiones en relación con temas de ahorro energético, en especial con la implantación de fuentes de energía fotovoltaica (las ayudas que se están aplicando en muchas regiones han tenido buena aceptación y se han agotado los presupuestos de las convocatorias). En definitiva, la inversión en

paneles solares parece ser rentable, por la subvención que supone una ayuda real y también por el incremento del precio de la energía que facilita que la amortización de la inversión se reduzca a pocos años.

Inversiones (%)

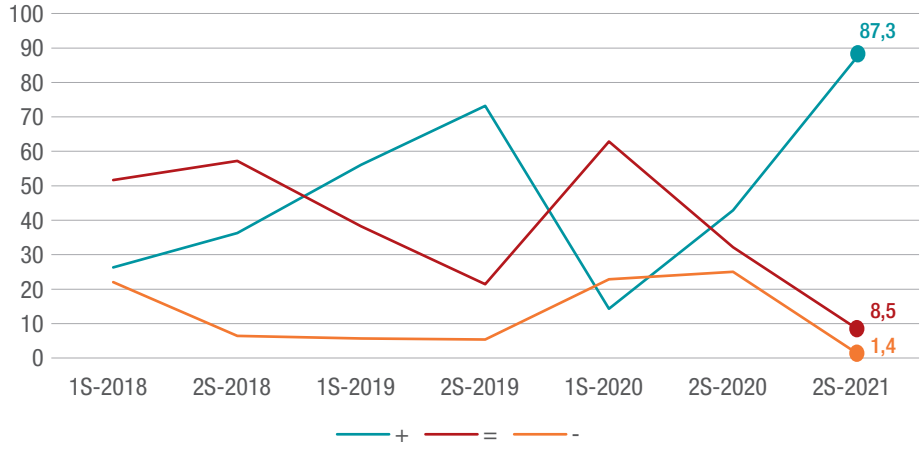


Materias primas

La situación en este apartado ha cambiado notablemente, hemos pasado de un escenario de incertidumbre e inicio de incremento de los precios de las materias primas (donde el 42,8 % de las empresas habían aumentado los precios) a un escenario de precios de las materias primas disparado (donde el 87,3 % de las empresas mantiene las expectativas de que sus costes se incrementarán).

Al mismo tiempo, las respuestas deflacionarias marcan sus mínimos con un 1,4 % del total que opina que se reducirán sus costes.

Precio de las materias primas (%)

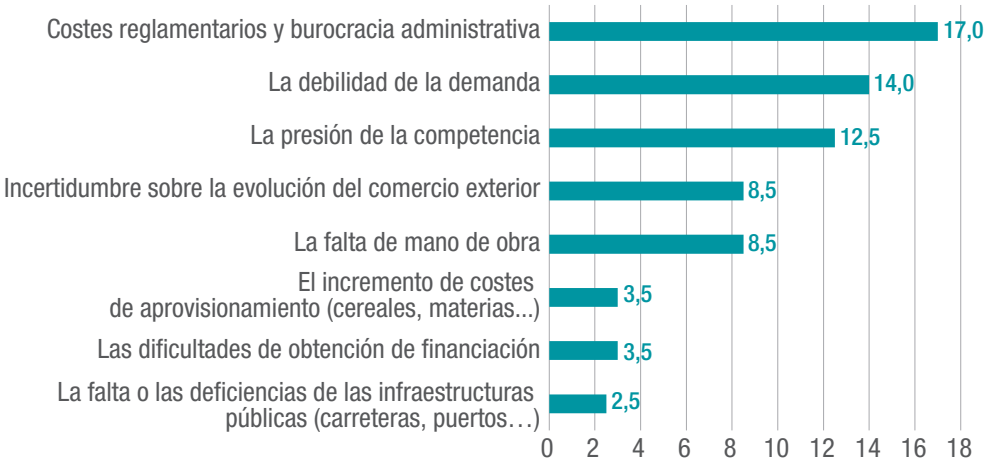


Factores limitantes

A partir de las respuestas obtenidas, se observa que preocupan los costes vinculados a las nuevas regulaciones y burocracias administrativas (17 %). Esto podría estar relacionado con la inquietud respecto a las medidas no arancelarias que aplican algunos países difíciles de predecir e interpretar en muchas ocasiones que levantan barreras al comercio exterior o lo obstaculizan.

Otro tema que preocupa es la debilidad de la demanda (14 %). Esto podría responder a la reducción de la demanda China, pero a su vez lo vinculamos a la debilidad del consumo interno, debido por un lado a la cantidad de productos sustitutivos de la carne que han aparecido (en definitiva, nuevas fuentes de proteínas sustitutivas y están en la actualidad «de moda») así como la nuevas tendencias y hábitos de vida que apuestan por una reducción del consumo de carne. Somos conscientes de que el consumo a nivel europeo se mantendrá estable o tenderá a reducirse mientras que son los países en desarrollo los que presentan potencial para aumentar el consumo y la demanda de carne.

De cara a la mejora de su empresa: factores limitantes (%)



Otro tema que merece la pena nombrar es la incertidumbre respecto la evolución del comercio exterior (8,5 %). El ultimo descubrimiento de varios brotes de PPA en el norte de Italia traslada la importancia de tomar acciones preventivas y a ser conciencies la capacidad de contagio de la enfermedad. Por un lado, destaca la necesidad de prevenir el riesgo y llamar a la prudencia y a la aplicación de todas las medidas necesarias para evitar la entrada de la PPA en España. Y, por otro lado, la necesidad de avanzar hacia la regionalización para prevenir y abrir una vía a la exportación en caso de contagio.

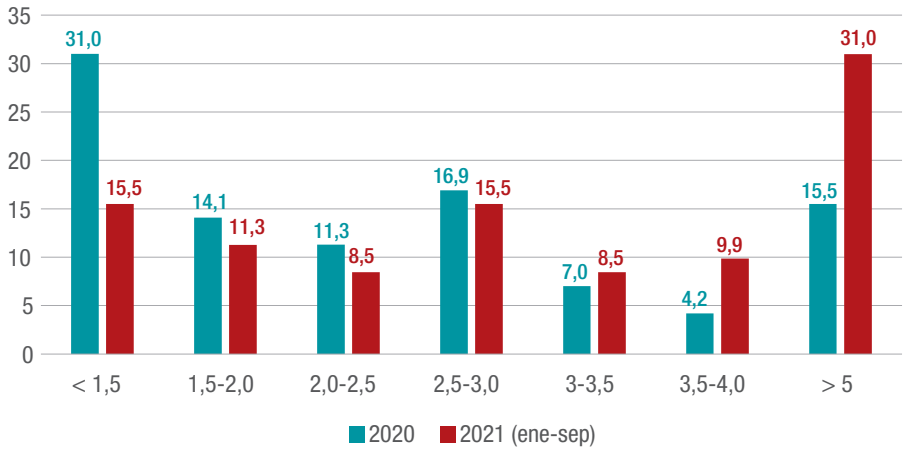
Somos conocedores del esfuerzo desde ANICE en coordinación con INTERPORC para mover un comité de crisis y a su vez el diálogo con el MAPA para trabajar y avanzar hacia el reconocimiento de la regionalización en nuestro país (en línea como lo ha conseguido Francia a través de un acuerdo bilateral directamente con China).

Los efectos del coste de la energía eléctrica

En esta séptima edición se ha incluido como novedad, información relevante sobre el impacto en las empresas en relación con la subida de la factura eléctrica, un factor de gran relevancia, por su reflejo directo en sus costes de producción.

Los resultadas trasladan la preocupación por el crecimiento de los costes. Concretamente una de cada tres empresas encuestadas ha incrementado el coste de energía eléctrica en un 5 % sobre la cifra de negocio.

¿Qué porcentaje supuso el coste de la energía eléctrica?* (%)



** Frecuencia sobre la cifra de negocio en ese periodo.*

Medidas en torno a la sostenibilidad

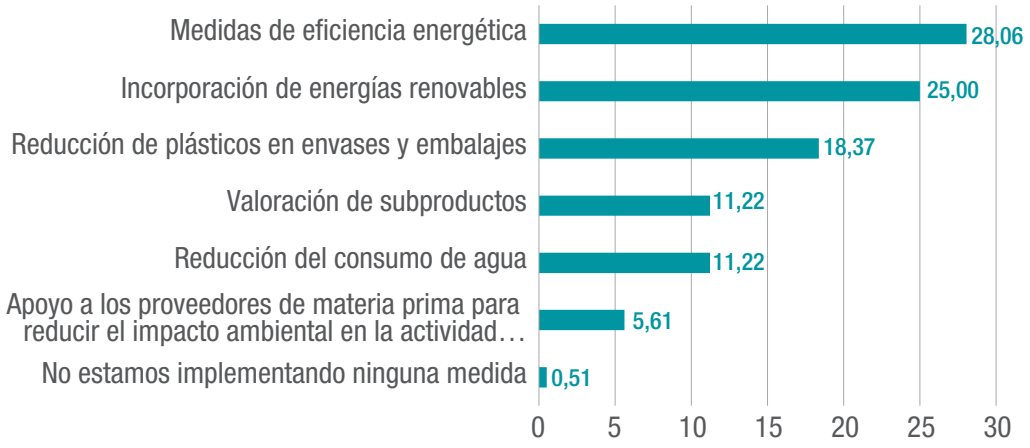
También como novedad en esta edición del barómetro desde ANICE y Cajamar se ha querido profundizar en las acciones respecto a la implementación de medidas vinculadas a mejorar la sostenibilidad ambiental que está adaptando la industria cárnica española.

En este punto queremos destacar el esfuerzo de tantos profesionales del sector que en su día a día para apostar por una industria cárnica cada vez más sostenible.

El 100 % de las empresas entrevistadas están implementando alguna medida vinculada al mejor uso de recursos y por tanto a mejorar su sostenibilidad ambiental. Y, en línea con la preocupación por el aumento de los costes energéticos, la eficiencia energética es la medida de sostenibilidad más implementada por las empresas, seguida por la incorporación de fuentes de energía renovables.

También es interesarte destacar en este punto la llegada de la nueva ley regulación de plásticos (según la FIAB esta normativa generara costes elevados en el sector). Esto explicaría también el porcentaje de 18,7 % de empresas implicadas en la reducción del uso de plásticos y la búsqueda de envases alternativos.

¿Cómo está abordando la implementación de las medidas de sostenibilidad? (%)



De cara al futuro

Finalmente, desde ANICE y Cajamar con la intención de seguir aportando información actualizada de la industria cárnica esperamos seguir renovando el Barómetro en las próximas ediciones para adaptarlo a las necesidades y preocupaciones del sector, siempre garantizando la confidencialidad de los datos, así como que el tratamiento y presentación de los mismos se hará siempre de manera agregada.

Aprovechamos la oportunidad para agradecer vuestra implicación y os animamos a seguir contribuyendo a la construcción del barómetro con vuestras respuestas.