PRIMER SEMESTRE
2018

# BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA





ANICE
Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

cajamar
CAJA RURAL

# Índice

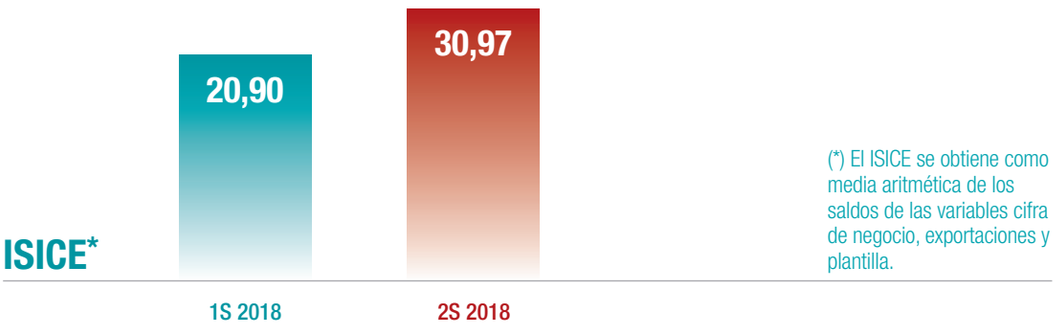

| | |
|---|---|
| Sumario | 4 |
| Cifra de Negocio | 6 |
| Volumen de *stocks* | 8 |
| Exportaciones | 9 |
| Plantilla media | 11 |
| Inversiones previstas | 14 |
| Evolución de los precios de las materias primas | 15 |
| Uso de la capacidad instalada | 16 |
| Factores limitantes de la actividad | 17 |
| Mala imagen y *fake news*: razones y solucionea | 19 |
| Datos demográficos | 22 |


ANICE Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España
cajamar CAJA RURAL

# Sumario

**ANICE** y **Cajamar Caja Rural** han puesto en marcha el Barómetro de la Industria Cárnica Española, de carácter semestral y que presenta sus primeros datos sobre el primer semestre de 2018 y las previsiones en relación al segundo.

Como conclusión general, el Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española (ISICE) muestra un valor elevado para este primer semestre, reflejo de una coyuntura favorable. Así mismo, la previsión sobre la segunda parte del año, muestra un resultado que invita a pensar en una extensión del ciclo expansivo del sector durante todo el año 2018.




(*) El ISICE se obtiene como media aritmética de los saldos de las variables cifra de negocio, exportaciones y plantilla.

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

- El 42,4 % de las empresas ha registrado un crecimiento de su cifra de negocio en relación al mismo período del año anterior, y el 40,7 % cree que en el segundo semestre volverá a crecer en términos interanuales.

- Una parte del crecimiento de la producción registrado ha ido destinado al aumento del almacenamiento de productos terminados, de cara a cubrir la mayor demanda tradicional del segundo semestre.

- El 65,3 % de las empresas se identifican como exportadoras, habiendo aumentado su volumen de ventas al exterior un 37,7 % de las mismas. Para el segundo semestre, un elevado 54,7 % de las empresas exportadoras espera aumentar su facturación por esta vía.

- Las plantillas medias han aumentado en un 25,4 % de las empresas y apenas se han reducido en un 6,8 %. Las expectativas para el siguiente semestre reducen el porcentaje de las que aumentan hasta el 19,5 % de las empresas. La principal motivación de las empresas para estos aumentos previstos es el incremento esperado de la actividad, aunque también hay un destacable 21,7 % que espera poner en marcha nuevas actividades o lanzar nuevos productos.

- Acorde con las previsiones de cifra de negocio, exportaciones y plantillas se muestran las de inversión, ya que un 55,1 % de las empresas se plantea invertir durante el segundo semestre, con un 14,4 % pensando en incrementar sus intangibles.

- Respecto a la evolución futura de los precios de las materias primas, la mayoría (51,7 %) cree que se mantendrán, por un 26,3 % que piensa que se encarecerán.

- El porcentaje medio de uso de la capacidad instalada de las empresas se ha situado en el 77,3 %.

- Los principales factores limitantes de la actividad del sector han sido en el presente semestre la presión de la competencia, la debilidad de la demanda y los costes derivados de la burocracia administrativa.

- Respecto a la sucesión de noticias negativas en torno al sector, el 65,3 % considera que estas han tenido un impacto negativo, aunque el 53,4 % también cree que el sector no tiene actualmente mala imagen.

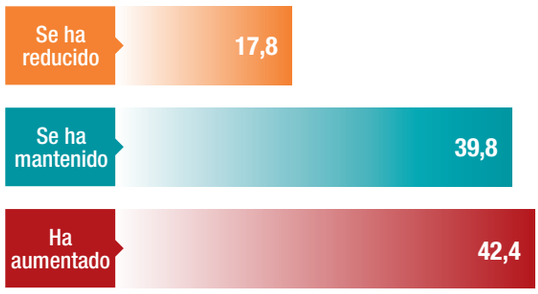
- La preocupación por la salud, las *fake news* y la imagen de sobremedicación de los animales son las cuestiones que se consideran tienen un mayor impacto sobre el consumo de carne y derivados.

- Para contrarrestar la posible mala imagen del sector, las medidas que se consideran más efectivas son una mayor transparencia del propio sector y la emisión de anuncios en televisión y redes sociales.

# Cifra de negocio

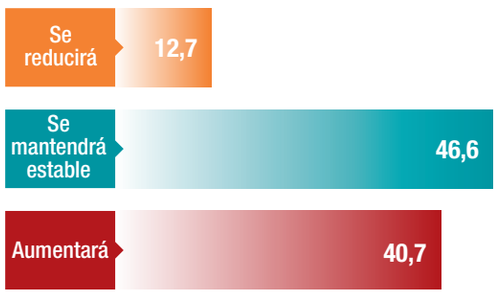
En relación a la cifra de negocio, en el primer semestre de 2018 con respecto al mismo periodo de hace 12 meses, el 42,4 % de las empresas cárnicas de ANICE manifiestan que esta ha crecido. Un 17,8 %, sin embargo, reconoce que en su caso se ha reducido. Dada la diferencia de porcentajes, parece bastante seguro que el sector ha vendido más que en el mismo período del ejercicio 2017.

**La cifra de negocio de su empresa, ¿cómo se ha comportado este semestre con respecto al mismo semestre del año anterior?**

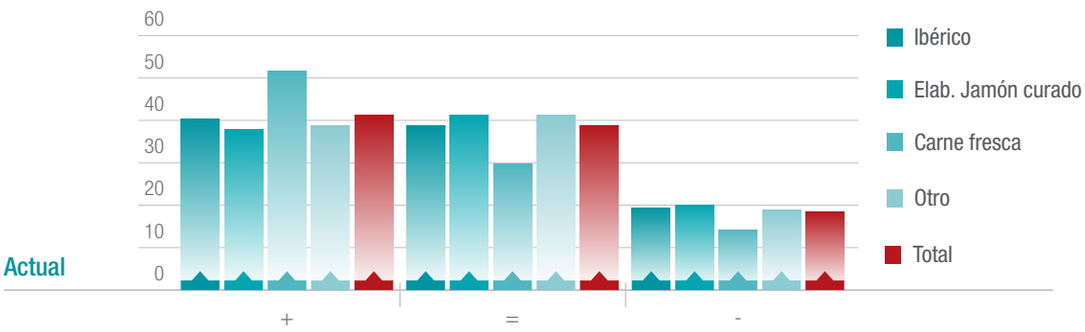


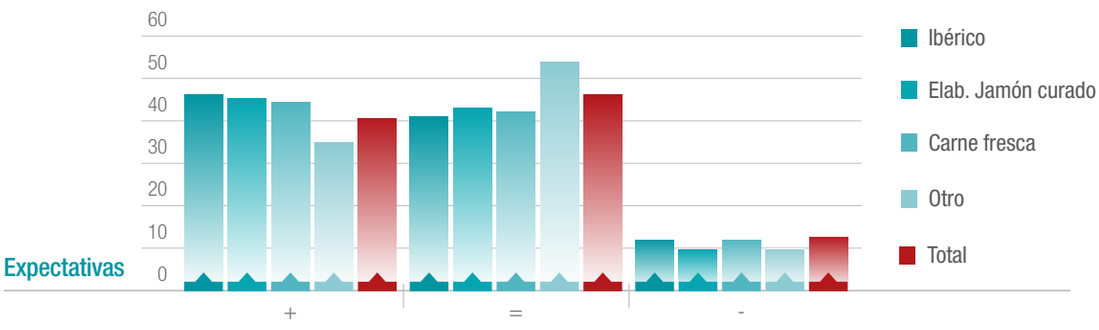

De cara a la segunda mitad del año, además, se producen unos porcentajes de respuesta similares. Así, el 40,7 % de las empresas espera registrar crecimiento de su cifra de negocio con respecto al año pasado. De hecho, el pesimismo relativo al futuro inmediato es ligeramente inferior al registrado en relación al momento actual.

**¿Cómo cree que evolucionará la cifra de negocio de su empresa durante los próximos 6 meses en relación al mismo período del año anterior?**



Por subsectores, es el de la carne fresca el que más ha visto mejorar la cifra de negocio en el semestre, mientras que respecto a las previsiones de futuro inmediato, las respuestas son muy similares, con la excepción de la categoría Otros, en la que el optimismo es inferior.

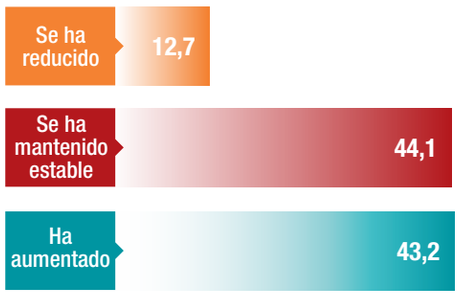


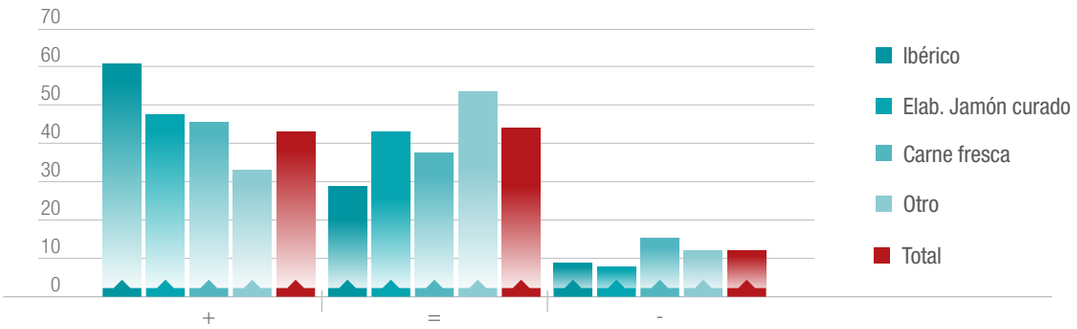
# Volumen de *stocks*

Cuando preguntamos a las empresas de ANICE sobre la evolución de sus existencias durante el semestre, un 43,2 % de ellas manifiesta que estos han crecido en relación al mismo período del año anterior. Dado que en la cuestión anterior han manifestado una clara vocación de crecimiento en lo que resta de ejercicio, este aumento de las existencias parece deberse más a la preparación para hacer frente a una mayor demanda futura que a la existencia de dificultades para colocar sus productos terminados.

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




Por subsectores, en el ibérico es donde un mayor porcentaje de empresas han aumentado sus existencias (61 %), seguido a bastante distancia de la elaboración de jamones curados. Por el contrario, en el grupo de la carne fresca la mayor parte de las empresas (54,2 %) han mantenido sus niveles de stocks sobre los datos de un año antes.



# Exportaciones

Un 65,3 % de las empresas que han respondido esta primera oleada del Barómetro ANICE-Cajamar se identifican como exportadoras. De ellas, el 37,7 % han aumentado este tipo de ventas con respecto al mismo período del año anterior, mientras que un 44,2 % han mantenido los niveles de facturación exterior previos. Por tanto, las exportaciones han contribuido positivamente a la mejora de la cifra de negocio durante el primer semestre de 2018.

**Las exportaciones y expediciones de su empresa, ¿cómo se han comportado este semestre con respecto al mismo semestre del año anterior?**

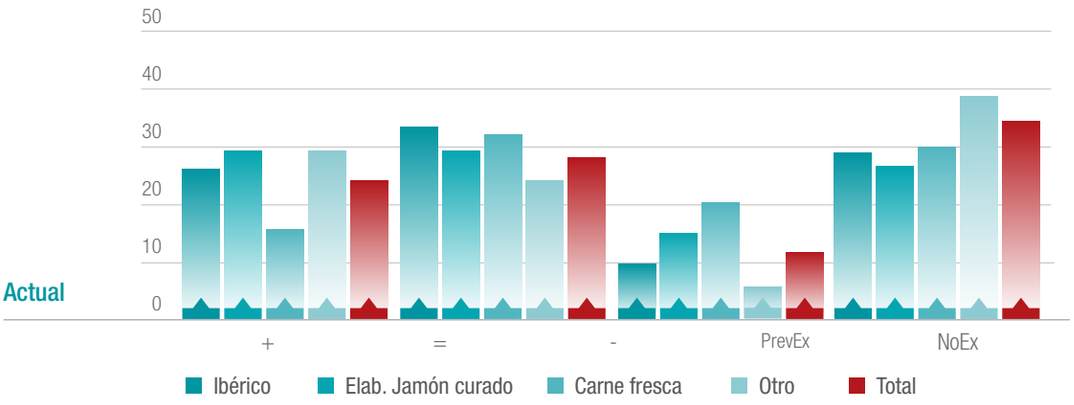
| | Frecuencia | % s/ total | % Exportadoras |
|---|---|---|---|
| Han aumentado | 29 | 24,6 | 37,7 |
| Se han mantenido estables | 34 | 28,8 | 44,2 |
| Se han reducido | 14 | 11,9 | 18,2 |
| No exportan | 41 | 34,7 | |
| **Total** | **118** | **100,0** | |

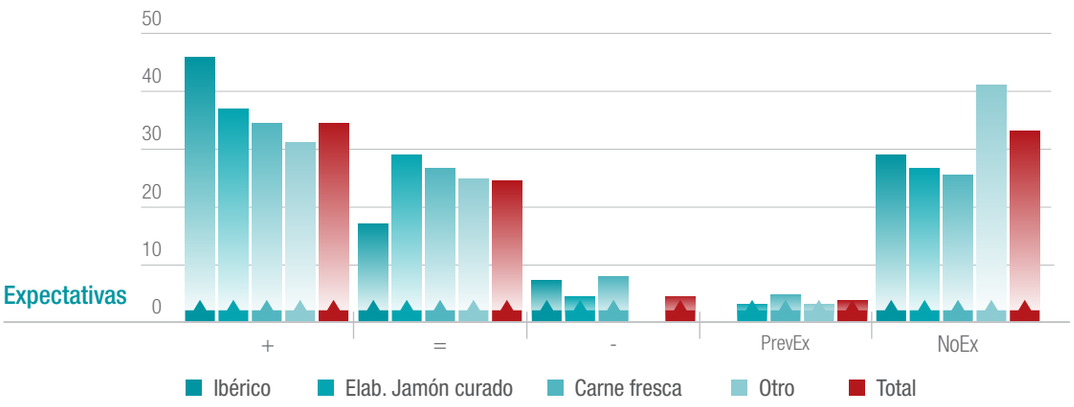
De cara a la segunda mitad del año, a tenor de que se prevé un ligero aumento de las empresas exportadoras, y de que el 54,7 % de las que vienen haciéndolo desde antes prevén aumentar sus ventas en este canal, es de esperar que el volumen de ventas exteriores gane importancia relativa en la cuenta de resultados de las empresas del sector.

**¿Cómo cree que evolucionarán las exportaciones de su empresa durante los próximos 6 meses en relación al mismo período del año anterior?**

| | Frecuencia | % s/ total | % Exportadoras |
|---|---|---|---|
| Aumentarán | 41 | 34,7 | 54,7 |
| Se mantendrán estables | 29 | 24,6 | 38,7 |
| Se Reducirán | 5 | 4,2 | 6,7 |
| Comenzaremos a exportar | 3 | 2,5 | |
| No exportaremos | 40 | 33,9 | |
| **Total** | **118** | **100,0** | |

Por subsectores, es en el de la carne fresca en el que un menor número de empresas han logrado aumentar sus exportaciones durante el primer semestre. De cara al segundo tramo del ejercicio, destacan las excelentes expectativas que hay en el subsector del ibérico.

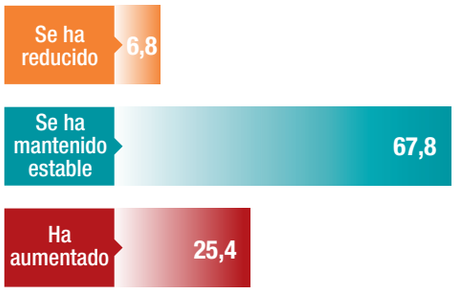


# Plantilla media

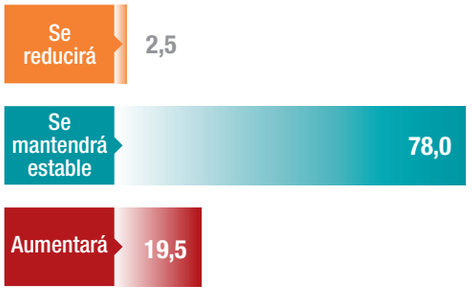
En línea con el crecimiento que se adivina en la mayor parte de las variables que estudiamos en este barómetro, el empleo en el sector también ha crecido. Aunque el 67,8 % de las empresas han mantenido estables sus plantillas con respecto al periodo enero-junio de 2017, un 25,4 % señala que las han aumentado (por un escaso 6,8 % que han reducido empleo).

**La plantilla media del semestre en su empresa ¿cómo se ha comportado con respecto a la del mismo semestre del año anterior?**



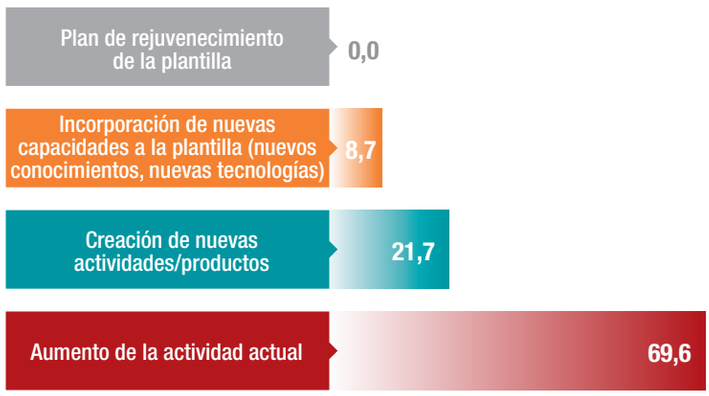

Durante la segunda mitad del ejercicio nuestras empresas prevén que se siga prolongando el ciclo de crecimiento del empleo con una intensidad similar a la actual, dado que aunque el 19,5 % de las empresas cree que crecerá en empleo, solo un 2,5 % se plantean reducirlo.

**Respecto a los próximos 6 meses, ¿cómo esperan que evolucione su plantilla en relación al mismo período del año anterior?**

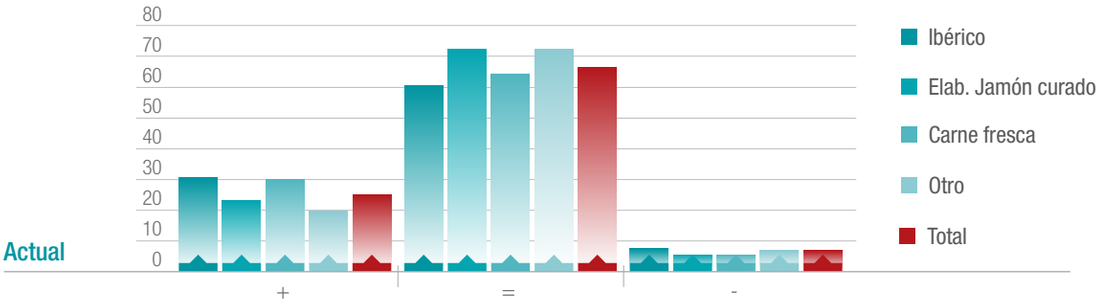


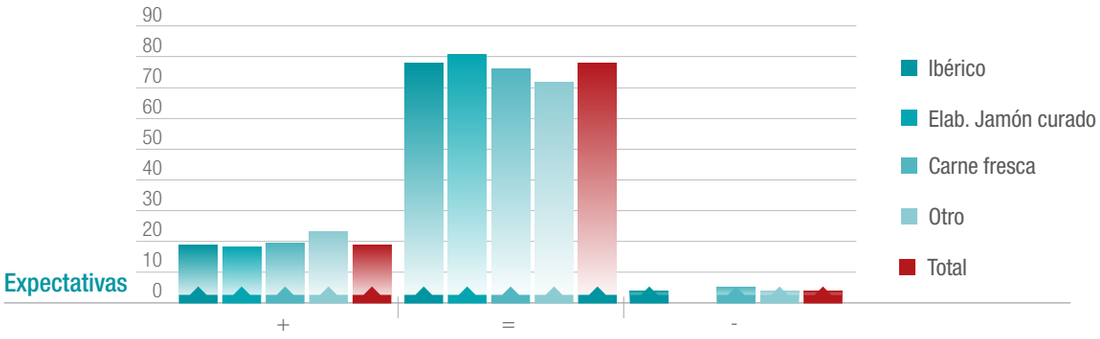
Respecto a las motivaciones de las empresas para aumentar las plantillas nos encontramos que, aunque obviamente el aumento de la actividad actual es el principal factor, un 21,7 % de las empresas lo hacen por la diversificación de actividades, y un 8,7 % buscan aumentar las capacidades de las plantillas actuales, lo que implica que a medio plazo estarán en condiciones de intensificar su capacidad de crecimiento.

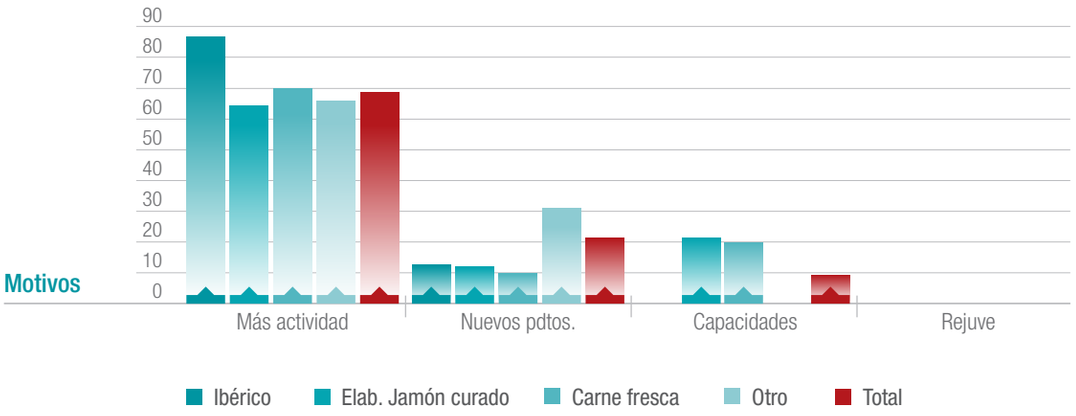
**En caso de que piensen aumentar la plantilla, ¿cuál es la principal razón? (Marque solo la más importante)**




Aunque a nivel de subsectores no hay grandes diferencias de comportamiento, lo cierto es que ibérico y carne fresca parecen haber sido los que con más intensidad han aumentado plantillas. En relación a las expectativas para el segundo tramo del ejercicio, las mejores previsiones se tienen en el subgrupo de otros. Y, respecto a las motivaciones para la ampliación de plantillas en los próximos meses, la principal en todos los casos es el aumento de la actividad, aunque la categoría de otros destaca por el peso de los nuevos productos como explicación para el crecimiento de los ocupados.


Actual
80
70
60
50
40
30
20
10
0
+
=
-
Ibérico
Elab. Jamón curado
Carne fresca
Otro
Total


Expectativas
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
+
=
-
Ibérico
Elab. Jamón curado
Carne fresca
Otro
Total


Motivos
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
Más actividad
Nuevos pdtos.
Capacidades
Rejuve
Ibérico
Elab. Jamón curado
Carne fresca
Otro
Total

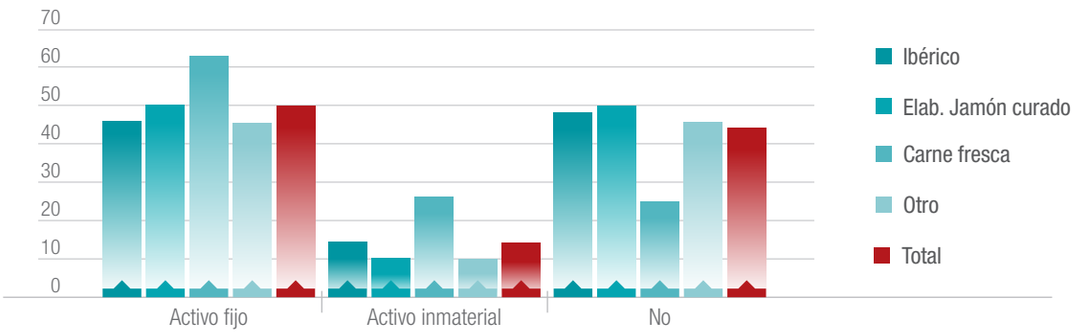
# Inversiones previstas

El alto grado de utilización de la capacidad instalada que muestran las empresas, junto con las previsiones de crecimiento de las mismas, se transforman en unas expectativas de inversión claramente expansivas. El 55,1 % de las empresas tienen previsto realizar nuevas inversiones, la mayor parte de ellas en activos fijos y un 14,4 % en activos inmateriales.

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



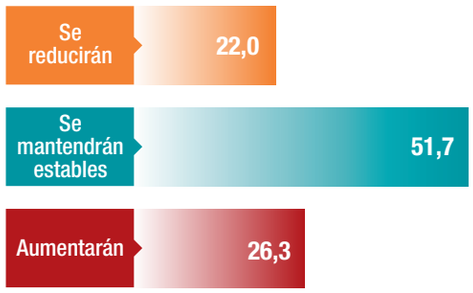

Segmentando por subsectores, aunque la mitad de las empresas de la muestra esperan invertir, el que parece más activo es el de la carne fresca, tanto en activos fijos como en intangibles.



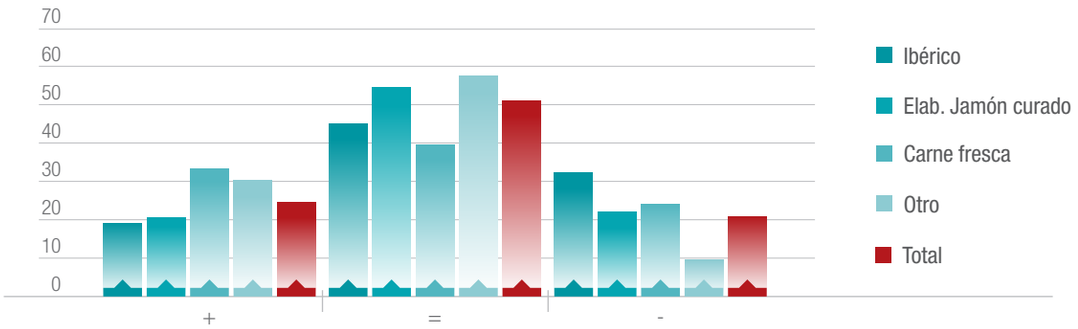
# Evolución de los precios de las materias primas

Las empresas de ANICE prevén también un aumento de la presión por el lado de los costes en sus cuentas de explotación. Un 26,3 % de ellas creen que los precios de sus materias primas se van a ver incrementados, aunque la opinión mayoritaria es la de un mantenimiento de los niveles de precios de las mismas, 51,7 %.

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




Los subsectores de carne fresca y otros, por otra parte, son los que muestran un mayor convencimiento en el aumento de sus costes de materias primas para los próximos meses, mientras que ibéricos y elaborados y jamón curado muestran una visión menos inflacionista.



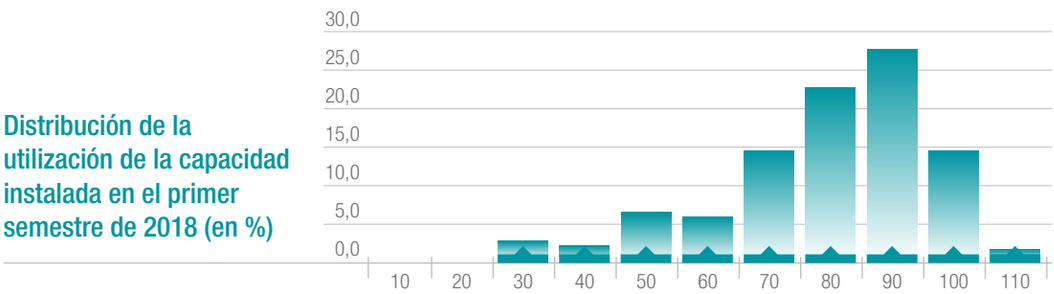
# Uso de la capacidad instalada

Acorde con un momento de aumento de las ventas y de las existencias, los niveles de utilización de la capacidad instalada también son elevados. El 62,7 % de las empresas nos indica que han mantenido un nivel de ocupación de la capacidad productiva por encima del 75 %. La media aritmética de todas las respuestas nos ofrece una cifra del 77,3 % de utilización para el conjunto del sector.

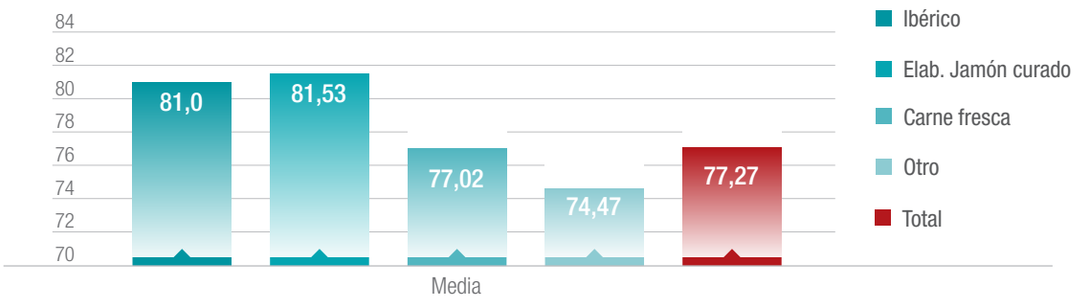
**¿Qué nivel de ocupación de la capacidad instalada se ha alcanzado en su empresa durante el último semestre?**

| | Frecuencia | % |
|---|---|---|
| NS/NC | 1 | 0,8 |
| Hasta el 25 % | 1 | 0,8 |
| Del 26 al 50 % | 14 | 11,9 |
| Del 51 al 75 % | 28 | 23,7 |
| Del 76 al 100 % | 73 | 61,9 |
| Más del 100 % | 1 | 0,8 |
| **Total** | **118** | **100,0** |
| Media | **77,3** | |

**Distribución de la utilización de la capacidad instalada en el primer semestre de 2018 (en %)**



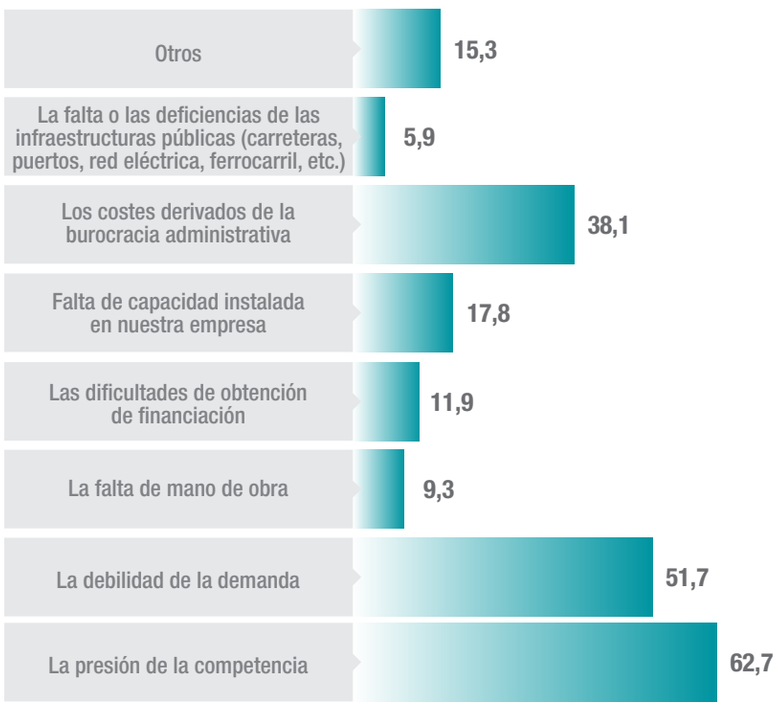

En lo que respecta a los subsectores, los mayores porcentajes de ocupación de la capacidad productiva se encuentran en los elaborados y jamón curado y en el ibérico, ambos por encima del 81 %.



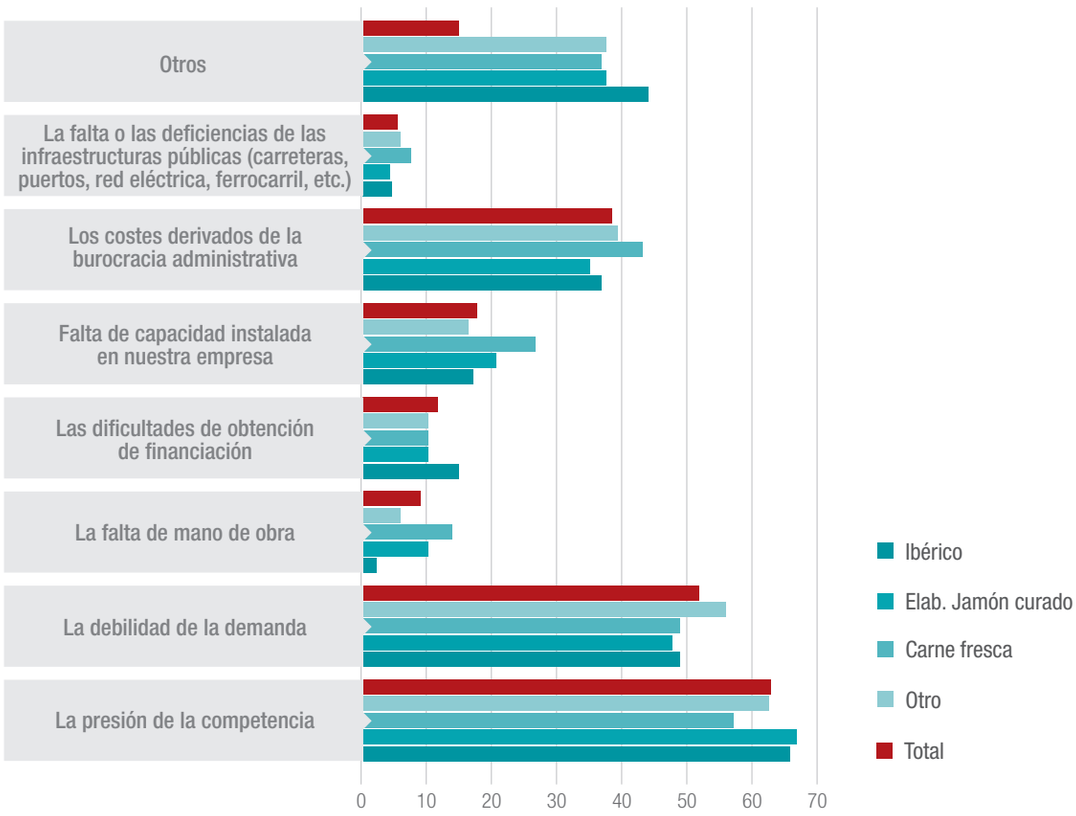
# Factores limitantes de la actividad

Cuando se les plantea a las empresas la cuestión de cuáles son los principales limitantes actuales para su crecimiento hay tres categorías de respuesta que alcanzan un mayor nivel de acuerdo. Son, por este orden: la presión de la competencia (62,7 %), la debilidad de la demanda (51,7 %) y los costes derivados de la burocracia administrativa (38,1 %). De hecho, entre las respuestas que se ofrecen libremente (agrupadas en el gráfico bajo el epígrafe de otras) los problemas de la reglamentación son de los más abundantes, junto con la tendencia de los costes y las relacionadas con la profundidad y la velocidad de los cambios que se están registrando en el sector en los últimos tiempos.

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



Cuando se realiza el análisis por subsectores, se observan algunas diferencias significativas. Así, para las empresas de la carne fresca, la presión de la competencia tiene una importancia menor que en el resto –aunque sigue siendo el primer limitante–. Sin embargo, los costes de la burocracia se plantean como un problema más intenso en dicho subsector. En el ibérico, las dificultades de financiación pesan más que en el resto y también son los que más razones aportan al apartado de otros limitantes. La presión de la competencia preocupa más al subsector de los elaborados y jamón curado que al resto, y la debilidad de la demanda tiene una importancia diferencial para la categoría de otros.

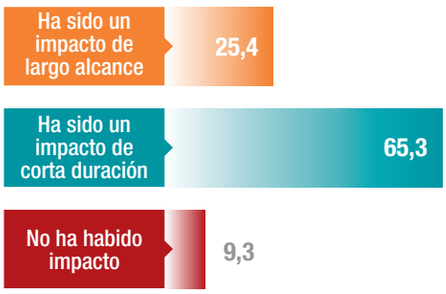


# Mala imagen y *fake news*: razones y soluciones

En los últimos tiempos, y por diferentes razones, el sector ha estado en el centro de una oleada de noticias negativas que se suman a algunas tendencias de consumo y que ponen en riesgo su buena marcha. Para inaugurar el Barómetro hemos creído que sería interesante recabar la opinión de las empresas en torno a estas cuestiones.

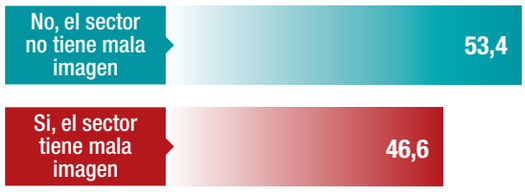
Para hacernos una idea del daño que la acumulación de informaciones (reales o falsas) negativas producidas durante los primeros meses de 2018, hemos preguntado a los asociados de ANICE por la gravedad del asunto. Solo un 9,3 % de los encuestados cree que no ha habido ningún tipo de impacto. Un 65,3 %, amplia mayoría, cree que el impacto ha sido negativo, pero que será de corta duración y el 25,4 % restante ha optado por un impacto negativo de largo alcance.

**En estos últimos meses se han producido diversas noticias negativas en los medios de comunicación tradicionales y redes sociales en torno al sector, ¿cuál cree usted que ha sido el impacto de estas noticias en la imagen del sector?**



Para confirmar la percepción que tienen las empresas de la imagen del sector en la sociedad, les consultamos directamente su opinión al respecto. El resultado es bastante esclarecedor, aunque un 53,4 % cree que el sector tiene buena imagen, los que creen que eso no es así son el 46,6 % dejando claro que puede haber un problema serio en esta cuestión.

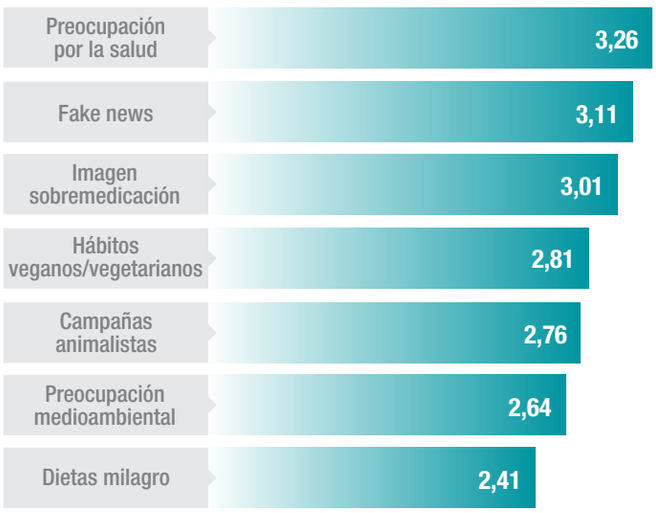
**¿Existe una imagen negativa del sector actualmente?**




Luego, les hemos pedido que puntuaran entre 1 (muy poco) y 5 (mucho) el impacto negativo que sobre el consumo de carne y productos cárnicos tienen diversos factores previamente identificados como influyentes. El análisis evidencia que el primer factor en impacto sobre el consumo es una tendencia clara del consumidor (no solo en España, sino en el conjunto de los países desarrollados) relacionada con la salud y la preocupación por mantenerse en condiciones saludables. El segundo factor es casi el símbolo de nuestros tiempos: las noticias falsas (fake news) viralizadas a través de Internet y sus redes sociales. La tercera cuestión es la imagen de sobremedicación de los animales en las explotaciones ganaderas.

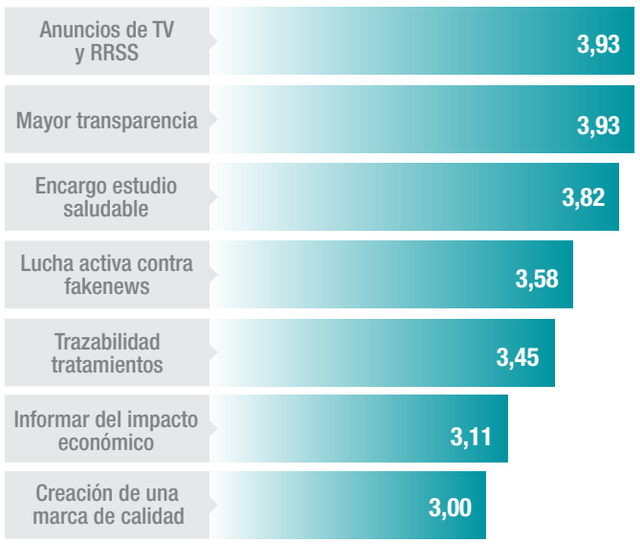
Por debajo de 3 (la puntuación intermedia) aparecen los hábitos veganos/vegetarianos, las campañas animalistas, la preocupación por el medioambiente y el efecto de las dietas milagro.

**¿Podría usted puntuar desde 1 (muy poco) hasta 5 (muy alto) el impacto que sobre el consumo de carnes y elaborados cárnicos han tenido los siguientes factores?**



Entre las empresas que consideran que actualmente hay un problema de mala imagen, se mostraron algunas posibles soluciones, para que valoraran su capacidad de contrarrestar dicha imagen. Aquí todas las opciones se sitúan entre 3 y 5, es decir, en la parte alta de la escala de valoración. La medida de mayor impacto sería la emisión de anuncios de tv y a través de redes sociales, junto con una política de mayor transparencia por parte del sector. En tercer lugar aparece el encargo de estudios sobre lo saludable de los productos derivados del cerdo. En un segundo nivel de importancia aparecen la lucha activa contra las *fake news* en el ámbito de las redes sociales y la trazabilidad de los tratamientos sanitarios hasta el consumidor (en realidad, una capa más de transparencia). Las puntuaciones más bajas las obtienen informar sobre el impacto económico del sector y la creación de una marca de calidad.

**A su juicio, ¿en qué medida las acciones que se proponen a continuación, llevadas a cabo desde el sector, podrían contrarrestar la imagen negativa actual, siendo 1 (muy poco efecto) y 5 (gran efecto)?**



# Datos demográficos

## Subsector

| | Frecuencia | % |
|---|---|---|
| Carnes frescas (mataderos, salas de despiece) | 49 | 41,5 |
| Pdtos. Elaborados: Ibéricos | 41 | 34,7 |
| Pdtos. Elaborados: Jamón Curado | 48 | 40,7 |
| Otros Pdtos. eleborados | 48 | 40,7 |
| **Total** | **118** | **100,0** |

## Facturación en 2017

| | Frecuencia | % |
|---|---|---|
| Menos de 1 millón | 17 | 14,4 |
| Entre 1 y 50 millones | 84 | 71,2 |
| Más de 50 millones | 17 | 14,4 |
| **Total** | **118** | **100,0** |

## Plantilla media en 2017

| | Frecuencia | % |
|---|---|---|
| Menos o igual de 10 | 27 | 22,9 |
| De 11 a 50 | 52 | 44,1 |
| De 51 a 250 | 27 | 22,9 |
| Más de 250 | 12 | 10,2 |
| **Total** | **118** | **100,0** |

PRIMER SEMESTRE
2018

# BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA

ANICE
Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

cajamar
CAJA RURAL