SEGUNDO SEMESTRE
2019

BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

ANICE
Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

cajamar
CAJA RURAL

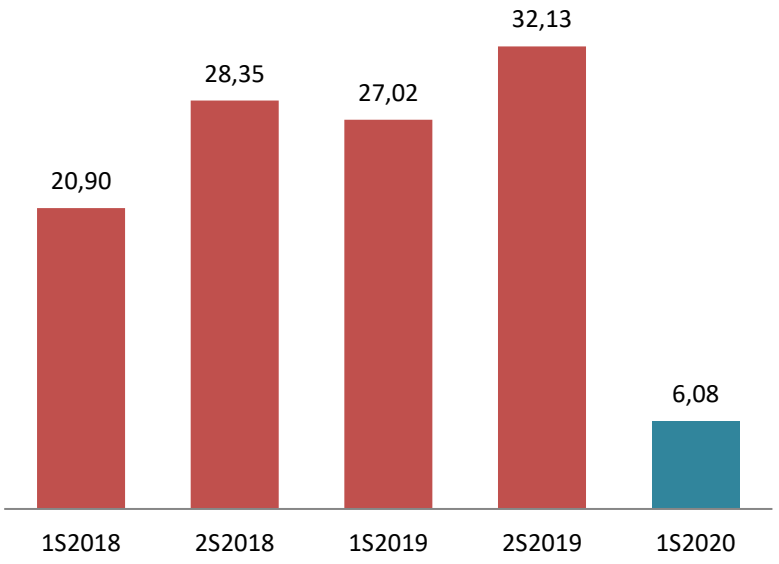
BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

RESULTADOS DEL 2º SEMESTRE DE 2019 Y PREVISIONES PARA EL 1º SEMESTRE DE 2020

SUMARIO

ANICE y Cajamar Caja Rural pusieron en marcha el Barómetro de la Industria Cárnica Española en 2018, siendo el presente documento la presentación de los resultados de la cuarta oleada, relativos al segundo semestre de 2019 con previsiones para el primero de 2020.

El **Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española** (ISICE) mejora por encima de las previsiones realizadas hace 6 meses, pero para el primer semestre de 2020 las estimaciones se recortan de forma evidente. Así, el índice se situaba al final del año 2019 con 32,13 puntos en el momento más alto de toda la serie, reduciéndose hasta un escaso 6,08 la previsión para el periodo siguiente. Las razones de este retroceso esperado hay que buscarlas en sus componentes: todos sus sumandos (cifra de negocio, exportaciones y plantillas) caen en términos de expectativas, especialmente el del crecimiento del empleo.



El repaso a las diversas variables por las que se indaga en el Barómetro nos arroja los siguientes titulares:

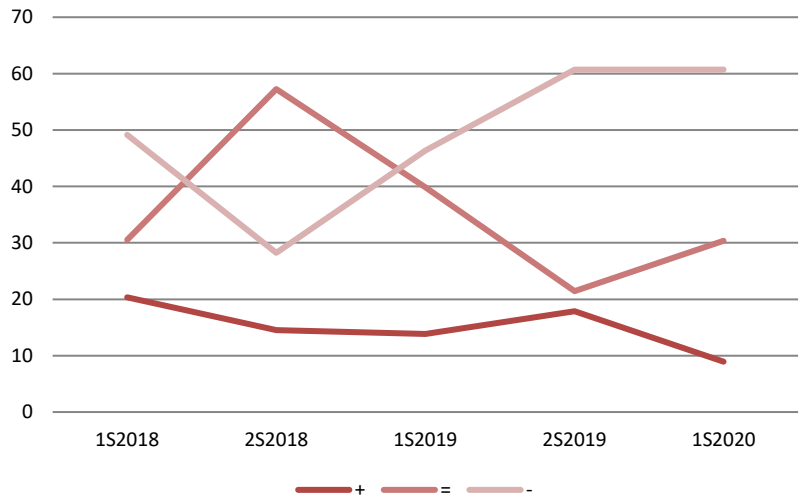
- Empeora la visión sobre la marcha del sector, con un aumento significativo de las opiniones pesimistas, que empeora en términos de expectativas, donde caen las opiniones optimistas.

[1] El 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.

- A pesar de un entorno menos positivo, el porcentaje de empresas que lograron aumentar sus ventas este semestre alcanzó el máximo de la serie (55,4 %). No obstante, el optimismo se recorta de cara al a primera mitad de 2020.
- Las existencias de productos terminados posiblemente se redujeron ya que el porcentaje de empresas que las redujeron por encima de las que las aumentaron por primera vez en la historia de la serie.
- También se alcanza un máximo en el porcentaje de empresas que las aumentaron (53,9 %), aunque de nuevo las expectativas empeoran de cara al inicio de año.
- En términos de empleo, aún en el segundo semestre de 2019 un tercio de las empresas estaba aumentando su plantilla. Las expectativas para el arranque de este año, sin embargo, plantean un escenario donde no se espera el aumento del empleo.
- A pesar del empeoramiento de las expectativas, la inversión en el sector se acelera. Un 69,6 % de las empresas manifiesta que va a invertir durante los próximos seis meses.
- El aumento de los costes de materia prima sigue su escalada. Un 73,2% de las empresas cree que este coste seguirá subiendo en los próximos meses.
- El uso de la capacidad instalada se sigue manteniendo en los niveles de semestres anteriores y por encima del 75 %.
- El nivel de uso de la capacidad instalada ha crecido ligeramente con respecto al semestre anterior hasta alcanzar el 76,8 %.
- El aumento de los costes de materia prima asciende hasta el tercer factor que más limita el crecimiento del sector, por detrás de los ya clásicos aumento de la competencia y la debilidad de la demanda.
- El 82,2 % de las empresas considera que la digitalización va a ser relevante o muy relevante para ellas. De hecho, el 42,9 % están implementando o lo han hecho ya una estrategia de digitalización.
- La trazabilidad y la interconexión de las cadenas de valor va a ser una de las cuestiones más relevantes de cara a la digitalización de las empresas.

SITUACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR CÁRNICO

En un entorno en el que el enfriamiento de la economía europea se prolongaba a lo largo de todo el segundo semestre del año 2019 y en el que finalmente el Reino Unido ponía en marcha el mecanismo del *brexit* con unas elecciones que liberaban a su primer ministro del bloqueo parlamentario, las empresas de ANICE empeoraron claramente su visión sobre la marcha del sector. Aunque los optimistas aumentaron ligeramente, el porcentaje de respuestas que valoraban peor la situación actual pasaba del 46,3 % al 60,7 %. Obviamente, este crecimiento de las respuestas pesimistas se ha debido a la caída de las neutras. De cara al próximo semestre, las respuestas negativas se mantienen en el mismo nivel, pero, por el contrario, las optimistas caen por debajo del 10 %. Parece evidente que el aumento de los costes de materia prima que ya se señalaba en la anterior oleada y la dificultad de trasladar dichos aumentos a los precios de venta de sus producciones, junto con el empeoramiento general de las condiciones económicas, están detrás del deterioro del clima económico del sector.

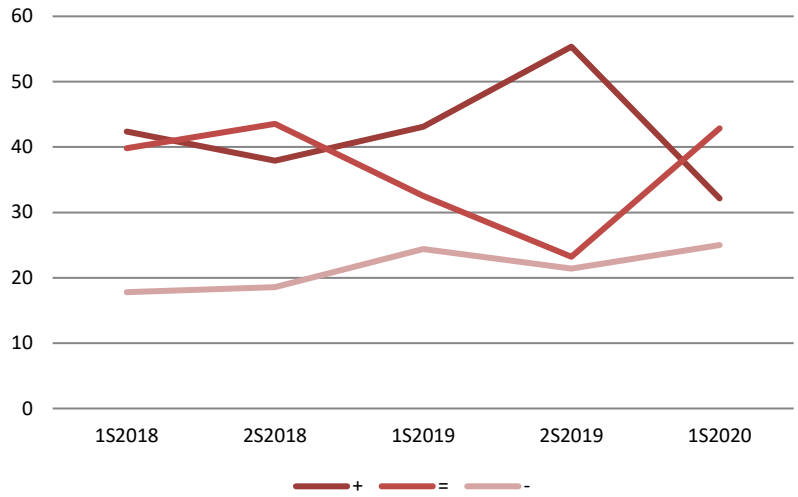


Situación económica del sector, comportamiento actual y previsión en los próximos seis meses

CIFRA DE NEGOCIO

A pesar del deterioro de la imagen general sobre la marcha del sector, cuando descendemos a escala de empresa, los resultados son menos pesimistas. El porcentaje de empresas que afirman haber aumentado su cifra de negocio asciende en el semestre hasta el 55,4%, situándose en el máximo de la serie con un aumento de 12,3 puntos porcentuales con respecto al primer semestre del año.

Ahora bien, las expectativas a corto plazo ya no son tan buenas. El porcentaje de empresas que cree que aumentará la facturación en la primera mitad del presente ejercicio desciende hasta el 32,1 %. Repunta, así mismo, el de las empresas que creen que su cifra de negocio se reducirá (25 %). Por tanto, aunque el final de 2019 aún se enmarca en la fase de expansión del sector, parece claro que la primera mitad de 2020 se presenta con muchas más incertidumbre en el horizonte y con un clima de desaceleración entre las empresas.

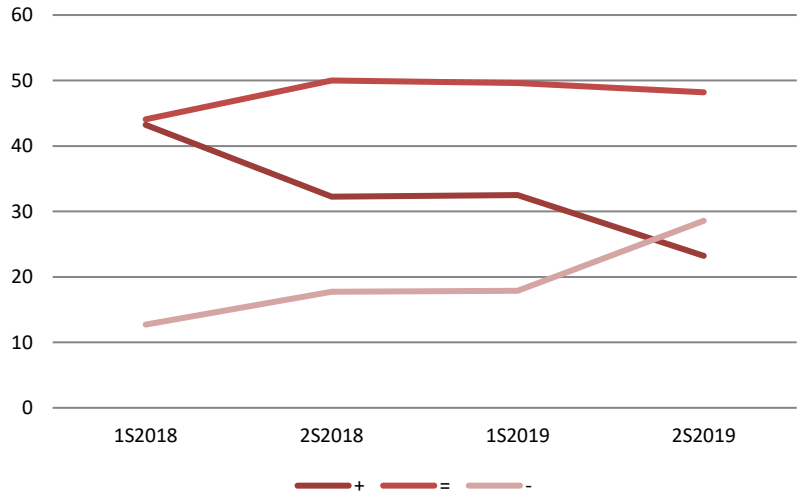


Cifra de negocio de la empresa, comportamiento actual y previsión en los próximos seis meses

VOLUMEN DE EXISTECIAS

La marcha de las existencias de productos terminados en el sector se alinea con el comportamiento esperado para el momento del año en el que se concentran las mayores ventas. Sin embargo, la tendencia hacia la prudencia en esta variable comienza a ser clara. El porcentaje de empresas que aumentan su estocaje se viene reduciendo desde el inicio de este barómetro. Y lo hace en paralelo con el crecimiento de las que lo reducen.

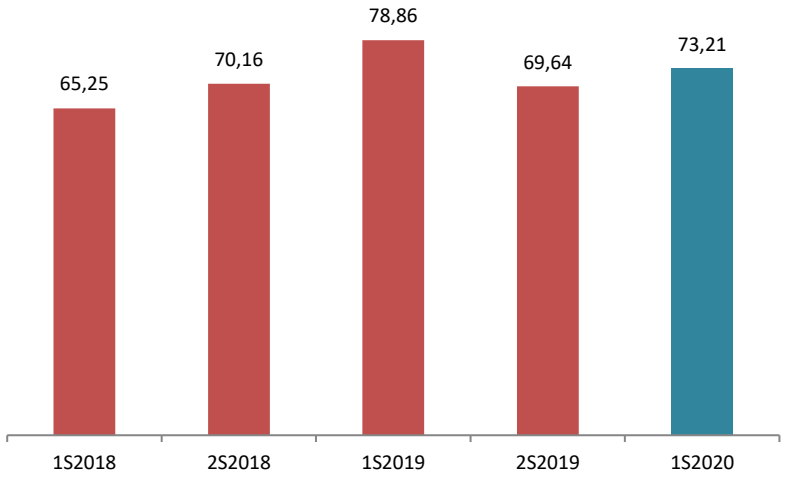
Así, las que redujeron almacenes en el segundo semestre de 2019 fueron el 25 % de las empresas, mientras que las que los aumentaron se situaron en el 32,1 %, el mínimo de la serie.



Respecto al volumen de existencias de productos terminados de su empresa, ¿cómo se ha comportado este semestre con respecto al mismo semestre del año anterior?

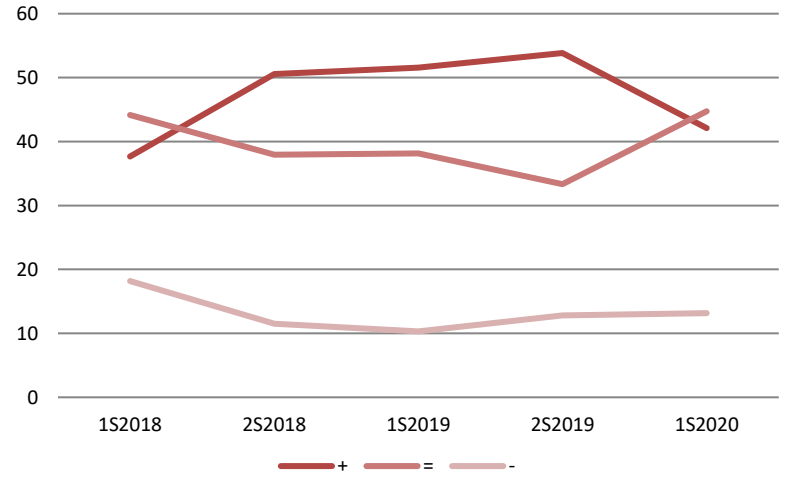
EXPORTACIONES

El porcentaje de empresas que responden el barómetro y que realizan exportaciones se ha reducido por primera vez, recortándose hasta el 69,6 %, prácticamente el mismo nivel del segundo semestre de 2018. Esta cifra está por debajo de las expectativas expresadas hace seis meses, y es posiblemente el reflejo de las mayores dificultades económicas internacionales y el repunte de los precios de la materia prima. No obstante, de cara al próximo semestre, las expectativas vuelven a ser expansivas, por lo que no creemos que esta tasa exportadora se vaya a deteriorar a corto plazo.



Porcentaje de empresas exportadoras

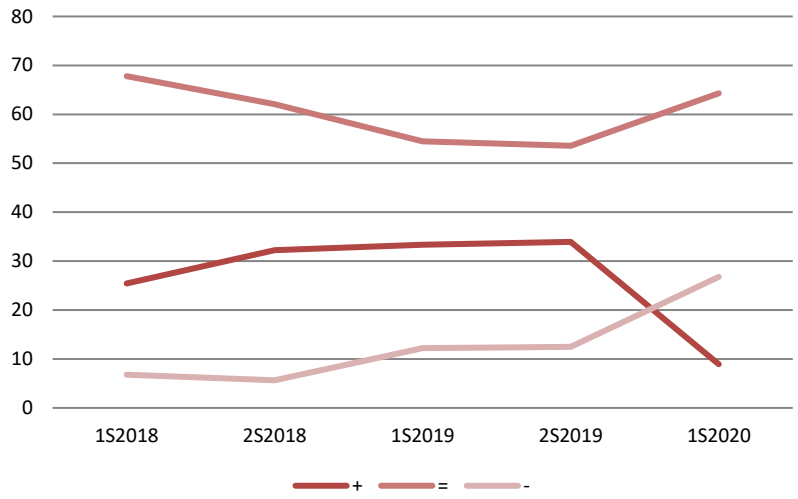
En línea con las dificultades crecientes, el porcentaje de empresas ha incrementado sus exportaciones ha crecido menos de lo previsto hace seis meses, aunque la serie vuelve a marcar el máximo (53,9 %) y, sobre todo, de cara a la primera mitad de 2020 dicha cifra cae hasta el 42,1 %. Paralelamente, las empresas que han reducido sus ventas exteriores y las que creen que las reducirán en el futuro inmediato aumentan, si bien lo hacen muy ligeramente.



Marcha de las exportaciones de la empresa

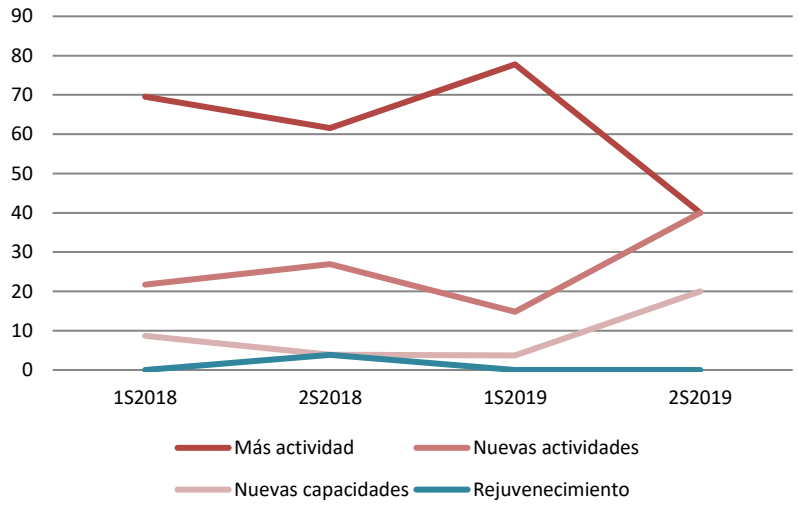
PLANTILLA MEDIA

En relación con la marcha del empleo en el sector, nuevamente un tercio de las empresas amplió su plantilla en el segundo semestre, frente a un 12,5 % que la redujo. En este sentido apenas hay cambios en relación con lo manifestado hace seis meses. Las diferencias se producen cuando expresan sus expectativas. El porcentaje de empresas que creen que volverán a aumentar empleo cae hasta el 8,9 %, mientras que el de las que lo reducirán se eleva hasta el 26,8 %. Por primera vez en la historia del barómetro, las dos variables mencionadas se cruzarían, dando por finalizada la actual fase expansiva del empleo en el sector.



Evolución de la plantilla media de la empresa

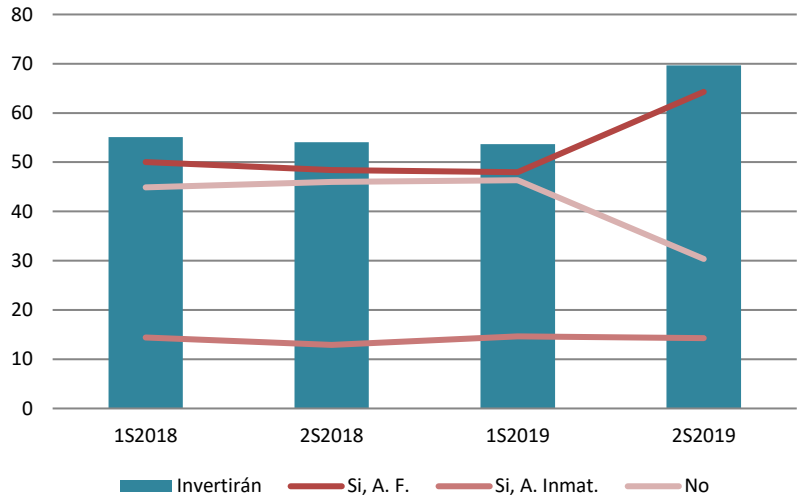
Entre las razones que enuncian las empresas para el aumento de sus plantillas el próximo semestre, han ganado terreno las relacionadas con la diversificación y la incorporación de nuevas capacidades a las organizaciones, lo que indicaría que se están buscando nuevas vías de crecimiento, al margen del aumento de las ventas de los productos actuales.



En caso de que piensen aumentar la plantilla, ¿cuál es la principal razón? (Marque solo la más importante)

INVERSIONES PREVISTAS

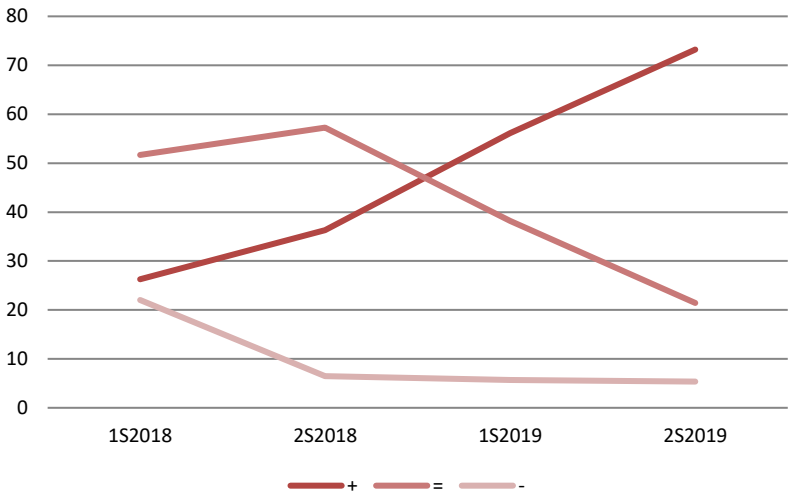
Resulta curioso y hasta cierto punto contradictorio que, en un ambiente de claro enfriamiento de expectativas, el porcentaje de empresas que tiene previsto realizar inversiones de algún tipo aumente y se sitúe en niveles máximos de la serie (69,6 %). De hecho, un 64,3 % de las empresas va a realizar inversiones en activos fijos, y un 14,3 % lo hará en activos inmateriales. La explicación podría estar en que las inversiones vayan encaminadas a la mejora de la productividad y no tanto al aumento de la producción, que los programas de inversión ya estuvieran planificados o que el empeoramiento del clima sectorial se considere solo coyuntural.



De cara al próximo semestre, ¿tiene prevista su empresa alguna nueva inversión?

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS

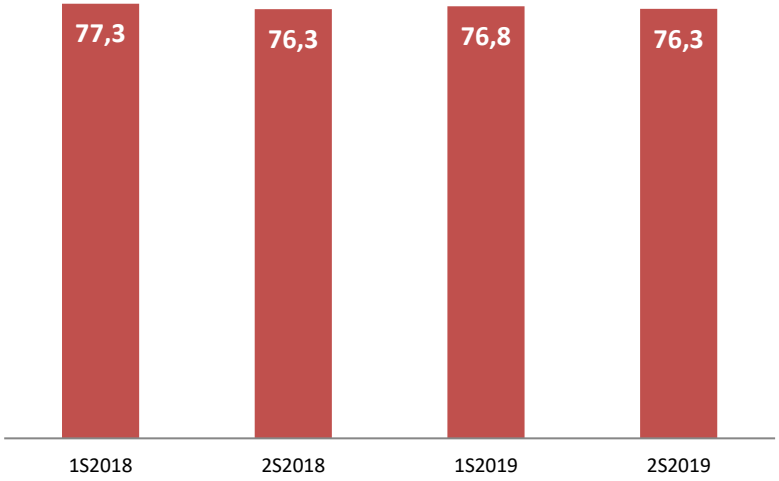
Como ya sucedía el semestre anterior, una de las claves de interpretación más importantes de la marcha del sector ha sido y será a corto plazo el aumento de los precios de las materias primas, principalmente de los cerdos y sus canales. De hecho, un 73,2 % de las empresas piensa que los costes asociados a sus materias primas crecerán en el próximo semestre. La situación se explica en gran medida por el desajuste entre la oferta y la demanda de carne de cerdo en los mercados de oriente por la incidencia de la peste porcina africana.



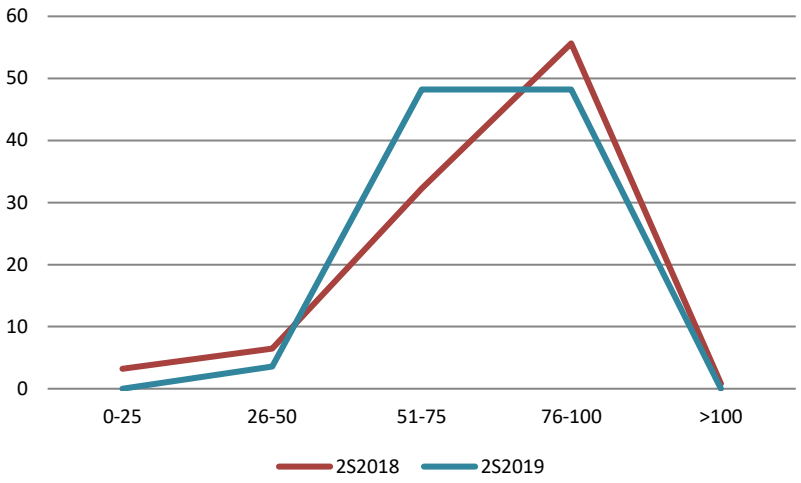
¿Cómo espera que evolucionen los costes de sus materias primas con relación al mismo período del año anterior?

USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

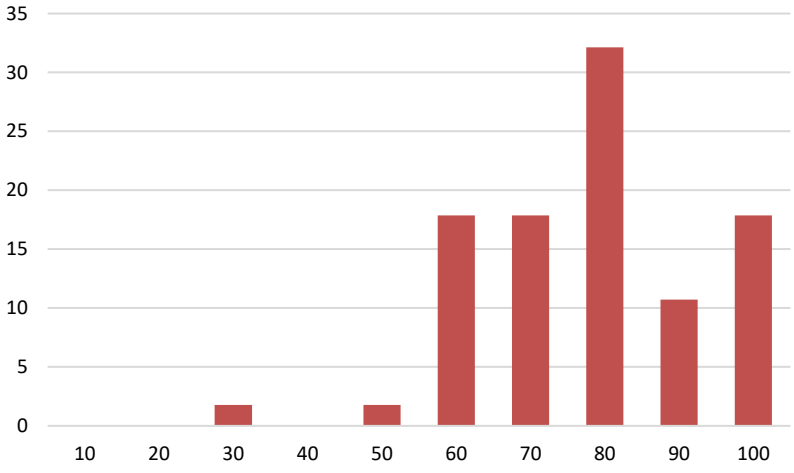
Hay pocas variaciones en lo que respecta al uso de la capacidad instalada. El promedio de las empresas que han respondido el cuestionario se sitúa en el 76,3 %, algo por debajo que hace seis meses, pero en el mismo nivel que en el mismo período de 2018. En este sentido, se ha reducido el porcentaje de empresas que mantiene una intensidad de uso de su capacidad productiva inferior al 50 % y también el de las que se encuentran entre el 75 % y el 100 %.



Uso promedio de la capacidad instalada en las empresas de ANICE (en %)



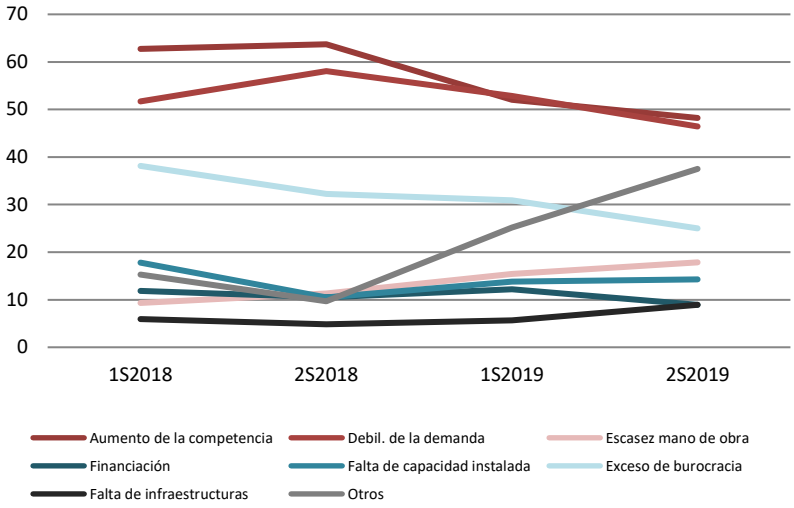
Comparativa del grado de utilización de la capacidad instalada del último semestre y de un año antes



Distribución de la utilización de la capacidad instalada en el segundo semestre de 2019 (en %)

FACTORES LIMITANTES DE LA ACTIVIDAD

Continúa este semestre el crecimiento de los otros factores como limitantes del desarrollo del sector. Como ya sucedía en el semestre anterior, es el aumento de las materias primas la cuestión que incrementa este apartado. Si en la pasada oleada el 13 % de las empresas señalaban este incremento de sus costes como uno de los principales limitadores, ahora el porcentaje ha crecido hasta el 36 %, situándose como el tercer factor más limitante, detrás del aumento de la competencia y la debilidad de la demanda. Estas últimas variables, además, vienen perdiendo peso desde hace un año, igual que el exceso de la burocracia (que ahora sería el cuarto factor limitante). Entre el 10 y el 20 por ciento de las respuestas siguen apareciendo la falta de mano de obra y el exceso de capacidad instalada.



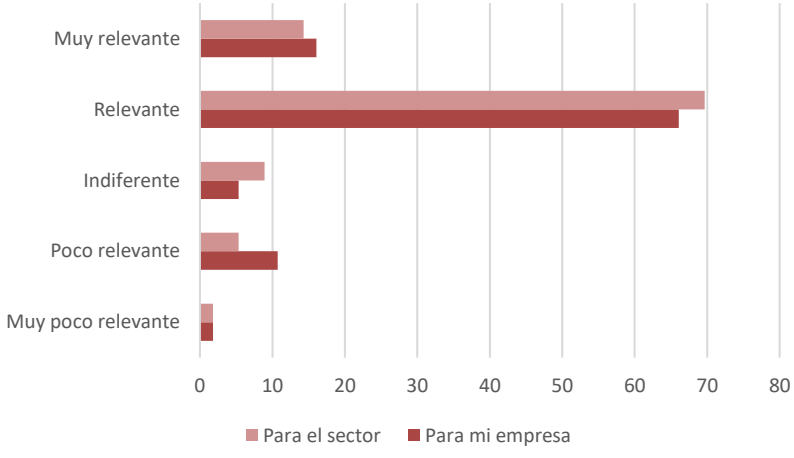
De cara a la actividad de su empresa, ¿cuáles considera que son los principales limitantes actuales de la misma?

LA INDUSTRIA CÁRNICA ANTE EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN

El proceso de digitalización es hoy por hoy uno de los principales factores del cambio, no solo económico, de las sociedades humanas. Poco a poco, los diversos sectores van incorporándose a esta potente corriente de fondo, de forma que algunos de ellos se ven obligados a desaparecer o a reinventarse de manera intensa, sobre todo en el ámbito de los servicios.

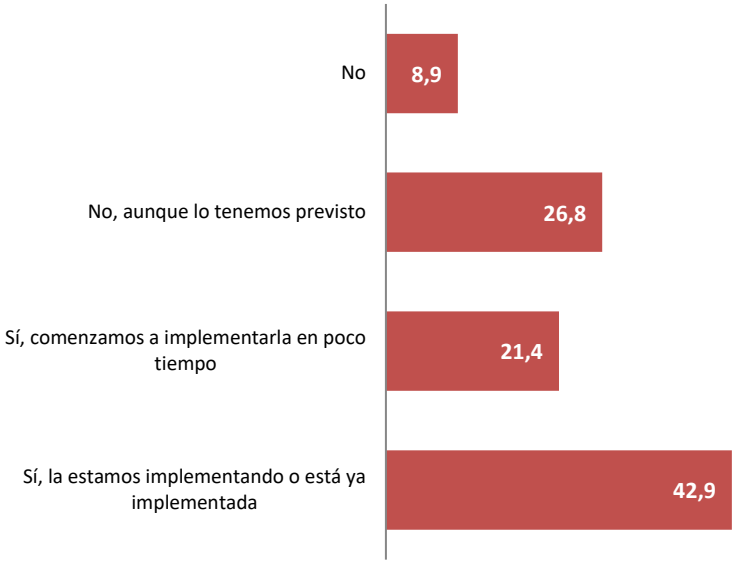
La producción de alimentos no está quedando al margen de este proceso. De hecho, tanto la producción primaria como la transformación de los alimentos se están incorporando al mismo, utilizando de manera intensiva muchos de sus desarrollos. Para realizar una fotografía de la situación general del sector de la industria cárnica y del estado en el que se encuentra el proceso, hemos dedicado el espacio de actualidad del barómetro a este fenómeno.

Respecto a la importancia que va a tener la digitalización sobre los procesos de producción de las empresas y sobre el sector en general, resulta evidente que los miembros de ANICE consideran mayoritariamente que esta será relevante o muy relevante. El 82,2 % de los encuestados así lo piensan con respecto a su empresa y el 83,9 % con respecto al conjunto del sector.



¿Qué papel considera usted que va a tener la digitalización sobre su empresa y el sector en el futuro?

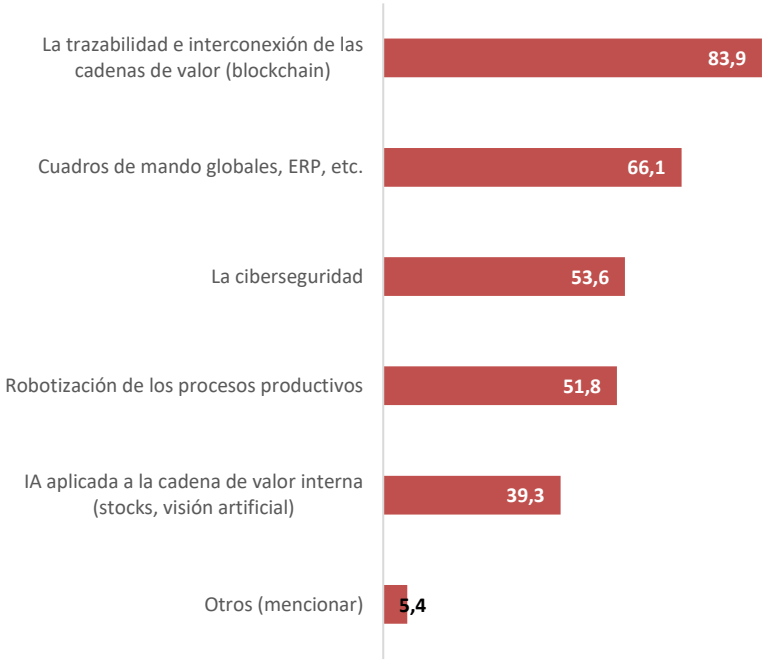
Y no es solo que las empresas lo consideren importante, es que una buena parte de ellas ya tiene en marcha una estrategia concreta de digitalización. De hecho, solo un 8,9 % de las empresas afirma taxativamente que no está trabajando en desarrollarla. Otro 26,8 % afirma que no la tiene pero que la tienen prevista. Pero lo más relevante tal vez sea que un 21,4 % de las empresas está iniciando la implantación de este tipo de estrategias, al tiempo que un 42,9 % o la tiene implementada o están ya en el proceso.



¿Tiene su empresa definida una estrategia de digitalización?

Mirando hacia el futuro, les hemos pedido a las empresas que nos señalen qué temas relacionados con la digitalización serán más importantes para ellas en los próximos años. Desde este punto de vista, todo lo relacionado con la trazabilidad de los productos y la interconexión de las cadenas de valor parece reunir el mayor consenso (83,9 % de las respuestas). Le siguen la aplicación de cuadros de mando y herramientas de gestión (ERP) con un 66,1 %; la ciberseguridad, con el 53,6 %, y la robotización de los procesos productivos (51,8 %).

La inteligencia artificial aplicada a la cadena de valor interna, por su parte, no llega a la mitad de las empresas, quedándose en el 39,3 %. Otras opciones son muy minoritarias, como el tratamiento masivo de datos o la venta online.



¿Qué tres temas cree usted que serán los más importantes para su empresa en el futuro próximo?

DATOS DEMOGRÁFICOS

Subsector

	Frecuencia	%
Carnes frescas (mataderos, salas de despiece)	17	30,4
Pdtos. elaborados: ibéricos	20	35,7
Pdtos. elaborados: jamón curado	25	44.6
Otros pdtos. elaborados	25	44.6
Total	**56**	**100,0**

Facturación en 2018

	Frecuencia	%
Menos de 1 millón	3	5,4
Entre 1 y 50 millones	45	80,4
Más de 50 millones	8	14,3
Total	**56**	**100,0**

Plantilla media en 2018

	Frecuencia	%
Menos o igual de 10	3	5,4
De 11 a 50	28	50,0
De 51 a 250	18	32,1
Más de 250	7	12,5
Total	**56**	**100,0**