

PRIMER SEMESTRE

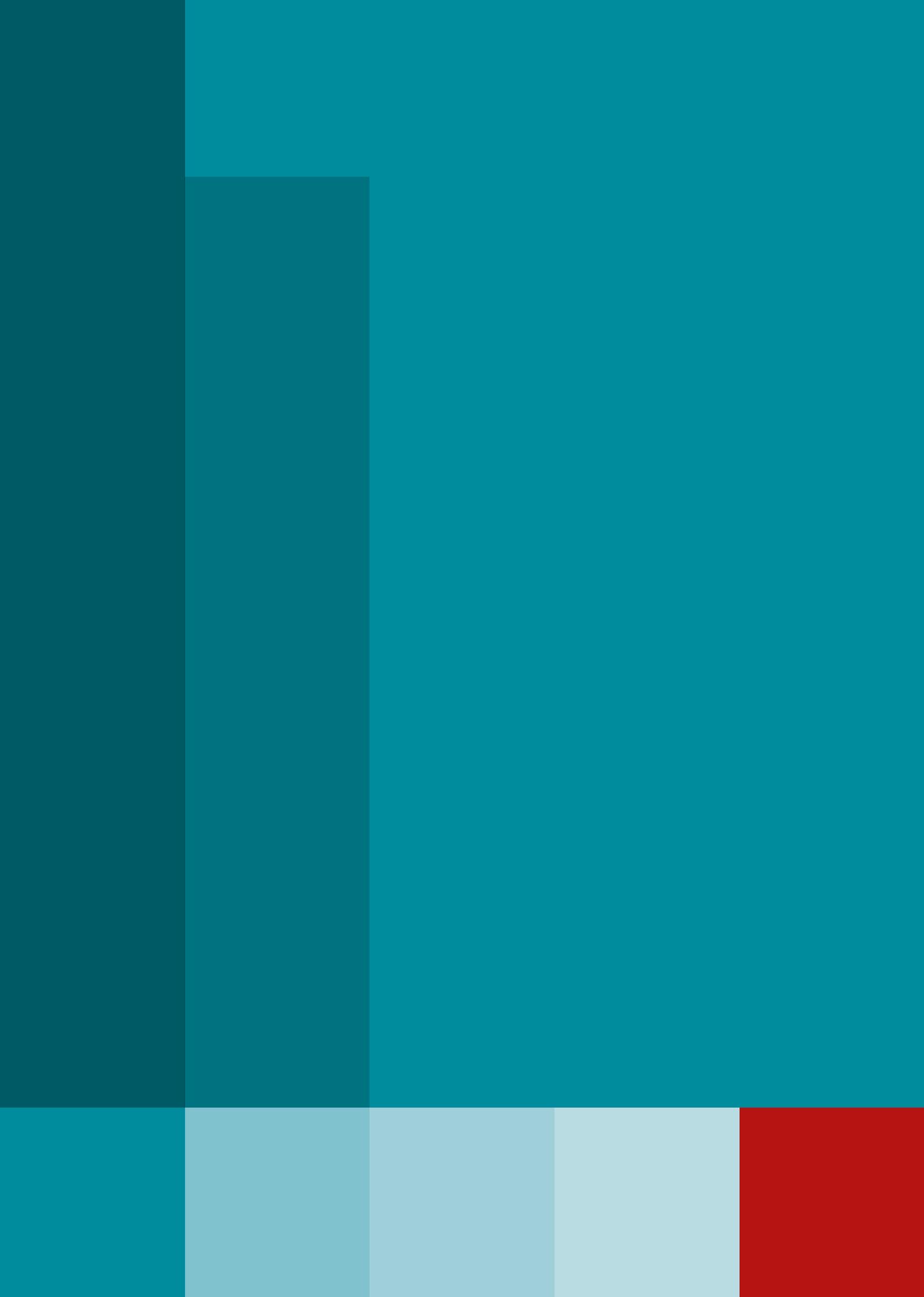
2019

PREVISIONES  
SEGUNDO SEMESTRE

# BARÓMETRO ANICE-CAJAMAR DE LA INDUSTRIA CÁRNICA ESPAÑOLA



**cajamar**  
CAJA RURAL





# Índice

Sumario	4
Situación Económica del Sector Cárnico	6
Cifra de Negocio	7
Volumen de Existencias	8
Exportaciones	9
Plantilla Media	11
Inversiones Previstas	13
Evolución de los Precios de las Materias Primas	14
Uso de la Capacidad Instalada	15
Factores Limitantes de la Actividad	16
Escenario ante la Peste Porcina Africana	18
La Financiación de la Industria Cárnica Española	19
Datos Demográficos	22

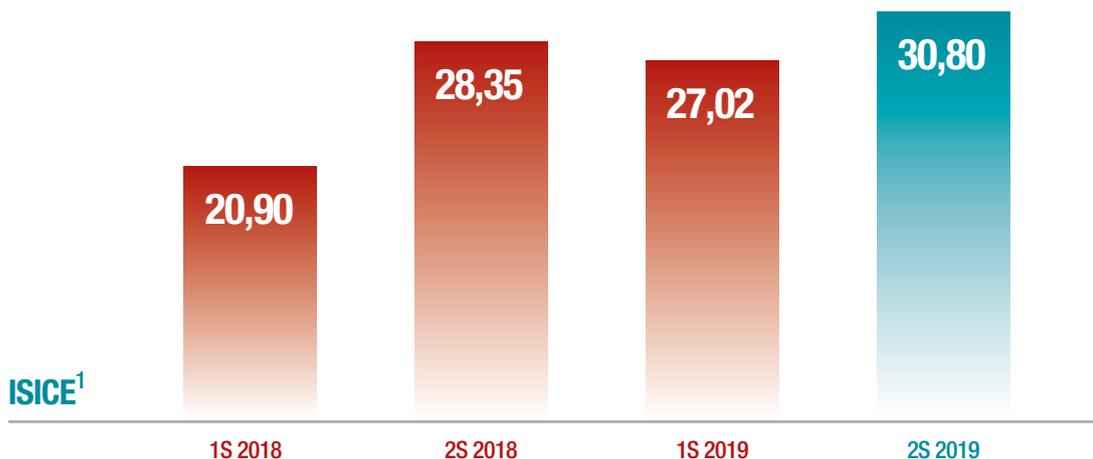


## RESULTADOS DEL 1.º SEMESTRE DE 2019 Y PREVISIONES PARA EL 2.º SEMESTRE DE 2019

## Sumario

ANICE y Cajamar Caja Rural pusieron en marcha el Barómetro de la Industria Cárnica Española en 2018, con carácter semestral, siendo este documento la presentación de los resultados de la tercera oleada, relativos al primer semestre de 2019 con previsiones para el segundo.

El **Índice de Sentimiento de la Industria Cárnica Española (ISICE)** perdió 1,33 puntos en el primer semestre, con un comportamiento algo peor de lo previsto seis meses antes. De cara a la segunda parte del año, sin embargo, el indicador alcanzaría el máximo de la serie con un valor de 30,8 puntos.

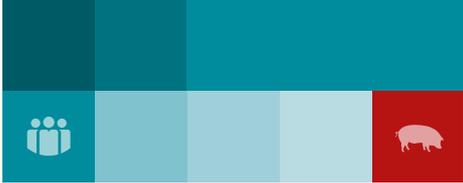


El repaso a las diversas variables por las que se indaga en el Barómetro nos arroja los siguientes titulares:

- Aumenta el porcentaje de las empresas que creen que la situación económica del sector ha empeorado, aunque los optimistas se mantienen en niveles similares a los de hace 6 meses.
- El 43,1 % de las empresas de ANICE ha visto crecer su cifra de negocio durante el primer semestre de 2019, y un 43,9 % espera volver a aumentarla en el segundo semestre.

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.

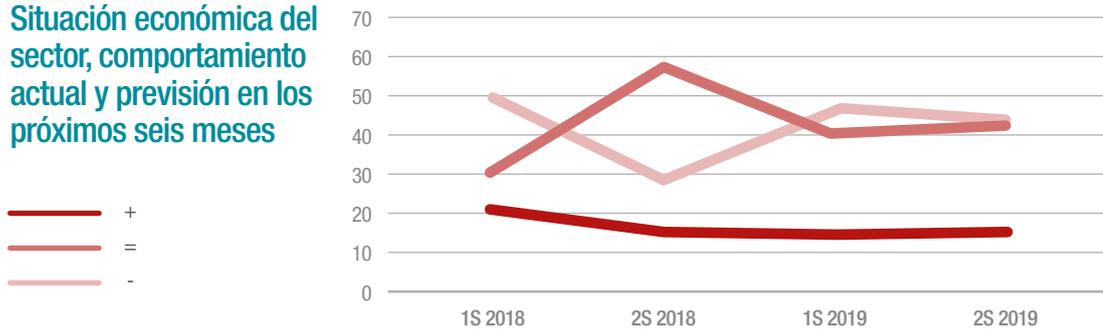
- No se producen cambios relevantes en las estrategias seguidas con las existencias durante el primer semestre de 2019, la mitad de las empresas las han mantenido y un 32,5 % las han incrementado.
- 
- El número de empresas exportadoras vuelve a crecer. En el primer semestre de 2019 afirman exportar el 78,9 % de las empresas de ANICE. Y, de cara a la segunda mitad del año, esta cifra podría volver a incrementarse hasta el 79,7 %. Además, el 51,6 % de las empresas exportadoras aumentó sus ventas en el extranjero, con una previsión de crecimiento en el segundo semestre que alcanza al 60,8 % de ellas.
- 
- Un tercio de las empresas amplió su plantilla en el primer semestre, aunque de cara a la segunda mitad del año las previsiones son menores (un 22 %). El principal motivo de estos incrementos de plantilla fue para atender las necesidades de una mayor actividad 77,8 %.
- 
- Algo más de la mitad de las empresas (53,7 %) estima que realizarán nuevas inversiones en el próximo semestre; la mayor parte en activos materiales, aunque un 14,6 % lo hará también en intangibles.
- 
- El aumento de los costes de materia prima es uno de los principales hitos del semestre, a tenor de las respuestas ofrecidas por las empresas. El 56,1 % de ellas espera que estos costes sigan creciendo en los próximos meses, añadiendo presión a los márgenes comerciales.
- 
- El nivel de uso de la capacidad instalada ha crecido ligeramente con respecto al semestre anterior hasta alcanzar el 76,8 %.
- 
- Los tres factores que venían encabezando el *ranking* de los limitantes del desarrollo del sector reducen su importancia en la oleada de junio-julio, con la debilidad de la demanda adelantando al aumento de la competencia. Este semestre emerge con fuerza el ascenso de los costes de la materia prima, que se sitúa en el 13 %.
- 
- El brote de peste porcina africana en Asia es visto por un 22 % de las empresas como algo positivo para el sector. Por el contrario, lo que se ve como un problema mayúsculo es la posible entrada de la enfermedad en España.
- 
- Las empresas han mejorado su estructura financiera en los últimos años, aprovechando una oferta adecuada a buenos precios, aunque esta financiación ha sido básicamente bancaria.
- 
- Las preocupaciones respecto a la financiación en el futuro tienen que ver con la disponibilidad de crédito a largo plazo para compra de activos, la disponibilidad de líneas de crédito y al acceso al crédito para circulante. No se le da demasiada importancia a la diversificación de la oferta financiera fuera de los circuitos tradicionales de la banca.
-



# Situación Económica del Sector Cárnico

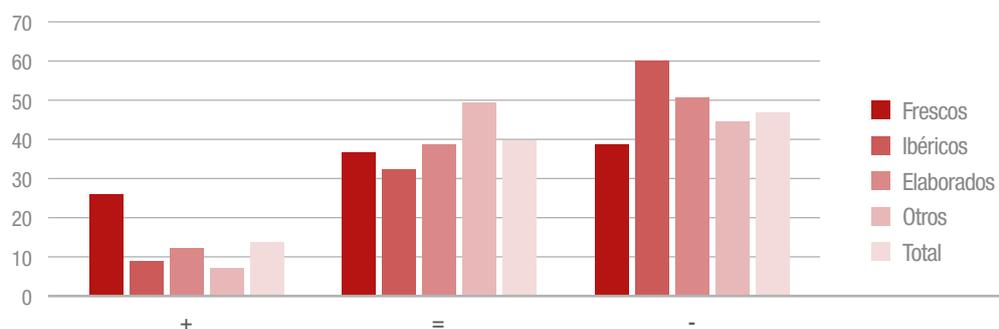
Durante el primer semestre del año ha sido evidente el enfriamiento tanto de la economía internacional como de la española. En dicho contexto es normal que se produzca un cierto contagio a escala de sector, aunque con muy poca variación entre el porcentaje de empresas que creen que la situación ha mejorado en el primer semestre y el de las que opinan que lo seguirá haciendo en el segundo (en torno al 14,5 %). Sin embargo, el porcentaje de empresas pesimistas con respecto al comportamiento del sector ha crecido hasta el 46,3 %, desde el 28,2 %. Este aumento ha sido a costa del bloque de los que habían optado por el mantenimiento de la situación, que se ha quedado en el 39,8 %. Para los siguientes seis meses, las previsiones solo muestran diferencias significativas en los pesimistas y continuistas, con un ligero descenso de los primeros, equivalente a la ligera suma de los segundos.

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

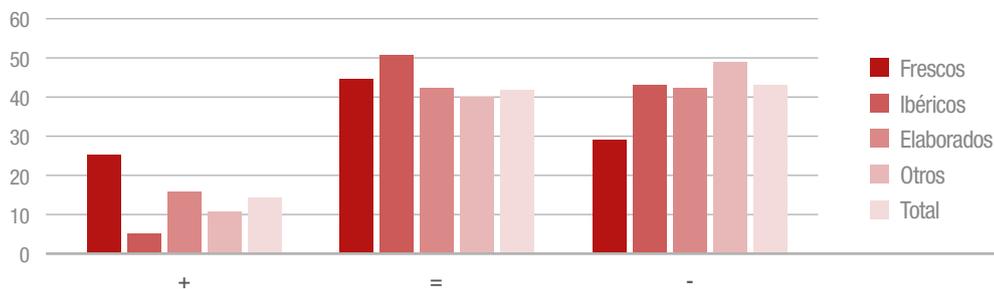


Por subsectores, el de los elaborados ibéricos sigue siendo el más pesimista con respecto al semestre recién terminado, al contrario de la carne fresca, que es el que se ha manifestado más optimista tanto en relación con la primera mitad del año como con la segunda. En todos los casos, como en el total, el pesimismo supera los porcentajes de respuesta expansiva, si bien en los frescos es en el que las diferencias son más contenidas.

## Actual



## Expectativas

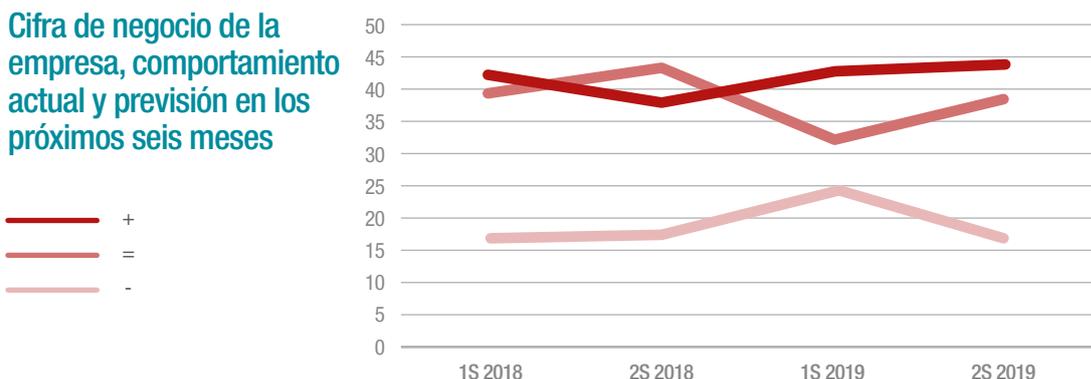


# Cifra de Negocio

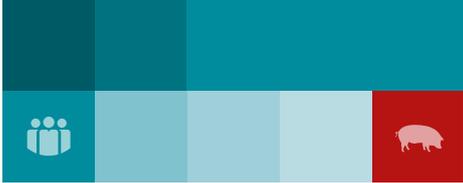
A pesar del deterioro de la imagen general sobre la marcha del sector, cuando bajamos a nivel de empresa, los resultados son sustancialmente más halagüeños. De hecho, un 43,1 % de las empresas manifiestan haber aumentado su cifra de negocio con respecto a hace un año (5,19 puntos más que en el segundo semestre de 2018). Es verdad que el número de estas que han reducido sus ventas también crece, hasta el 24,4 %, por lo que la diferencia entre ambos bloques se mantiene más o menos al mismo nivel que hace seis meses.

Con respecto a la segunda mitad del año el optimismo mejora ya que un 43,9 % de las empresas considera que venderá más, al tiempo que las que disminuirán sus ventas se reducen hasta el 17,1 %. Obviamente, el apartado que más crece de cara al futuro es el de las respuestas continuistas.

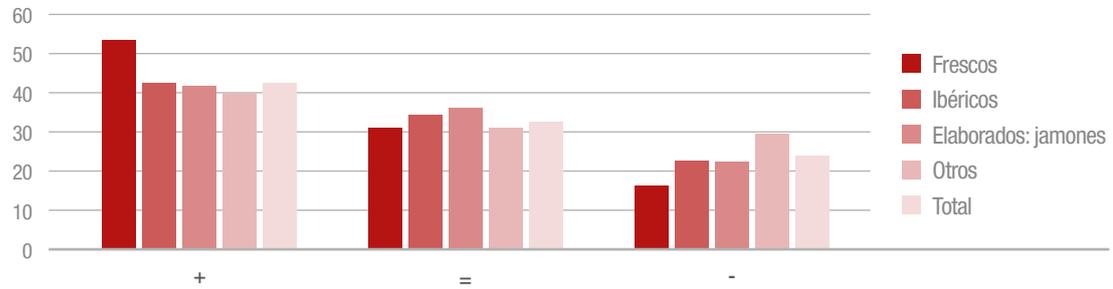
## Cifra de negocio de la empresa, comportamiento actual y previsión en los próximos seis meses



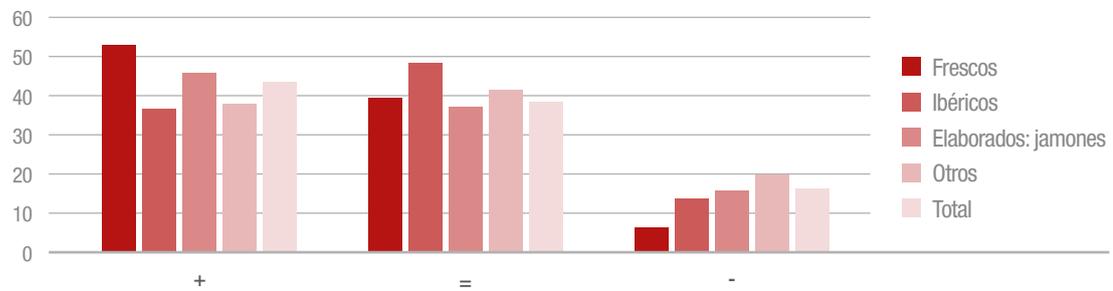
Por subsectores, y acorde con las opiniones sobre la situación económica del sector, son las empresas especializadas en la carne fresca las que han tenido un mejor comportamiento. De hecho, es el único subsector que se sitúa por encima de la media en lo que a porcentaje de empresas con crecimiento de la cifra de negocio se refiere (53,5 %). Dicho comportamiento se mantiene a la hora de las predicciones sobre el segundo semestre de 2019, aunque en este caso las diferencias ya son menores, con los jamones curados situados en un segundo lugar.



### Actual



### Expectativas

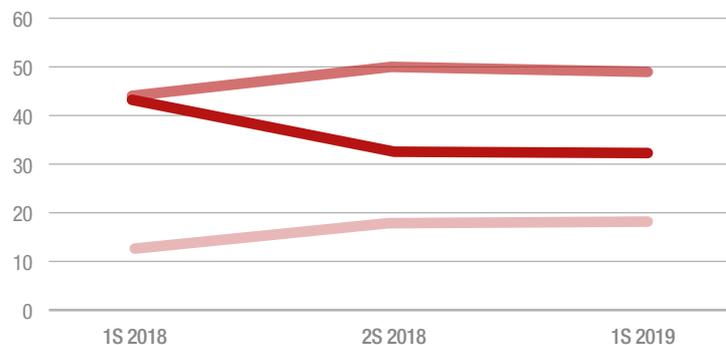


## Volumen de Existencias

En el primer semestre de 2019 las tendencias relacionadas con los estocajes parecen haberse mantenido. Los porcentajes de empresas que manifiestan haberlos aumentado, mantenido o reducido son muy similares a los del semestre anterior. A falta de un historial mayor de la serie no podemos estar seguros de si este es un comportamiento habitual, aunque entra dentro de lo razonable de cara a la próxima campaña de Navidad en la que se produce una importante concentración de las ventas.

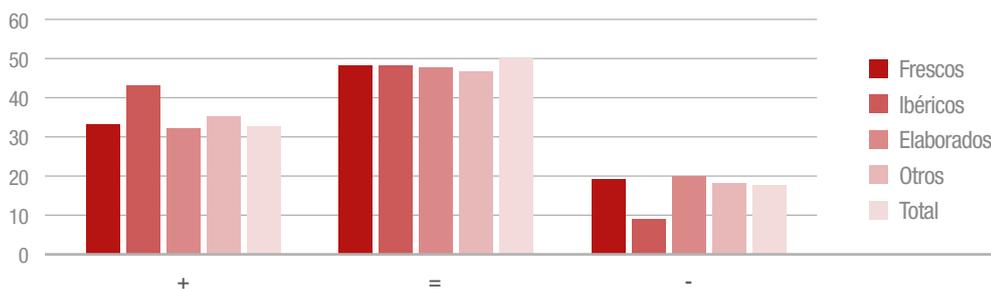
Respecto al volumen de existencias de productos terminados de su empresa, ¿cómo se ha comportado este semestre con respecto al mismo semestre del año anterior?

— +  
— =  
— -



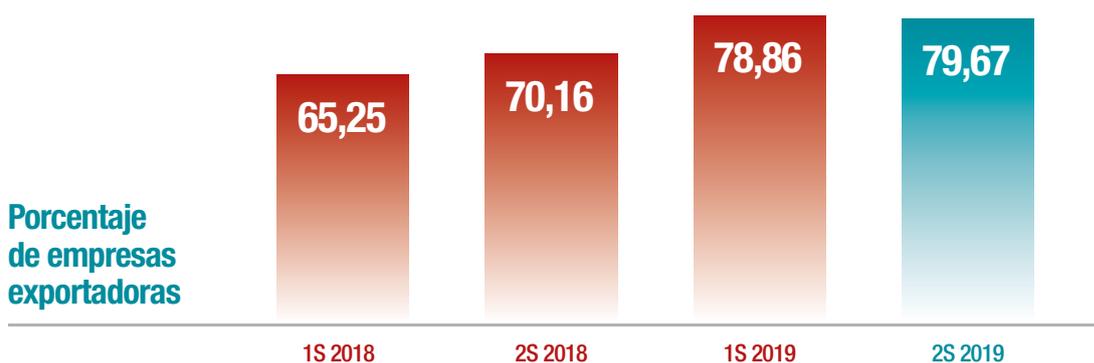
Los elaborados del ibérico han sido los que más han optado por acrecentar sus existencias, posiblemente de cara a la citada preparación de la campaña de Navidad. Un 42,9 % de estas empresas responde haber ampliado los *stocks*, mientras que en el resto de los segmentos dicho porcentaje se mantiene en torno al 33 %.

### Stocks

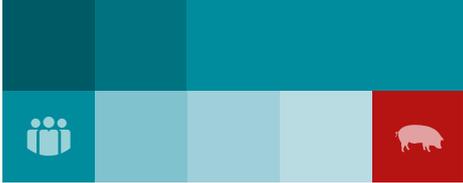


## Exportaciones

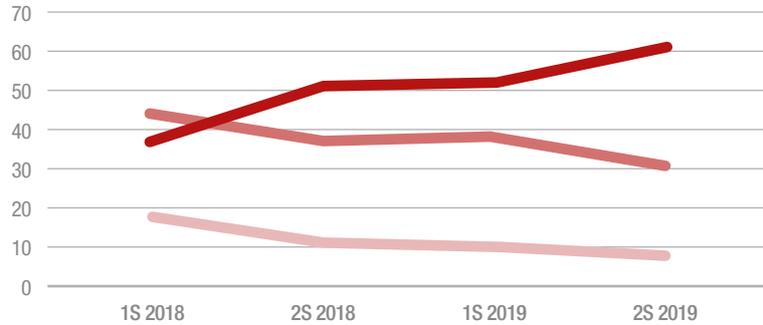
Como viene siendo ya costumbre en este barómetro, el porcentaje de empresas exportadoras sigue creciendo y parece que lo seguirá haciendo en los siguientes seis meses, aunque ya con menor intensidad. En el primer segmento del año, un 78,9 % de las que respondieron la encuesta realizó alguna exportación, marcando así un nuevo máximo. De cara al segundo semestre el porcentaje se acercaría al 80 %, lo que demuestra la evidente vocación exportadora de este sector en los últimos años y nos habla de la capacidad competitiva del mismo.



Ahondando en esta última idea, no solo es que crezca el número de empresas que abordan la aventura exterior, sino que las que lo hacen también han logrado incrementar sus ventas internacionales en un elevado porcentaje (51,6 %, ligeramente por encima del semestre anterior). La previsión de cara a la segunda mitad del año es aún más favorable, con un 60,8 % de las empresas exportadoras esperando mejorar en esta variable.

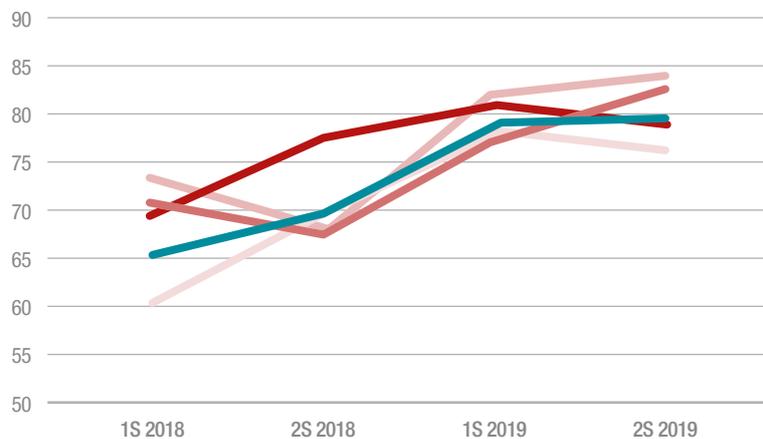


### Marcha de las exportaciones de la empresa



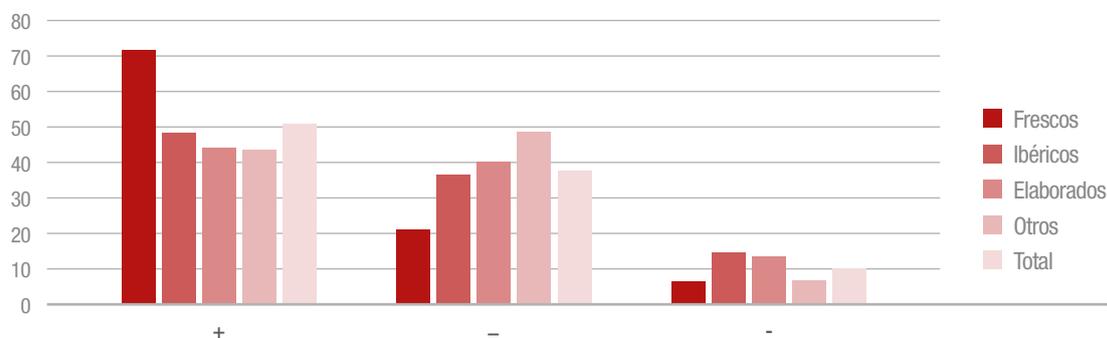
Por subsectores, la mayor proporción de empresas exportadoras en el primer semestre se ha alcanzado en el de ‘elaborados: jamón curado’, ligeramente por encima de la carne fresca, que había sido el primero en el periodo precedente. El porcentaje de empresas exportadoras asciende en todos los subsectores durante el primer tramo del año, pero de cara al futuro se producen diferencias relevantes. Las empresas del jamón curado y, sobre todo, las de elaboración del ibérico se muestran claramente más optimistas con respecto a sus posibilidades en el mercado internacional, mientras que en los segmentos de los frescos y otros elaborados la previsión es reducir la presencia en los mercados externos.

### Porcentaje de empresas exportadoras y previsión por subsectores

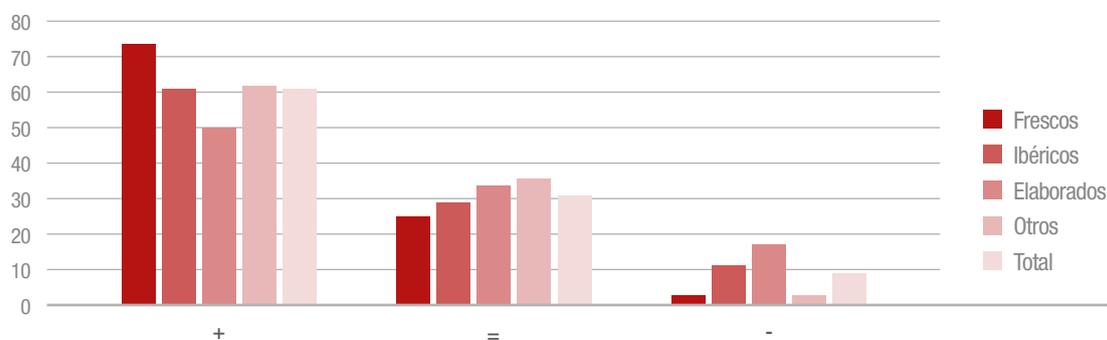


Al igual de lo que sucedía con la cifra de negocios, el subsector que se ha mostrado más expansivo en lo que al crecimiento de sus exportaciones se refiere es el de los frescos, donde un 72,3 % de las empresas exportadoras ha aumentado este tipo de ventas durante el primer semestre, muy por encima del resto de segmentos. Respecto a las previsiones para la segunda mitad del año, las diferencias son un poco menores, pero de nuevo son las empresas del subsector de los frescos las que en mayor proporción consideran que mejorarán su facturación exterior.

## Actual



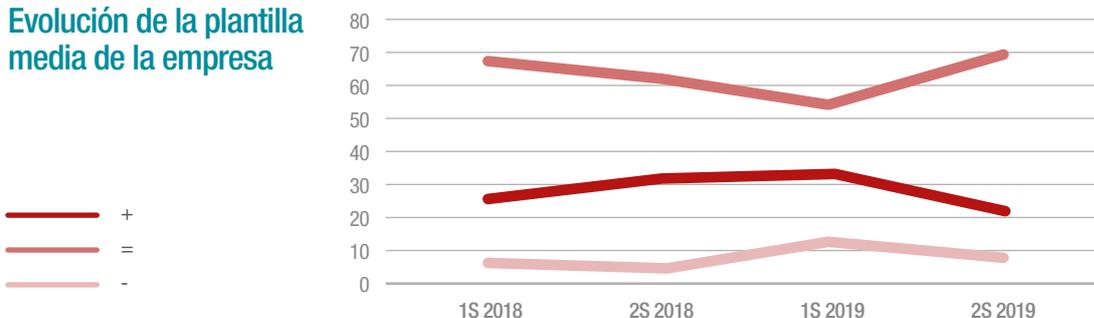
## Expectativas

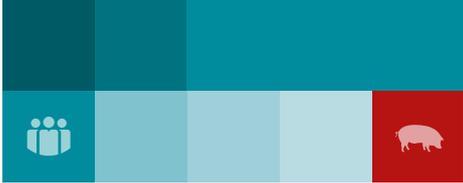


# Plantilla Media

En relación con la marcha del empleo en el sector, un tercio de las empresas amplió su plantilla en el primer semestre, frente a un 12,2 % que la redujo. Las mejoras en las ventas nacionales y las exportaciones siguen justificando el crecimiento de la mano de obra, aunque de cara a los próximos meses cabe la posibilidad de que el proceso se ralentice en la medida que lo haga la propia actividad del sector. De hecho, el siguiente semestre, el porcentaje de empresas con crecimiento del empleo es el 22 %. En los anteriores semestres ha sucedido que esta previsión se ha visto ampliamente superada por los datos reales en la siguiente oleada del barómetro.

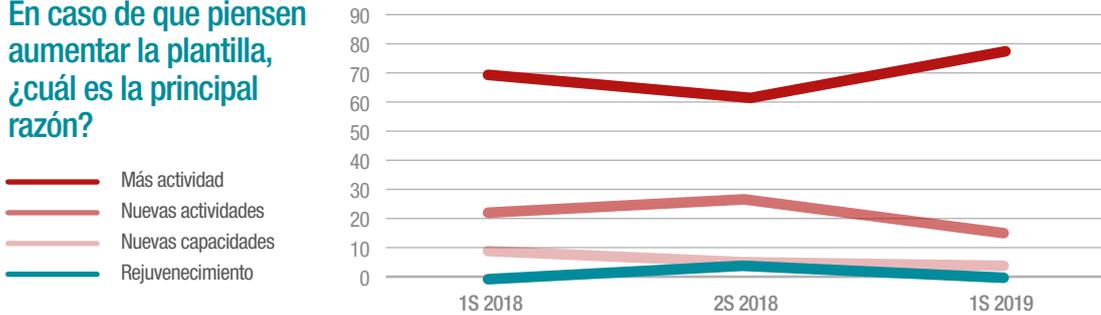
## Evolución de la plantilla media de la empresa





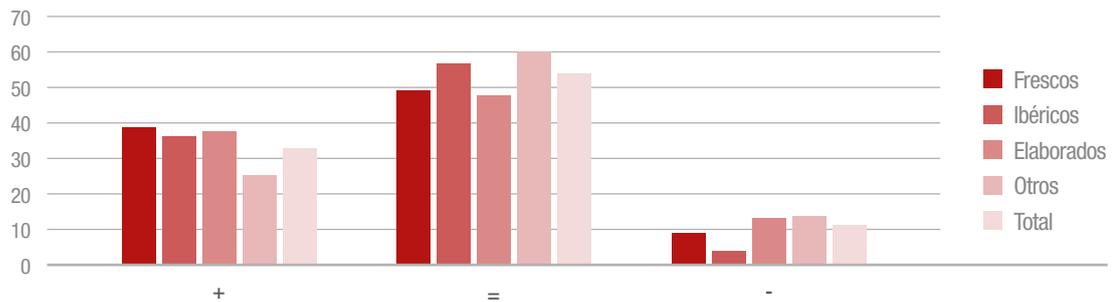
La principal motivación para el crecimiento del empleo en aquellas empresas en las que este se ha producido ha seguido siendo el desarrollo de la actividad, recuperando todo el terreno perdido en el anterior semestre y marcando un nuevo máximo (77,8 %). La puesta en marcha de nuevas actividades también repite posición, pero en esta ocasión bajando del 15 %. La adquisición de nuevas capacidades iguala porcentaje con respecto al semestre anterior (3,7 %) y el rejuvenecimiento de la plantilla no obtiene ninguna respuesta.

**En caso de que piensen aumentar la plantilla, ¿cuál es la principal razón?**

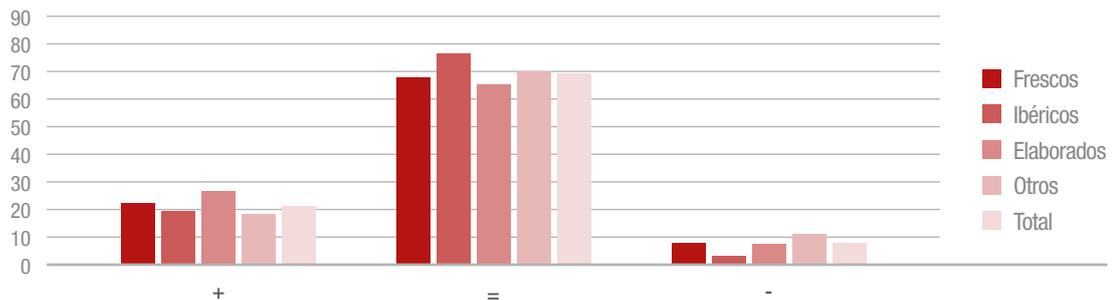


Aunque no hay grandes diferencias de comportamiento, lo cierto es que la carne fresca parece haber sido el subsector que con más intensidad ha crecido en empleo. De cara a los próximos seis meses, sin embargo, no hay grandes diferencias entre los segmentos, si bien el porcentaje de empresas que reducirá plantilla alcanza el 10 % en los otros elaborados. La principal motivación para la ampliación de mano de obra en los próximos meses, en todos los casos, es el aumento de la actividad, aunque en dicha categoría destacan los ibéricos y los otros productos elaborados.

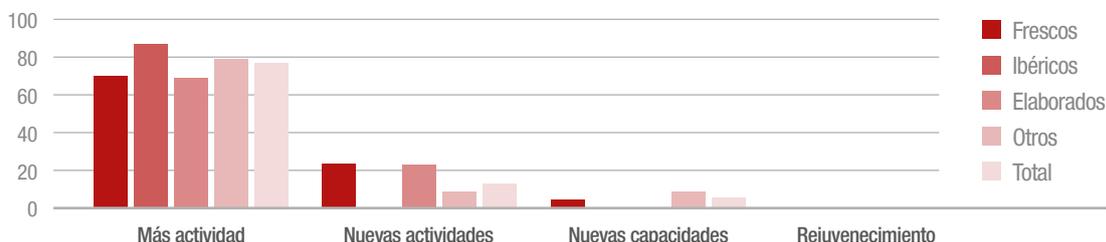
**Actual**



**Expectativas**



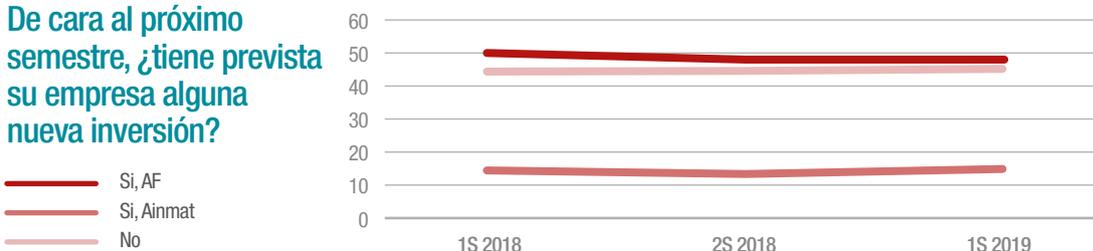
## Motivos



# Inversiones Previstas

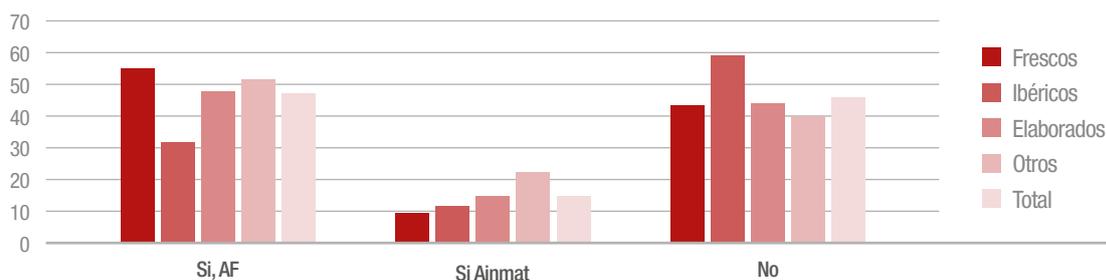
Las previsiones sobre el nivel de inversión en las empresas se mantienen en cotas muy parecidas a las de anteriores semestres, aunque se dibujan ya algunas tendencias suaves. Por un lado, en porcentaje de empresas que piensan realizar inversiones en activos fijos desciende poco a poco (46,4 % en el primer semestre de 2019). Las que realizarán inversiones en activos inmateriales se mantienen en niveles más bajos, aunque en el primer semestre aumentaron ligeramente. En global, el 53,7 % de las empresas de ANICE tiene intención de continuar invirtiendo en los próximos meses. Finalmente, el porcentaje de empresas que no piensa invertir crece ligeramente, acercándose un poco más a la cifra de los que lo harán en activos fijos.

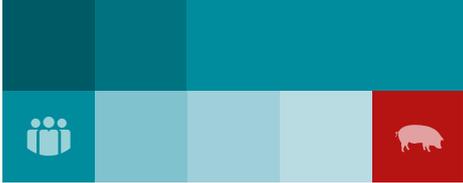
## De cara al próximo semestre, ¿tiene prevista su empresa alguna nueva inversión?



La distribución de respuestas por subsectores vuelve a mostrar como más activo, en este terreno, al de la carne fresca y como menos dinámico al de los ibéricos, ambos a niveles similares a los de la oleada anterior.

## Inversión prevista



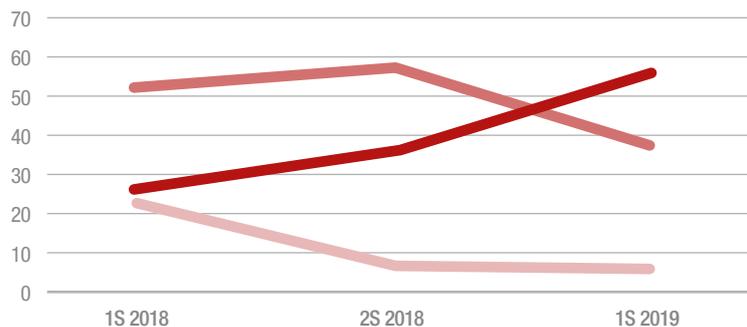


# Evolución de los Precios de las Materias Primas

Probablemente, uno de los hechos más relevantes de esta oleada del barómetro sea la preocupación creciente de las empresas de la industria por el aumento de los costes de la materia prima. Los precios del porcino en las lonjas se están disparando a causa del desequilibrio entre oferta y demanda a corto plazo, provocado por la expansión de la peste porcina africana por Asia y las medidas tomadas para intentar erradicarla. Lo cierto es que el porcentaje de empresas que creen que estos costes ha vuelto a subir intensamente este semestre y alcanza el 56,1 %. De prolongarse esta situación y no ser capaces de repercutir estos incrementos de coste sobre los precios de venta, el sector se puede ver abocado a grandes dificultades a corto plazo.

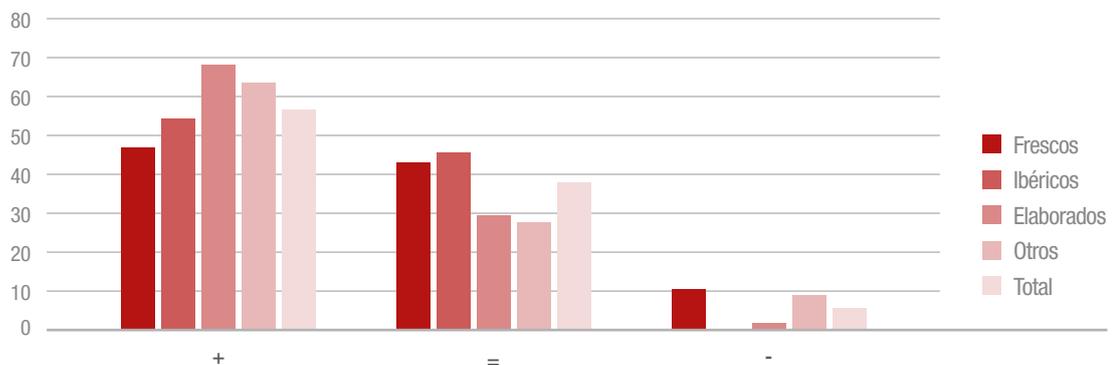
¿Cómo espera que evolucionen los costes de sus materias primas con relación al mismo período del año anterior?

- +
- =
- -



Los elaborados (jamón curado) y los otros elaborados son los subsectores en los que parece que el aumento de los costes de la materia prima es más significativo, o cuanto menos en los que las opiniones en torno a la inflación de los insumos es más numerosa.

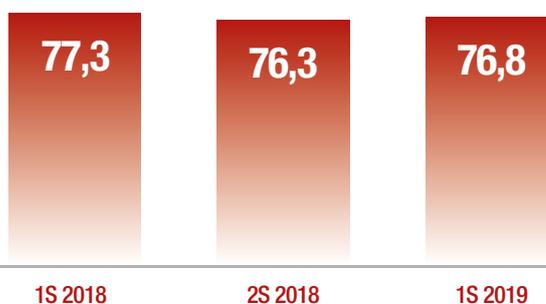
## Precios de las MMPP



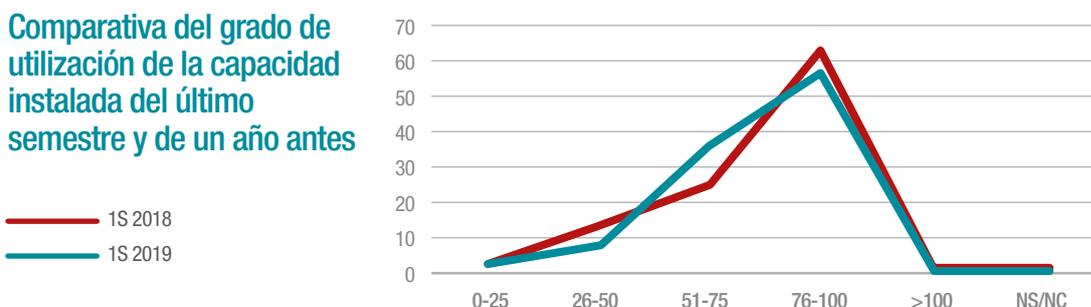
# Uso de la Capacidad Instalada

El nivel promedio de uso de la capacidad productiva se mantiene en niveles similares a las dos anteriores oleadas. En el primer semestre de 2019 se situó en un 76,8 %, algo por encima que hace seis meses, pero ligeramente por debajo que hace un año. Estos niveles de utilización de la capacidad productiva son compatibles con altos flujos de inversión para hacer crecer dicha capacidad. El 27,6 % de las empresas se sitúa entre el 71 y el 80 % por lo que si sigue aumentando la actividad, no es descabellado pensar que muchas tendrán necesidad de recurrir a nuevas inversiones (ampliación de plantas, plantas nuevas o fusiones) para cubrir sus pedidos con garantías.

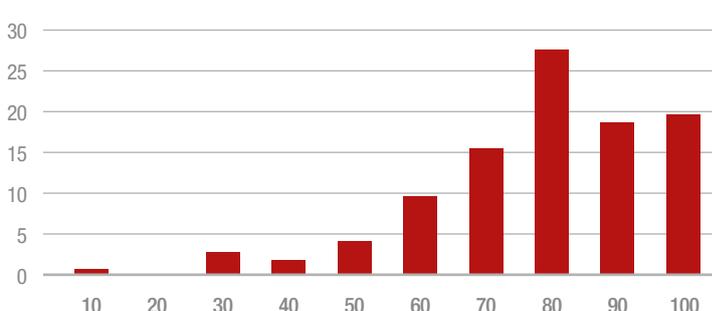
**Uso promedio de la capacidad instalada en las empresas de ANICE (en %)**



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



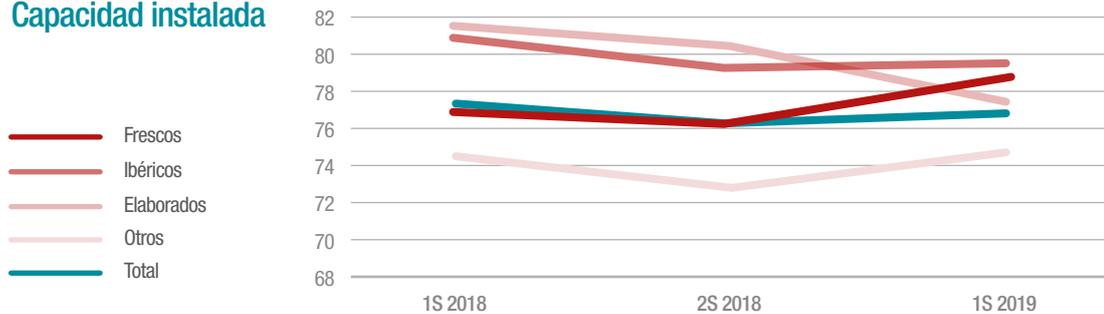
**Distribución de la utilización de la capacidad instalada en el primer semestre de 2019 (en %)**





En todos los subsectores, excepto en el de los elaborados (jamón curado), ha aumentado el nivel de utilización de la capacidad instalada, con los frescos registrando el repunte más llamativo. Los otros elaborados, que siguen manteniendo el menor porcentaje de ocupación de sus recursos productivos, también han tenido un crecimiento significativo, situándose de nuevo por encima del 74 %.

### Capacidad instalada

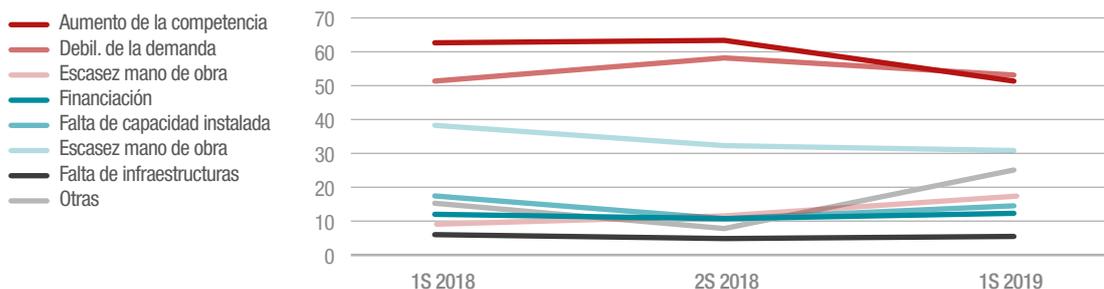


## Factores Limitantes de la Actividad

Por tercera oleada consecutiva, siguen siendo la debilidad de la demanda, la competencia y el exceso de burocracia los limitantes de la actividad que encabezan el *ranking*; todos, excepto la debilidad de la demanda (que pasa a ocupar el primer puesto), con tendencia decreciente respecto al inicio de la serie. En esta ocasión, sin embargo, llama mucho la atención el fuerte incremento del apartado otros, que es un cajón de sastre para que los encuestados nos puedan incluir factores que al equipo redactor no se le ocurrieron en principio o para los que coyunturalmente tengan importancia. Y esto es lo que ha pasado este semestre. La mayoría de esas respuestas abiertas tenían que ver con el aumento de los costes de la materia prima (concretamente, el 13 %), en línea con el fuerte sesgo inflacionista que los costes de los insumos han seguido en el semestre analizado.

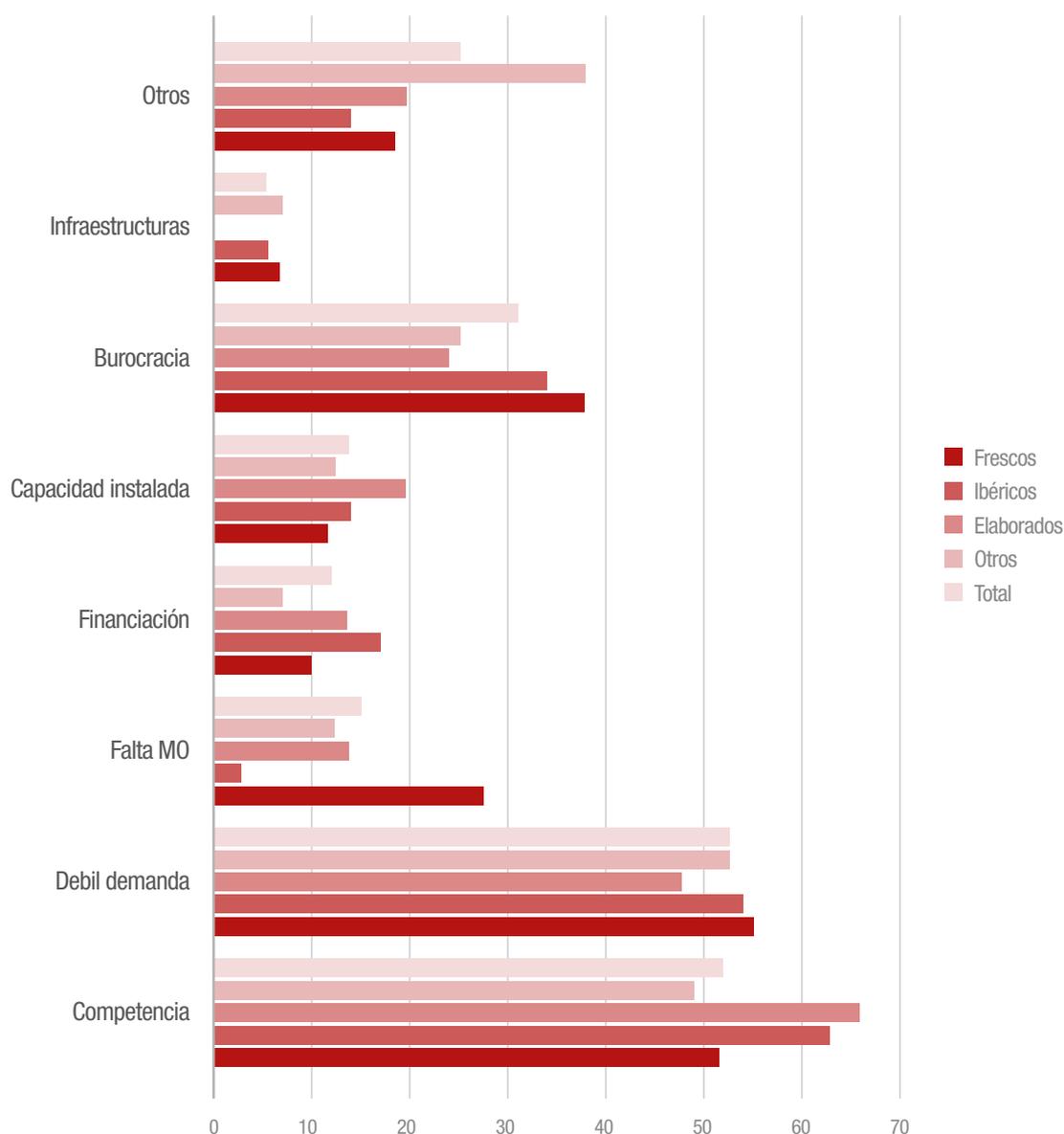
En la parte inferior de la escala son la escasez de mano de obra, la falta de capacidad instalada y la financiación los principales factores limitantes, todos en torno al 13 %. Finalmente, la falta de infraestructuras de comunicaciones repite valoración con respecto al semestre anterior (5,7 % de las respuestas).

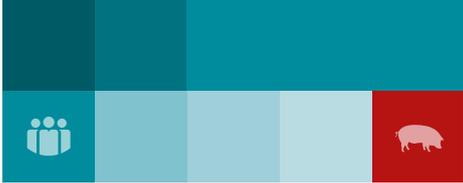
### De cara a la mejora de la actividad de su empresa, ¿cuáles considera que son los principales limitantes actuales de la misma?



Desde el punto de vista sectorial hay grandes diferencias. Por ejemplo, el aumento de los costes de materia prima es mucho más relevante para el subsector de los otros derivados, lo que nos indicaría que se está obteniendo un valor añadido muy ajustado en dicho subsector. Otro resultado especialmente llamativo es el diferencial en la escasez de mano de obra. Mientras que este es un factor muy relevante para los frescos, apenas reviste importancia para los ibéricos. El aumento de la competencia, por otra parte, afecta de forma más general a las empresas de elaborados (jamones) e ibéricos. Por su parte, la debilidad de la demanda tiene un comportamiento menos disímil entre los subsectores.

## Factores Limitantes





# Escenario ante la Peste Porcina Africana

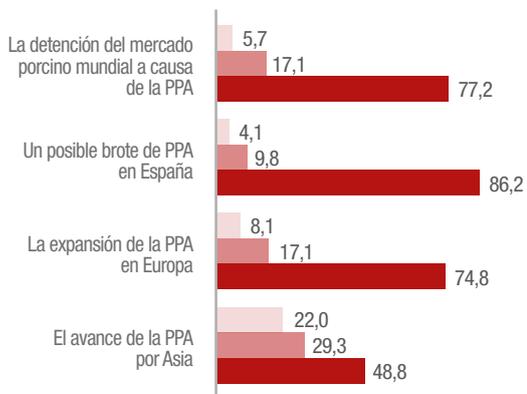
Como se ha puesto de manifiesto en diversos apartados de este barómetro, el impacto que sobre el mercado está teniendo la extensión de la peste porcina africana (PPA) por Asia está siendo muy intenso. A corto plazo, el desfase entre oferta y demanda mundial está tensionando los precios del cerdo, hasta el punto que se ha convertido en el presente semestre en uno de los factores que podrían limitar el desarrollo de la industria cárnica.

Por eso nos pareció que sería bueno sondear la opinión de las empresas asociadas a ANICE sobre el impacto que sobre ellas tendrían diversos escenarios asociados con la PPA y su extensión. Así mismo, se han establecido dos horizontes temporales; uno más a corto plazo (los próximos tres años) y otro a más largo plazo (por encima de esos tres años), aunque las respuestas no han diferido en demasía para ambos plazos.

Obviamente, el escenario más perjudicial sería el estallido de un brote en España, lo que implicaría un frenazo de la actividad con un desenlace muy poco favorable. El siguiente escenario, en lo que a impacto negativo se refiere, sería la paralización del mercado mundial, seguido de la expansión de la PPA por Europa (ya está en los países del Este). Sin embargo, el avance de la PPA por Asia es percibido como negativo por el 48,8 % de los encuestados a medio plazo y por el 49,6 a largo. Y un 22 % de las empresas lo consideran positivo. Creemos que en este caso pesa mucho la componente oportunidad de cubrir una demanda que va a tener problemas para ser satisfecha, mientras que en el resto de escenarios, los riesgos se encuentran mucho más próximos y resulta complicado descubrir aspectos positivos.

## Califique el impacto de los siguientes escenarios asociados a la PPA

### En los próximos 3 años



### A más largo plazo



■ Positivo ■ Neuto ■ Negativo

# La Financiación de la Industria Cárnica Española

La fase de expansión en la que aún sigue el sector de la industria cárnica española ha motivado la necesidad de poner en marcha inversiones productivas a todo lo largo de la cadena de valor de la carne: desde las granjas hasta la industria de los elaborados, pasando por los mataderos y las salas de despiece. Obviamente, estas inversiones han debido ser financiadas en un entorno poscrisis en el que inicialmente los circuitos financieros estaban colapsados y el dinero no circulaba y posteriormente en un entorno de exceso de liquidez en esos mismos mercados financieros.

Para evaluar cómo ha sido este proceso hemos preparado un par de cuestiones extras en el barómetro. La primera consistía en puntuar en una escala Likert de 5 elementos el grado de acuerdo con una serie de afirmaciones en relación a la financiación empresarial (desde 1, en total desacuerdo, hasta 5, totalmente de acuerdo).

En el gráfico hemos representado en orden de mayor a menor acuerdo recibido las diferentes afirmaciones. Así, la que mayor grado de concierto ha suscitado es la de “trabajamos con más de una entidad financiera de referencia” y la siguiente hace referencia a la supuesta poca oferta pública de financiación. Aún en la zona de acuerdo (por encima de 3) tenemos el reconocimiento de los bajos tipos de interés, la superación del problema de acceso a la financiación bancaria y la mejora de la estructura financiera de las empresas.

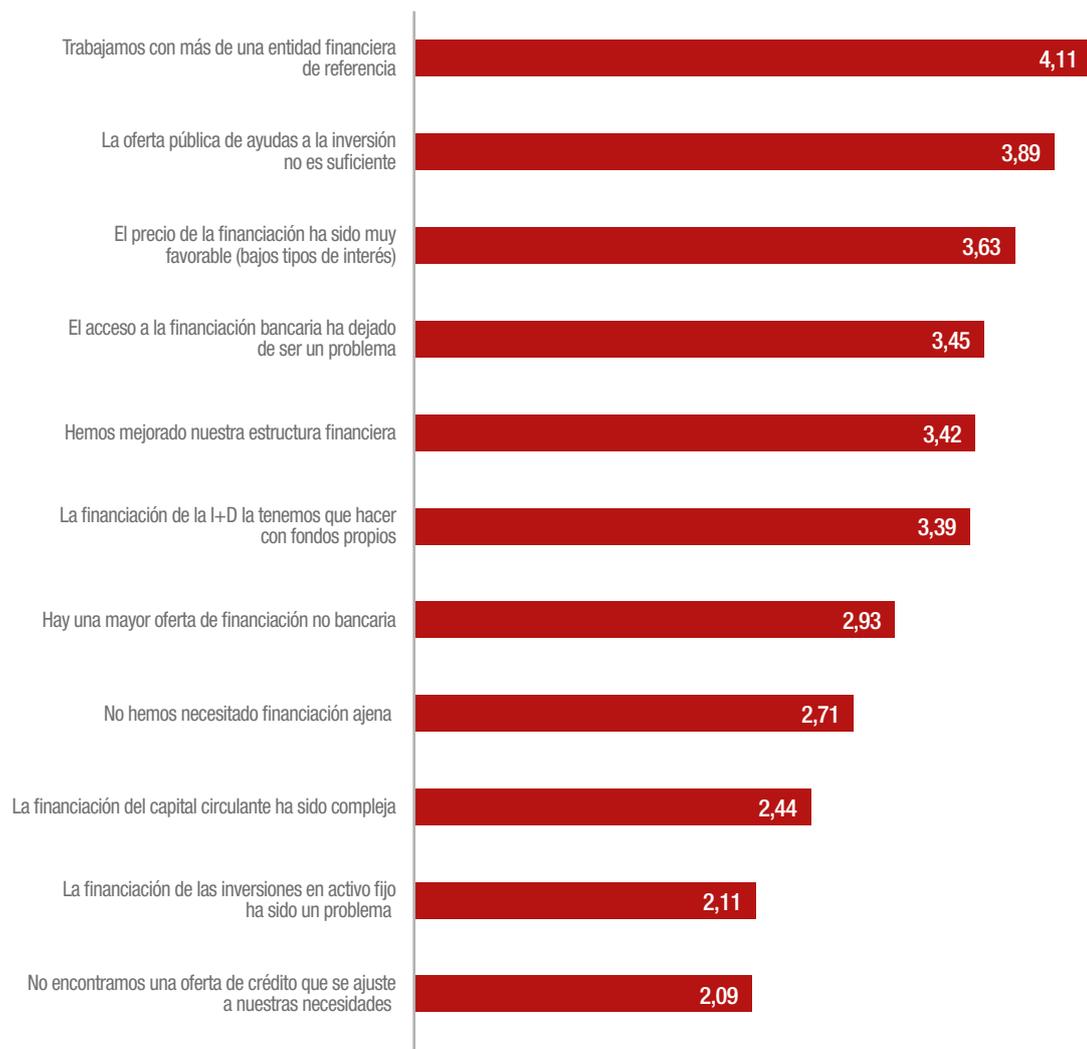
En la parte de los desacuerdos estaría la existencia de una mayor oferta de financiación no bancaria (aunque muy cerca de 3). La siguiente afirmación en términos de rechazo es que no han necesitado financiación ajena. El resto de afirmaciones rechazadas plantean en negativo diversos aspectos de la financiación: la del capital circulante ha sido compleja, la financiación en activo fijo ha sido un problema y no encontramos una oferta de crédito que se ajuste a nuestras necesidades.

Por tanto, parece obvio que aunque se dice echar en falta una oferta de financiación no bancaria o pública, lo cierto es que la estructura financiera de las empresas ha mejorado y parece que se cuenta con una oferta adecuada y a precios razonables.

De cara al futuro, en el horizonte de los tres próximos años, hemos pedido información sobre el tipo de financiación que considerarán más importante para su empresa. En línea con las conclusiones que venimos mostrando en las tres ediciones del Barómetro, la disponibilidad de financiación a largo para activos fijos es la mayor preocupación. Le siguen el acceso a líneas de crédito y a la financiación de circulante. En un segundo nivel de importancia (entre el 20 y el 40 % de respuestas en muy importante) nos encontramos productos más específicos como el descuento comercial y factoring y el crédito especializado en exportación.

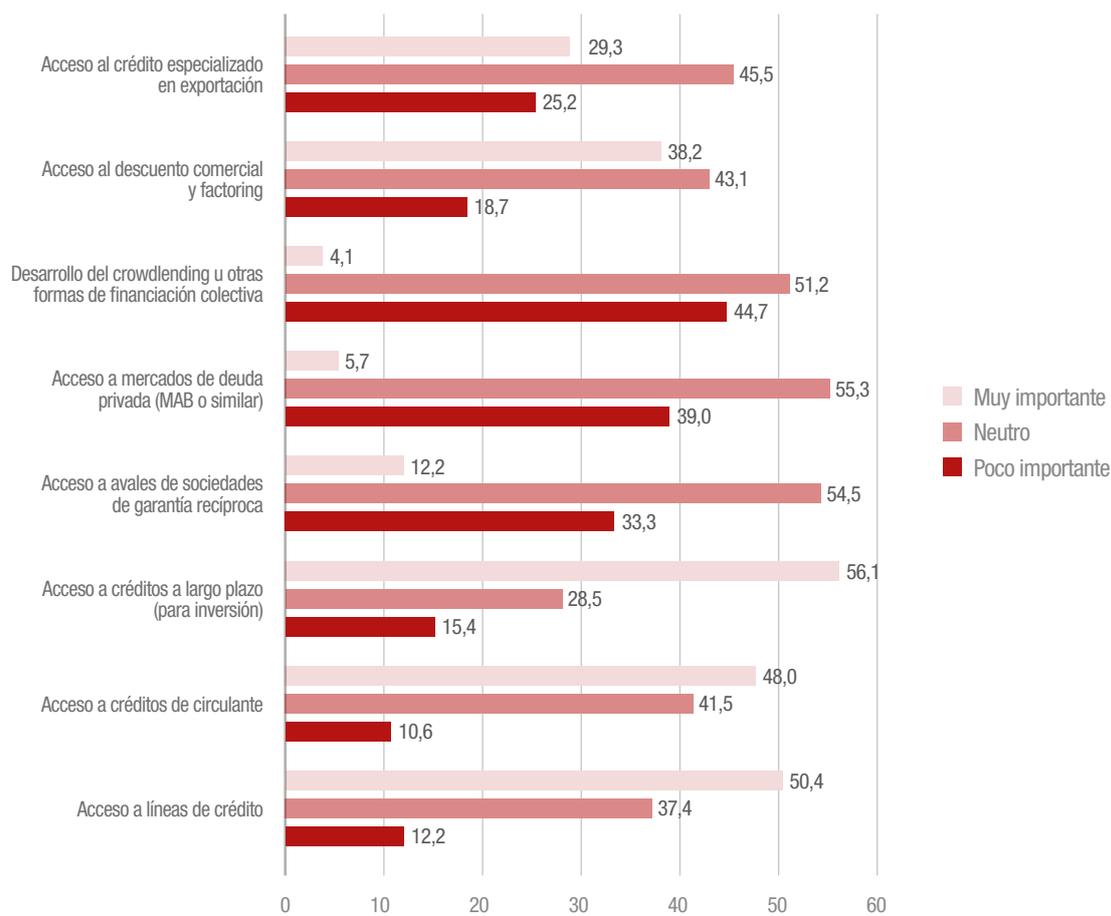


Respecto a la financiación de su empresa, en los 3 años anteriores, califique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



Por debajo de esos niveles y, por lo tanto considerados menos importantes por las empresas de ANICE, se encontrarían el acceso a avales de sociedades de garantía recíproca, el acceso a mercados de deuda privada (MAB o similar) y el desarrollo del *crowdfunding* u otras formas de financiación colectiva. Por tanto, aunque en un principio las soluciones no bancarias se consideran insuficientes, luego se les asigna a su disponibilidad una menor importancia, lo que significa que o bien la oferta bancaria sigue siendo vista como la principal opción o que la propia escasez de alternativas reduce la relevancia de las mismas como posibilidad real para las empresas.

## Respecto a la financiación de su empresa para los próximos 3 años, ¿cómo de importante cree que serán los siguientes aspectos?





## Datos Demográficos

### Subsector

	Frecuencia	%
Carnes frescas (mataderos, salas de despiece)	58	47,2
Elaborados: ibéricos	35	28,5
Elaborados: jamón curado	50	40,7
Otros elaborados	55	44,7
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

### Facturación en 2018

	Frecuencia	%
Menos de 1 millón	7	5,7
Entre 1 y 50 millones	81	65,9
Más de 50 millones	35	28,5
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

### Plantilla media en 2018

	Frecuencia	%
Menos o igual de 10	14	11,4
De 11 a 50	42	34,1
De 51 a 250	39	31,7
Más de 250	28	22,8
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

