PRIMER SEMESTRE
2020
PREVISIONES
SEGUNDO SEMESTERE

BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

ANICE
Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

cajamar
CAJA RURAL

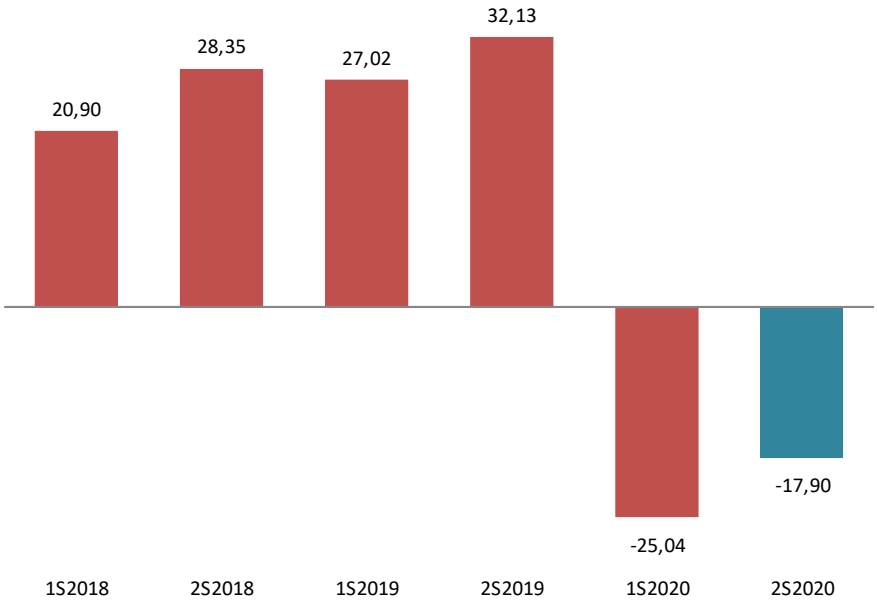
BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

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

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 quinta oleada, relativos al primer semestre de 2020 con previsiones para el segundo de este mismo año.

El **Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española** (ISICE) cae drásticamente en el semestre de referencia y solo mejora un poco para la segunda mitad del año. Este cambio tan radical no ha sido causado por ninguna de las fuentes de incertidumbre por las que nos mostrábamos preocupados en oleadas anteriores. Han sido la pandemia de COVID-19 y sus efectos inesperados tanto en el ámbito social como económico de nuestro país y, por consecuencia en nuestro sector. Dado que el índice recoge información de la cifra de negocio, las exportaciones y la plantilla, el comportamiento contractivo de todas ellas ha terminado dibujando el actual estado de la cuestión y la leve mejora (dentro del pesimismo) para los próximos seis meses.



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

[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.

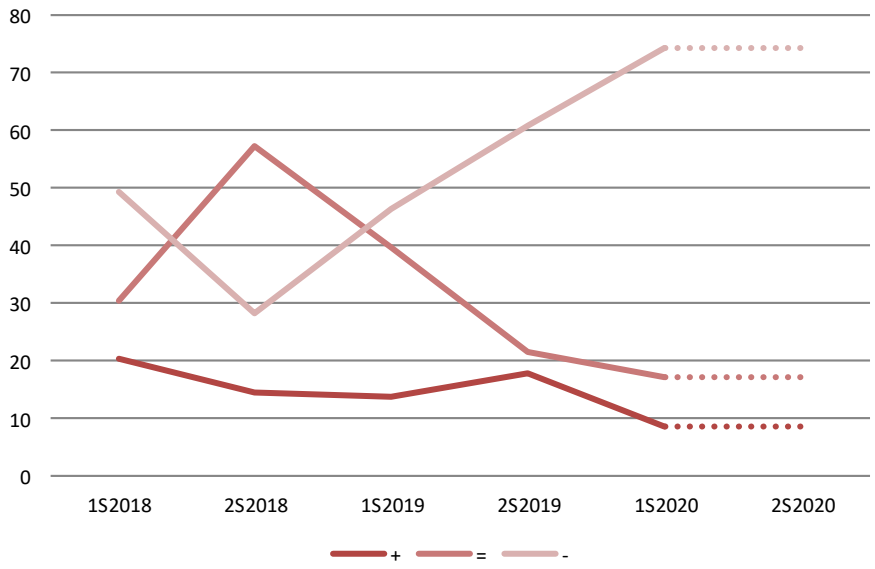
- Casi un 75 % de las empresas encuestadas opina que durante el primer semestre empeoró la situación económica del sector y que seguirá empeorando durante la segunda mitad del año.
- Solo un 14,3 % de las empresas del sector logró incrementar sus ventas en la primera mitad de 2020, por un 65,7 % que las redujo. De cara a la segunda mitad, los datos no mejoran demasiado con respecto a estos.
- El porcentaje de empresas que reporta un aumento de las existencias de productos terminados llega al 37,1 % con un incremento sobre el semestre anterior de 14 puntos porcentuales.
- Las ventas exteriores también se redujeron, aunque parece que con menor intensidad que las ventas, ya que las redujeron un 37 % de las empresas exportadoras.
- En términos de empleo, el primer semestre de 2020 supuso el final de la anterior fase de expansión de este en el sector, con un tercio de las empresas reduciendo plantilla.
- La inversión prevista ha caído y la que se mantiene parece trasladarse de los activos fijos a los inmateriales, lo que implica una previsión de mayor competencia en los mercados y una mayor necesidad de diferenciación.
- La escalada de los precios de las materias primas se ha interrumpido abruptamente a tenor de la menor demanda de productos finales.
- El porcentaje de uso de la capacidad instalada sorpresivamente se mantiene en niveles similares a oleadas anteriores.
- La debilidad de la demanda y el incremento de la competencia rompen su tendencia decreciente y vuelven a primer plano, dejando a un lado el aumento de los precios de las materias primas que había ganado protagonismo seis meses atrás.
- El 77 % de las empresas encuestadas cree que algunos de los cambios acontecidos durante a pandemia han llegado para quedarse, particularmente una mayor digitalización de la economía, un mayor protagonismo del comercio electrónico y unos niveles de precios al consumo más ajustados.
- Respecto a los efectos más relevantes sobre la marcha de las empresas se han reducido las ventas, el coste de las materias primas, las exportaciones y el coste de la energía. Y han aumentado los impagos, las anulaciones de pedidos, los costes financieros, los logísticos y la imagen de marca.

SITUACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR CÁRNICO

Durante el primer semestre del ejercicio 2020 la irrupción de la COVID-19 en todos los aspectos de la vida de los europeos en general, y de los españoles en particular, ha sido el principal factor explicativo de la realidad del sector. Las incertidumbres derivadas del enfriamiento económico y del *brexit* han sido superadas por las oscuras certidumbres de la pandemia.

Durante la primera ola de la enfermedad, el Gobierno de España decretó el estado de alarma, confinando a la población en sus hogares durante varios meses. El sector agroalimentario, considerado como esencial, no se vio obligado a cerrar, fuera de algunas empresas en las que se declararon focos de enfermedad.

Sin embargo, el cierre del canal horeca y los cambios en los hábitos de compra de los consumidores para adaptarse a la nueva realidad afectaron de forma intensa al sector, incluida a la industria cárnica. De esta forma, casi tres cuartas partes de los encuestados en esta quinta oleada han manifestado que el clima económico del subsector ha empeorado sustancialmente durante la primera mitad de 2020. Y la misma proporción cree que el segundo semestre seguirá empeorando.



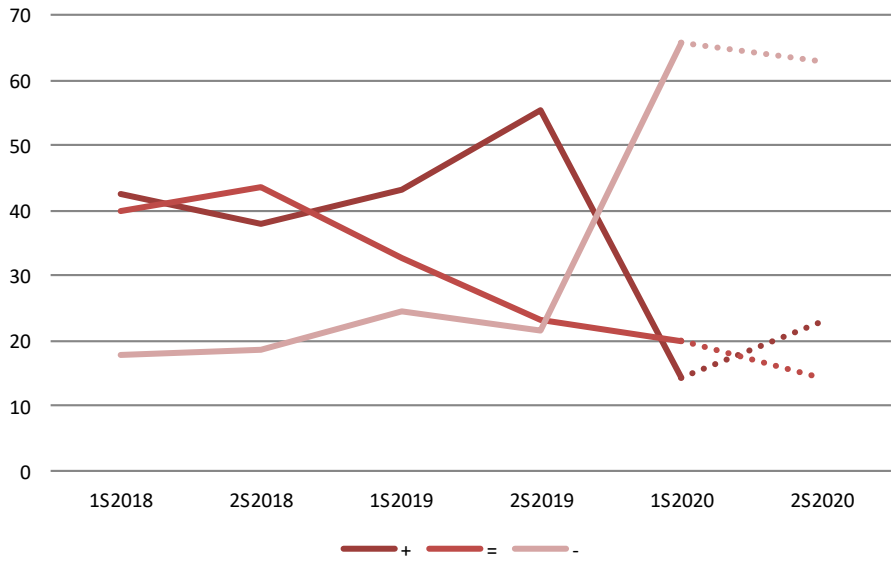
Situación económica del sector, comportamiento actual y previsión en los próximos seis meses

CIFRA DE NEGOCIO

A diferencia de otras ocasiones, el pesimismo relacionado con la marcha del sector se puede explicar perfectamente con la marcha de las variables a nivel de empresa. Durante la primera mitad del año, un 65,7 % de las empresas encuestadas vieron reducirse su facturación, siendo este el peor dato registrado hasta el momento. Paralelamente, el porcentaje de las empresas que aumentaron ventas cae al mínimo de la serie, con un escueto 14,3 %.

Las expectativas respecto al segundo semestre mejoran ligeramente, aunque se mantiene el pesimismo sobre la evolución de la cifra de negocio en el 62,9 %. Teniendo en cuenta que las respuestas a esta oleada se han producido en gran parte durante el verano, la lectura apunta a una mala campaña turística y a unas previsiones negativas sobre la de Navidad. La segunda ola

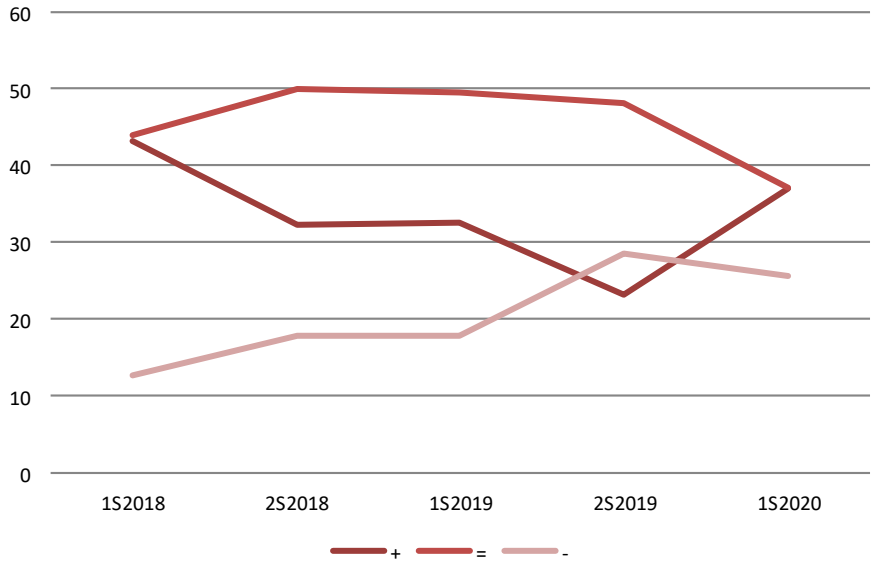
de la pandemia que se esperaba para otoño, pero que se adelantó al verano y que a la hora de redactar estas líneas aún no ha remitido, va a resultar decisiva para el cierre del año. Un nuevo confinamiento o unas medidas muy restrictivas al contacto social durante las fiestas de final de año podrían confirmar estas previsiones.



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

VOLUMEN DE EXISTECIAS

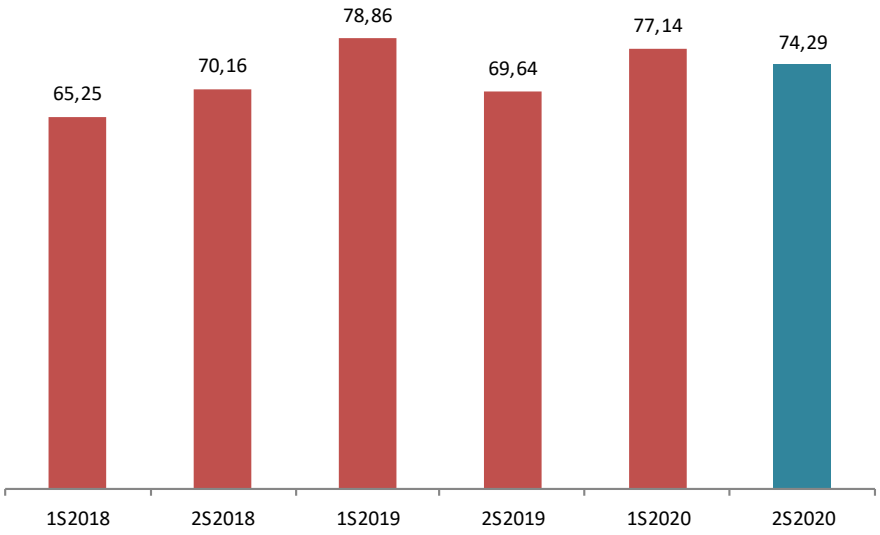
En línea con las menores ventas y coincidiendo también con un momento del año en el que se suelen comenzar a aumentar existencias de cara a la temporada normalmente más intensa de ventas, el número de empresas que han visto aumentar sus stocks ha crecido con respecto al año anterior y solo se sitúa por debajo del dato obtenido en el primer semestre de 2018. El 37,1 % de los encuestados informó de un crecimiento de las existencias, algo más de 14 puntos porcentuales de diferencia con respecto al semestre anterior.



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

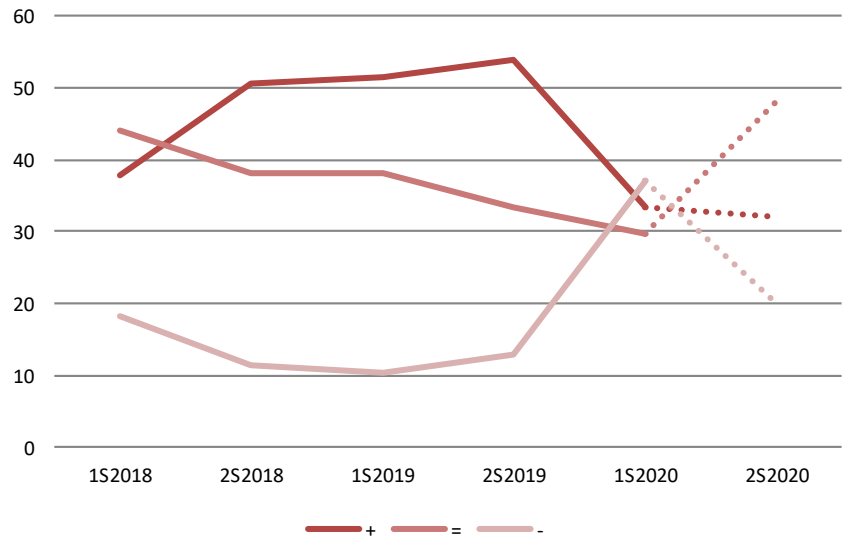
Sorpresivamente, el porcentaje de empresas exportadoras del sector de la industria cárnica española no ha sufrido un descenso en el semestre, aunque la previsión para el segundo tramo del año es de ligera reducción, aún por encima del 70 %. Habrá que esperar unos meses para ver si este mantenimiento está relacionado con los problemas de suministro interno de algunos países asiáticos durante sus primeras olas de la pandemia o si es el reflejo de la gran competitividad lograda en los últimos años por este dinámico sector.



Porcentaje de empresas exportadoras

Cosa diferente es que el volumen de ventas al exterior de las empresas no se haya visto afectado. Durante los dos años anteriores, la proporción de empresas que habían aumentado sus ventas al extranjero se había situado por encima de las que las reducían y mantenían. En el primer semestre eso ya no es así: el porcentaje de empresas que redujo sus ventas exteriores escaló hasta el 37 %, un poco por encima de las que decían haberlas aumentado (33,3 %) o mantenido (29,6 %).

No obstante, de cara a la segunda mitad del ejercicio las expectativas son algo más positivas, ya que las empresas mayoritariamente piensan que mantendrán el volumen de ventas actual (48 %), a costa claramente de las que prevén recortarlas, que caen hasta el 20 %. Es decir, a pesar de las dificultades del momento, que alcanzan desde el propio proceso de producción hasta la logística del transporte, parece que las empresas visualizan este periodo como un bache temporal en su trayectoria exportadora y que, por tanto, serán capaces de mantener su posición en los mercados exteriores.

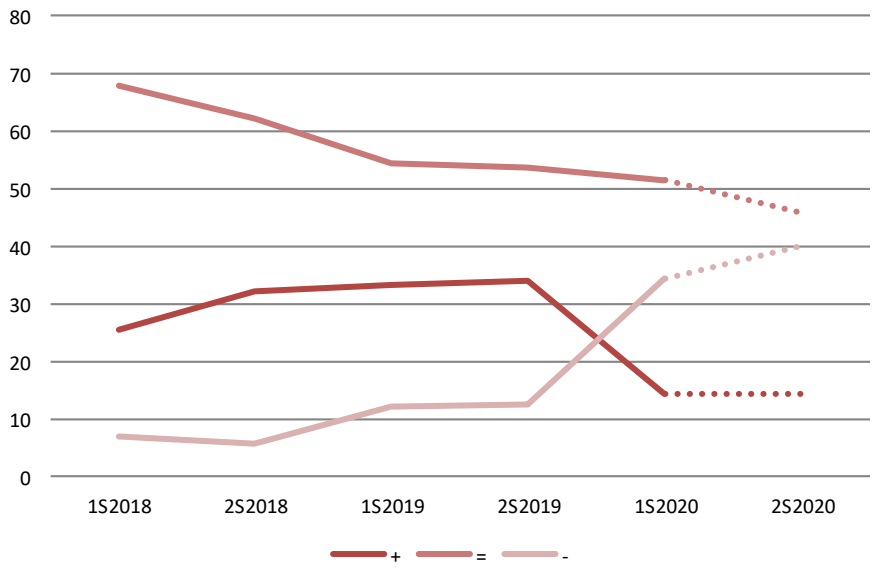


Marcha de las exportaciones de la empresa

PLANTILLA MEDIA

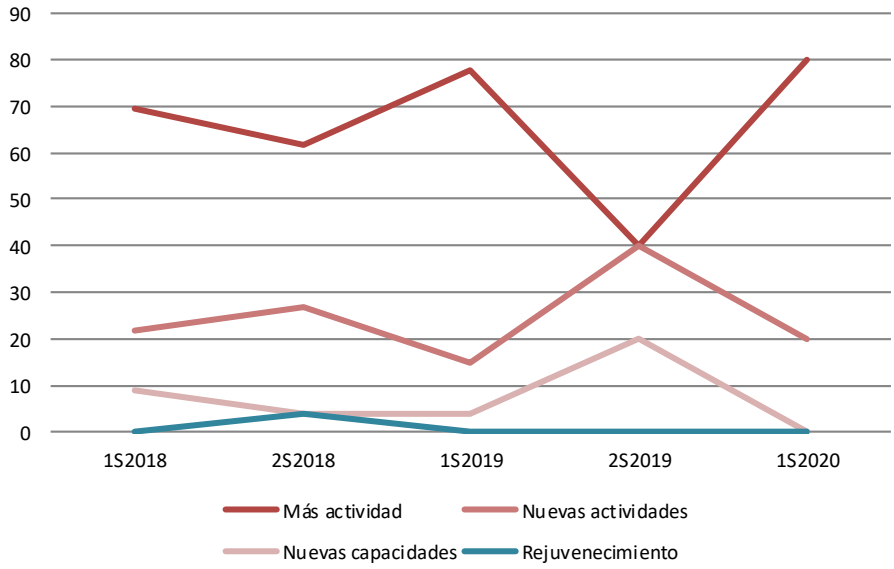
Por primera vez en la serie histórica, el porcentaje de empresas que ha reducido plantilla en el semestre de referencia (34,3 %) supera al de las que aumentan su dimensión (14,3 %). Parece el reflejo lógico de la reducción de las ventas y de la situación de desconcierto vivida durante el semestre. En lo que se refiere a las expectativas sobre la segunda mitad del año, los encuestados son consecuentes con sus previsiones de ventas y optan por la reducción (un 40 % de ellas), aunque esta vez el aumento es a costa de las que la mantenían constante.

Finalmente, la previsión lanzada en el anterior informe sobre el final del ciclo expansivo del empleo en el sector parece haberse hecho realidad, aunque con una intensidad y unos motivos que alcanzamos a vislumbrar entonces. Del análisis de las respuestas parece que las empresas de ANICE apuestan antes por la mejora de las exportaciones que por la recuperación del mercado interior.



Evolución de la plantilla media de la empresa

La principal razón para el aumento de plantilla vuelve a ser este semestre el aumento de la actividad, pero recordemos que esta opción tiene muy pocos representantes en la presente oleada.



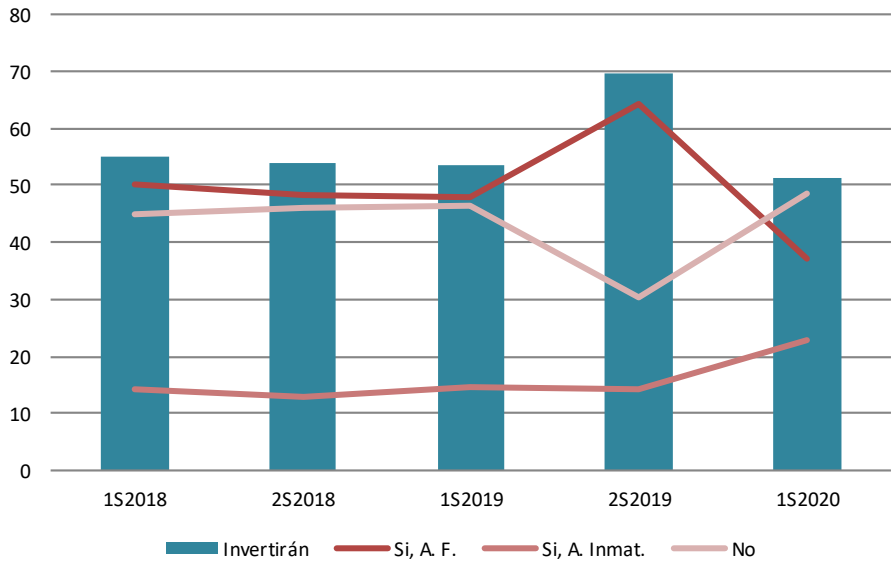
En caso de que piensen aumentar la plantilla, ¿cuál es la principal razón? (Marque solo la más importante)

INVERSIONES PREVISTAS

La inversión es el reflejo de las expectativas y dado que estas se han deteriorad de manera severa, nos encontramos con que el número de empresas que no va a realizar inversiones en los próximos meses alcanza (48,6 %), su máximo histórico desde que venimos realizando el barómetro.

No obstante, también es reseñable que un 51,4 % con seguirá manteniendo proyectos de inversión. Es cierto que, dentro de este capítulo, las empresas con inversiones en activos fijos se han reducido hasta el 37,1 % (su mínimo), y que el mantenimiento de la cifra en niveles tan destacados tiene que ver con un aumento de la inversión en intangibles.

Es decir, un porcentaje significativo de las empresas (22,9 %) invertirá en elementos relacionados con la diferenciación como estrategia para hacer frente a la situación generada por la COVID-19.

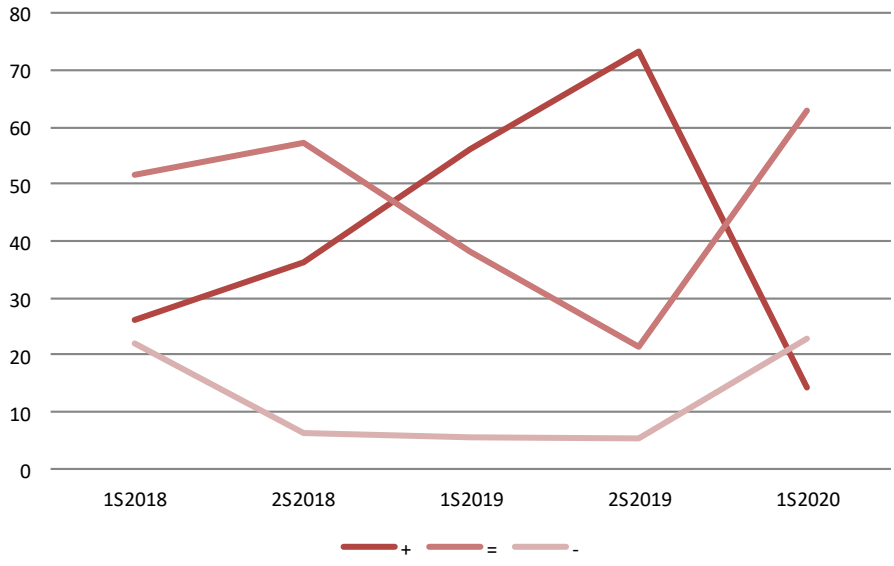


De cara al próximo semestre, ¿tiene prevista su empresa alguna nueva inversión?

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS

La situación en este capítulo ha cambiado radicalmente con respecto a la anterior oleada, hemos pasado de un momento de clara tensión en los precios de la materia prima a una contracción acelerada de su demanda –derivada a su vez de la reducción de las ventas de productos finales–. Por tanto, el precio ha pasado a un plano mucho menos importante.

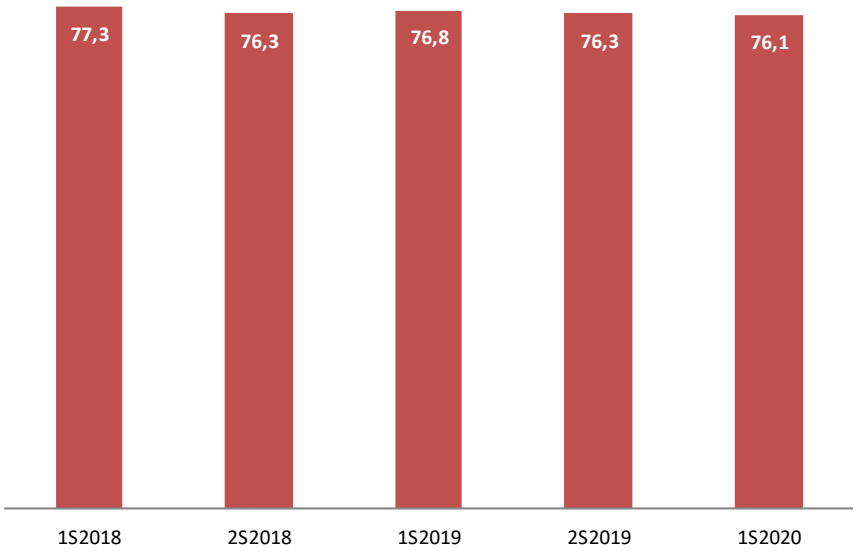
Hace seis meses, un 73,2 % de las empresas encuestadas adelantaba un encarecimiento de los precios de las piezas. En la presente oleada, la cifra cae hasta un 14,3 %. Al mismo tiempo, las respuestas deflacionarias marcan su máximo, con un 22,9 % del total.



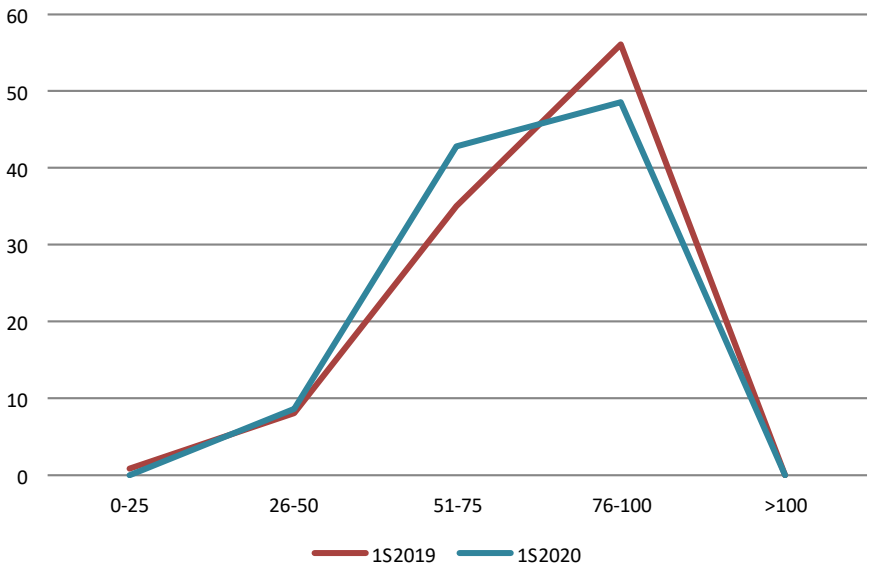
¿Cómo espera que evolucionen los costes de sus materias primas con relación al mismo período del año anterior?

USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

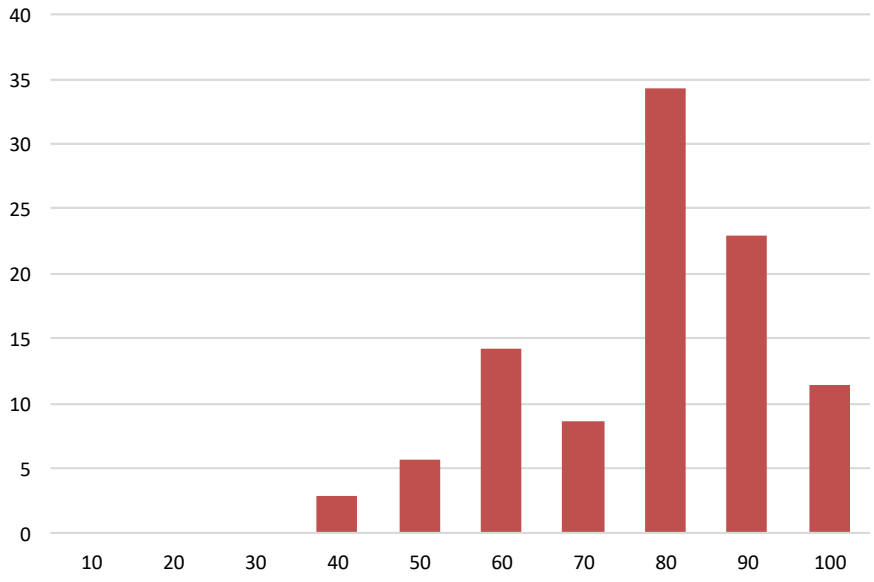
Aunque el uso de la capacidad instalada marca su mínimo de la serie con un dato del 76,1 %, lo cierto es que no parece una reducción en línea con lo expresado para las ventas y la mano de obra. Si analizamos la distribución de la muestra con respecto a hace 12 meses podemos ver que hay menos empresas en el estrato de utilización de entre el 76 y el 100 % y más en los dos cuartiles precedentes.



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



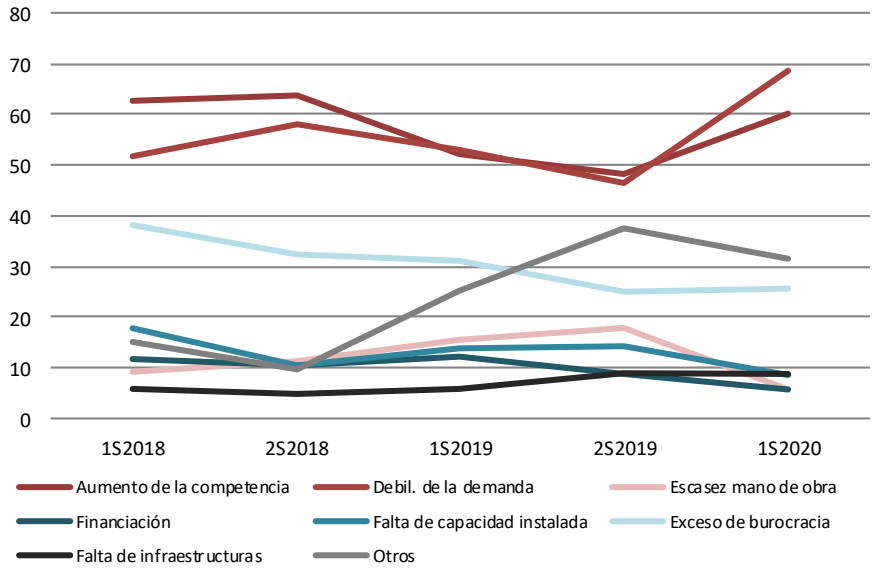
Comparativa del grado de utilización de la capacidad instalada del último semestre y de un año antes



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

FACTORES LIMITANTES DE LA ACTIVIDAD

La debilidad de la demanda y el incremento de la competencia vuelven a ganar importancia como los factores más limitantes para la marcha de la industria cárnica española. La primera, alcanza su máximo en esta quinta oleada del barómetro al ser mencionada por el 68,6 % de las empresas encuestadas. El segundo también marca un nuevo máximo, con el 60 % de las respuestas señalándolo. Por el contrario, el apartado "otros" pierde peso y cambia de contenido. Si en las dos oleadas anteriores hacía referencia principalmente al aumento de los precios de las materias primas, ahora es la COVID-19 la que protagoniza dicho apartado.



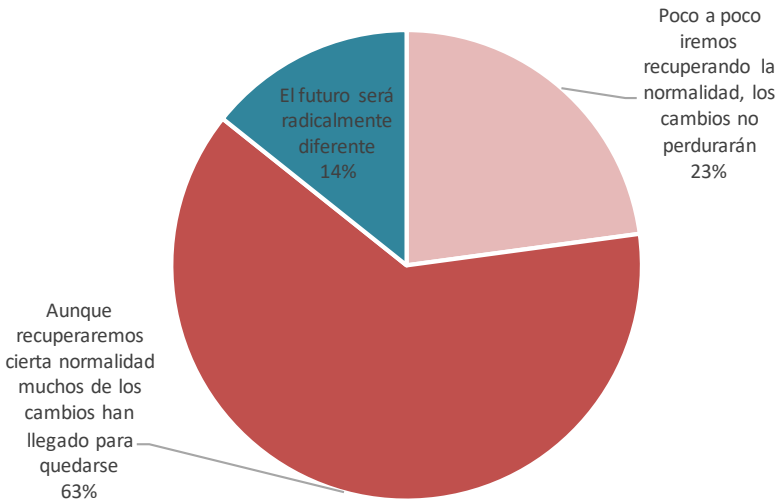
De cara a la actividad de su empresa, ¿cuáles considera que son los principales limitantes actuales de la misma?

LOS EFECTOS DE LA COVID-19 EN LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

La pandemia de COVID-19 ha afectado a España con inusitada intensidad. Unos comienzos dubitativos en los que tal vez se tardó en reaccionar, un confinamiento prolongado y una segunda ola en la que la descoordinación entre administraciones está siendo el elemento fundamental, están sembrando las bases de una crisis económica con muy pocos precedentes. Esta enfermedad no solo está poniendo a prueba nuestro sistema sanitario, también está golpeándonos en los puntos más sensibles. Desde la perspectiva humana, en las residencias de mayores, y desde la perspectiva económica, en el turismo –que aproximadamente aporta el 11 % de nuestro PIB–.

Como ya se ha comentado, el sector agroalimentario se ha visto igualmente afectado, aunque con algo menos de intensidad al no verse obligado al cierre total. Sin embargo, la situación en determinados subsectores más vinculados con el canal horeca sí que se puede considerar grave. ANICE y el Grupo Cooperativo Cajamar han querido profundizar en las opiniones que al respecto tiene la industria cárnica española, por lo que en la sección de actualidad del barómetro introdujimos una serie de preguntas relacionadas con los efectos de la pandemia.

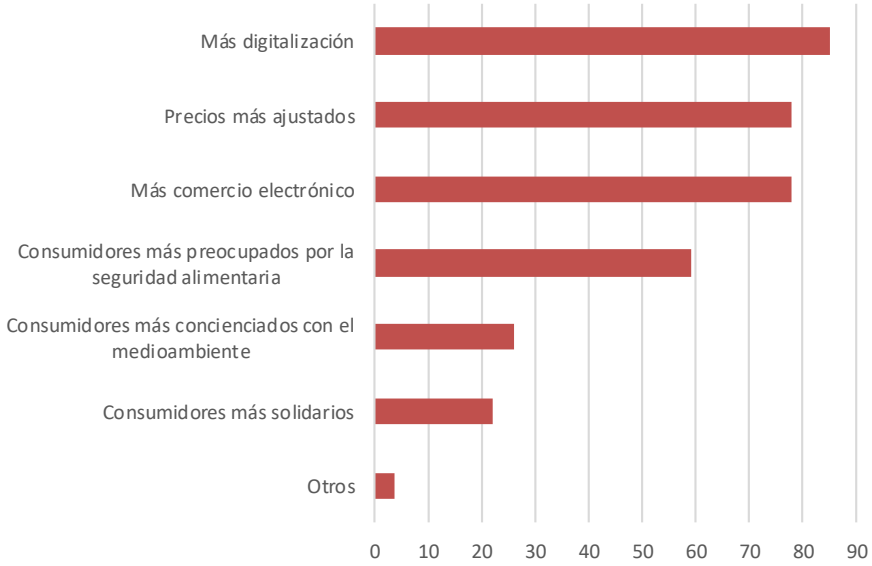
La primera de estas cuestiones tiene que ver con la profundidad y durabilidad de los cambios que se han venido produciendo desde la pasada primavera relacionados con el impacto de la enfermedad. Un 23 % de las empresas encuestadas considera que los cambios producidos se irán revirtiendo poco a poco, según vayan quedando atrás los efectos de la pandemia. Eso significa que una amplísima mayoría del 77 % cree que algunos de los cambios han llegado para quedarse. Y un 14 % cree que la profundidad de estos es tan grande que el futuro será radicalmente diferente.



¿Cómo piensa que será el futuro poscovid?

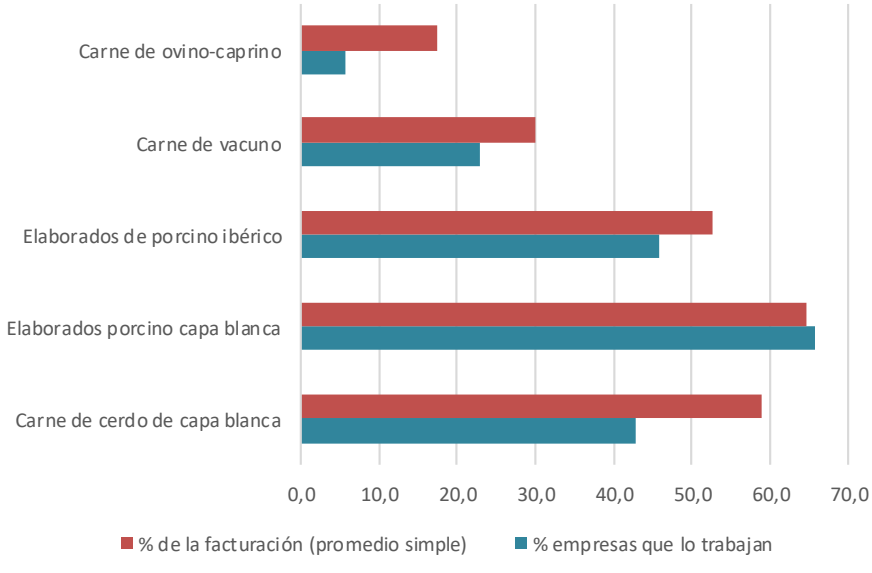
Repreguntados los que creen en la duración de los cambios por cuáles de ellos consideran que serán los que sucedan, hay un amplísimo consenso en torno a tres de ellos que, en el fondo, están muy interrelacionados: más digitalización, más comercio electrónico y precios más ajustados, todos ellos presentes en aproximadamente el 80 % de las opiniones. Con el 59 %

está la idea de que el consumidor estará mucho más preocupado por la seguridad alimentaria, derivada de la actual sensibilización en torno a la salud y la vinculación cada vez más fuerte entre salud y alimentación. Finalmente, la solidaridad y la preocupación medioambiental se sitúan ambas entre el 20 y el 30 por ciento de las respuestas.



¿Qué tipo de cambios serán los que sucedan?

En la muestra obtenida, los productos más relevantes, tanto en lo que se refiere a presencia en la gama como a relevancia en la cuenta de resultados son los derivados del cerdo, principalmente los elaborados de porcino blanco y los de ibérico, así como la carne de porcino de capa blanca.



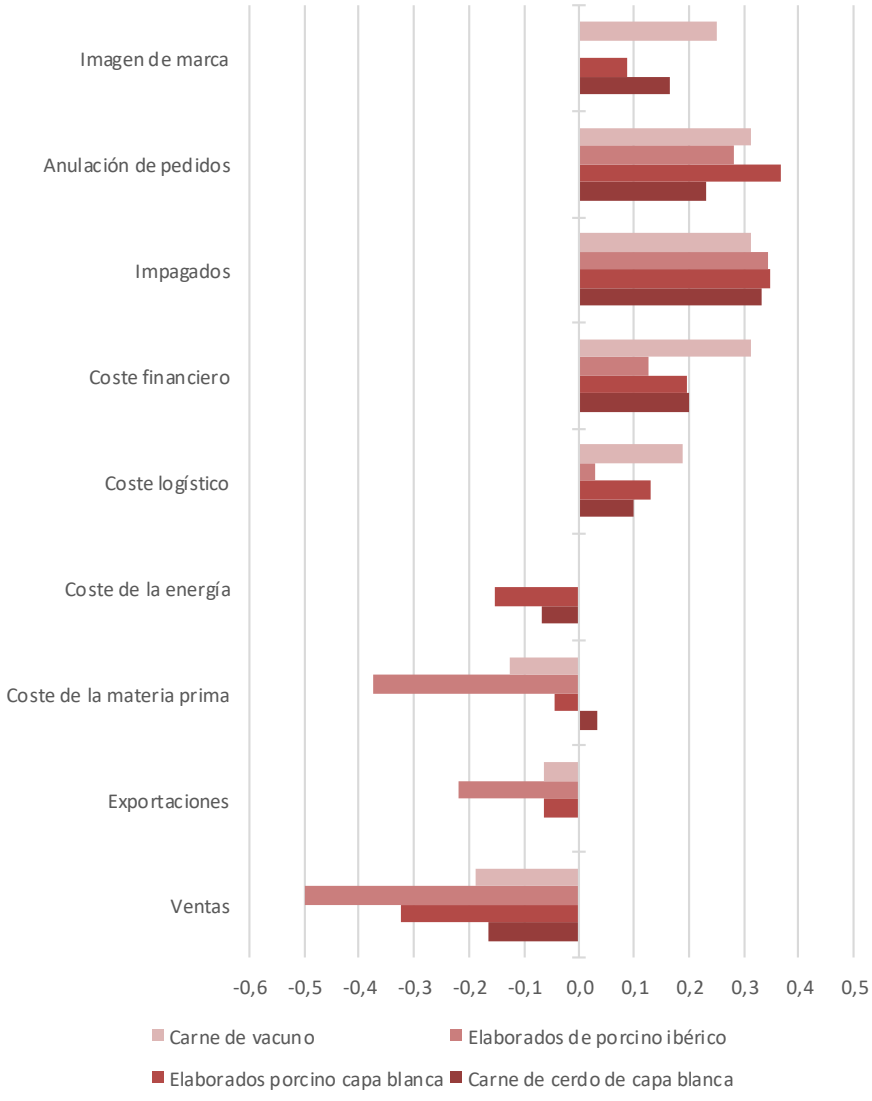
Para cada tipo de producto: % de empresas que lo tienen en catálogo y % que supone en la facturación (media simple)

También preguntamos, para cada uno de los productos propuestos, cómo había sido la afectación de la COVID-19 en diversas variables: ventas, exportaciones, coste de la materia prima, coste de la energía, coste logístico, coste financiero, impagados, anulación de pedidos e

imagen de marca. Las opciones entre las que tenían que elegir eran: se ha reducido mucho, se ha reducido bastante, sin efecto, ha aumentado bastante y ha aumentado mucho. Para poder representar gráficamente las respuestas y medir las distintas intensidades, se han trasladado las respuestas a una escala numérica que abarca desde el -1 (sea reducido mucho) hasta el +1 (ha aumentado mucho).

Así, resulta que el mayor efecto se ha producido en la reducción de las ventas y en la caída del precio de la materia prima del ibérico. En un segundo nivel se encuentran los impagados y las anulaciones de pedidos que han aumentado algo, y de forma bastante homogénea para los diferentes productos. La variable que parece haberse visto menos afectada ha sido el coste de la energía ya que o bien es señalado como neutro o bien con una reducción leve.

En general, ninguna de las afectaciones ha superado el nivel de bastante aumento o reducción y todas se han movido en las direcciones esperadas. Se han reducido las ventas, el coste de las materias primas, las exportaciones y muy poco el coste de la energía. Y, por el contrario, han aumentado los ya mencionados impagos, las anulaciones de pedidos, los costes financieros, los logísticos y la imagen de marca, aunque esta en muy poca medida.



Afectación de la COVID-19 a cada variable por productos. Escala: de -1 (se ha reducido mucho) a +1 (ha aumentado mucho)

DATOS DEMOGRÁFICOS

Subsector

	Frecuencia	%
Carnes frescas (mataderos, salas de despiece)	15	42,9
Pdtos. elaborados: ibéricos	12	34,3
Pdtos. elaborados: jamón curado	12	34,3
Otros pdtos. elaborados	16	45,7
Total	**35**	**100,0**

Facturación en 2019

	Frecuencia	%
Menos de 1 millón	2	5,7
Entre 1 y 50 millones	27	77,1
Más de 50 millones	6	17,1
Total	**35**	**100,0**

Plantilla media en 2019

	Frecuencia	%
Menos o igual de 10	3	8,6
De 11 a 50	15	42,9
De 51 a 250	11	31,4
Más de 250	6	17,1
Total	**35**	**100,0**